REVENDA 360+

ED. 425 | FEV 2026 | ANO XXXVIII
www.gruporevenda.com.br

CORTAG
REVOLUTION TOOLS
SE TEM OBRA, TEM CORTAG.
MARCA BRASILEIRA LÍDER NA CONSTRUÇÃO.



COZINHAS

O FUTURO ESTÁ NOS DETALHES.
E NO SEU BEM-ESTAR

TOP OF MIND
Revenda Construção

VOTAÇÃO ESTÁ NA RETA FINAL



REVENDA 360° construção

Edição 425 | FEV 2026

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
Bárbara Lima
barbara.lima@revenda.com.br
(11) 98896-8875

Isabelle Rosolem
isabelle.rosolem@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
Grupo REVENDA

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
(11) 99677.6933

REDAÇÃO,
ADMINISTRAÇÃO E PUBLICIDADE
Rua Geraldo Flausino Gomes, 78 - conj. 53
(sede própria)
Brooklin - CEP 04575-060 - São Paulo - SP

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

OTIMISMO, SEMPRE

Os números do setor da construção em 2025 não foram os esperados. Mas, mesmo com o fechamento negativo de 2025, a ABRAMAT – Associação Brasileira da Indústria de Materiais de Construção – mantém projeção otimista para este ano, com crescimento estimado em 1,9% no faturamento deflacionado da indústria.

Outro indicador, o Índice Nacional de Custo da Construção – estudo mensal realizado pela FGV – de dezembro, registrou alta de 0,21%, abaixo da taxa de variação de 0,28% observada em novembro. E isso mostra uma tendência de aumento nos custos do setor de construção, reforçada pela taxa acumulada em 12 meses, que atingiu 6,10%. Esse resultado representa uma desaceleração em comparação com dezembro de 2024, quando o índice acumulava alta de 6,34% no mesmo período.

Tanto os estudos realizados pela ABRAMAT quanto os da FGV apontam números otimistas para este ano. E algumas ações, como o avanço dos programas de reforma e habitação popular – o Reforma Casa Brasil (linha de atendimento habitacional que proporciona financiamento, com recursos do Fundo Social, para pessoas físicas, na qualidade de mutuários, com o objetivo de executar intervenções de melhoria habitacional em áreas urbanas) e o Minha Casa Minha Vida (entre as novidades, está o aumento de aproximadamente 20% no desconto aplicado à entrada do imóvel para famílias com renda de até R$ 2 mil, além da elevação do valor máximo do subsídio na região Norte, que passa de R$ 55 mil para R$ 65 mil) – e a queda progressiva da taxa de juros, que pode impulsionar obras no setor privado, criam um ambiente de otimismo para o segmento da construção civil.

De acordo com o Termômetro ABRAMAT de janeiro, 62% das empresas do setor afirmam ter intenção de investir nos próximos 12 meses, crescimento de 7 pontos percentuais em relação a dezembro de 2025. O dado é relevante porque ocorre em um cenário ainda marcado por estabilidade nas atividades industriais e expectativa moderada em relação ao ambiente macroeconômico.

Em janeiro, 62% das empresas consideraram o desempenho no mercado interno regular, enquanto 29% classificaram como bom ou muito bom. As expectativas para o curto prazo seguem moderadas, mas com leve melhora.

Boa leitura!

Roberto Ferreira

REVENDA 360+
construção

Edição 425 | FEV 2026 | ANO XXXVIII





22 PISOS E REVESTIMENTOS
A utilização de grandes formatos está cada vez mais em alta

06 TOP OF MIND
Votação está se encaminhando para o final. Vencedores serão conhecidos no dia 09/06

08 COZINHAS
Indústrias investem na tecnologia para proporcionar bem-estar a um dos principais ambientes da residência

32 CORTADORES
Peças importantes para o acabamento perfeito dos pisos. E mais acessíveis

42 MERCADO
Presidente da CBIC Renato Correia fala da retomada gradual do mercado em 2026

44 PATROCÍNIOS
Empresas investem no futebol. Afinal, é ano de Copa do Mundo

46 GRUPO CONECTA CONSTRUÇÃO
Empresária Mariana Moreno destaca o poder de uma equipe competente

47 ARTIGO ESTRATÉGIA
Eduardo Pires afirma que nosso setor precisa de estratégia

48 ARTIGO COP30
Amilton Oliveira, CEO da Viapol, comenta as soluções mais sustentáveis para a construção

49 INDÚSTRIA
Empalux reuniu representantes em sua convenção de vendas

50 AGENDA
Programe-se para visitar as feiras mais importantes do nosso segmento



36 MATERIAL DE ACABAMENTO
Obra pronta e bem acabada. Veja o que a indústria oferece ao mercado

ERRATA

A Lixadeira de Parede Compacta com Pad de 6", colocada como produto da Eurocel, na edição 424, matéria sobre Colas, não é fabricada pela Eurocel e sim pela **Wagner**.

PRECISÃO QUE VALORIZA CADA DETALHE.

Na Expo Revestir, a Cortag apresenta ao mercado lançamentos e soluções que elevam o padrão de acabamento e produtividade na obra.
Conheça essas e outras novidades no nosso stand.

BROCA
para porcelanato

INFINITY PLUS
Cortador para grandes formatos

HI-TECH
Cortador manual

EXPO REVESTIR
Stand D140
9 a 13 de março
São Paulo Expo

CORTAG
REVOLUTION TOOLS

TOP OF MIND
Revenda Construção

A OPINIÃO DOS REVENDEDORES

O Top Of Mind Revenda é o mais importante prêmio do mercado para as indústrias de materiais de construção. Por isso, é importante a participação dos revendedores para que sejam premiadas as indústrias que têm destacada participação no mercado, segundo os revendedores.

A pesquisa começou em fevereiro entre revendedores de materiais de construção de todo o Brasil. Serão quase três meses de votação para conhecer as indústrias vencedoras do Top Of Mind 2026, em evento a ser realizado no dia 09 de junho, em São Paulo. As empresas vencedoras em 9 categorias de 83 segmentos e três enquetes, receberão o troféu Ruy Ohtake, especialmente desenhado pelo renomado arquiteto para o Grupo Revenda.

A valorização da marca das empresas é essencial, porque não se trata de mensurar valores gastos no mercado, mas, sim, da imagem que ela projeta para os balconistas e vendedores, que é justamente o público votante do nosso Top Of Mind. Para as empresas, o prêmio recebido representa um valor inestimável, pois demonstra que seus produtos são reconhecidos pelos votantes. O marketing, sabendo trabalhar bem essa eleição, vai agregar ainda mais valor para as suas marcas.

O envio do e-mail mkt é distribuído entre as regiões Sudeste (51%) – São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais (igualmente distribuídos); Sul (21%) – Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná (igualmente distribuídos); Nordeste (10%) – Bahia, Pernambuco e Ceará (igualmente distribuídos); Centro-Oeste (9%) – Distrito Federal, Goiás, Mato Grosso e Mato Grosso do Sul.

A pesquisa **Top of Mind Revenda Construção** é realizada de forma espontânea, não induzida.





É TEMPO DE RENOVAR

As cozinhas pedem renovação constante de utensílios e outros produtos que facilitam o dia a dia.

Veja o que os fabricantes oferecem:

ACQUABIOS

"Nos últimos meses, a Acquabios trouxe ao mercado novidades que fortalecem ainda mais o portfólio. Entre os destaques está o Filtro Troca Fácil, desenvolvido para instalação sob a bancada, com sistema de encaixe simples, trava de segurança contra vazamentos e refil classe A bacteriológico: um produto discreto, que garante água mais pura e segura para o dia a dia da casa. Também destacamos os purificadores com tecnologia UVC LED, que oferecem uma camada extra de proteção ao eliminar até 99,9% de bactérias e micro-organismos. Ainda neste ano, ampliaremos nosso portfólio com uma nova linha de torneiras em ABS e metal, focada em performance, praticidade e valorização do ponto de venda dos nossos parceiros", explica Daiane Panazzolo, diretora da Acquabios.

Recomendações aos revendedores

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



os diferenciais técnicos de forma simples e convincente. Essa combinação de exposição estratégica e atendimento consultivo faz toda a diferença no resultado."

Quais as expectativas para o mercado este ano?

"Acreditamos que será um ano de oportunidades consistentes no segmento Matcon. O consumidor está cada vez mais atento à qualidade dos produtos para casa e disposto a investir em soluções que tragam praticidade, saúde e economia no longo prazo. No caso específico de filtração e purificação de água, a demanda segue aquecida, impulsionada por maior consciência sobre bem-estar e pela busca por alternativas mais sustentáveis ao consumo de água engarrafada. Para os revendedores, o cenário favorece marcas que entregam inovação real, produtos confiáveis e bom giro no ponto de venda. Nosso papel como indústria será apoiar o canal com portfólio atualizado, materiais de apoio, capacitação e ações comerciais que ajudem a transformar interesse em vendas efetivas.

Enxergamos 2026 como um ano de crescimento sustentável, com foco em eficiência, relacionamento próximo com os parceiros e fortalecimento da categoria dentro das lojas. Quem estiver preparado para oferecer valor técnico e atendimento consultivo terá grande vantagem competitiva."

CELMAR

Rodrigo Martines, diretor de Expansão da Celmar, informa que a empresa mantém um processo contínuo de atualização, sempre alinhado às principais tendências do mercado de arquitetura e design de alto padrão. "Para este ano, estão previstos lançamentos de novos acessórios, acabamentos, ferragens e soluções exclusivas da marca, reforçando seu compromisso com inovação, sofisticação e personalização no mobiliário sob medida. Além dos lançamentos previstos, a Celmar se destaca por uma ampla e consolidada linha de produtos de alto padrão, oferecendo soluções completas para todos os ambientes da residência. O portfólio contempla cozinhas, closets, dormitórios, áreas sociais e projetos especiais, sempre com foco em proporcionar uma verdadeira experiência do morar bem", diz.



Recomendações aos revendedores

"A Celmar recomenda que as lojas parceiras mantenham o showroom sempre atualizado com os produtos e soluções da marca. O ponto de venda é a execução e a demonstração visível do processo final do mobiliário sob medida, sendo o primeiro contato do cliente com o universo Celmar. Mais do que expor produtos, o showroom deve proporcionar uma experiência imersiva, unindo conforto, sofisticação e personalidade, e permitindo que o cliente compreenda, na prática, tudo o que a marca é capaz de oferecer."

Quais as expectativas para o mercado este ano?

"A Celmar está muito otimista em relação ao mercado. O segmento de arquitetura e interiores de alto padrão apresenta crescimento consistente, impulsionado pela busca crescente por produtos exclusivos, personalizados e de alta qualidade.

Esse cenário positivo se soma à solidez da empresa, que atua desde 1950 no segmento de móveis sob medida, sendo pioneira nesse tipo de fabricação no Brasil. Com uma trajetória marcada por inovação constante, excelência produtiva e forte conexão com arquitetos e designers, a Celmar acredita em um ano promissor, com oportunidades relevantes de crescimento e fortalecimento no mercado premium."

DE BACCO

Protagonista das cozinhas gourmet, o misturador monocomando é um dos itens que mais traduzem a integração entre forma e função no ambiente. Mais do que um componente técnico, ele influencia o ritmo de uso, a praticidade e até o estilo do espaço.

Os monocomandos mais tecnológicos da De Bacco reúnem soluções que combinam praticidade e inovação. Recursos como bica giratória 360°, acionamento ¼ de volta, ducha retrátil, jato duplo, botão de pausa instantâ-

nea e entrada para instalação de filtro otimizam o uso da água, tornando o preparo e a limpeza mais ágeis.

O sistema Cold Start, por exemplo, garante economia de energia ao liberar inicialmente apenas água fria, enquanto mecanismos de acionamento ergonômico e fluxo controlado oferecem conforto e precisão no manuseio.

Com acabamentos que vão do Inox Escovado ao Black Matte, os misturadores assumem protagonismo visual na bancada, dialogando com diferentes estilos, do minimalista ao industrial. Suas linhas limpas e proporções equilibradas transformam o elemento técnico em uma peça de destaque, que valoriza a estética e reforça o caráter autoral do ambiente. O monocomando possui características únicas, e quem está buscando a opção ideal para a bancada precisa conhecê-las. Misturador monocomando é o mais nobre dos metais para cozinhas. Nas cozinhas, em especial, ele ganha contornos de objeto de desejo por conta do design, com modelos mais atraentes e imponentes no visual.

DECA

"Em 2026, a Deca, maior fabricante de louças e metais sanitários do Hemisfério Sul e líder no mercado brasileiro, apresenta um novo portfólio de lançamentos, alinhado às transformações no modo de morar. Os produtos foram desenvolvidos para atender diferentes rotinas, usos e contextos, com foco em conforto, eficiência e tecnologia aplicada de forma inteligente, sempre a serviço do uso cotidiano e da durabilidade", informa Helga Dias Junqueira, Gerente de Comunicação e Branding da Deca.

Entre os lançamentos de 2026, a Deca destaca soluções que ampliam sua atuação em cozinha e banho.

Na cozinha, com as cubas Workstation, Farm Sink, Suprema e Supra Hide e os metais das linhas Enjoy, Level, Spin e Deca Inside. Outros destaques podem ser usados em diversos ambientes, além dos tradicionais banheiro e cozinha, como os acessórios Nomos e a lixeira Suprema.

Recomendações aos revendedores

"Apresentar o produto em situação real de uso é determinante para ampliar a percepção de valor no ponto de venda. Sempre que possível, recomendamos que o lojista demonstre o funcionamento das soluções, como os recursos multifuncionais da Cuba Workstation, que evidenciam na prática como design, tecnologia, conforto e eficiência se traduzem no dia a dia.

Dentro da frente funcional das lojas, são indicados produtos que podem ser instalados para demonstração ativa, como dispenser de sabão líquido, monocomando Pérola, monocomando Level Motion, Cuba Workstation, Cuba Supra Hide 40, Cuba Farm Sink, fortalecendo a experimentação no ponto de venda.

Para apoiar essa construção, a marca disponibiliza um guia de exposição desenvolvido pelo time de vendas, com orientações sobre a correta exposição dos produtos e o uso adequado dos materiais de comunicação no expositor."

Quais as expectativas para o mercado este ano?

"A Deca enxerga um mercado cada vez mais orientado pelo resgate do lar como espaço de refúgio, intimidade e reconexão. O banheiro assume protagonismo dentro dessa jornada, associado a bem-estar e autocuidado, enquanto a cozinha se mantém como o ambiente de convivência e de receber. Nesse contexto, ganham força soluções que unem design, tecnologia aplicada à função, eficiência e durabilidade, acompanhando novos hábitos e formas de viver a casa.

Como parte dessa visão, uma das orientações da Dexco é que a ambientação das lojas traduza esse conceito de conforto e acolhimento por meio da integração entre as marcas do grupo. A proposta é construir, no ponto de venda, espaços que reflitam essa experiência completa de lar, combinando soluções complementares e fortalecendo a percepção de valor do portfólio como um ecossistema."

GHELPLUS

"O nosso time de P&D está em fase avançada de estudos para expandir o portfólio da GhelPlus. O grande foco deste ano é a entrada estratégica no segmento de eletros, trazendo soluções que complementam nossa presença na cozinha. Mais do que destacar modelos específicos, a GhelPlus tem direcionado seu foco para tecnologias e soluções construtivas que agregam valor real à experiência do consumidor e facilitam o trabalho de instalação. Entre elas, vale ressaltar o exclusivo Sistema SEI (Sistema de Escolha de Instalação), presente nas linhas Plus 30 e Dubai, além das cubas que contam com

LORENZETTI
coleção 2026
DESIGN QUE DESPERTA MEMÓRIAS
TECNOLOGIA QUE CRIA NOVAS HISTÓRIAS
VENHA NOS VISITAR
Pavilhão São Paulo Expo - 9 a 13 de março - Stand H86

Monocomando
Loren Neo
Cuba Quadrada
SA-35
EXPO
REVESTIR



mantas redutoras de ruído aplicadas em dimensões superiores às convencionais, proporcionando maior conforto acústico no uso diário", diz Thiago Ruschel, Diretor Comercial da GhelPlus.

O Sistema SEI é uma solução patenteada desenvolvida pela GhelPlus que permite ao consumidor decidir, durante a obra, se a torneira será instalada na bancada ou na parede, mesmo em modelos de pias com furo original. Trata-se de um componente em polímero de alta resistência, com 35 mm de diâmetro, que funciona como uma tampa vedante e removível, oferecendo liberdade de escolha, evitando retrabalho e preservando a estética da peça.

Outro diferencial importante está nas mantas redutoras de ruído aplicadas na parte inferior externa de diversas cubas da marca. Essas mantas absorvem vibrações causadas pelo impacto de utensílios e suavizam o som da água corrente no inox. Em muitos modelos, a GhelPlus utiliza mantas com área superior às encontradas em produtos convencionais, o que intensifica o desempenho acústico sem interferir no design ou na funcionalidade.

Recomendações aos revendedores

"Fornecemos diretrizes claras para o PDV, focadas na experiência do cliente e na demonstração técnica dos benefícios, garantindo que o revendedor tenha todos os argumentos necessários para uma venda consultiva e eficaz."

Quais as expectativas para o mercado este ano?

"Enxergamos um cenário desafiador, mas repleto de oportunidades para marcas que investem em diferenciais técnicos e soluções que realmente facilitam o cotidiano do consumidor. Nossa expectativa é crescer por meio da valorização de tecnologias já consolidadas no portfólio, reforçando nosso posicionamento como uma marca que alia qualidade, inovação e inteligência construtiva aos produtos da cozinha contemporânea."

GRUPO KRONA

"No segmento de cozinhas, a Viqua — marca do Grupo Krona — segue ampliando sua relevância ao apresentar soluções que unem engenharia de materiais, design funcional e praticidade para a vida real. Mais do que torneiras, a marca desenvolve soluções inteligentes para a casa, pensadas para integrar estética, desempenho e durabilidade no uso cotidiano.

As linhas de torneiras Allure têm ganhado protagonismo justamente por traduzirem esse posicionamento. A Allure Décore se destaca pelo cuidado com o design e pelo apelo estético, sendo uma escolha recorrente em projetos de cozinha que valorizam identidade visual, sofisticação acessível e harmonia com diferentes estilos de ambientes", informa Julio Grein, Diretor Comercial e Marketing do Grupo Krona.

Acrescenta que tem projetos significativos em desenvolvimento e lançamentos previstos para este ano. "No Grupo Krona, cada novo produto é resultado de um processo criterioso, que envolve análises técnicas rigorosas, estudos de mercado e uma escuta ativa das necessidades de parceiros e clientes. Por isso, mesmo com novidades em fase avançada de finalização, optamos por comunicá-las apenas quando estiverem plenamente prontas para gerar impacto concreto e transformar o dia a dia de quem confia nas nossas soluções. O que podemos adiantar é que há lançamentos chegando para ampliar ainda mais a presença do Grupo Krona na vida dos consumidores, sempre com foco em qualidade, inovação e relevância para o mercado", diz Júlio.

Reconhecida pelo pioneirismo em torneiras em ABS, a Viqua tem ampliado o significado de seus produtos ao conectá-los à vida real das pessoas. "Cada solução nasce com o propósito de estar presente nos pequenos rituais do dia a dia — lavar a louça, preparar um café, cuidar da casa — transformando tarefas rotineiras em momentos de qualidade. O foco está em entregar confiança, estética e funcionalidade de forma acessível, dialogando com um estilo de vida possível, próximo e autêntico, no qual o lar é extensão de quem vive nele e o tempo passa a ser um valor central", acrescenta o diretor.

E enfatiza que as torneiras da linha Allure foram desenvolvidas com foco em durabilidade, eficiência e desempenho no uso diário. Fabricadas em ABS, um polímero de engenharia de alta performance, são imunes à corrosão e à oxidação, o que assegura excelente comportamento em ambientes com alta umidade ou exposição à maresia, como regiões litorâneas. Todas as versões contam com mecanismo cerâmico de 1/4 de volta, que garante precisão no acionamento e mais de 200 mil ciclos de abertura e fechamento sem vazamentos, além de suportarem pressão de até 40 m.c.a. (metros de coluna d'água), oferecendo funcionamento confiável em diferentes condições hidráulicas.

"Neste ano, Viqua e Krona conquistaram um dos principais reconhecimentos do setor em qualidade, conformidade e confiança, concedido pelo Programa Brasileiro da Qualidade e Produtividade do Habitat (PBQP-H). Mais do que um selo, o reconhecimento traduz a disciplina dos processos, o controle rigoroso e a responsabilidade aplicada em cada etapa da produção. Para o varejo e para o consumidor, isso significa previsibilidade de desempenho, segurança normativa e credibilidade — atributos que sustentam a decisão de compra e fortalecem a relação de confiança com as marcas", diz Júlio.

Recomendações aos revendedores

"Para os produtos da marca Viqua, a recomendação é que o ponto de venda vá além da exposição tradicional e assuma um papel mais experiencial e educativo. O consumidor atual não busca apenas ver o produto, mas compreender seu valor, sua aplicação no dia a dia e como ele se conecta ao seu estilo de vida.

Uma estratégia eficaz é investir em bancadas de teste tátil, especialmente para a linha Allure Mouve. A textura "soft touch" do silicone e a flexibilidade da bica são diferenciais que se tornam evidentes quando o consumidor pode tocar, movimentar e sentir o produto, transformando o contato físico em argumento de venda.

Outra recomendação é organizar a exposição por conceito de estilo de vida, em vez de alinhar as torneiras apenas em ganchos ou prateleiras. A Allure Vitalité pode ser apresentada em um contexto ligado à saúde, bem-estar e qualidade da água; a Allure Décore, em um ambiente de inspiração minimalista e contemporânea; e a Allure Mouve, em uma bancada que remeta à rotina de quem gosta de cozinhar, com praticidade e liberdade de movimento. Esses mini-cenários ajudam o consumidor a se enxergar usando o produto em casa.

Sempre que houver material digital disponível, o uso de QR Codes no ponto de venda pode complementar a experiência, direcionando para vídeos curtos de instalação ou conteúdos demonstrativos que facilitam o entendimento do produto e reforcem a praticidade no uso e na instalação.

Por fim, é importante destacar de forma visual e objetiva os benefícios econômicos e de uso inteligente, especialmente no caso da Allure Vitalité. Placas comparativas que mostrem, por exemplo, o quanto o elemento filtrante equivale em volume de água mineral ajudam a traduzir o ganho financeiro e o impacto positivo no consumo consciente, reforçando a escolha como uma solução inteligente para o lar."

Quais as expectativas para o mercado este ano?

"A expectativa para 2026 é positiva, impulsionada pela continuidade das reformas residenciais e pela valorização de ambientes mais funcionais e bem planejados, como a cozinha. Mesmo em um cenário econômico que ainda pede cautela, o setor da construção e da reforma segue demonstrando resiliência, com os consumidores priorizando investimentos que tragam conforto, eficiência e valorização do imóvel.

O período também é marcado por uma transição estratégica no setor, com crescimento da demanda por soluções inteligentes que equilibrem desempenho, design e praticidade. O movimento de "reformar para valorizar", aliado à industrialização da obra, amplia a busca por produtos que facilitem a instalação, otimizem tempo e se adaptem às novas dinâmicas dos projetos residenciais.

Para o Grupo Krona, a perspectiva é acompanhar esse movimento com um portfólio robusto e diversificado, conectado às necessidades do varejo e dos profissionais da obra, mantendo foco em inovação, qualidade, eficiência produtiva e suporte consistente aos parceiros comerciais."

HIDROFILTROS

A Hidrofiltros segue ampliando seu portfólio para atender diferentes perfis de consumidores. "Como novidade, destacamos os refis compatíveis para purificadores e refrigeradores, desenvolvidos para atender as principais marcas do mercado, reforçando a estratégia de reposição e alto giro no varejo. A Hidrofiltros oferece soluções em filtração de água para toda a casa. O portfólio con-



templa torneiras com purificador integrado, ideais para aplicações práticas do dia a dia, além da linha Multifacile, indicada para instalação sob pias e compatível com torneiras gourmet, e o Purificar Facile, que alia design compacto e moderno à eficiência na filtragem. Complementam a linha os refis compatíveis para purificadores e refrigeradores, ampliando as possibilidades de reposição", esclarece Cláudio Chaves, Diretor-Presidente.

Chaves destaca que as soluções Hidrofiltros utilizam sistemas de filtragem eficientes, com diferentes graus de purificação, capazes de reduzir flúor, cloro, ferro e manganês, além de minimizar odores e partículas sólidas, contribuindo para uma água mais segura para consumo e preparo de alimentos. "Os produtos podem ser aplicados também em máquinas de café e sucos, ampliando as possibilidades de uso em cozinhas residenciais e pequenos comércios. Entre os principais diferenciais estão a variedade de modelos e refis, a facilidade de instalação e manutenção, a ampla compatibilidade de aplicações e um portfólio estruturado para gerar recorrência de vendas por meio da reposição", diz.

Recomendações aos revendedores

"A recomendação é trabalhar o portfólio de forma consultiva, apresentando soluções conforme o perfil da cozinha: torneiras com purificador para projetos mais simples; linha Multifacile sob pia para cozinhas modernas; refis compatíveis como complemento e oportunidade de recompra. A exposição próxima a pias, torneiras e eletrodomésticos, aliada a uma comunicação clara sobre a troca de refis e os benefícios da água filtrada, contribui diretamente para o aumento do sell-out."

Expectativas para o mercado este ano?

"A expectativa é de um mercado impulsionado pela busca por praticidade, saúde e economia. Produtos de alto giro, reposição recorrente e forte apelo no ponto de venda tendem a ganhar ainda mais espaço, especialmente quando aliados a parcerias comerciais sólidas com o varejo."

LORENZETTI

Paulo Galina, Gerente de Marketing da Lorenzetti, destaca que a empresa atua com um portfólio em constante evolução, acompanhando as tendências do mercado e as demandas do consumidor e do varejo. "Em 2026, a marca segue focada na consolidação de soluções já presentes no mercado, na ampliação estratégica de suas linhas, além de novas propostas para a categoria de metais. Como exemplo desse movimento, a linha Loren Loft passa a contar com a versão torneira como lançamento, reforçando a proposta de produtos voltados à funcionalidade e praticidade para a rotina na cozinha", diz.

Recomendações aos revendedores

"A apresentação no ponto de venda deve priorizar a comunicação clara dos benefícios oferecidos pelos produtos. É importante destacar atributos como a saída independente de água filtrada, a bica móvel 360°, a durabilidade dos materiais e a facilidade de instalação e manutenção. Sempre que possível, a exposição do produto em funcionamento ajuda o consumidor a compreender melhor a facilidade proporcionada durante o uso. A Lorenzetti também apoia as revendas com materiais de PDV, displays e treinamentos para equipes de vendas, auxiliando balconistas e revendedores na orientação adequada ao cliente final."

Quais as expectativas para o mercado este ano?

"A expectativa é de um mercado ainda impulsionado por reformas e melhorias residenciais. O consumidor tende a valorizar produtos duráveis, eficientes e com soluções integradas, especialmente na cozinha. Nesse cenário, ganha relevância o papel das revendas em oferecer um portfólio confiável e bem apresentado, capaz de agregar valor à venda e atender às demandas práticas do consumidor."

MEBER

A Meber reforça seu compromisso com a sustentabilidade e apresenta ao mercado sua nova linha de metais sanitários, desenvolvida com tecnologias que otimizam o fluxo de água sem comprometer o desempenho. Os produtos da linha Biociclo incluem arejadores, que misturam ar à água para proporcionar sensação de maior volume com menor consumo; redutores de vazão, que limitam a quantidade de água liberada; além de mecanismos temporizados ou automáticos, que controlam o tempo de abertura e evitam desperdícios. "A linha Biociclo reafirma nosso empenho em desenvolver soluções que unam desempenho, economia e responsabilidade ambiental, trazendo tecnologias capazes de reduzir significativamente o uso de água, atender às normas e às exigências das certificações sustentáveis e contribuir para projetos mais eficientes e conscientes. É nossa forma de apoiar um futuro em que qualidade e sustentabilidade caminham juntas", diz o Gestor de Engenharia da Meber, Marcos Menegotto.

De acordo com a engenheira química e consultora da Meber, Juliana Ferrari Dal Piaz, o cuidado com o impacto ambiental começa ainda na fase de concepção de cada produto. "Antes de um lançamento, avaliamos tecnologias, materiais e todos os processos envolvidos. É analisado o que cada etapa exigirá da cadeia produtiva, quais resíduos serão gerados e como eles serão tratados. Só assim é possível assegurar que o produto será sustentável para a empresa, tanto ambiental quanto economicamente", explica. Essas análises incluem desde a escolha de matérias-primas até o comportamento de resíduos sólidos, líquidos e emissões atmosféricas ao longo da fabricação. O compromisso da Meber com a sustentabilidade vai além dos produtos. Há anos, a empresa adota programas que buscam mitigar o impacto de sua atividade produtiva.

MM GABINETES

"Recentemente, em comemoração aos 25 anos da empresa, fizemos o lançamento do nosso novo catálogo de produtos, com lançamentos tanto na linha de banheiro como na linha de cozinha. Além dos novos produtos, estamos sempre atentos ao mercado e, pensando nisso, lançamos também novas cores para ambas as linhas, podendo citar aqui como exemplo a cor Off





White", destaca Juliano Minuci, Diretor Industrial da MM Gabinetes.

Outros destaques da empresa são a linha VERSALIS, tanto na medida de 60 cm como de 80 cm, que chega para agregar o portfólio de banheiros, e a cozinha VIENA RIPADA, o mais recente lançamento na linha de cozinha.

Recomendações aos revendedores

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

Quais as expectativas para o mercado este ano?

"O ano de 2025 foi bastante desafiador, exigindo resiliência e reforço nas estratégias internas. Nesse período, intensificamos nossos esforços para enfrentar o cenário, porém, neste ano começamos a observar sinais consistentes de uma recuperação gradual. Com base nessa retomada, estamos confiantes de que este ano, mesmo que ainda desafiador, será de boas oportunidades de crescimento no mercado, de forma que possamos aproveitá-las e, assim, superar o ano anterior."

PERFLEX METAIS

"Podemos destacar as linhas com acabamento preto: Conic, Mozart e Strauss. Essas linhas para cozinha desempenham um papel que alia praticidade e funcionalidade, além de um design atemporal. O acabamento na cor preta fosca, ou como gostam de denominar, 'black matte', se adapta a qualquer estilo do ambiente e, por isso, é uma peça que vem ganhando destaque nos projetos de cozinha. Estamos preparando um lançamento na categoria Gourmet para cozinha, diferente dos modelos tradicionais de mercado. A novidade une tecnologia, inovação e design", explica Vanessa Marques, Diretora de Marketing da Perflex Metais.



E explica que, na composição básica de todos os modelos das linhas, há ligas de cobre, plásticos de engenharia e elastômeros. Já o acabamento superficial é biníquel cromado, que proporciona alta resistência à corrosão e riscos, e tubo metálico em forma quadrada.

Recomendações aos revendedores

"Nossa indústria está há mais de 40 anos no mercado e somos referências em diversos pontos de venda do país. Realizamos estratégias bem definidas de venda e treinamento, para que os revendedores estejam alinhados com as diretrizes da empresa.

Além de um produto com bom custo-benefício, o profissional de venda deve ter um conhecimento técnico dos nossos produtos, suas características técnicas e diferenciais como garantias, durabilidade e design que agregam valor, tornando uma peça com qualidade e preço competitivo. Nossos corners costumam trazer uma boa quantidade de modelos de forma harmoniosa e com combinações, para que o consumidor possa ver o produto.

Há cerca de dois anos, lançamos no mercado, com exclusividade, o inédito Totem de autoatendimento. Trata-se de uma interface intuitiva, onde os clientes podem explorar o catálogo completo de produtos, verificar as especificações e realizar orçamentos na hora."

Quais as expectativas para o mercado este ano?

"Este ano, o mercado será desafiador; iremos manter o foco em desenvolver produtos com nossa qualidade e bom atendimento, como sempre ao longo dessas décadas.

Nosso maior foco para este ano será na ampliação de atendimento e distribuição de produtos em novas regiões e, também, no mercado de boutique com nossas linhas premium."

SINTEX



Enio Bernardes, diretor da Sintex, informa que os lançamentos de 2026 ainda estão em fase interna de planejamento e desenvolvimento, ainda sem data de lançamento.

"Nossos lançamentos mais recentes na linha de cozinha são o Arejador Filtro Spray Gourmet, de 2025, e a Torneira Elétrica e Filtro Água 2 em 1, de 2024, que seguem em alta tanto na procura em lojas físicas quanto digitais", diz.

Recomendações aos revendedores

"Os revendedores devem priorizar a exposição dos produtos próximos aos ambientes de cozinha, valorizando o design e utilizando materiais visuais que destaquem seus principais diferenciais, como filtragem, praticidade e alcance da bica. Durante a abordagem, é importante enfatizar os benefícios no dia a dia, como a água mais pura para consumo, a facilidade na lavagem de louças e alimentos e a economia de espaço proporcionada pela integração de funções em um único produto. Sempre que possível, a demonstração do funcionamento e a explicação de recursos como as três temperaturas, o sistema de filtragem e o giro de 360° ajudam o consumidor a compreender o valor agregado, tornando a decisão de compra mais assertiva."

Quais as expectativas para o mercado este ano?

"Sabemos que estamos em um cenário competitivo, o que exige foco constante em inovação e qualidade para atender a todos os tipos de consumidor. Também estamos atentos às mudanças de comportamento do consumidor, que hoje valoriza cada vez mais a funcionalidade, economia e sustentabilidade. Acreditamos que o fortalecimento das parcerias com os revendedores será fundamental para alcançar resultados positivos ao longo do ano."

TRAMONTINA



Felipe P. Lazzari, diretor da Tramontina, destaca dois lançamentos muito importantes para o primeiro semestre deste ano: a Cuba Morgana com dosador de sabão e válvula, que ainda acompanha um monocomando em aço inox, com ótimo custo-benefício; além da nova lixeira Clean Round Click 5 litros, um modelo de embutir com sistema de abertura click, garantindo ainda mais praticidade na operação, já que pode ser utilizada usando apenas uma das mãos (para abertura e fechamento).

Recomendações aos revendedores

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

Quais as expectativas para o mercado este ano?

"Para nós, este ano é sinônimo de oportunidade. O setor de construção continua sendo um dos principais motores da economia e estamos preparados para atender a essa demanda com um amplo portfólio e um olhar atento às necessidades da ponta, principalmente através de uma atenção próxima de nossa equipe ao lojista e serviço logístico de alto nível. Nossa meta é crescer acima da média do mercado, mantendo o compromisso com a excelência e estreitando ainda mais o laço com o canal de revenda, que é o centro do nosso negócio."



SHOWROOM • SHOWROOM • SHOWROOM •

ACQUABIOS

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



Os **purificadores com tecnologia UVC LED**, oferecem uma camada extra de proteção ao eliminar até 99,9% de bactérias e micro-organismos.

CELMAR

Atelier Celmar: setor exclusivo dentro da fábrica, dedicado ao desenvolvimento de projetos especiais, viabilizando soluções personalizadas e atendendo às demandas específicas de arquitetos e designers para transformar ideias únicas em realidade.







GHELPLUS

Mantas redutoras de ruído aplicadas na parte inferior externa de diversas cubas da marca. Essas mantas absorvem vibrações causadas pelo impacto de utensílios e suavizam o som da água corrente no inox.

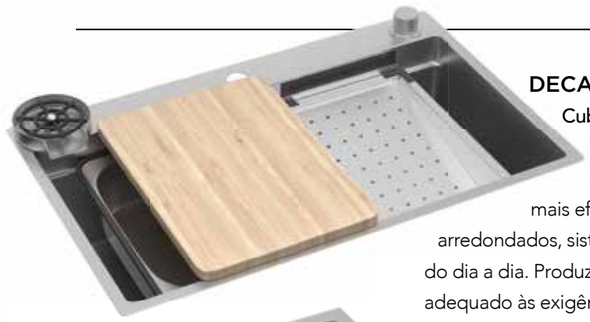


O **Sistema SEI** é uma solução patenteada desenvolvida pela GhelPlus que permite ao consumidor decidir, durante a obra, se a torneira será instalada na bancada ou na parede, mesmo em modelos de pias com furo original.



DE BACCO

Misturador Monocomando 400 De Bacco: possui extensor flexível que permite higienizar os cantos da cuba, canal ou demais utensílios.



DECA

Cuba Workstation traduz uma abordagem multifuncional, com uma área dedicada para lavar alimentos e outra para copos e garrafas, além de acessórios que organizam o preparo e tornam a rotina mais eficiente. O desenho prioriza ergonomia e fácil limpeza, com cantos arredondados, sistema antiumidade e manta antirruído, pensados para o uso intenso do dia a dia. Produzida em inox 304, material de alta resistência e durabilidade, adequado às exigências do uso diário na cozinha.



Cuba Farm Sink resgata o imaginário da cozinha americana ao assumir posição central no projeto, com frente aparente e design robusto que favorecem a integração entre preparo, lavagem e convivência. Produzida em inox 304, material de alta resistência e durabilidade, adequado às exigências do uso diário na cozinha.



Cozinha D.Coat Black Matte aprofunda a atuação da Deca em cores com alto desempenho ao levar o preto fosco para cubas, calhas e monocomandos por meio da tecnologia de cores Deca - D.Coat. A linha contempla cubas Suprema, calhas organizadoras, monocomandos Enjoy, Level, Spin e Deca Inside, todos disponíveis na versão Black Matte.



Lixeira Suprema, a linha em inox mais resistente do mercado, na versão com pedal e com sensor, sendo essa ainda mais tecnológica, com a liberação de ozônio para inibir a proliferação de microrganismos, garantindo mais higiene e bem-estar no dia a dia.





Acessórios Nomos, uma linha modular que permite diversas combinações em diferentes ambientes da casa.

HIDROFILTROS



Linha Multifacile, indicada para instalação sob pias e compatível com torneiras gourmet.

Purificar Facile, que alia design compacto e moderno à eficiência na filtragem.





GRUPO KRONA

Allure Mouve dialoga com um público que busca versatilidade e dinamismo no uso diário. Seu foco está na funcionalidade e na praticidade, oferecendo uma experiência fluida para rotinas intensas, onde otimizar tempo e movimentos faz diferença no dia a dia.



Allure Vitalité atende consumidores que priorizam conforto e bem-estar na cozinha. Com soluções pensadas para facilitar a rotina, a linha reforça a ideia de que tarefas simples — como lavar a louça ou preparar um café — podem se transformar em momentos de qualidade quando o produto trabalha a favor do usuário.

LORENZETTI



A **Torneira Loren Loft 1166 C82** oferece leveza no acionamento e praticidade no uso diário. Conta com bica móvel com giro de 360° e arejador articulável, que garante jato uniforme, reduz respingos e contribui para a economia de água. O acabamento cromado assegura resistência, durabilidade e fácil manutenção.



Monocomando Loren Loft Gourmet 2262 N82 conta com saída independente para água filtrada, eliminando a necessidade de um purificador adicional. Produzido em aço inoxidável, oferece bica móvel 360°, jato uniforme e altura adequada para cozinhas com armários superiores, sem comprometer a funcionalidade.



O **Monocomando Loren Loft 2257** é equipado com cartucho cerâmico de alta durabilidade, permitindo o ajuste da temperatura e a vazão de água em um único comando. Está disponível nos acabamentos Matte Black, Brushed Nickel e Rose Gold, ampliando as possibilidades de aplicação em diferentes projetos de cozinha.



Monocomando Loren Loft Inox 2263 I82 traz estilo industrial como inspiração e se destaca pela saída independente para água filtrada e pela construção em aço inoxidável de alta durabilidade. O modelo reúne ajuste de temperatura e vazão em um único comando, bica móvel 360° e jato uniforme, sendo uma solução versátil para diferentes propostas de cozinha.



MEBER

A **linha Biociclo** inclui arejadores, que misturam ar à água para proporcionar sensação de maior volume com menor consumo; redutores de vazão, que limitam a quantidade de água liberada; além de mecanismos temporizados ou automáticos, que controlam o tempo de abertura e evitam desperdícios.





MM GABINETES

Cozinha VIENA RIPADA é fabricada 100% em MDF, conta com portas e gavetas ripadas, corrediças telescópicas, dobradiças com amortecimento, porta condimentos e divisores de talheres em madeira e puxadores em perfil de alumínio com ponteiras de acabamento.

SINTEX

A **Torneira Elétrica com Filtro Água 2 em 1** oferece três opções de temperatura e é indicada para cozinhas que precisam de funcionalidade sem ocupar espaço extra, já que reúne duas funções em um único produto. O sistema de filtragem é responsável por eliminar impurezas, além de reduzir o gosto e o cheiro do cloro, tornando a água própria para consumo.





O **Arejador Filtro Spray Gourmet** foi desenvolvido para uso em cozinhas e se diferencia por contar com um sistema de filtragem composto por múltiplas camadas, garantindo água mais limpa.



TRAMONTINA

A **lixeira de embutir Clean Round Click 5L**, fabricada em aço inox AISI 304 com acabamento acetinado, destaca-se pela instalação Semi-Flush: a borda fica sutilmente sobreposta. Abertura apenas com um toque leve.





A **Cuba Tramontina Morgana 60 FX Undermount** é produzida inteiramente em aço inox AISI 304, possui acabamento escovado e dimensões de 69 x 49 cm. O combo conta com um monocomando em aço inox AISI 304, dosador de sabão e válvula modelo luxo de 4 ½" polegadas de diâmetro.

PERFLEX



A **linha Conic** traz o misturador monocomando com tecnologia e sofisticação, valorizando o ambiente e tornando o cenário gastronômico muito mais convidativo, seja para cozinhas do dia a dia, gourmet, varandas gourmet e churrasqueiras.



A **Strauss** é prática e com design funcional, com toque de requinte e conforto, além da sua bica móvel que garante facilidade essencial ao ambiente de cozinha.

A **Mozart** tem modelos de torneira para parede, mesa e monocomando. Seu design com formas leves e elegantes facilmente se adapta aos mais variados estilos de projetos com praticidade.

MUITO ALÉM DO DESEMPENHO



Dive In Brick da Castelatto

Os pisos e revestimentos têm se destacado pela diversidade, beleza e praticidade. Mas outra importante característica tem sido ressaltada pelos fabricantes: o bem-estar. Além de deixar os ambientes confortáveis, esses pisos e revestimentos também garantem conforto térmico, facilidade na aplicação e infinitas possibilidades de acabamento.

CASTELATTO

Helga Dias Junqueira, Gerente de Comunicação e Branding da Castelatto, destaca que a empresa tem lançamentos previstos para este ano. "O novo portfólio parte de uma leitura essencial da arquitetura e da relação entre matéria, forma e espaço. Sob o conceito Elementos, os lançamentos se organizam a partir de três pilares — forma, pigmento e textura — que orientam o desenho das superfícies e ampliam as possibilidades de aplicação dos revestimentos de concreto arquitetônico em projetos contemporâneos", diz.

Entre os produtos que a Castelatto destaca em seu portfólio estão soluções em concreto arquitetônico, como o brick **Fragmento**; a coleção **Matéria**, que inclui o novo brick **Matéria**, o **Mosaico Matéria** e o **Squadri Matéria**; o brick **Aera**; o sistema **Dive In**, com **Dive In Brick** e **Dive In Stick**; além de **Vero Ripato**, o novo **Brick Etrusco**, a coleção **Apparente** com o pigmento Fendi, a evolução da linha **Ruína** e o lançamento **Roccia Organic**.

Fragmento é um brick que traduz a pesquisa da marca sobre sustentabilidade ao reintegrar materiais do próprio processo produtivo ao corpo do concreto, transformando insumos reaproveitados em superfície de valor estético. No formato 20 x 6 cm, 1 cm de espessura e efeito dupla face, cada peça apresenta fragmentos aparentes sobre uma base de tonalidade natural, resultando em um produto visualmente leve, de forte caráter autoral e único.

A coleção Matéria é desenvolvida a partir da incorporação de fragmentos cerâmicos provenientes do processo industrial da Deca ao concreto arquitetônico. Esses elementos ficam visíveis e distribuídos de forma orgânica, criando uma estética marcada e contemporânea. Depois do sucesso do 3,5 x 7,5 x 3 cm, o brick Matéria retorna no formato 30 x 7,5 x 2,5 cm, disponível em seis cores, permitindo composições livres e aplicações diversas.

Aera é um brick criado a partir de um traço especial de concreto que reduz o peso das peças em 15% em relação aos traços tradicionais. Mantém o formato 20 x 6 cm e 1 cm de espessura, aliando menor densidade a uma superfície visualmente mais aerada, marcada por microvazios que acrescentam textura e profundidade, além de facilitar transporte, manuseio e assentamento.

Dive In, pensado para o plano vertical, explora encaixes precisos, variações de relevo e volumetria. Inclui o Dive In Brick, no formato 30 x 7,5 x 3 cm, e o Dive In Stick, em 27 x 4,5 x 3 cm, ambos disponíveis na textura Etrusco e em dez cores. Com desenho geométrico e presença tridimensional, permite diferentes paginações e cria jogos de luz e sombra que se transformam conforme o ponto de vista e a incidência da iluminação.







Destaques da Castelatto: Fragmento e Aera (ao alto), Apparente, Vero Ripato e Etrusco (acima)

Vero Ripato retoma o desenho do ripado em painéis de 100 x 50 cm, com volumetria acentuada e textura Etrusco, reforçando a leitura tridimensional do concreto no espaço.

Brick Etrusco aposta em formatos menores e versáteis, como o 10 x 3,5 cm, inclusive em versões teladas. O acabamento de aspecto desgastado reforça a leitura artesanal do material e amplia as possibilidades de aplicação, inclusive em superfícies curvas.

Recomendações aos revendedores

"Apresentar o concreto arquitetônico de forma aplicada é fundamental para o cliente entender o valor do produto além da estética. Sempre que possível, vale explorar painéis montados, amostras em escala adequada e composições que evidenciem relevo, textura e paginação. A iluminação direcionada e a possibilidade de toque são diferenciais importantes para evidenciar a profundidade e o comportamento da luz sobre o material."

Quais as expectativas para o mercado este ano?

"A Castelatto percebe um mercado mais atento à qualidade do projeto e ao valor de permanência dos produtos. Há um interesse crescente por soluções que vão além do revestimento, como elementos volumétricos e superfícies que dialogam com luz, relevo e espaço. Tendências como a busca por texturas e acabamentos com leitura sensorial mais refinada devem ganhar força, acompanhando um consumidor e um especificador mais criteriosos, que valorizam desempenho e identidade. Para o varejo, isso se traduz em oportunidades para trabalhar linhas com maior valor agregado, que dialoguem com projetos personalizados e com um consumidor mais consciente sobre uso, durabilidade e estética no longo prazo."



DURAFLOOR

Patrícia Cisternas, Gerente de Marketing da Durafloor, destaca o lançamento da coleção **Essencialmente Confortável**, que traz o piso como o alicerce do bem-estar. "O grande destaque é o Freijó Imperial (**Linha Studio**), que viabiliza o conceito de Total Look ao permitir a integração exata com o MDF Duratex de mesmo padrão, uma demanda crescente dos consumidores. Apresentamos também o Oásis (**Linha Unique**), com a tecnologia Ultra (resistência à água por até 72 horas), ideal para ambientes de uso intenso. Além disso, reorganizamos nosso portfólio de vinílicos (LVT) nas **linhas Inova e Art**, simplificando a jornada de compra e oferecendo soluções de alta performance para projetos comerciais e residenciais."

Recomendações aos revendedores

"A recomendação estratégica para o PDV é enfatizar a agilidade da reforma. No caso dos laminados, é fundamental demonstrar que sua instalação não demanda quebra/quebra, a facilidade do sistema de encaixe por clique, que dispensa argamassa e permite o uso imediato do ambiente — um argumento de venda forte para o consumidor final. Para padrões como o Freijó Imperial, sugerimos ambientações que mostrem a continuidade visual entre piso e móvel (Total Look). Já para os vinílicos, a dica é permitir que o cliente sinta a textura do material, destacando os benefícios de limpeza, as propriedades bactericidas, o conforto acústico e a segurança, que são prioridades nas decisões de compra atuais."

Quais as expectativas para o mercado este ano?

"Estamos otimistas, pois o consumidor prioriza cada vez mais investimentos em marcas confiáveis, produtos que tragam conforto imediato, durabilidade e garantia simplificada. A Durafloor se posiciona como a marca que oferece a melhor relação entre desempenho técnico e facilidade na obra. Com a coleção 2026, entregamos uma proposta extremamente assertiva: pisos que acompanham o ritmo da vida real, simplificam a execução da obra e elevam o valor percebido do imóvel. Nosso compromisso com a revenda é garantir produtos de alto giro, sustentados por uma marca que é sinônimo de confiança e inovação no Brasil."

DURATEX

Patrícia Cisternas, que também é Gerente de Marketing da Duratex, explica que a marca apresenta a Coleção Recanto, estruturada em dois pilares de alta conversão para o varejo. "O primeiro é a categoria 'Lâminas Naturais', na qual apresentamos a Timborana Silvestre — um padrão inédito e exclusivo que traz a naturalidade da madeira nativa amazônica para o painel industrial com um realismo sem precedentes — e o Carvalho Brun, que atende à crescente demanda por sofisticação clássica e atemporal. Complementando o portfólio, lançamos novos unicolores tendência: o Bege Papiro, o Marrom Retrô e o Hibisco. Essas cores dialogam com o design contemporâneo e a naturalidade dos ambientes."



Linha Inova da Durafloor

Recomendações aos revendedores

"O grande diferencial dos padrões da categoria Lâminas Naturais é a tecnologia de brilho luminoso, que mimetiza com perfeição o movimento da luz sobre a madeira real. Para o revendedor potencializar esse atributo no ponto de venda, a recomendação estratégica é priorizar uma iluminação focada sobre as amostras de Timborana Silvestre e Carvalho Brun. Quando o cliente percebe o jogo de luz no padrão, a percepção de valor aumenta imediatamente. Sempre que possível, sugerimos expor os painéis em áreas de destaque e em módulos aplicados, permitindo o toque e a visualização em escala real de uso, para que a textura, o brilho e a aplicação prática atuem juntos como argumentos de venda silenciosos, mas extremamente eficazes, elevando a percepção de valor do produto e facilitando a decisão de compra."

Quais as expectativas para o mercado este ano?

"Estamos otimistas com as oportunidades que o cenário de 2026 nos apresenta. Entendemos que o consumidor está mais criterioso, buscando produtos que contemplem a singularidade do nosso país e conciliem identidade brasileira, apelo emocional e performance técnica ao mesmo tempo. Por isso, entregamos ao mercado uma coleção assertiva, fruto de uma curadoria que antecipa tendências globais de comportamento — como a busca por refúgio, calma e conexão com o natural — e as traduz para a realidade do varejo nacional. A Duratex segue firme em seu papel de pioneira, oferecendo ao revendedor não apenas portfólio, mas relevância e inovação. Estamos prontos para um ano de crescimento sólido, apoiando nossos parceiros com produtos que possuem alto potencial de giro no ponto de venda e forte apelo emocional."

EUCATEX

A Eucatex chega a 2026, ano em que completa 75 anos, com um portfólio ampliado e estratégico, a ser apresentado na Expo Revestir, que contempla lançamentos tanto em revestimentos de paredes quanto em pisos laminados. "O destaque é a nova **linha de Painéis Decorativos**, organizada em seis coleções autorais, além da chegada do acabamento **Poro Supermatt**, exclusivo da Eucatex nas Américas, à Eucafloor, por meio do lançamento da linha de pisos laminados **Natura Matt**. O portfólio é complementado por novos padrões em linhas já consolidadas de pisos laminados, que já chegam ao mercado com tecnologia Acqua Resist", apresenta Adriana Zikan, Gerente de Produtos de Construção Civil da Eucatex.



"Além das novas linhas de produtos, estamos também reforçando algumas linhas que já são referência no mercado, como os pisos laminados **Gran Elegance**, **Max Elegance** e **Square**, que recebem novos padrões (Mármore Imperador e Pietra Serena; Freijó Brasil e Nogueira Terracota; e Pietra Serena, respectivamente). Também merecem destaque os painéis decorativos coordenados com os padrões de MDF da marca, que ampliam as possibilidades de aplicação em projetos integrados", reforça Andréa Krause, consultora de Marketing e Inovação do segmento Indústria Moveleira e Revenda Madeireira.



Nos Painéis Decorativos, a Eucatex aposta em soluções técnicas que combinam design autoral, desempenho e versatilidade de aplicação. As seis coleções (**Ripado em Barras**, **Ritmo**, **Shiplap**, **Brisa**, **Lambri** e **Frisado**) são produzidas com substrato RU (Resistente à Umidade), o que eleva a durabilidade e amplia as possibilidades de uso em diferentes ambientes. O sistema de encaixe facilita a instalação e permite paginações variadas, como vertical, horizontal ou em escama de peixe, além de aplicações em meia parede, portas mimetizadas, mobiliário e superfícies curvas.

Entre os diferenciais estão o conforto acústico proporcionado pela volumetria das réguas, os acabamentos menos reflexivos (como o BP Poro Supermatt) e a coordenação estética com o portfólio de MDF da marca, garantindo unidade visual entre paredes, marcenaria e demais elementos arquitetônicos. As paletas neutras e biofílicas, aliadas à exploração de luz e sombra, reforçam o conceito de design sensorial e ampliam a liberdade criativa dos profissionais, com alto padrão de acabamento e integração técnica ao projeto.



No piso, laminado Natura Matt Cumaru Nativo e na parede, Ripado Freijo Ambar.

Shipla: uma das linhas de painéis decorativos da Eucatex

Nos pisos laminados, a linha Natura Matt incorpora ao universo Eucafloor o acabamento Poro Supermatt, de uma das linhas mais celebradas de MDFs da Eucatex. Com seis novos padrões, que também são diretamente referenciados ao portfólio de MDF (Carvalho Brasileiro, Cumaru Nativo, Imbuia Caiapó, Itaparica, Louro Freijó e Tauari Amazônia), a novidade exalta a matéria-prima do laminado com o acabamento proporcionado pela tecnologia Wood Touch, exclusiva da Eucatex nas Américas, que reduz o brilho e valoriza a textura da madeira, aproximando o visual do laminado ao de uma lâmina natural. Já a tecnologia Acqua Resist atua na impermeabilização das juntas das réguas, ampliando a resistência à água dos pisos laminados e permitindo a aplicação em ambientes como cozinhas e lavabos.

Como diferenciais técnicos, os pisos mantêm atributos como conforto térmico, proteção antibacteriana, facilidade de instalação e uso do HPP, núcleo de alta densidade produzido a partir de madeira de eucalipto reflorestado, com processos industriais sustentáveis, uso de energia solar e redução das emissões de carbono. É um produto de alto valor agregado, oferecendo qualidade e acabamentos muito superiores à média do mercado.



Recomendações aos revendedores

"A recomendação é trabalhar o portfólio de forma integrada, valorizando a coordenação entre pisos, painéis para o mobiliário e revestimentos de parede. O uso de moodboards, ambientes inspiracionais e combinações guiadas por tendências facilita a decisão do consumidor final e evidencia o valor estético e técnico dos produtos. Também é importante destacar, de forma clara no ponto de venda, atributos como resistência à água, durabilidade, sustentabilidade e versatilidade de aplicação", diz Andréa Krause, consultora de Marketing e Inovação do segmento Indústria Moveleira e Revenda Madeireira.

Quais as expectativas para o mercado este ano?

"A expectativa é de um mercado mais atento à qualidade, durabilidade e sustentabilidade, com consumidores e especificadores buscando soluções que aliem estética, desempenho técnico e responsabilidade ambiental. Tendências ligadas à valorização da materialida-

de, da madeira e das superfícies sensoriais devem ganhar ainda mais força, assim como produtos que ampliem possibilidades de uso em diferentes ambientes. É por essa visão que orientamos o nosso portfólio e os nossos lançamentos, com o objetivo de oferecer aos consumidores soluções alinhadas às demandas atuais e preparadas para os próximos anos", informa Adriana Zikan, Gerente de Produtos de Construção Civil da Eucatex.



GRUPO LAMOSA

Christie Silva Schulka, Marketing Manager do Grupo LAMOSA no Brasil, informa que para as duas marcas do Grupo LAMOSA no Brasil estão previstos lançamentos.

"Para este ano, a Roca Cerâmica revela suas criações dentro de um portfólio que ressalta tons e texturas que acolhem, buscando transformar a casa em um refúgio, com materiais de aparência mais natural, onde há o desejo do orgânico, do real e do toque humano."

Alguns dos destaques que serão lançados:



Série Boulevard: sucesso de vendas no SuperFormatos, em 2026 a série ganha novas versões em dimensões menores. Inspirada nas rochas da província de Castellón, na Espanha, a série estrela os pequenos formatos neste ano.



Série Navona: inspirada no clássico mármore Travertino, a série combina tradição e sofisticação com estética atemporal. O mármore italiano, reverenciado há milhares de anos, transita entre diversos estilos, do clássico ao contemporâneo, sendo a escolha perfeita para projetos atemporais e longevos.



Série Ceppo di Gre: outra linha consagrada no portfólio da Roca Cerâmica, a série que faz parte dos SuperFormatos ganha uma nova opção de cor: o bege, suave e acolhedora, que amplia as possibilidades de combinação com madeiras, tons terrosos e paletas neutras contemporâneas.

Série Concrete: a série traz uma leitura contemporânea do concreto aparente, unindo estética urbana à



praticidade dos porcelanatos. Destaque entre as mais bem-sucedidas linhas da Roca Cerâmica, o revestimento sai do universo dos SuperFormatos com novas versões de formato e acabamentos para as três tonalidades da série: Greige, Gray e Off-White.

"A Incepa começa 2026 com o questionamento: o que é essencial? Prestes a completar 75 anos (em 2027), a marca entende que ninguém precisa escolher entre muito ou pouco quando pode escolher o que é essencial, mostrando que todo o seu portfólio inclui opções seguras com formatos e acabamentos que melhor se adequam ao projeto de arquitetura", explica Christie.

Destaques:

Série Assoalho: traz o charme da madeira para o porcelanato, unindo a beleza ao desempenho técnico, ideal para áreas internas residenciais ou comerciais onde há tráfego intenso de pessoas. Inspirada nas tradicionais tábuas corridas, a coleção valoriza as texturas naturais levemente marcadas com toque acetinado e uma variação de tonalidade sofisticada e discreta.



Recomendações aos revendedores

"Se a loja possuir showroom de uma das marcas, é recomendado que a loja 'respeite o espaço' e a identidade de cada uma delas. Por exemplo: não expor produtos Incepa no showroom da Roca Cerâmica e vice-versa.

Além disso, o showroom deve seguir a padronização proposta pela empresa, desde o cuidado com o espaço (layout) e materiais (cadeiras, mesa de especificação etc.), que foi projetado, até as comunicações visuais, por exemplo: testeira e etiqueta. Fora o espaço físico, um ponto bem importante no momento de apresentação de produto é também reforçar os diferenciais e tecnologias desenvolvidos pelas marcas."

Quais as expectativas para o mercado este ano?

"As marcas do Grupo LAMOSA no Brasil encerraram 2025 com avanços significativos em volume de vendas, faturamento e participação de mercado. As perspectivas para o próximo período são otimistas, refletindo com confiança as estratégias de longo prazo que a empresa vem implementando nos últimos anos."

TARKETT



Anna Castro, Gerente de Marketing da Tarkett Brasil, informa que a empresa tem lançamentos programados para este ano.

"Entre os destaques já apresentados ao mercado neste primeiro trimestre, temos o **iD Square**, uma nova coleção de pisos LVT autoportantes voltada para ambientes corporativos com alto tráfego. Também tivemos uma importante atualização na **Coleção Desert** da linha de carpetes **Desso**, que passa a ser produzida integralmente com um novo tipo de base, que confirma o nosso compromisso com a sustentabilidade: a nossa base EcoBase."

E enaltece os diferenciais: "A iD Square é a mais nova coleção do nosso mix de LVTs autoportantes para aplicação sobre piso elevado, especialmente em projetos corporativos, sem a necessidade de adesivos permanentes. A coleção conta com 10 cores em 4 padrões de design e 2 formatos (placas e réguas). Um de seus principais diferenciais é a compatibilidade com os nossos carpetes da linha Desso, o que possibilita transições suaves entre pisos, sem o uso de perfis metálicos. Em termos de desempenho, destaco a absorção do som



Carpete da linha Desso, coleção Desert e o piso iD Square: destaques da Tarkett



ao impacto de 17 dB, contribuindo diretamente para o conforto, concentração e bem-estar das pessoas nestes ambientes. Também destaco a tecnologia de proteção de superfície, Tektanium, uma exclusividade Tarkett, que garante alta resistência a riscos, manchas e arranhões, além de facilitar a manutenção. Sobre a adição da EcoBase nos carpetes Desso Desert, é uma base que permite a reciclagem integral tanto da base quanto do fio. Além disso, possui certificação Cradle to Cradle® nível Silver, contribuindo diretamente para projetos que valorizam escolhas responsáveis. Outro destaque é sua baixíssima pegada de carbono circular: apenas 1,80 kg CO_2/m^2, complementando toda a qualidade, durabilidade e estética que a linha Desso Desert entrega."

Recomendações aos revendedores

"Além de apresentar os benefícios que só um piso vinílico pode oferecer (instalação rápida, limpeza descomplicada, conforto térmico e excelente acústica, para citar os principais), a Tarkett é uma empresa que existe há mais de 140 anos, com presença no mercado global e uma forte orientação à inovação. Isso nos permite oferecer tecnologias que fazem da Tarkett uma líder de mercado e uma referência dentro do setor. Entre os destaques tecnológicos, temos a iQ, que permite que os pisos vinílicos dessa linha sejam totalmente recuperados, através do 'dry-buffing', e temos a Extreme Protection, tornando nossos pisos mais resistentes e mais fáceis de limpar do que pisos vinílicos convencionais. Além disso, vale ressaltar que somos a única empresa do setor a ter um programa de logística reversa (ReStart), onde sobras de pisos são coletadas para reciclagem na nossa fábrica. Vale ressaltar que contamos com um time de especificação que apoia nossas revendas e assistência técnica local."

Quais as expectativas para o mercado este ano?

"Diante de um cenário macro mais instável e incerto, o consumidor tende a ser ainda mais criterioso em sua jornada de compra, reunindo o maior número possível de informações e comparativos para se certificar de que está fazendo um bom negócio. O preço sempre será um fator, mas que sozinho não se sustentará. É preciso entregar o que promete dentro do que as normas exigem e, neste aspecto, acreditamos que a experiência e a reputação mundial da Tarkett nos colocam em uma boa posição."

EUROCEL® Fitas Adesivas
Tecnologia Italiana
Tradição em Qualidade
Veramente premium.

PARA A EUROCEL,
SUA CONFIANÇA É TOP

TOP OF MIND Revenda Construção

A linha Eurocel é assim: Produtos Premium, que você revende tranquilo, para o cliente que procura o melhor.

Por que você sabe, para chegar ao topo, é preciso ter as parcerias e os produtos certos.

Para a **categoria** **Fita Crepe** no **TOP OF MIND**

Vote na Eurocel!



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

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

@Eurocel

ACERTANDO O RUMO

Com os investimentos em design e tecnologia, as indústrias fabricantes de cortadores de revestimentos cerâmicos desenvolvem produtos para auxiliar o profissional a realizar um trabalho perfeito para o assentamento dos pisos.

CORTAG



Leandro Pizetta, CEO da Cortag, diz que 2025 foi um ano de muito trabalho em toda a Cortag, focada não só no desenvolvimento de novos projetos, como também na consolidação e crescimento das vendas para algumas das principais linhas de cortadores, como a MEGA, a SUPER e a ZAPP de cortadores elétricos.

"Foi também em 2025 que a **linha de cortadores manuais PRIME** se solidificou no mercado como uma solução inovadora para quem escolhe uma opção mais leve, de altíssima precisão e com apoios laterais que auxiliam no corte de peças maiores. 2026, por sua vez, será um ano repleto de lançamentos em diversos segmentos de atuação da Cortag e, em termos de cortadores de revestimentos cerâmicos, chega ao mercado a **Linha Hi-Tech,** solução com a confiabilidade da marca líder. Cortadores com guia única reforçada, que se destacam por sua robustez e estabilidade, capazes de tornar os cortes que exigem maior refinamento em tarefas simples, com muita precisão. A base em alumínio extrusado garante leveza e facilidade no manuseio, enquanto seu design melhora a visibilidade do profissional, garantindo maior controle a cada peça", explica.

Destaques

A nova linha de cortadores Hi-Tech para pisos e revestimentos chega com uma grande quantidade de diferenciais competitivos que merecem destaque. Com guia única e sistema de separação totalmente desenvolvido e patenteado pela Cortag, conta com carro guia equipado com 12 rolamentos que impedem seu travamento e proporcionam melhora acentuada na visibilidade do rodel rolamentado. Ideal para cortes de peças com até 15 mm de espessura e com força de separação de mais de uma tonelada, sua potência garante um corte de qualidade sem quebras. A base é de alumínio extrusado, leve, resistente e com três pontos de apoio que reduzem a flexibilidade durante o uso e facilitam o seu manuseio. Com canais de ajuste de acessórios, suporte de roda e alça para transporte, dispõe ainda de espuma de absorção com camada flexível e emborrachada que aumenta a resistência à abrasão.



Cortador Hi-Tech e Cortador Infinity Plus, destaques da Cortag

Grandes formatos

Pizetta destaca que os cortadores e acessórios para revestimentos cerâmicos e porcelanatos de grandes formatos já são uma realidade consolidada em nosso mercado e, atento a isso, a Cortag é pioneira no desenvolvimento de uma linha completa de produtos para esse segmento. "Como novidade mais recente em nosso portfólio, destacamos o Infinity Plus, equipado com uma estrutura que permite o corte preciso, rápido e com conforto. O carro guia em alumínio possui três rolamentos que garantem estabilidade e fluidez para o dia a dia de trabalho do assentador, em uma solução que dispõe de oito ventosas indicadas para as mais variadas superfícies".

Recomendações aos revendedores

"Os produtos Cortag, de forma geral, são pensados para satisfazer o cliente final, gerando confiança e fidelidade. Por isso, ao destacar os diferenciais das nossas soluções, orientamos esses profissionais a enfatizarem a efetividade que nossos produtos podem dar às obras, agregando produtividade, agilidade na execução de diversas tarefas, garantia de funcionamento pleno com assistência técnica eficiente e contribuição no resultado estético das atividades em função da precisão que proporcionam. Dedicamos especial atenção também à qualidade das matérias-primas e materiais utilizados na fabricação dos produtos, pois este cuidado contribui decisivamente para uma melhor performance por mais tempo, permitindo a quem escolhe Cortag um excelente custo-benefício".

O que esperar do mercado em 2026?

"A trajetória da Cortag tem sido de crescimento constante ao longo dos últimos anos. Graças à nossa capacidade de inovar, estando atentos a novas oportunidades tecnológicas e aos avanços de toda a cadeia produtiva na qual estamos envolvidos, expandindo nossas fronteiras de negócios e consolidar ainda mais a marca. Para 2026, a perspectiva é seguir nesse caminho de investimentos estruturais inteligentes, que potencializem nossa capacidade de criar e produzir para atender às novas demandas. Vamos manter uma agenda ativa de lançamentos, priorizando sempre a inovação e qualidade que caracterizam nossas soluções. Trabalhamos também com boa perspectiva para a continuidade da nossa expansão internacional, aumentando o número de países em que comercializamos diretamente e fortalecendo o trabalho que já realizamos com nossas sedes operacionais nos Estados Unidos, Espanha, Peru, Emirados Árabes e China".

STARRETT

Antônio Alberto D'Angelo, Gerente Internacional de Marketing da Starrett, destaca que 2026 marca um forte ciclo de lançamentos de produtos da Starrett. "Em janeiro, apresentamos ao mercado as Trenas a Laser da linha Exact, e outras novidades chegarão ao longo dos primeiros meses, como as lâminas de poda para serra sabre e uma linha completa de lâminas para máquinas multifuncionais oscilantes, produtos já lançados na Europa no início do ano. Em breve, lançaremos mais uma funcionalidade em nosso aplicativo StarrettCalc, incorporando a ele a possibilidade de indicação dos melhores parâmetros de corte para as **serras copo Starrett**, facilitando ao usuário a escolha da ferramenta correta e proporcionando o melhor resultado de corte. Esses lançamentos poderão ser conferidos nos principais eventos do setor, como a Feicon e a Mercoagro, reforçando nossa atuação e liderança no mercado", diz.

Recomendações aos revendedores

"Para garantir uma excelente apresentação dos produtos Starrett no ponto de venda, recomenda-se que





Disco diamantado de desbaste Starrett

os revendedores priorizem uma exposição estratégica, posicionando os itens em locais de fácil acesso e alta visibilidade. Displays personalizados por linha, além de opções com mix variado, contribuem para uma experiência de compra mais atrativa. O uso de materiais de PDV, como wobblers, stoppers, réguas de gôndola, clips strips, testeiras e triedros, é essencial para destacar os produtos em um ambiente altamente competitivo. Também é importante evidenciar os diferenciais da marca por meio de etiquetas informativas e materiais de apoio, facilitando a tomada de decisão do consumidor. Outro ponto fundamental é o treinamento da equipe de vendas: vendedores bem preparados transmitem segurança e orientam o cliente na escolha da solução ideal. Para apoiar esse processo, a Starrett conta com uma equipe de promotores de vendas e merchandising que auxilia os revendedores no dia a dia, promovendo ações que conectam a marca ao consumidor final e fortalecem tanto o sell-out quanto o conhecimento técnico sobre os produtos".

Quais as expectativas para o mercado este ano?

"Finalizamos o ano de 2025 com um forte crescimento. Foi um ano marcado pela reorganização e grandes desafios em nossa cadeia logística, que foram difíceis, mas estão superados. Para o ano de 2026, com o nosso nível de serviço reestabelecido, estamos prontos para acelerar mais do que nunca e esperamos novamente um crescimento de dois dígitos. O mercado, por sua vez, traz um calendário com grandes desafios (grande número de feriados, Copa do Mundo, eleições), mas isso só nos acrescenta energia e combustível para, mais uma vez, contornarmos os desafios e realizarmos um grande ano, seja na Starrett, seja em todo o mercado e, especialmente, com nossos clientes. Para apoiar os nossos mercados, contamos este ano com um programa extenso de lançamentos, o retorno à FEICON após alguns anos de ausência e diversas atividades Brasil afora para mantermos a marca Starrett em evidência, e chegarmos ao fim de 2026 com o sentimento de que foi outro ano de muito trabalho, mas de grandes realizações".

THOMPSON

Em 2026, a Thompson celebra 30 anos de atuação no mercado brasileiro, consolidando uma trajetória marcada por crescimento consistente, proximidade com clientes e evolução constante do portfólio. Ao longo dessas três décadas, a empresa ampliou sua presença nacional e hoje também atua nas categorias automotiva e jardinagem, além de outras frentes complementares, sempre alinhada às demandas do mercado brasileiro.



Renato Biaze, Diretor Comercial da empresa, informa que o portfólio da empresa tem mais de 1.000 produtos, "e a Thompson se destaca por oferecer uma ampla oferta de soluções, atendendo desde o pequeno varejo até grandes distribuidores em todo o território nacional. A empresa está presente em 16 dos 20 maiores atacados distribuidores do Brasil, e neste ano estamos ampliando nossos canais de venda e investindo no processo de digitalização, fortalecendo ainda mais nossa conexão com clientes e parceiros".

Ele destaca qualidade, preço justo, confiança e proximidade como os quatro pilares que constroem a reputação da empresa.

"Um dos grandes diferenciais da marca é oferecer 1 ano de garantia, um compromisso que atesta a qualidade e reforça a segurança para o lojista e para o consumidor final. Essa consistência é reconhecida anualmente pelo mercado, com destaque nas premiações Top of Mind, onde categorias como cortadores de piso, trenas, discos e brocas figuram entre as mais lembradas do Brasil. Entendemos que chegar aos 30 anos exige mais do que portfólio amplo, exige aprovação contínua dos consumidores e um trabalho próximo e transparente junto aos clientes e parceiros comerciais. É essa relação de confiança que sustenta o crescimento constante da empresa".

Acrescenta que "os cortadores de piso também refletem bem nossa estratégia: qualidade comprovada, preço justo e reconhecimento constante no Top of Mind Revenda. A linha atende desde o hobbista até o profissional da construção civil, com modelos Premium, Mac Profissional e Hobby, desenvolvidos para garantir cortes precisos em pisos cerâmicos e porcelanatos, com acabamento limpo e eficiente.

Entre os principais diferenciais estão a estrutura reforçada, guias em aço que proporcionam maior estabilidade, rodel em aço tungstênio para cortes sem rebarbas e sistema deslizante que assegura firmeza e precisão na separação.

São produtos com excelente aceitação em todo o território nacional, que traduzem nossos 30 anos de evolução, parceria com o varejo e compromisso com qualidade validada pelo mercado, sempre com 1 ano de garantia", finaliza.





O TOQUE INICIAL

O resultado final de uma obra pode ser excelente ou bom, dependendo do material de acabamento utilizado. Por isso, invista em produtos que farão o resultado ser sempre excelente.

BOSTIK

"Na Bostik, seguimos um processo estruturado para a introdução de novos produtos, apoiado em estudos técnicos, análises internas e pesquisas de mercado, garantindo que cada inovação esteja alinhada às necessidades dos profissionais e consumidores, além das principais megatendências de mercado. A FEICON 2026 será nossa principal plataforma para apresentar essas novidades ao mercado, reforçando a força e a relevância da feira para o setor da construção e da indústria no Brasil. Convido a todos a visitarem nosso estande, conhecer nossas soluções e interagir com nossos especialistas", informa Daniel Sanchez, Diretor de Negócios da Bostik C&C Latam.



Acrescenta que a Bostik, por meio de sua linha de produtos Fortaleza, possui um portfólio focado em soluções para a construção civil, com destaque para colagem, vedação, assentamento e acabamento, oferecendo produtos de alta performance e eficiência.

"Um dos novos destaques é o Rejunte Piscinas, lançado na FEICON 2025. O rejunte foi desenvolvido especialmente para áreas permanentemente submersas e ambientes expostos a agentes químicos. Temos também o ZAPT, nosso renovador de rejuntes, que terá mudanças importantes neste ano. Esses produtos refletem o posicionamento da Bostik em oferecer soluções práticas, confiáveis e alinhadas às demandas do mercado brasileiro, com o suporte da expertise global do Grupo Arkema", diz Daniel.

Recomendações aos revendedores

"Um ponto fundamental a considerar é que os clientes estão cada vez mais informados e adotam processos de tomada de decisão mais estruturados. A escolha de um produto não se baseia apenas em preço e apelo visual, mas em uma avaliação de diferentes critérios, como desempenho técnico, conformidade normativa e confiabilidade da marca.

Nesse contexto, a Bostik posiciona seu portfólio com foco em custo-benefício, combinando altos padrões de qualidade, certificações relevantes e desempenho técnico consistente, mantendo uma estrutura de preços competitiva para o mercado.

Portanto, os revendedores podem apresentar os produtos Bostik de forma mais eficaz ao destacar os atributos que realmente importam para profissionais da construção e consumidores finais: desempenho confiável, proteção duradoura e sustentabilidade.

A Bostik também disponibiliza materiais de ponto de venda para apoiar a demonstração de uso e a comunicação dos diferenciais dos produtos. Materiais explicativos, displays e sinalização no PDV são ferramentas importantes para mostrar, por exemplo, como o ZAPT facilita reformas rápidas e acessíveis, sem necessidade de mão de obra especializada, e como o Rejunte Piscinas entrega desempenho superior em ambientes críticos, como piscinas e áreas molhadas."

Quais as expectativas para o mercado este ano?

"Mesmo em um cenário global e local relevante e em constante transformação, nossas expectativas para o mercado são de estabilidade e resiliência. Acreditamos que o setor da construção e de materiais especiais seguirá apresentando oportunidades, impulsionado pela demanda por soluções de qualidade, inovação e sustentabilidade. A Bostik mantém uma visão confiante e de longo prazo para o mercado brasileiro, reforçando seu compromisso com lançamentos, inovação e suporte aos parceiros e clientes."

GRUPO SOPREMA

Leandro Melo, Diretor Comercial de Mercado e Varejo do Grupo Soprema, destaca o Denvertec 100, que é uma argamassa impermeabilizante composta por cimentos especiais, aditivos e polímero acrílico, que, juntos, formam um revestimento com excelentes propriedades impermeabilizantes. "É um material muito versátil, que pode ser aplicado em diversas situações, sendo ideal para a impermeabilização de banheiros, cozinhas, rodapés com umidade, lavanderias, paredes internas e externas, baldrames, cortinas, piscinas, tanques e reservatórios de água enterrados em concreto – conferindo a essas áreas impermeabilidade e maior durabilidade às construções", explica.



O Denvertec 100 é um produto pré-dosado, chegando à obra pronto para uso, garantindo a perfeita mistura de seus componentes líquido e pó. Destaca-se como a única argamassa polimérica do mercado nacional certificada pelo IBELQ (Instituto Beltrame da Qualidade, Pesquisa e Certificação) dentro do programa PQ-IBI, coordenado pelo Instituto Brasileiro de Impermeabilização, que atende aos requisitos da norma brasileira ABNT NBR 11905 - Argamassa polimérica industrializada para impermeabilização. Isso reforça o compromisso da Soprema em fornecer ao mercado as melhores soluções de impermeabilização e total confiabilidade, tanto para o revendedor quanto para os usuários.

Recomendações aos revendedores

"Além dos espaços tradicionalmente destinados a argamassas e impermeabilizantes, uma estratégia eficiente no ponto de venda é integrar esses produtos a outras áreas do varejo. A exposição conjunta ajuda o consumidor a compreender melhor a função de cada material dentro do sistema construtivo.

Produtos como aditivos para argamassa podem ser posicionados próximos ao cimento, à areia e às próprias argamassas, facilitando a associação entre preparo correto, desempenho e durabilidade. Da mesma forma, soluções voltadas à impermeabilização podem estar próximas a pisos e revestimentos, reforçando a importância de proteger áreas molhadas e molháveis antes da aplicação do acabamento.

Esse tipo de organização, aliado a materiais explicativos simples, demonstrações visuais e orientação do balconista, contribui para educar o consumidor sobre o uso adequado das argamassas e seus complementos, reduzindo erros de aplicação e ampliando as possibilidades de venda integrada no ponto de venda."

Quais as expectativas para o mercado este ano?

"As expectativas para o mercado neste ano são positivas, com manutenção do ritmo de atividades na construção civil. O setor segue movimentado tanto por novas obras quanto por reformas, o que sustenta a demanda por materiais e soluções técnicas. Também se observa uma atenção maior à qualidade e ao desempenho dos produtos utilizados, especialmente em sistemas que impactam a durabilidade das edificações."

DRYKO

Fábio Silva, Gerente de Marketing e Trade Marketing da Dryko, informa que estão previstos mais de cinco lançamentos ao longo do primeiro semestre deste ano, reforçando a estratégia de crescimento, inovação e ampliação de portfólio da empresa. "Parte dessas novidades será apresentada oficialmente na FEICON 2026, mas serão de muito impacto no mercado", diz.

Recomendações aos revendedores

"Importante: revendedores e lojistas precisam ter cada vez mais certeza de que a DRYKO não é commodity. É solução técnica, traz rentabilidade e gera valor ao consumidor final."

Quais as expectativas para o mercado este ano?

"Nossa perspectiva é a melhor possível, mesmo com todos os obstáculos e desafios que sabemos que iremos enfrentar. Nós não abriremos mão de seguir com nosso plano de profissionalizar cada vez mais os processos, para chegarmos ao objetivo de dobrar de tamanho nos próximos quatro anos."



SIKA BRASIL

Thiago Alves, Gerente Técnico - TM Building Finishing, informa que a Sika realizou, no início deste ano de 2026, o lançamento de cinco produtos para a linha de argamassas colantes e rejuntamentos Portokoll, com um apelo diferenciado para o mercado de lojas do varejo e construtoras (produtos direcionados ao mercado de Building Finishing – Tiles: cerâmicas, porcelanatos, pedras naturais etc.), justamente buscando direcionar esta marca para inspirar a ousadia em vários projetos, por ser uma linha de produtos com foco em múltiplas aplicações, mas com grande tecnologia. São os seguintes produtos: Portokoll Multiuso 7 em 1; Portokoll Multiuso 12 em 1; Portokoll Veda e Cola; Portokoll Epóxi Multiuso e Portokoll Piscinas.

Recomendações aos revendedores

"Em primeiro lugar, nosso parceiro revendedor deve focar na experiência visual e, consequentemente, favorecer a facilidade de compra. As embalagens destes lançamentos realizados pela Sika proporcionam um visual que atrai e indica com facilidade qual é o produto e quais são seus principais atributos, que estão indicados na frente da embalagem, portanto, construindo no cliente final a necessidade deste produto. Em segundo lugar, a Sika dispõe de equipes técnicas que podem auxiliar com treinamentos com o intuito de capacitar e indicar aos profissionais do ponto de venda todas as características e diferenciais de cada produto para uma venda cada vez mais assertiva."

Quais as expectativas para o mercado este ano?

"O mercado é muito dinâmico, portanto, a Sika, com o lançamento destes novos produtos e outros que já estão em andamento, busca trazer inovações e perpetuar sua expansão em todos os campos e, com isso, se consolidar no mercado brasileiro como a marca mais utilizada e desejada. Isto é: Toda Obra, Tudo Sika!"

VOTORANTIM CIMENTOS

"Em 2026, a Votomassa, marca da Votorantim Cimentos para o portfólio de argamassas, rejuntes, aditivos e impermeabilizantes, inicia um novo capítulo com o lançamento de novas embalagens da linha de rejunte. A atualização das embalagens do Rejunte Votomassa Resinado Porcelanato e Cerâmica e do Rejunte Votomassa Flexível Cerâmica pretende tornar os dois produtos mais visíveis no ponto de venda e comunicar de maneira mais clara a diferença entre as duas soluções de rejuntes da marca. O novo visual das embalagens de rejunte Votomassa destaca os benefícios de cada uma das soluções, aumenta a área de transparência para facilitar a identificação das cores do produto e fortalece o posicionamento da Votomassa como uma marca moderna, acessível e orientada ao desempenho", explica Lucas Noritake, Gerente de Marketing de Produto da Votorantim Cimentos.

Recomendações aos revendedores

"As novas embalagens de rejunte Votomassa foram desenvolvidas para criar maior contraste visual no ponto de venda, facilitar a leitura dos benefícios do produto à distância, possibilitar que o consumidor diferencie rapidamente cada linha por cores, por meio da ampliada área de transparência na embalagem, e apresentar as informações essenciais do produto de forma clara e organizada. Isso facilita o trabalho do balconista e acelera a decisão de compra do consumidor.

Nossa orientação é que a exposição clara do produto seja feita dentro do chão de loja, próximo ao setor de pisos. A nova área de transparência da embalagem permite fácil comparação de cores e avaliação de combinação com o piso, além de ser dupla perfeita com a argamassa Votomassa."

• SHOWROOM • SHOWROOM • SHOWROOM • SHOWROOM •



BOSTIK

O **Rejunte Piscinas** foi desenvolvido especificamente para aplicações em ambientes permanentemente submersos, oferecendo acabamento premium, cores duráveis e proteção contra fungos e algas.

O **ZAPT** é um rejunte líquido à base acrílica, desenvolvido para renovação ou mudança da cor do rejuntamento em cerâmicas, porcelanatos, pastilhas, blocos de vidro e pedras naturais. Integrante da linha "faça você mesmo", é uma solução pronta para uso, pensada para facilitar a aplicação tanto por profissionais quanto por consumidores sem experiência técnica, permitindo revitalizar superfícies de forma prática, rápida e sem necessidade de obras complexas.





GRUPO SOPREMA

O **Denvertec 100** é um produto pré-dosado, chegando à obra pronto para uso, garantindo a perfeita mistura de seus componentes líquido e pó.

SIKA



Portokoll Multiuso 12 em 1 – argamassa colante indicada para sobreposição interna 160x160 cm piso e parede e piso externo 120x120 cm; assentamento convencional em piso interno, parede, drywall e piso externo 120x280 cm.

Portokoll Veda e Cola – lançamento de argamassa colante para proteção; inovação e praticidade para os canais de venda; assentamento de revestimentos de baixa, média e alta absorção.

Portokoll Multiuso 7 em 1 – argamassa colante indicada para sobreposição interna 160x160 cm piso e parede; assentamento convencional em piso interno, parede, drywall e piso externo 160x160 cm; assentamento de 60x60 cm em fachada até 6 metros de altura; piscinas residenciais de água fria para formatos até 30x30 cm.

Portokoll Epóxi Multiuso – rejuntamento epóxi indicado para piscinas, saunas, espelhos d'água, interno e externo em cerâmicas, pedras naturais, pastilhas e porcelanatos.

Portokoll Piscinas – rejuntamento à base de cimentos especiais, de alta resistência química, indicado para piscinas residenciais e comerciais, saunas e espelhos d'água revestidos com pastilhas, cerâmicas e porcelanatos.

VOTORANTIM CIMENTOS

Rejunte Votomassa Resinado Porcelanato e Cerâmica é um produto premium capaz de atender com excelente desempenho a aplicação em dois tipos de revestimento: porcelanato e cerâmica. A nova embalagem evidencia seu caráter multifuncional e destaca diferenciais como acabamento superfino, fórmula resinada, resistência superior, antimofo, não desbota e aplicação em áreas secas e úmidas. Além disso, permite liberação para tráfego em 24 horas e oferece fácil limpeza.





Rejunte Flexível Cerâmica é um produto focado na performance do dia a dia, com embalagem renovada, com foco em praticidade e clareza. Flexível, resistente e fácil de aplicar e limpar, o produto reúne os atributos essenciais para o dia a dia, mantendo excelente custo-benefício e desempenho confiável.



CONSTRUÇÃO PROJETA RETOMADA GRADUAL EM 2026



O setor da construção encerrou 2025 com sinais de enfraquecimento em alguns indicadores, mas as projeções para este ano indicam um movimento gradual de recomposição da atividade. A ampliação dos instrumentos de financiamento habitacional, a oferta de crédito específico para reformas e a consolidação da Faixa 4 do Minha Casa, Minha Vida (MCMV) devem contribuir para estimular a demanda e ampliar o fôlego do setor. Essa é a avaliação do presidente da Câmara Brasileira da Indústria da Construção (CBIC), Renato Correia.

Correia explicou que, apesar das elevadas taxas de juros, o ambiente permanece favorável para a construção. Segundo ele, esse cenário é sustentado principalmente pelas obras de infraestrutura e pela continuidade do programa Minha Casa, Minha Vida, um dos principais motores da atividade do setor. O ano de 2026, no entanto, também traz desafios. A implementação das primeiras medidas da Reforma Tributária, as instabilidades no cenário global e no cenário político brasileiro podem afetar novas contratações.

"Foi um ano positivo para a construção brasileira. Embora pudesse ter sido melhor, o setor segue como um dos principais motores da atividade econômica do país e responde pela geração de milhares de empregos. Houve avanços positivos no financiamento imobiliário, que devem começar a impactar o setor a partir deste ano. Importante ressaltar que as novidades trarão benefícios para diferentes perfis. O período foi marcado pelo reajuste do teto dos imóveis das faixas 1 e 2 do MCMV, pela criação de uma nova faixa destinada à classe média e pela ampliação do teto de imóveis financiáveis pelo SFH, com impactos também sobre a classe média e parte do segmento de alto padrão. Assim, iniciamos o ano com uma avaliação positiva das políticas de financiamento habitacional, embora ainda existam questões estruturais a serem enfrentadas para fortalecer a indústria da construção e impulsionar o desenvolvimento do país como um todo", destaca Renato Correia.

Sobre as taxas de juros elevadas, o presidente do CBIC acredita que a taxa Selic vai diminuir este ano.

"A taxa de juros é um dos problemas estruturais que o país precisa enfrentar. Os juros em níveis elevados pesam bastante sobre a construção, porque encarecem o financiamento, tanto para quem produz quanto para quem compra, e acabam retardando decisões importantes de investimento. Uma redução consistente das taxas de juros é fundamental para destravar investimentos e dar mais previsibilidade ao setor. Felizmente, a perspectiva para 2026 é de terminar o ano com uma taxa Selic menor, então vamos torcer e acompanhar.

No que diz respeito à infraestrutura, esse é um tema prioritário para a CBIC, tanto que lançamos, em dezembro, o Pacto Brasil pela Infraestrutura, que é uma iniciativa que reúne 11 entidades. Os investimentos em infraestrutura somam 3,5% do PIB brasileiro, muito abaixo da média global, que está na faixa de 6%. A expansão de centros urbanos de médio porte aumenta a necessidade de intervenções que vão desde melhorias na malha viária e na mobilidade até a implantação de novos bairros e projetos imobiliários. Temos que estar preparados para atender essa demanda."

Apesar de elogiar a Reforma Tributária, Renato Correia alerta para incertezas para as construtoras e incorporadoras. "Isso porque a construção precisará se adaptar, o que envolve a atualização de contratos, a renegociação com clientes e fornecedores, a adoção de novas formas de precificação dos empreendimentos e a reorganização da gestão do fluxo de caixa. A CBIC acompanhou todo o debate da Reforma Tributária e manteve amplo diálogo com o governo e com outras entidades representativas. Ainda assim, persistem incertezas. Um exemplo é qual será a alíquota do Regime Especial de Tributação da Incorporação Imobiliária (RET), criado em 2004 para reduzir a complexidade tributária enfrentada por construtoras e incorporadoras. Esse modelo trouxe maior estabilidade ao setor, por oferecer previsibilidade financeira e permitir um planejamento mais consistente de obras e investimentos, mas será extinto em 2028. Um avanço importante da reforma é a criação de incentivos específicos para projetos de recuperação de áreas históricas. Empreendimentos destinados à revitalização desses espaços contarão com carga tributária reduzida nas operações de venda e de locação. A medida busca estimular o desenvolvimento urbano sustentável e a preservação do patrimônio cultural", finaliza.





ENTRANDO EM CAMPO

Saint-Gobain e o Grupo Vellore também estão investindo no futebol, levando suas marcas para o Santos e o Bahia, respectivamente. A Sil já é patrocinadora do Palmeiras, e Cobrecom e Vonder investem nas placas colocadas nos estádios de futebol.



SAINT-GOBAIN

O Santos FC e a Saint-Gobain renovaram o contrato de patrocínio por mais dois anos. O novo acordo representa a ampliação da parceria, com a inclusão da marca institucional do Grupo e das marcas Quartzolit, Tekbond e Placo no pacote de exposição. Com isso, há também a possibilidade de ampliação para outras iniciativas do grupo, reforçando uma presença ainda mais forte junto ao clube e à sua torcida.

"Toda renovação significa confiança e satisfação com a parceria. Esse novo acordo com a Saint-Gobain, que tem uma atuação marcante na área de construção leve e sustentável, na prática representa uma ampliação do compromisso, com duração de 24 meses. E mais: agregará outras marcas do grupo, fortalecendo o retorno estratégico e estreitando ainda mais a relação com o público e, principalmente, com os torcedores. Nessa temporada, o Santos FC disputará quatro competições oficiais, uma delas internacional, assegurando uma grande exposição de marcas. Sem dúvida, a valorização será mútua", disse o presidente Marcelo Teixeira.

"Acreditamos muito no formato de parceria proposto pelo clube, que vai além da exposição de marca e se consolida como um ativo estratégico para estreitar laços com um público que é apaixonado por futebol. A ampliação das marcas nesse novo ciclo também reflete o novo momento do plano estratégico da Saint-Gobain, que fortalece a marca institucional e a mensagem de unidade do Grupo com suas marcas de produto", afirma Vinícius Araújo, Diretor Sênior de Estratégia e Marketing na Saint-Gobain.

O contrato prevê a exposição das marcas Quartzolit, Tekbond, Placo e Saint-Gobain em formato de rodízio na camisa do Santos, permitindo que todas tenham visibilidade em diferentes jogos e competições ao longo da temporada. Em 2026, o clube disputará quatro grandes campeonatos: Brasileiro, Paulista, Copa do Brasil e Copa Sul-Americana, ampliando o alcance e a relevância dessa presença.

A parceria entre Santos FC e Saint-Gobain vem sendo construída ao longo dos últimos anos e reflete um histórico consistente do grupo com investimento no esporte. A Placo esteve presente como patrocinadora do clube nas duas últimas temporadas, enquanto a Tekbond e a Quartzolit iniciaram suas atuações junto ao Santos FC em 2020 e 2022, respectivamente.

FOXLUX

A Foxlux, empresa do Grupo Vellore, retorna ao futebol nacional como patrocinadora oficial do Esporte Clube Bahia, consolidando sua presença no esporte e reforçando a estratégia do grupo em iniciativas de visibilidade de marca e posicionamento estratégico. O Bahia concentra cerca de 7,8 milhões de torcedores, sendo a maior torcida do Nordeste e uma das dez maiores do Brasil, segundo pesquisas de mercado, e integra o Grupo City, garantindo alcance nacional e visibilidade estratégica ao investimento da Foxlux.

O Nordeste representa aproximadamente 27% da população brasileira e movimenta milhões de reais em receitas ligadas ao futebol, incluindo bilheteria, merchandising e consumo associado ao esporte, tornando-se um



mercado-chave para patrocinadores que buscam relacionamento direto com o consumidor final.

Segundo Laufran Wosniak, CEO do Grupo Vellore, "o retorno da Foxlux ao Campeonato Brasileiro faz parte da estratégia do Grupo Vellore de fortalecer nossa presença no esporte, consolidar investimentos de marca e ampliar a relação com o consumidor em mercados estratégicos do país."





EQUIPE DE ALTA PERFORMANCE: O ATIVO MAIS PODEROSO DE UM LÍDER.

POR MARIANA MORENA

Todo empresário já sentiu o peso de "ter que fazer tudo". É como estar em um barco furado: você rema, conserta, guia – tudo ao mesmo tempo – e mesmo assim parece que não sai do lugar. A raiz desse problema, quase sempre, está em uma equipe que ainda não atingiu seu verdadeiro potencial.



Montar e manter um time de alta performance não é luxo – é uma necessidade estratégica para quem quer crescer de forma consistente e sustentável. E não se trata apenas de contratar talentos com currículos brilhantes. Equipes excepcionais nascem da combinação de cultura forte, clareza de objetivos, autonomia com responsabilidade e, acima de tudo, liderança coerente e presente.

No centro disso tudo está um dos ativos mais poderosos de qualquer time: o vínculo de confiança. Ele se constrói quando a equipe enxerga no líder três pilares essenciais: competência para conduzir (inclusive reconhecendo erros); empatia para compreender o outro além da tarefa; e integridade para agir com justiça. Quando isso acontece, as pessoas se sentem seguras para propor soluções, assumir riscos com responsabilidade e entregar mais do que o esperado. Esse ambiente de confiança reduz o medo, amplia a autonomia e transforma a excelência em padrão – não em exceção.

Um time de alta performance não depende do líder para cada passo – ele antecipa, executa e evolui. Isso libera o empresário para pensar estrategicamente, inovar e, finalmente, respirar. No médio prazo, essa estrutura reduz o retrabalho, aumenta a eficiência e melhora a experiência do cliente. No longo, sustenta o crescimento com consistência e margens saudáveis.

Mas para colher, é preciso plantar com intenção. Isso inclui investir em comunicação clara, feedback constante, metas desafiadoras e alcançáveis, e pessoas alinhadas não só com a função, mas com o propósito da empresa. Quer transformar seu negócio? Comece pelo seu time. Porque quando o líder para de apagar incêndios e começa a construir o futuro de forma intencional com as pessoas certas ao lado, o jogo muda – e os resultados acompanham.

Mariana Morena comanda as áreas de Vendas, Compras e Marketing da Orion Distribuidora. Acredita que grandes resultados são construídos por pessoas engajadas, processos claros e uma cultura de alta performance.



ALÉM DO CANTEIRO: A ESTRATÉGIA QUE DEFINIRÁ O SETOR DA CONSTRUÇÃO EM 2026

POR EDUARDO PIRES

O setor da construção civil no Brasil se consolida como um pilar essencial da economia, mas o ano de 2026 exigirá mais do que força e resiliência: exigirá inteligência estratégica. A discussão é sobre como a tecnologia deve ser utilizada para navegar em um cenário de complexidade crescente, que poderá impactar toda a cadeia, da infraestrutura pesada à gestão de ativos no mercado imobiliário.

Estamos diante de uma confluência de fatores críticos: a implementação plena da Reforma Tributária, a pressão por regulamentações ESG, os desafios político-econômicos típicos de um ano eleitoral e a volatilidade dos juros, que redefine as regras do crédito imobiliário. Soma-se a isso os desafios estruturais, como a persistente falta de mão de obra qualificada, que pressionam a produtividade dos canteiros de obras.

Apesar dos obstáculos, a evolução é inevitável e está em curso. Além disso, as projeções da Câmara Brasileira da Indústria da Construção (CBIC) são de que o Produto Interno Bruto (PIB) da construção civil cresça mais do que o índice registrado em 2025, que deve fechar o ano com taxa de crescimento de 1,3%.

Nesse contexto, é fundamental que as empresas do setor estejam atentas às inovações que poderão definir os próximos anos. Em 2026, três movimentos tendem a ganhar destaque na construção:

Garantir a agenda ESG

A Reforma Tributária e a agenda ESG devem deixar de ser projetos paralelos para se tornarem o centro da operação. Em 2026, o compliance tributário irá requerer a preparação para uma melhor gestão fiscal que propiciará o correto aproveitamento de créditos em uma cadeia complexa. Ao mesmo tempo, os relatórios ESG tendem a ser lastreados em dados granulares e auditáveis por obra, tornando-se um fator decisivo para acesso a capital. Em ambos os cenários, a gestão baseada em planilhas se mostra insuficiente e arriscada. Apenas um sistema de gestão (ERPs) especializado, que automatiza a coleta de dados e permite simulações, garantirá a conformidade e a eficiência necessárias para transformar obrigações em vantagem competitiva.

Acelerar a produtividade

A Inteligência Artificial deverá ser a principal aliada para mitigar o impacto da escassez de mão de obra, mas não da forma que muitos imaginam. Seu valor não estará na substituição do trabalho manual em larga escala, mas sim na potencialização da capacidade de gestão. A IA tende a ser a ferramenta do engenheiro e do gestor para otimizar o planejamento, prever estouros de cronograma e orçamento, e coordenar múltiplos canteiros com mais eficiência. Ao analisar dados históricos e em tempo real, a tecnologia fornecerá insights para que a mão de obra, cada vez mais valiosa, seja alocada de forma precisa, aumentando a produtividade e a rentabilidade dos projetos.

Responder com agilidade

O mercado imobiliário deverá ser diretamente impactado pela instabilidade econômica. Novos modelos de crédito e a flutuação dos juros poderão exigir das incorporadoras e gestoras uma agilidade sem precedentes. Nesse contexto, a tecnologia de gestão de vendas, totalmente integrada ao backoffice, será crucial. Ela permitirá adaptar estratégias de preço e negociação em tempo real, gerenciar o ciclo de vida do cliente de ponta a ponta e analisar a performance dos ativos para maximizar a rentabilidade. Sairá na frente quem tiver a capacidade de transformar dados de mercado em decisões comerciais rápidas e assertivas.

Eduardo Pires é Diretor de Produtos para Construção da TOTVS



SOLUÇÕES PARA UMA CONSTRUÇÃO MAIS SUSTENTÁVEL

POR AMILTON OLIVEIRA



A COP30 representou um marco importante na agenda climática global e um momento decisivo para refletirmos sobre o papel da indústria na construção de um futuro mais sustentável. Pela primeira vez sendo realizada no Brasil, a conferência reforçou a urgência de transformar compromissos ambientais em ações concretas e colocou o país e suas empresas em posição de protagonismo nesse debate.

A construção civil teve uma presença estratégica nesse contexto. O setor é essencial para o desenvolvimento econômico e social, mas também tem um grande potencial de liderar a transição rumo a práticas mais sustentáveis. Por meio da inovação tecnológica, é possível unir produtividade, eficiência e responsabilidade ambiental, trazendo soluções que contribuam para cidades mais sustentáveis.

Hoje, o mercado conta com tecnologias que permitem reduzir significativamente o impacto ambiental nas obras. Produtos de impermeabilização de longa durabilidade, sistemas que aumentam a eficiência das construções e soluções formuladas à base de água com menor emissão de compostos orgânicos são exemplos práticos de como a indústria pode atuar a favor do planeta. Além de ampliar a vida útil das construções, esses materiais diminuem desperdícios, reduzem manutenções e otimizam o uso de energia.

Porém, mais do que desenvolver produtos sustentáveis, é preciso compreender a construção como um ecossistema. Ou seja, é preciso considerar todo o percurso da construção, da escolha dos materiais à execução, da manutenção ao descarte. Cada decisão tem impacto direto na eficiência sustentável do projeto, e é justamente nesse conjunto de escolhas que se constrói uma obra verdadeiramente responsável.

Diante desse cenário, a COP30 reforçou uma mensagem fundamental: a sustentabilidade não deve ser tratada como tendência, mas como compromisso permanente. Para a indústria, isso significa investir em pesquisa e desenvolvimento, aprimorar processos de produção e estimular uma cultura de inovação que tenha o futuro do planeta como prioridade.

Por fim, acredito que uma transformação sustentável é feita passo a passo, com soluções que unem tecnologia, desempenho e responsabilidade. Nosso compromisso, dentro dessa indústria, é contribuir para que o setor da construção evolua em direção a práticas mais conscientes, ajudando a construir um futuro mais equilibrado para todos.

Amilton Oliveira é CEO da Viapol, empresa do grupo americano RPM, referência em soluções químicas para a construção civil.

EMPALUX FAZ CONVENÇÃO

Nos dias 18 e 20 de janeiro, a Empalux, fabricante de produtos para iluminação, realizou sua convenção anual de vendas no Hotel Lizon, em Curitiba, PR.

Mais de 80 representantes de todo o Brasil foram recepcionados pela direção da Empalux Conhecidos como representantes comerciais "Puro Sangue" pela empresa, objetivo da da convenção foi praticar o relacionamento e o alinhamento estratégico para este ano.





Feiras do segmento programadas para 2026





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

11ª FORMÓBILE
Feira Internacional da Indústria de Móveis e Madeira
De: 30 de junho a 03 de julho
Local: São Paulo Expo, SP
www.formobile.com.br

EXPO OFFSITE
Feira e Exposição Modular Offsite
De 16 a 19 de junho/2026
Local: Sambódromo do Anhembi, São Paulo, SP
www.expoconstrucaooffsite.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 EXPOCONSTUIR 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: 15 a 18 de setembro/2026
Local: Centro de Convenções Recife/Olinda, PE
www.ficons.com.br

CONSTRULEV EXPO 2026
Feira de Construção Leve e Sustentável
De: 14 a 16 de outubro
Local: São Paulo Expo, São Paulo, SP
https://construlevexpo.com.br/



quartzolit
SAINT-GOBAIN



O acabamento perfeito começa na escolha certa.

As linhas de **argamassas e rejuntes Quartzolit** oferece **soluções específicas** para cada tipo de **revestimento, formato e ambiente** garantindo **aderência, durabilidade e estética impecável.**

quartzolit.com

SAINT-GOBAIN