REVENDA 360+

construção

ED. 426 | MAR 2026 | ANO XXXVIII
www.gruporevenda.com.br



ESPECIAL MULHERES

ELAS ESTÃO INVANDINDO AS OBRAS. COM MUITA COMPETÊNCIA E RESPEITO

MATCON SUDESTE
IMERSÃO AO CONHECIMENTO DO MERCADO

TINTAS E ACESSÓRIOS
AS NOVAS CORES. E OS EQUIPAMENTOS PARA TORNÁ-LAS, AINDA MAIS, VIBRANTESS

FECHADURAS DIGITAIS
CHEGA DE CHAVES, O CONFORTO ABRE PORTAS

MATERIAL HIDRÁULICO
COM TODO RESPEITO AO MEIO AMBIENTE

FECHADURA TITAN

Segurança reforçada com tecnologia e conectividade para uma rotina mais prática.

Uma solução moderna que combina proteção, confiabilidade e facilidade de uso para diversos ambientes.

- Senha por teclado digital
- Conectividade Wi-Fi
- Acesso por cartão/tag
- Chaves Mecânicas
- Senha Biométrica
- Alarme de Segurança





FECHADURA IRIS PLUS

Design elegante aliado à tecnologia para um controle de acesso mais prático, seguro e intuitivo.

Ideal para residências e escritórios, oferece modernidade e facilidade no dia a dia.

- Senha por teclado digital
- Conectividade Wi-Fi
- Acesso por cartão/tag
- Trancamento Automático
- Senha Biométrica
- Alarme de Segurança

REVENDA 360+ construção

Edição 426 | MAR 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.

JUROS BAIXAM, MAS NEM TANTO

Apesar dos acontecimentos no Oriente Médio, que impactam diretamente o fornecimento de petróleo para o Brasil, março teve uma notícia animadora: a redução da taxa básica de juros, a Selic, em 0,25 ponto percentual, baixando de 15% para 14,75%. Apesar de o mercado esperar há meses a redução da Selic – a última ocorreu em maio de 2024 – o percentual ficou longe do ideal. Esperava-se pelo menos 1% de redução da Selic.

A construção civil é um dos segmentos mais importantes para a economia – e, consequentemente, tem influência no PIB brasileiro – e a redução da taxa de juros tem grande impacto. Afinal, o setor interfere no crescimento do País e traz resultados positivos quando se desenvolve. Por isso, a redução da taxa Selic tende a baratear o crédito, influenciando, no longo prazo, as taxas de juros de empréstimos, financiamentos e cartões de crédito.

No último Relatório de Política Monetária, o Banco Central manteve em 1,6% a previsão de crescimento da economia em 2026, mas o mercado projeta crescimento um pouco melhor. Segundo a última edição do boletim Focus, de fevereiro, os analistas econômicos preveem expansão de 1,83% do PIB em 2026.

A indústria de materiais de construção, representada pela ABRAMAT, projeta crescimento de 1,9%, impulsionado por políticas públicas voltadas ao setor, como o programa Minha Casa Minha Vida, Reforma Casa Brasil e obras de infraestrutura. Dados consolidados de dezembro mostram que o desempenho foi negativo, com queda de 2,3% em relação a novembro e retração de 5,0% na comparação com dezembro de 2024. Segundo a entidade, os números refletem o impacto da taxa de juros elevada durante a maior parte do ano, somado à redução de investimentos públicos e à desaceleração de obras no setor privado. A expectativa para 2026 é de retomada gradual, sustentada por fatores como o avanço dos programas de reforma e habitação popular, como o Reforma Casa Brasil e Minha Casa Minha Vida, e a queda progressiva da taxa de juros, que pode impulsionar obras no setor privado.

A continuidade de programas habitacionais, como o Reforma Casa Brasil, também é apontada como vetor relevante para a manutenção da demanda. No entanto, o novo cenário internacional passa a estar no radar da indústria. E não é nada otimista.

Boa leitura!

Roberto Ferreira

REVENDA 360+ construção

Edição 426 | MAR 2026 | ANO XXXVIII





20 TINTAS E ACESSÓRIOS
As grandes apostas das indústrias para renovar a casa. É trazer bem-estar

06 MATCON SUDESTE
Encontro entre indústria, varejo e atacado discutiu as dores do mercado

12 MULHERES NA CONSTRUÇÃO
Histórias de mulheres que fazem a diferença no segmento da construção. Olho nelas!

37 ENTREVISTA
Marcos Allemann, responsável pela integração das marcas Sherwin-Williams e Suvinil

48 FECHADURAS DIGITAIS
Chaves para quê? A tendência é digitar senhas e abrir as portas

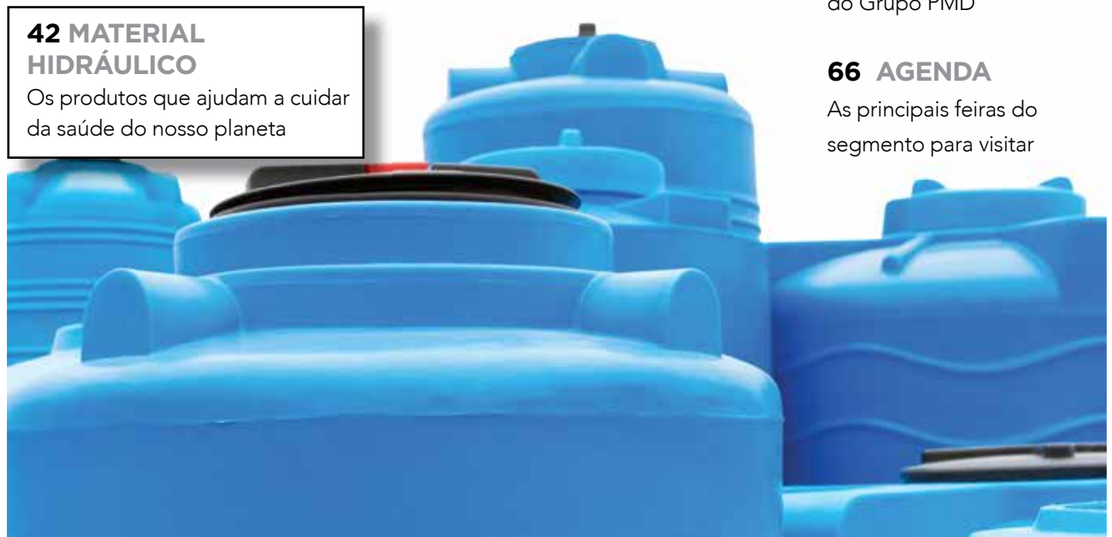
52 EXPOREVESTIR
O fantástico mundo do bom gosto reunido em São Paulo

64 PAINEL
As novidades que movimentam as indústrias

65 INDÚSTRIA
Estratégias e integração impulsionam crescimento do Grupo PMD

66 AGENDA
As principais feiras do segmento para visitar

42 MATERIAL HIDRÁULICO
Os produtos que ajudam a cuidar da saúde do nosso planeta





MATCON connect SUDESTE







Grupo Revenda, Fabio Ferrara (Cobrecom) e João Gonçalves (Essencial Consultoria)

IMERSÃO NO CONHECIMENTO

Discutir o ambiente de matcon no Sudeste foi a proposta que o Grupo Revenda apresentou para convidados no Matcon Connect Sudeste, realizado no dia 3 de março, no Secovi, em São Paulo.

Lojistas de São Paulo, além de representantes de indústrias patrocinadoras, foram recepcionados com um welcome coffee, onde puderam trocar experiências, gerar conexões e atualizar as novidades do mercado.

A seguir, assistiram à palestra de Siomara Damasceno, lojista e participante de rede associativista, sobre o panorama do mercado, tendências e oportunidades no Sudeste.

João Gonçalves, diretor da Essencial Consultoria, apresentou um tema muito aguardado pelos presentes: discussão estratégica / levantamento das dores da indústria, atacado e varejo, com foco em soluções, e contribuiu bastante para elucidar dúvidas dos lojistas presentes. Após um breve pitch das indústrias, quando os patrocinadores apresentaram suas empresas, foi realizada uma rodada de negócios, uma autêntica conexão entre indústrias, lojistas e atacadistas.

CENÁRIO E TENDÊNCIAS

Há 25 anos com loja ativa em Vicente Pires, Distrito Federal, Siomara Damasceno participa de várias entidades associativistas de matcon e de empreendedorismo, como a rede Acelera. Influencer deste mercado, já palestrou e participou dos principais eventos de lojas, atacadistas, indústrias e entidades representativas em todo o território nacional. Atua como defensora, palestrante, influencer e mentora. Em conjunto com sua loja de bairro e todas essas atividades, está lançando infoprodutos que ajudem outras lojas de bairro a se posicionarem no mercado para que possam prosperar.





Siomara Damasceno, Rede Acelera Matcon

"Sou esposa do Vitor, mãe do Lucas e sou harleyra (termo para identificar quem pilota motos Harley Davidson) nas horas vagas", se apresentou Siomara.

Atua na área da construção desde 2002, trabalhando em uma pequena loja, a Colonial Materiais de Construção, em Brasília, num espaço de 350 m² de área construída.

"Meu pai era funcionário público e abriu a loja de materiais de construção para mim. Nosso setor tem muita dificuldade em transitar nos meios políticos de Brasília. E explico: ainda confundem muito o crescimento do mercado da construção, edificação e comércio. Os políticos sempre enaltecem o boom do mercado imobiliário, das construtoras, mas o nosso, de lojistas, não tem tanta representatividade no Congresso.

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

A loja foi crescendo e não tive muitos problemas, porque pagava tudo à vista. Aumentei a loja, entrei em redes associativas e acreditei muito no marketing para crescer. Mesmo formada em Relações Internacionais, não deixei o meu negócio; ao contrário, investi muito nestes anos todos. Em 2017, a convite do Sebrae, visitei, pela primeira vez, uma grande feira de materiais de construção e vi que o mundo era bem maior do que o meu bairro. Percebi que precisava comunicar aquilo que tenho de melhor: meus produtos. Um dos meus maiores diferenciais era que eu entendia de tudo e tinha todas as respostas técnicas para os meus clientes.

O atendimento sempre foi diferenciado. Uma das coisas que percebi é que eu não concorria com as lojas que estavam no meu bairro. Meu maior concorrente era um home center, e foi lá que eu fui buscar ideias para aplicar no meu negócio. Muita gente vai olhar produtos no home center e vem comprar na minha loja, pois encontra os mesmos itens e até faço o mesmo preço.

Atualmente, 70% das lojas de materiais de construção são de pequeno porte, e muitas delas são geren-

ciadas por mulheres. O associativismo mudou muito a minha história quando reunimos mais de 60 mil lojas em todo o Brasil. E também o Instagram…"

Nosso mercado hoje fatura cerca de R$ 310 bilhões por ano, com 162 mil lojas, sendo 70% lojas de bairro. O Sudeste é o maior mercado de materiais de construção. Só a cidade de São Paulo tem mais de 12 mil lojas de materiais de construção e representa 8% do faturamento total. Entre os vários cases que temos em nosso mercado, quero destacar o crescimento da Obramax, atacarejo de materiais de construção pertencente ao Grupo Adeo, que registrou crescimento de 60% no ano passado, contra retração do mercado brasileiro. E não vão parar… dizem que vão investir mais de R$ 3 bilhões no Brasil, abrindo lojas em São Paulo, Paraná e Centro-Oeste.

O mercado está passando por um momento muito difícil, com restrições aos créditos e commodities dominando, ficando muito seletivo e nas mãos de poucos players. Não estamos entendendo o que está acontecendo no mundo hoje, mas terá reflexos no Brasil, pois o que acontece do outro lado do mundo nos deixa em estado de alerta. O programa do governo Reforma Brasil, que tem R$ 40 bilhões liberados para reformas de casas, vai atender as pessoas físicas e, ao contrário de programas anteriores, não contempla a cadeia de lojas de materiais de construção na tomada do crédito.

Temos um novo perfil do nosso consumidor, que quer solução completa, e o frete é fator determinante para a compra, tanto é que investi na aquisição de veículos de carga leves para acessar qualquer obra. A loja agora é um hub de solução para os consumidores e, por isso, temos que ter organização e limpeza no ambiente de venda. Na minha loja, eu senti que os profissionais tinham dificuldades para encontrar os produtos que procuravam, talvez pela localização das gôndolas espalhadas pelo salão. Então, de uma maneira muito simples, eu pintei os setores da loja por cores, e os profissionais passaram a encontrar rapidamente os produtos, como o azul da parede onde estavam as ferramentas e acessórios para pintura. E deixo um recado importante para os lojistas médios e pequenos: invistam no visual e na praticidade para que o cliente encontre rapidamente o que precisa.

Outra ação importante é ter mimos para os clientes, como disponibilizar outros produtos que ajudam no faturamento da loja, como rapadura, paçoca, galão de água, café, papel higiênico, entre outros. Não são produtos que os pedreiros utilizam? Em apenas um metro quadrado, eu ofereço oportunidades para aumentar o tíquete.

A indústria de materiais de construção está cada vez mais estratégica e com foco em parceiros estruturados, e cada vez menos pulverizada, exigindo mais performance. E também o B2S é uma realidade, e precisamos ficar atentos porque estão vendendo diretamente ao consumidor por um preço colocado na internet que nem sempre eu posso praticar.

Como estão nos espremendo por todos os lados, temos que fazer bem o nosso dever de casa e ficar atentos às oportunidades que aparecem.

Sou cria do associativismo e precisamos falar mais do lojista isolado. Está muito caro cuidar sozinho do seu negócio, e as redes são as soluções para o melhor desempenho das lojas. Outros mercados utilizam isso de uma maneira muito profissional, como os setores de alimentos e farmacêutico, exemplos que o nosso segmento deve olhar com muita atenção. Temos que parar de olhar para o lojista isolado e pensar de uma maneira coletiva e na digitalização do setor.

PERFIL DAS REDES

- A MAIOR REDE POSSUI HOJE 196 LOJAS
- A REDE MAIS ANTIGA É DE 1990
- APENAS 8 REDES EM TODO O BRASIL POSSUEM MAIS DE 100 LOJAS
- 70% DAS REDES TÊM MAIS DE 15 ANOS DE EXISTÊNCIA





João Gonçalves, diretor da Essencial Consultoria

MATCON SUDESTE, AS NOSSAS MAIORES DORES

O consultor João Gonçalves colocou o dedo na ferida ao abordar as principais dores do segmento, tanto do comércio como da indústria. E resumiu:

AS DORES DO COMÉRCIO

- Eles querem concorrer comigo, porque vendem direto para o consumidor final;
- Para conseguir uma condição melhor, tenho que comprar um lote gigante, e isso não faz o menor sentido;
- São muito amarrados, fica difícil apostar em indústrias que não abrem condições de negociar;
- Eles querem fazer ações, combinam tudo, mas na hora de pagar… se mandam;
- Não aguento mais, o preço das mercadorias acaba com as minhas margens.

AS DORES DA INDÚSTRIA

- O atacado queima o preço dos meus principais itens e isso causa confusão no mercado;
- Os nossos custos logísticos triplicaram, preciso vender volume;
- Gosto de investir em quem aposta na minha indústria e ainda tenho bons parceiros;
- Preciso ter mais informações do seu sell out para ter mais verbas de promoção.

Segundo João Gonçalves, a questão da precificação também é importante e muitos lojistas têm que rever as suas práticas.

"Algumas questões estão bem claras para quem quer investir no segmento. Por exemplo: os atacarejos vieram para ficar; as redes associativas e pequenos va-



rejistas precisam fortalecer relações com fornecedores parceiros de modo a manter a competitividade perante o atacarejo; e qual será a reação dos atacadistas quando os atacarejos invadirem suas regiões?", pontua.

Sobre o e-commerce, o setor ainda permite ganho para quem ainda não ingressou, porém, o tempo passa a ser precioso. "A Reforma Tributária trará forte impacto no segmento a partir de 2030, e escolher os produtos e fornecedores certos é fundamental. Outro ponto importante é que o setor vem sofrendo com falta de mão de obra e a concorrência do e-commerce; a cadeia de precificação é confusa, com vários momentos de tensão entre indústria e venda direta.

O mix de produtos é fortemente vigiado, com pouca inovação e muita repetição, e poucos ousam apostar em novas categorias e tendências, já que as indústrias querem pulverização e transferem a responsabilidade para o canal indireto", esclarece Gonçalves.

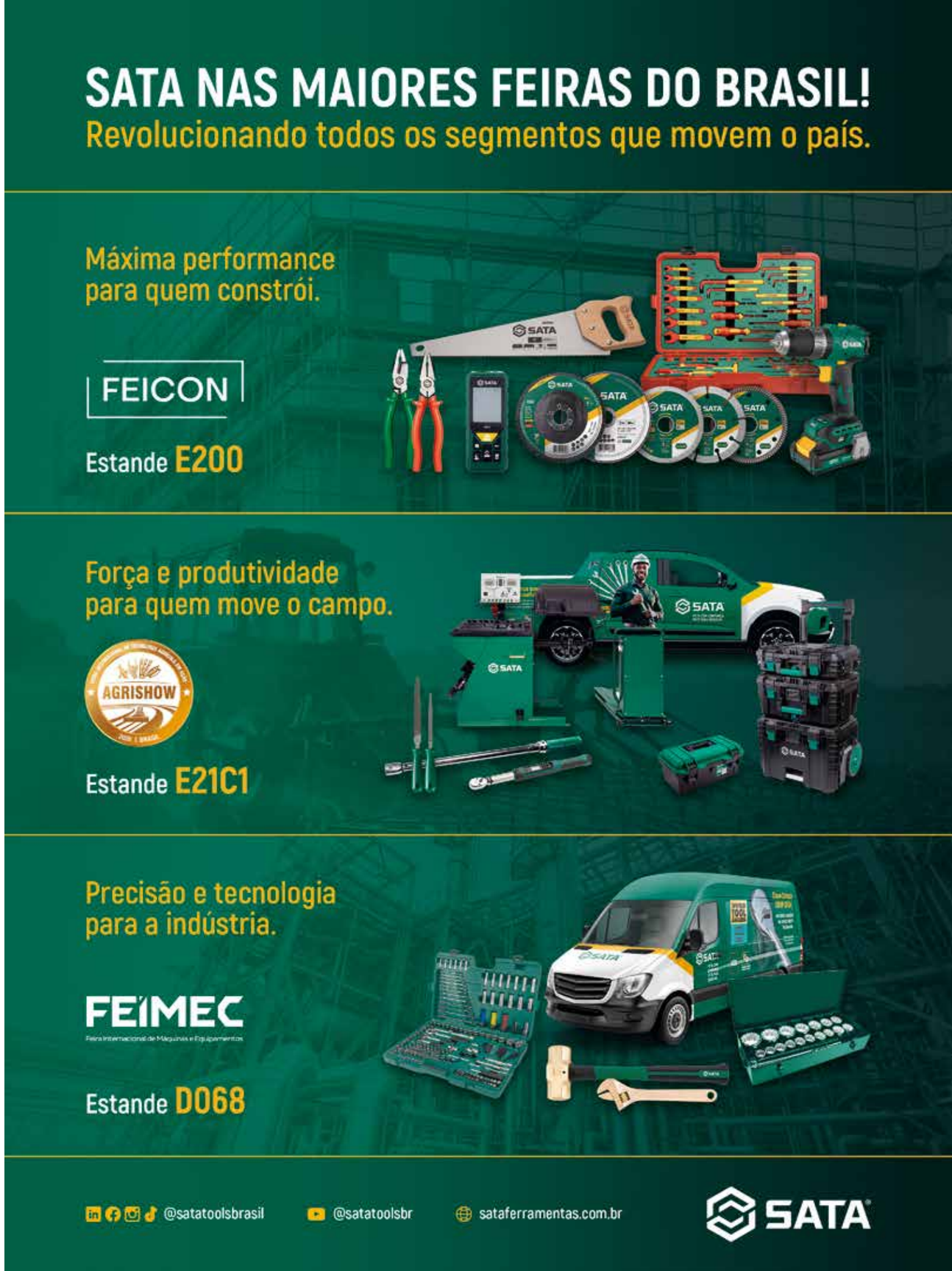
Os revendedores devem ficar atentos ao bom atendimento e preço, que, na opinião do consultor, são dois pontos muito importantes para o mercado.

"O guardião do consumidor hoje não é mais o Procon, e sim o Reclame Aqui. E, para complicar, ou facilitar, veio a Inteligência Artificial. Mas no Matcon ainda é um sonho. Vamos falar em três canais específicos: o atacarejo, o e-commerce e a venda direta, tão elogiada. Na cadeia alimentar, o fabricante faz, distribui para o atacadista que coloca no supermercado, e o consumidor vai direto no caixa. Uma cadeia muito madura. A cadeia do matcon é parecida: a indústria produz, o distribuidor leva para as lojas e o consumidor compra.

Mas aqui é diferente: o atacadista tem marca própria, a loja tem marca própria, a indústria vai direto ao consumidor, uma confusão. E, no meio de tudo isso, surgem os atacarejos em várias cidades crescendo muito, o que não é mais novidade. Mas o que vai acontecer quando eles dominarem as grandes cidades? No atacarejo alimentar, cinco dos maiores grupos do mercado têm em seus atacarejos uma participação muito grande nas vendas. Vai acontecer o mesmo em nosso segmento? Grandes players do nosso mercado já estão investindo no atacarejo, e cito a Obramax, que é do Grupo Adeo, e o Tambasa, o maior atacadista de material de construção do Brasil, que está abrindo diversos atacarejos. Isso não é modismo e a tendência veio para ficar. A grande pergunta que se faz é: a indústria está preparada para este movimento?

O crescimento do e-commerce no Brasil pode ser medido pelo faturamento de R$ 200 bilhões no ano passado, e isso é um indicador perigoso para o comércio de rua. Para piorar, a indústria está vendendo diretamente para o consumidor final por meio dos seus sites, o que virou uma terra de ninguém. Quem mais perde com esta venda direta é o consumidor que, aparentemente, vai ganhar no preço, mas não vai ser atendido a contento. Vai comprar gato por lebre e a sensação de derrota vai ser iminente.

Eu pego o exemplo das vendas online no mercado de fechaduras digitais que, atualmente, representam 60% das vendas do setor, enquanto 85% das vendas das fechaduras mecânicas estão no varejo físico", finaliza João Gonçalves.



AS MULHERES PEDEM PASSAGEM



Não há limites para a participação das mulheres no mercado de trabalho no Brasil. E a construção civil tem demonstrado que o setor é um dos que mais agregam mulheres, de pintoras e pedreiras a CEOs de empresas.

No Dia Internacional da Mulher, celebrado em 8 de março, a pauta da equidade de gênero ganhou ainda mais visibilidade, especialmente no mundo do trabalho. Nos últimos anos, esse debate já ultrapassa, inclusive, a questão do acesso ao mercado simplesmente, e se concentra, cada vez mais, na ocupação delas em posições estratégicas e nos espaços de tomada de decisão, onde se definem rumos, investimentos e prioridades das organizações.

A participação feminina na construção civil acelera em um movimento consistente de expansão no mercado formal e nos registros profissionais. Dados do Conselho Federal de Engenharia e Agronomia (Confea) apontam crescimento de 36% nos registros de mulheres nos últimos cinco anos. Estudos do Sinduscon-SP indicam aumento de 184% no número de profissionais com carteira assinada desde 2006, além de 20,2% das mais de 110 mil vagas formais criadas em 2023 terem sido ocupadas por elas. Nos últimos cinco anos, a presença de mulheres em cargos de CEO dobrou, segundo levantamento da Bain & Company – empresa americana de consultoria de gestão com sede em Boston, Massachusetts, EUA. O crescimento sinaliza uma mudança estrutural em curso nas empresas, impulsionada por maior pressão por diversidade, governança e resultados, já que estudos associam liderança diversa a melhor desempenho corporativo.

Atualmente, as mulheres representam cerca de 20% dos registros no Confea, o equivalente a mais de 240 mil profissionais. Em São Paulo, são aproximadamente 54 mil engenheiras registradas, cerca de 16% do total. Para Lígia Mackey, presidente do Crea-SP e primeira mulher a ocupar o cargo em 90 anos da instituição, o número é simbólico, mas ainda insuficiente diante do potencial do setor. “Ter mais de 54 mil mulheres registradas no Crea-SP é um marco que reflete a ocupação gradativa de espaços que sempre foram nossos por direito, mas que historicamente eram compostos por homens”, afirma.

DESAFIOS DAS MULHERES

Segundo Lígia Mackey, a consolidação desse avanço na construção civil depende do enfrentamento ao preconceito estrutural e de suporte institucional. “Para alavancar esses números, precisamos atuar em duas frentes: o combate ao preconceito estrutural e a criação de políticas de permanência. Além de atrair as mulheres para a faculdade, precisamos possibilitar que elas cheguem aos cargos de decisão com equidade salarial e suporte institucional.”

O Programa Mulher do Crea-SP integra essa estratégia. Em 2025, mais de 25 mil pessoas foram impactadas por trilhas de capacitação, palestras e ações de networking. No mercado de trabalho, os indicadores reforçam a tendência de expansão. O Painel RAIS/MTE (2023) registrou crescimento de 184% na presença feminina com carteira assinada na construção desde 2006. Já o CAGED/MTE (2024) revela que 20,2% das vagas formais criadas em 2023 foram ocupadas por mulheres, contra 14,6% em 2022 e 12,2% em 2021. Apesar do avanço, elas ainda representam cerca de 12% da força total do setor. Em áreas como projetos, planejamento e administração, a participação chega a 22,5%; nas atividades de campo, varia entre 9% e 11%.

AUMENTO E CONSOLIDAÇÃO

Profissionais do setor corroboram essa evolução. Para a engenheira Iza Valadão, embaixadora da FEICON e produtora de conteúdo digital no segmento, a mudança de cenário já é perceptível. “Vejo esse crescimento refletido de forma concreta na prática, especialmente na formação acadêmica e nos primeiros anos de carreira. Nas universidades, a presença feminina nos cursos de Engenharia Civil e Arquitetura é cada vez mais significativa.”

Ela aponta, no entanto, um desafio estrutural. “O crescimento é real, mas o próximo passo é consolidar essa presença em posições estratégicas e técnicas de alta responsabilidade.”



Outro bom exemplo dessa transformação é a atuação da CEO da Milwaukee Brasil, Paula Cristina Dani, à frente da operação da multinacional no país. Sob sua liderança, a marca norte-americana, reconhecida globalmente como referência em ferramentas de alta performance, consolidou sua presença no mercado brasileiro, ampliando portfólio, canais e posicionamento estratégico.

Internamente, um dos compromissos conduzidos com atenção especial por Paula Dani é fazer com que a equidade de gênero não seja apenas um discurso institucional, mas parte concreta da identidade da Milwaukee Brasil. Sob sua liderança, o tema é tratado como pilar cultural e estratégico.

CURSOS SÓ PARA ELAS

Na Construtora Planeta, que atua na região de Sorocaba, SP, a evolução é clara. Em 2025, 15 dos 47 cargos de liderança eram ocupados por mulheres. Já em 2026, esse número chegou a 23, um aumento de 53,4% em apenas um ano. Assim, elas passaram a representar a maioria das posições estratégicas da empresa, com presença não só nas áreas administrativas como também nas obras. Na prática, isso amplia a presença feminina em decisões que influenciam desde o planejamento dos empreendimentos até a gestão das equipes.



Liderança feminina avança na construção civil_ colaboradoras Grupo Planeta

É o que reforça Fernanda Aleixo, superintendente de Gente e Gestão do Grupo Planeta. "Quando mais mulheres chegam aos espaços de decisão, toda a construção civil evolui com elas. A diversidade amplia perspectivas, qualifica o diálogo e fortalece a forma como pensamos em cada empreendimento – hoje e no futuro. Para nós, liderar também é criar oportunidades reais de desenvolvimento, abrir caminhos e inspirar novas trajetórias profissionais dentro do nosso setor", complementa.

Esse movimento também ganha força por meio de iniciativas de qualificação profissional voltadas ao público feminino. O Sebrae-SP, em parceria com o Senai, a Prefeitura de Sorocaba e o Seconci-SP, promoveu em março o 4º Ciclo do Projeto "Elas na Construção", que ofereceu cursos gratuitos de pintora e eletricista residencial somente para mulheres.

NA OBRAMAX

Criada em 2018 para combater o déficit de conhecimento técnico entre os profissionais da construção civil, a Academia de Profissionais da Obramax oferece cursos gratuitos em todas as suas lojas a cada mês. Nos últimos sete anos, a plataforma já capacitou cerca de 1.500 mulheres, com um salto notável em 2025, quando 500 profissionais foram formadas, destacando as unidades de Praia Grande, SP, e Benfica, RJ, como as que registraram o maior público feminino. Para ampliar ainda mais esse impacto, a empresa vai investir R$



Academia de Profissionais da Obramax



1,8 milhão em 2026, com o objetivo de chegar à marca de 100 mil profissionais capacitados ao longo da jornada do programa.

A virada de chave para esse crescimento foi a percepção do próprio time da Obramax, que inclui mulheres em posições de liderança. "Quando acompanhávamos os cursos da Academia, notávamos que o número de mulheres participantes era muito baixo e, mesmo as que estavam presentes, se mostravam mais quietas, participando menos das trocas", explica Samuel Molina, diretor de Relacionamento e Cliente da Obramax. "Entendemos que não era falta de interesse, era falta de ambiente. Criar turmas exclusivas para mulheres foi uma forma de construir um espaço mais seguro, de troca e confiança, onde elas se sentissem à vontade para perguntar, errar, aprender e se desenvolver."

Essa decisão estratégica impulsionou a participação feminina, que hoje abrange uma faixa etária diversificada, predominantemente entre 28 e 54 anos. Embora haja uma maior procura por cursos de elétrica, impermeabilização e pintura, o interesse das mulheres se estende por todas as temáticas, com o objetivo de aprender de forma abrangente antes de se especializarem. Os estados do Rio de Janeiro e São Paulo concentram a maior demanda por esses cursos.

A procura por esses cursos exclusivos tem crescido consistentemente, e 2026 promete ser um ano de expansão. "O ano de 2025 foi um processo de construção: entender o formato, criar o ambiente de confiança e estruturar a comunidade. Para 2026, queremos dar um passo além, com a criação de cursos intensivos de até 40 horas, focados exclusivamente em mulheres", revela Molina. "A ideia é que elas possam aprender do zero, com mais profundidade técnica, aumentando ainda mais a base de profissionais capacitadas e prontas para atuar no mercado."

MULHERES QUE CONSTROEM O FUTURO

Iniciativas da Saint-Gobain, como os realities Pedreiro Top Brasil Quartzolit e Mestre do Drywall Placo, junto com a websérie Obra do Zero Placo, fomentam a presença feminina no segmento ao oferecer visibilidade, capacitação e oportunidades concretas no setor. Na terceira edição do Pedreiro Top Brasil Quartzolit, por exemplo, o público feminino registrou 2 mil inscrições, um aumento de 317% em relação à edição anterior, resultando em duas mulheres entre os 10 finalistas. Já no Mestre do Drywall, a temporada de 2025 bateu recorde de inscrições femininas, com um crescimento superior a 400% em relação ao ano anterior, destacando mulheres como Dayane Alves, de São Paulo, e Pamela Soares, de Salvador, entre os melhores montadores do país.

Além disso, as apresentadoras da websérie Obra do Zero Placo, Helena Rodrigues, conhecida como a "Dama do Gesso", e Mirian Bolson, criadora do canal Entre para Morar, têm contribuído para popularizar a construção a seco, sistema que hoje representa apenas 3% do mercado, mas que cresce rapidamente devido às suas vantagens econômicas, ambientais e operacionais. Esses projetos demonstram que talento e técnica não têm gênero e reforçam o compromisso da Saint-Gobain em promover inclusão e protagonismo feminino na construção civil.



Destaques

Sudeste – Fernanda Fagundes (Porto Ferreira, SP): pedreira experiente que transformou desafios pessoais em reconhecimento profissional. Após a perda do marido, continuou trabalhando na construção civil e hoje ministra cursos para mulheres que querem começar na profissão. Fernanda participou das seleções para a primeira temporada do Pedreiro Top Brasil Quartzolit, em 2023, sendo a mulher mais bem colocada entre os mais de 16 mil pedreiros inscritos.



Karina Cândido (São Paulo, SP): jornalista que migrou para a construção civil e se tornou a única mulher finalista da segunda temporada do Pedreiro Top Brasil Quartzolit, em 2024. Sua trajetória combina comunicação e técnica, com foco em visibilidade para mulheres no setor e produção de conteúdos educativos sobre construção. Karina destaca que, após o reality, conquistou mais clientes e se consolidou como mestre de obras, mostrando a importância da participação feminina no setor.



Dayane Alves (São Paulo, SP): participante do Mestre do Drywall Placo, migrando da pedagogia para a construção civil. Administrando a própria empresa de drywall ao lado do marido, ela representa a nova geração de profissionais que ingressam no setor por escolha e paixão, reforçando o protagonismo feminino.

Sul – Greici Linzmeyer (Joinville, SC) – participante do Pedreiro Top Brasil Quartzolit, Greici é filha de mestre de obras e iniciou sua trajetória como servente. Com anos de prática e especialização, ela abriu sua própria empresa e se consolidou como uma profissional de destaque no setor da construção civil.



Nordeste – Pamela Soares (Salvador, BA): participante do Mestre do Drywall Placo, finalista da terceira temporada do reality show da Saint-Gobain, que premia os melhores montadores de drywall do país. Pamela tem uma trajetória marcada pela independência e rápida ascensão no setor: começou a trabalhar com drywall em 2020 e, desde então, descobriu sua paixão pela profissão. Hoje, lidera sua própria equipe formada exclusivamente por mulheres, mostrando que é possível ocupar posições de destaque e transformar a percepção sobre a presença feminina na construção civil.



PERFIL
LIDERANÇA FEMININA NA CONSTRUÇÃO CIVIL CATARINENSE

À frente da Sunprime Empreendimentos, em Itapema, Tamara Pastor consolida sua posição como diretora executiva, trazendo uma bagagem de mais de uma década de experiência e uma história marcada pela reinvenção constante.

Formada em Publicidade e Propaganda, iniciou sua carreira no setor financeiro e de comércio exterior antes de ingressar no universo imobiliário. De secretária a gerente geral, e posteriormente atuando por sete anos como corretora de imóveis, ela acumulou o conhecimento técnico necessário para entender todas as pontas do negócio. Ao unir forças com Eduardo Pastor na Sunprime, Tamara identificou que seu diferencial estava na gestão de pessoas e na materialização de projetos. Ela trouxe um olhar para uma área muitas vezes "engessada", provando que a atenção aos detalhes e o foco no cliente são ativos valiosos para o crescimento da incorporadora. Hoje, lidera uma equipe em uma empresa com cerca de 150 colaboradores.



"Na época em que iniciei, era gritante a diferença do público masculino na atuação no mercado imobiliário. Era mais difícil, eu era nova e não entendia bem essa questão de posicionamento", explica a diretora. "Eu estava me encontrando também em um mercado que é muito agressivo; aqui em Santa Catarina a construção civil é diferente porque a demanda é alta, então eu me via sem saber o que fazer", diz Tamara. Para ela, a presença

feminina traz humanismo à tecnologia e à arquitetura, permitindo que a empresa não apenas construa edifícios, mas crie conexões reais com quem habita esses espaços.

VOTORANTIM CIMENTOS SUPERA SUA META GLOBAL

Em seus Compromissos de Sustentabilidade para 2030, a Votorantim Cimentos estabeleceu a meta de atingir 25% de mulheres em posições de liderança globalmente, considerando os nove países em que possui operações. Em 2025, a companhia ultrapassou essa meta, chegando a 26% de presença feminina em cargos de liderança, 1,2% a mais que em 2024, quando o índice foi de 24,8%. Em 2020, esse percentual era de 20,1%, totalizando uma evolução de mais de cinco pontos percentuais em cinco anos.

"Alcançar a nossa meta global de mulheres para 2030 em cargos de liderança antes do prazo estabelecido é um marco que valida o nosso compromisso com a diversidade e inclusão. Entendemos que diversidade e inclusão é uma jornada contínua que deve permear todas as nossas frentes de atuação. Isso vai desde a base, com a formação técnica para que mais mulheres ocupem espaços no mercado, até o topo, com o aumento da representatividade feminina na alta liderança. O objetivo é que nossa indústria seja percebida como um espaço possível e atrativo para mulheres que buscam desenvolvimento e oportunidades profissionais. Por meio de parcerias, buscamos um ambiente de trabalho verdadeiramente inclusivo, capaz de atrair e, principalmente, reter os melhores talentos por meio de programas estruturados de desenvolvimento", afirma Cinthia Bossi, diretora global de Gente, Gestão e Comunicação da Votorantim Cimentos.

Além das metas para cargos de liderança, a Votorantim Cimentos também busca ampliar a presença feminina em cargos operacionais em todos os níveis. No Brasil, entre as iniciativas da Votorantim Cimentos para acelerar a inclusão feminina e a inserção em posições de liderança está a Trilha de Capacitação Técnica de Mulheres, um programa de desenvolvimento para mulheres que atuam nas operações da companhia no Brasil desde posições iniciais, como aprendiz e estagiária, até o nível técnico e de liderança nas áreas de Manutenção, Mineração, Produção e Qualidade. Mais de 170 empregadas estão sendo capacitadas pela iniciativa no primeiro ciclo do programa, iniciado em 2024. Em 2024, a Votorantim Cimentos também iniciou uma trilha de conhecimento para desenvolvimento para mulheres não líderes chamada Protagonismo e Autodesenvolvimento: mulheres construindo caminhos, que teve a participação de 860 mulheres ao longo do ano.

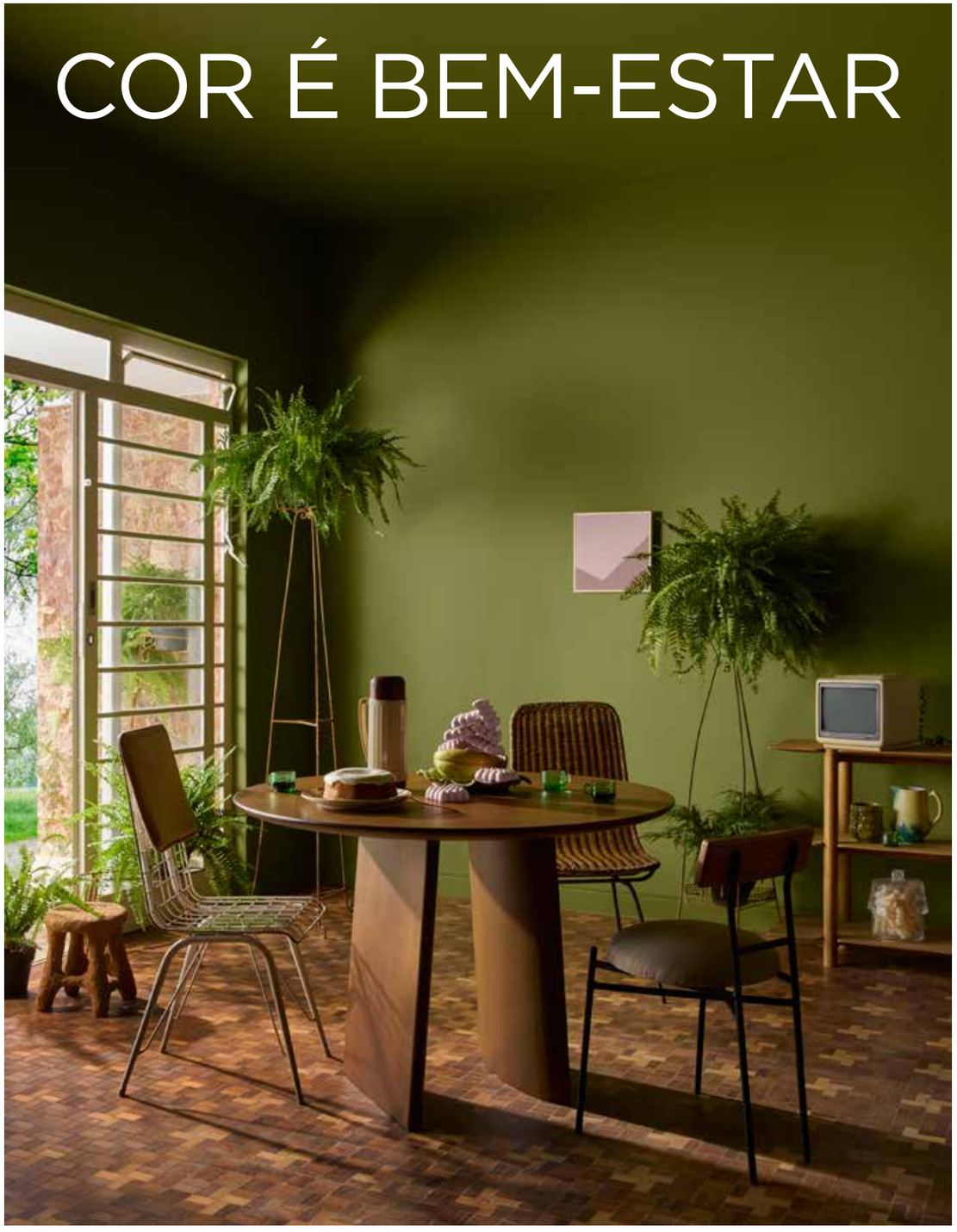
Já o Lidera VC é um programa para o desenvolvimento de mulheres líderes lançado em 2020. Mais de 250 mulheres já participaram do programa, que aborda diferentes temáticas a partir da perspectiva de gênero e inclusão, como estereótipos de gênero, negociação, liderança inclusiva, liderança estratégica e imagem profissional. Em 2025, a empresa também lançou o programa de Mentoria para Mulheres, com a participação de 13 mulheres mapeadas como sucessoras de cadeiras de liderança.



Mulheres da Votorantim Cimentos

LANÇAMENTO
RECORTE PERFEITO
adelbras
adelbras FITA ADESIVA PREMIUM IMOBILIÁRIA RECORTE PERFEITO 727 RECORTES DEFINIDOS
Contém 1 Rolo 24mm x 40m
ANTI
ANTI UV
727 FITA ADESIVA PREMIUM IMOBILIÁRIA RECORTE PERFEITO
É especialmente recomendada para **paredes com combinações de cores**, onde a junção entre tons deve ser precisa, **sem ondulações**. Ideal para **pintura de linhas retas e bem definidas**, a fita é indicada para superfícies lisas, garantindo um acabamento superior.
Construção Papelaria Automotivo
Tabela na página 28
Sleeve
Disponível nas **medidas**:
24mm x 40m e **48mm** x 40mm
Fabricada com papel liso de alta qualidade e proporciona um acabamento profissional na pintura, ideal para recortes que exigem máxima precisão.
Composição: Papel liso saturado com solução que o torna resistente e impermeável, adesivo acrílico.
adelbras 727
FITAS CREPE COMUM
SAIBA MAIS

COR É BEM-ESTAR



Pintar, mesmo que seja um pequeno ambiente, é suficiente para dar vida à residência. E as oportunidades são muitas, pois os fabricantes de tintas e acessórios para pintura desenvolvem produtos cada vez mais tecnológicos, que facilitam a vida dos profissionais de pintura e também do consumidor.

ATLAS

"Iniciamos 2026 com uma série robusta de lançamentos já no primeiro trimestre, contemplando nossas duas frentes de atuação: Atlas Pintura & Construção e Atlas Casa. Esse movimento reforça a estratégia da marca de ampliar nosso portfólio com soluções completas para diferentes etapas da obra. E esse é apenas o começo: ao longo de 2026, a empresa já tem grandes lançamentos previstos, dando continuidade ao plano de inovação e crescimento da empresa", informa Guilherme Fehlberg Gomes, gerente de Marketing e Trade da ATLAS S.A.



Guilherme destaca que os lançamentos da Atlas têm forte apelo técnico, com foco em produtividade e qualidade de acabamento.

"O principal destaque é a Airless Atlas PowerTech 3000W, uma solução de alto desempenho para pintura profissional. Equipada com motor brushless de 3000W, oferece maior vida útil e menor necessidade de manutenção, eliminando o desgaste de escovas. Sua vazão de até 5,1 litros por minuto e pressão de até 227 bar (3300 psi) garantem aplicação rápida, uniforme e com excelente cobertura, mesmo em grandes superfícies. Isso permite redução de até 60% no tempo de pintura, além de um acabamento fino, sem marcas ou respingos — ideal para aplicações intensivas e exigentes.

Outro grande destaque é o Rolo de Pintura SedaTek, desenvolvido especialmente para superfícies lisas. Com fio sintético de alta tecnologia e manta de 10 mm, proporciona alta retenção e liberação uniforme da tinta, resultando em acabamento extremamente liso, sem marcas de emenda e com aspecto sofisticado. Além disso, reduz respingos e melhora o rendimento, tornando o processo mais eficiente e limpo.

Completam o portfólio: Veda Mancha, que combina filme plástico eletrostático com fita crepe, garantindo proteção eficiente e aplicação prática, agora na medida de 2,70 m x 20 m; prolongadores trava fácil de dupla abertura, que ampliam o alcance com leveza e segurança, reduzindo esforço e uso de escadas; misturador SDS Plus, que assegura mistura homogênea com encaixe firme e maior produtividade; Disco Strip, ideal para remoção de tinta, oxidação e limpeza pesada em metais; discos abrasivos telados e cerâmicos, que trazem como diferencial a estrutura mesh, que melhora a aspiração de pó, aumenta a durabilidade e proporciona acabamento mais uniforme.

Recomendações aos revendedores

"A recomendação é trabalhar a exposição com foco em benefícios práticos e aplicação real. Organizar os produtos por etapas da obra (preparo, aplicação e acabamento) facilita a jornada do consumidor. É importante destacar pontos como: produtividade (ex.: Airless com ganho de tempo significativo); qualidade de acabamento (ex.: Rolo SedaTek e abrasivos); facilidade de uso e versatilidade; durabilidade e economia no longo prazo. Sempre que possível, o uso de materiais demonstrativos ou explicativos ajuda a evidenciar os diferenciais e impulsionar a decisão de compra."

Quais as expectativas para o mercado este ano?

"As expectativas para 2026 são positivas, com um mercado cada vez mais orientado na busca por eficiência, qualidade e praticidade. Profissionais e consumidores estão mais exigentes, priorizando soluções que entreguem melhor desempenho com menor tempo de execução e acabamento superior. Nesse contexto, a Atlas se posiciona de forma estratégica ao iniciar o ano com lançamentos relevantes em suas duas frentes de atuação e já projetar novas soluções ao longo de 2026. Esse movimento reforça seu papel como uma marca de múltiplas soluções para pintura, construção e casa, acompanhando a evolução das demandas do setor e ampliando sua presença em diferentes momentos da obra."

BRASILUX TINTAS

A Brasilux apresentou lançamentos que ampliam as possibilidades de personalização, acabamento e manutenção de madeiras. Entre as novidades estão o Brasimix Concentrados Universais NO Machine para madeiras, um sistema tintométrico manual que permite a criação de infinitas cores e diversos brilhos sem o uso de máquinas; e o Verniz Spray para móveis e madeiras, desenvolvido para reparos rápidos e acabamentos localizados, com aplicação prática e menor desperdício. As soluções reforçam o compromisso da marca com eficiência, flexibilidade e inovação para profissionais do setor.

O Brasimix NO Machine para madeiras é um sistema tintométrico manual que permite a criação de cores sem a necessidade de máquinas para armazenagem e homogeneização dos concentrados. Composto por três concentrados universais, o sistema possibilita o desenvolvimento de diferentes tonalidades e níveis de brilho diretamente em vernizes e stain impregnante, com preparo prático e rápido.

A solução foi desenvolvida para facilitar a operação no ponto de venda, reduzir estoques de vernizes prontos, minimizar perdas no processo e ampliar as possibilidades de personalização, permitindo que o cliente produza a cor desejada conforme a demanda.

Os produtos tingidos com o Brasimix NO Machine são indicados para aplicações em portas, batentes, janelas, pergolados, casas pré-fabricadas de madeira e superfícies de madeira em geral, tanto em ambientes externos quanto internos. O produto não é recomendado para decks, assoalhos e pisos de madeira.

CIBRA

Alexandre Doretto, gestor da empresa, informa que tem novidades importantes para ampliar ainda mais seu portfólio e atender diferentes demandas do mercado da construção civil e manutenção.



"Entre os principais lançamentos está a linha de Fitas Aluminizadas Asfálticas VEDATUDO, uma novidade que acaba de chegar à CIBRA e que oferece uma solução prática e eficiente para vedação, impermeabilização e reparos em diversas superfícies. Também passam a integrar o portfólio o Gás para Maçarico, voltado para aplicações profissionais que exigem praticidade e desempenho, e a nova linha VEDASPRAY, uma tinta impermeabilizante emborrachada em spray, desenvolvida para criar uma camada de proteção flexível e resistente contra infiltrações e umidade. Esses lançamentos reforçam o compromisso da CIBRA em expandir continuamente seu portfólio com soluções práticas, versáteis e de alta demanda no ponto de venda, sempre pensando nas necessidades reais de lojistas, distribuidores e profissionais do setor", diz.

Além dos lançamentos, alguns produtos do portfólio da CIBRA se destacam cada vez mais no mercado e ganham destaque entre os profissionais da área.

"Um dos principais exemplos é o PU40 da CIBRA, que vem firmando cada vez mais seu nome como uma das principais opções quando se fala em selantes. Outro produto muito querido pelo mercado é a famosa "colinha" CIBRABOND 793 de 20 g, que vem conquistando novos espaços e alcançando diferentes segmentos. Reconhecida pela sua alta eficiência, praticidade e excelente custo-benefício, a CIBRABOND tem se destacado frente a grandes marcas já consolidadas. Entre os produtos já consagrados da marca, também merece destaque a linha de tintas spray CIBRA COLOR. Desde a reformulação de seu visual, a linha tem chamado atenção no ponto de venda, tanto pelo design moderno que valoriza a exposição nas lojas, quanto pela qualidade do produto, com alta cobertura, boa durabilidade e secagem rápida", reforça Alexandre.

Recomendações aos revendedores

"A exposição estratégica no ponto de venda é fundamental para impulsionar a conversão. Recomendamos que os produtos estejam posicionados de forma visível, organizados por categoria e próximos a itens complementares, estimulando a compra por associação. Materiais de apoio como displays, comunicação visual clara e demonstrações práticas ajudam o cliente a entender rapidamente a aplicação e os diferenciais de cada produto. Além disso, é essencial que a equipe de vendas esteja preparada para orientar o cliente, destacando benefícios como facilidade de aplicação, rendimento e versatilidade — fatores decisivos no momento da compra."

Quais as expectativas para o mercado este ano?

"O ano deve consolidar um movimento que já vem ganhando força: um mercado mais exigente, mais competitivo e com decisões de compra cada vez mais racionais. Não basta mais estar na prateleira — é preciso girar, performar e entregar valor real. Produtos que não comprovam qualidade ou não têm competitividade tendem a perder espaço. Ao mesmo tempo, vemos uma grande oportunidade para marcas que unem desempenho, preço justo e presença no ponto de venda. O crescimento não está apenas nos grandes players, mas em empresas que conseguem ser ágeis, próximas do cliente e consistentes na entrega. Estamos fortalecendo nossa marca, ampliando portfólio e ganhando relevância em diferentes canais."

EUCATEX

A marca tem novidades que reforçam seu posicionamento como referência em inovação e soluções completas para o mercado de tintas, com destaque para a nova linha acrílica Protege, a Acqua Resist e a coleção cromática Eucatex Trends, que amplia ainda mais a gama de cores do sistema tintométrico da empresa.

A nova geração da linha acrílica premium Eucatex Protege foi desenvolvida para oferecer desempenho superior, versatilidade e acabamento refinado. A linha passa a contar com três versões: Essence, com acabamento fosco; Balance, com acabamento acetinado; e Lumina, com acabamento semibrilho.

Com fórmulas atualizadas e novos atributos de performance, a linha também ganha embalagens com identidade visual renovada, mais moderna e objetiva, facilitando a identificação do produto ideal para cada aplicação. As três versões oferecem resultado sem cheiro em até três horas, além de alta durabilidade e resistência, reforçando a confiança já consolidada da Protege entre profissionais da pintura.



Disponível desde o final de 2025, a linha tem sido bem recebida comercialmente, como destaca Alexssandre Nagy, gerente de Trade Marketing da Tintas Eucatex. "O mercado respondeu rapidamente à combinação entre desempenho técnico, variedade de acabamentos e uma comunicação mais clara nas embalagens, que facilita a escolha no ponto de venda. É uma linha que conversa tanto com o profissional da pintura quanto com o consumidor final, e isso tem se refletido no interesse e na demanda crescentes."

Outro destaque da Tintas Eucatex é a Acqua Resist, tinta acrílica impermeabilizante à base de água com tecnologia exclusiva da marca. Indicada para áreas internas e externas, o produto combina acabamento fosco, alta lavabilidade e resistência à umidade positiva e negativa, como infiltrações, vazamentos e umidade ascendente.

"A Acqua Resist nasce de uma demanda muito clara do mercado por soluções que realmente entreguem desempenho em condições severas de umidade. Desenvolvemos uma tinta que responde aos desafios do clima brasileiro, reduzindo retrabalhos e ampliando a durabilidade das pinturas", afirma Felipe Diotaiuti, gerente de Marketing de Produtos da Tintas Eucatex.

A Coleção Eucatex Trends é o resultado de um estudo de comportamento e tendências cromáticas desenvolvido pela Eucatex em parceria com arquitetos especialistas em cores. A coleção traz 102 novas tonalidades, que passam a integrar o portfólio da marca e ficam disponíveis no sistema tintométrico e-Colors, ampliando significativamente as possibilidades criativas para profissionais de arquitetura, design e decoração.

As tonalidades traduzem a busca contemporânea por equilíbrio entre pertencimento e transformação, combinando um tom terroso, associado à ancestralidade e ao acolhimento, com um neutro luminoso, que inspira flexibilidade e novos começos.

IQUINE

Respondendo às tendências de arquitetura que buscam refúgio e naturalidade, a Tintas Iquine apresenta novidades robustas em seu portfólio. O destaque é o Decoratto Pedras Naturais, um revestimento de alto padrão desenvolvido para projetos que exigem rigor estético e acabamentos orgânicos. O produto oferece uma textura que valoriza a sensação tátil de superfícies naturais, conferindo um acabamento sofisticado tanto para áreas externas quanto internas. Para garantir a excelência do acabamento, o lançamento atua em conjunto com o novo Decoratto Primer, idealizado para preparar a superfície, assegurando máxima fixação e aderência.

No segmento técnico, a marca traz o Dialine Epóxi, um esmalte bicomponente à base de resina epóxi. O produto foi formulado para garantir máxima durabilidade, oferecendo alta resistência química e mecânica. É a solução ideal para a pintura de azulejos, pisos, tubulações e estruturas metálicas, sendo indicado exclusivamente para ambientes internos e cobertos.

LUKSCOLOR

Em 2026, a Lukscolor apresenta a LKS 1392 – Ocala como a Cor do Ano, uma tonalidade que transita entre o vermelho e o terroso e que traduz o desejo coletivo por harmonia emocional e ambientes que nutrem a alma. Inspirada na argila – material maleável, regenerador e profundamente ligado à natureza – Ocala reflete nossa capacidade de transformação, adaptabilidade e renovação constante.

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

A proposta da Lukscolor é olhar para dentro: criar espaços de serenidade, leveza visual e aconchego. Por isso, a Lukscolor elegeu cinco coleções que acompanham Ocala, pensadas para refletir tendências globais de bem-estar e a busca por equilíbrio no mundo contemporâneo, oferecendo possibilidades de combinações que unem conforto estético e expressão pessoal.

HYDRONORTH

A Hydronorth inicia 2026 com uma agenda consistente de lançamentos, resultado de um trabalho estruturado de pesquisa e inteligência de mercado. A empresa investe continuamente no entendimento do comportamento do consumidor, nas necessidades dos aplicadores e nas tendências do setor, garantindo que seu portfólio esteja alinhado às demandas reais do mercado e às oportunidades do varejo.

"Com base nesses estudos, a estratégia da Hydronorth é desenvolver soluções que combinem desempenho técnico, praticidade de aplicação e forte apelo comercial, contribuindo diretamente para o giro e a rentabilidade do ponto de venda. Ao longo do ano, a empresa apresenta cinco novidades que atendem diferentes frentes do mercado — desde acabamentos decorativos até soluções técnicas para pisos, impermeabilização e paisagismo", informa Mayra Weddija, gerente técnica da Hydronorth.



Entre os destaques está o Cimento Queimado Perolizado, desenvolvido em parceria com a Turma da Boiadeirinha, que conecta o produto ao universo AgroPlay Kids. "O revestimento entrega um acabamento sofisticado, com efeito perolado e leve brilho, além de uma experiência sensorial diferenciada. A proposta amplia o uso do produto tanto para ambientes infantis quanto para projetos decorativos em geral, com uma paleta de cores que foge do tradicional para essa linha de produtos. Para aplicações de alta exigência, a Hydronorth lança a Tinta PU Bicompontente para Piso, indicada para ambientes que demandam elevada resistência. O produto oferece excelente desempenho contra abrasão, agentes químicos e raios UV, podendo ser utilizado em áreas internas e externas. Na linha de impermeabilização, o Veda Tudo chega como uma solução prática para o dia a dia, ideal para pequenos reparos e tratamento de pontos críticos de infiltração, com aplicação simples e possibilidade de repintura. Esse produto vem para completar o nosso portfólio de impermeabilizantes, sendo um ótimo parceiro para ser usado junto com as nossas tintas emborrachadas", complementa Mayra.

Recomendações aos revendedores

"A principal recomendação da Hydronorth é apostar na demonstração visual e sensorial dos produtos, especialmente daqueles que possuem forte apelo estético. Acabamentos como o Granffino® Pisos e o Cimento Queimado Perolizado ganham muito mais força de venda quando o cliente consegue ver e tocar o resultado aplicado, seja por meio de painéis demonstrativos, mostruários ou pequenas áreas aplicadas na própria loja. Outro ponto importante é explorar os benefícios práticos de cada produto durante a abordagem de venda. Produtos como o PU Bicompontente para Piso e o Veda Tudo, por exemplo, atendem dores muito claras do consumidor — proteção, resistência e solução rápida para infiltrações — o que facilita a argumentação comercial. A Hydronorth também tem investido constantemente na produção de conteúdos digitais de apoio, como vídeos de aplicação, demonstrações práticas e materiais explicativos, que podem ser utilizados pelos revendedores para apresentar melhor os produtos aos clientes. Esses conteúdos ajudam a explicar o funcionamento e os diferenciais de forma simples e visual, aumentando o poder de convencimento no momento da venda e contribuindo para transmitir mais confiança ao consumidor final. Com a combinação de exposição adequada no ponto de venda, demonstração visual e boa argumentação técnica, os revendedores conseguem explorar todo o potencial desses lançamentos e transformar o interesse e as dores do consumidor em ótimas vendas."

Quais as expectativas para o mercado este ano?

"As expectativas da Hydronorth para o mercado neste ano são positivas, ainda que o cenário atual exija de todos nós atenção. Fatores como a instabilidade geopolítica, possíveis aumentos nos custos de matérias-primas e até eventos previstos como a Copa do Mundo — que tradicionalmente impactam o ritmo do varejo e trazem desafios adicionais ao setor. Seguimos acreditando em um ambiente de boas oportunidades, especialmente para produtos que entregam soluções reais para o dia a dia da obra, combinando desempenho técnico, durabilidade e valor estético. Nesse contexto, a Hydronorth segue investindo no desenvolvimento de um portfólio alinhado às demandas do mercado, com foco em produtos que resolvem dores do cliente e, ao mesmo tempo, agregam valor aos projetos por meio de acabamentos mais refinados, resistentes e diferenciados."



MONTANA

Elaine Guedes, diretora comercial da Montana Química, esclarece que a linha Osmocolor Stain da Montana é pioneira quando se fala de impregnante no Brasil. Conta com as versões base solvente e base água e apresenta uma gama variada de opções de tonalidades que atendem a diferentes preferências estéticas e necessidades de proteção. Entre os principais destaques estão a versão clear com o Osmocolor Incolor UV Glass, que além da proteção, esteticamente atende aos projetos onde se deseja manter o aspecto mais rústico, realçando a beleza da madeira. Para situações de alta exposição, como aplicações em deck de piscinas, temos o Osmocolor UV Deck da linha semitransparente na cor castanho, com tripla proteção UV, que possui a versão antiderrapante, além das tonalidades nas cores de madeira como mogno e imbuia, que permitem utilizar madeiras de reflorestamento como pinus e eucalipto, dando aspecto mais nobre."

Recomendações aos revendedores

"Para uma apresentação interessante no ponto de venda, recomenda-se que os revendedores utilizem amostras de madeiras reais aplicadas com o produto, permitindo que o consumidor sinta o toque acetinado e veja o realce dos veios. É importante adotar uma venda consultiva, focando na economia a longo prazo proporcionada pela facilidade de manutenção e pela durabilidade superior do stain em comparação ao verniz. O uso de catálogos físicos da Montana pode ajudar a alinhar a expectativa de cor do cliente, e a equipe de vendas deve estar preparada para explicar que o Osmocolor é um preservativo registrado que protege a madeira "de dentro para fora", garantindo uma vida útil muito maior ao material tratado."

Quais as expectativas para o mercado este ano?

"As expectativas para o mercado giram em torno do crescimento do uso da madeira na arquitetura contemporânea, especialmente em fachadas, decks e estruturas de madeira, o que impulsiona diretamente a busca por protetores de alta performance. O consumidor atual está mais atento à sustentabilidade e à durabilidade, preferindo investir em soluções que evitem a substituição precoce de materiais. A Montana projeta uma consolidação de sua liderança através da expansão em canais especializados e home centers, apostando na educação do mercado sobre as vantagens técnicas do stain e na inovação de fórmulas que ofereçam proteção máxima com menor impacto ambiental."



SAINT-GOBAIN

Rony Pereira, Gerente de Produtos na Saint-Gobain Solução para Construção, destaca que a empresa trabalha continuamente no desenvolvimento e aprimoramento do seu portfólio, acompanhando as demandas do mercado e as necessidades dos profissionais da pintura e da construção. Tanto na categoria de tintas, acessórios quanto impermeabilizantes, seguem investindo em inovação, ampliação de soluções e melhorias de performance, sempre com foco em praticidade, durabilidade e alto desempenho.

"Gostaríamos de destacar frentes estratégicas do nosso portfólio das marcas Quartzolit e Tekbond:

Na Quartzolit, além da linha completa de impermeabilizantes, que entre os principais produtos estão as mantas líquidas Quartzolit, borracha líquida Quartzolit, pintura emborrachada Quartzolit e o aditivo Chapix Blanco Quartzolit, destacamos também o portfólio de tintas acrílicas, que contempla a Parede Nova Quartzolit, Rende Mais Quartzolit e Toque Fino Quartzolit. Complementando o sistema de pintura, destacamos a Lixa Massa Quartzolit, indicada para remoção de imperfeições e nivelamento de superfícies.

Na Tekbond, evidenciamos a linha Super Color, tinta spray versátil e de alta cobertura, além da linha de acessórios para pintura, como a Fita Crepe Tekbond, a Fita Crepe Azul 254 Imobiliária e o Corante Líquido, que complementam a experiência no ponto de venda", informa Rony Pereira, gerente de Produtos na Saint-Gobain Soluções para Construção.

A linha de tintas Quartzolit atende diferentes níveis de exigência e orçamento. A Parede Nova Quartzolit é uma tinta econômica de acabamento fosco, indicada para ambientes internos, com ação antimofo e baixo odor, disponível em 7 cores; a Rende Mais Quartzolit, tinta acrílica standard, é superconcentrada e possui excelente cobertura, durabilidade, secagem rápida e aplicação em áreas internas e externas, disponível em 8 cores; Toque Fino Quartzolit é uma tinta acrílica premium de alta performance, acabamento fosco, excelente cobertura e fácil limpeza, indicada também para ambientes internos e externos e disponível em 6 cores. Na linha de acessórios, a Lixa Massa Quartzolit é indicada para remoção de imperfeições e nivelamento de superfícies como massa corrida, massa acrílica, gesso e reboco.

Nos impermeabilizantes da Quartzolit, o grande diferencial está na tecnologia aplicada às formulações e na segmentação por tipo de uso:

• Manta Líquida Ultra 12 Quartzolit – impermeabilizante acrílico termo redutor, formulado com micropartículas que contribuem para redução de temperatura superficial e conforto térmico. O produto é fotossensível, ou seja, muda de cor após a secagem, e possui resistência a intempéries, raios UV e baixa absorção de água.

• Borracha Líquida Quartzolit – apresenta alta elasticidade e excelente aderência, acompanhando a movimentação da base sem fissurar e protegendo contra infiltrações e intempéries.

• Pintura Emborrachada Quartzolit – indicada para paredes e fachadas, funciona como impermeabilizante e acabamento final ao mesmo tempo, formando uma película elástica que protege contra a umidade e preserva a estética da superfície.

• Chapix Blanco Quartzolit – aditivo à base de PVA, melhora significativamente a aderência e a trabalhabilidade das argamassas e chapiscos cimentícios. Indicado para aplicação sobre concreto, alvenaria e bloco de EPS em tetos de lajes, reduz retração e permeabilidade, aumenta a coesão e contribui para a diminuição de fissuras, além de reduzir perdas e sujeira na obra.

Já a linha de tintas spray, a Super Color Tekbond é uma tinta acrílica de alto poder de cobertura, com excelente aderência e resistência a condições climáticas extremas. Pode ser aplicada em metal, madeira, cerâmica, gesso e alvenaria.

Entre os acessórios, a Fita Crepe Tekbond oferece excelente fixação, remoção limpa em até 24 horas e resistência à umidade e solventes. A Fita Crepe Azul 254 Imobiliária possui proteção UV e pode permanecer aplicada por até 10 dias sem deixar resíduos, ideal para uso externo. Complementando, o Corante Líquido é indicado para tingir tintas à base d'água, com excelente poder de tingimento, cores misturáveis entre si e praticidade para o varejo.

Recomendações aos revendedores

"No ponto de venda, a recomendação é investir em exposição organizada e comunicação clara dos benefícios. Para as tintas e acessórios, a organização por cores e aplicações facilita a escolha do consumidor. Demonstrações práticas, aplicação em peças de amostra e destaque para atributos como secagem rápida e versatilidade ajudam a impulsionar a decisão de compra.

No caso dos impermeabilizantes, é essencial orientar o cliente quanto à aplicação correta, reforçando que cada ambiente exige uma solução específica. Treinar a equipe para explicar os diferenciais técnicos e os benefícios preventivos da impermeabilização é determinante para aumentar a conversão e reduzir retrabalhos."

Quais as expectativas para o mercado este ano?

"A expectativa é de um mercado movimentado por reformas, manutenções e valorização de imóveis. O consumidor está mais atento à durabilidade e ao custo do retrabalho, o que favorece produtos que ofereçam praticidade, proteção e bom desempenho técnico. Soluções que combinam facilidade de aplicação, resistência às intempéries e custo-benefício competitivo tendem a ganhar ainda mais relevância, tanto no segmento imobiliário quanto no varejo de materiais para construção."

SHERWIN-WILLIAMS

A Sherwin-Williams revela a Cor do Ano 2026: Cáqui Universal SW 6150. Trata-se de um tom neutro, quente e sóbrio, que captura a essência do que é realmente fundamental na vida, oferecendo uma simplicidade

tranquilizante e um apelo atemporal. Com sua elegância discreta e versatilidade para o dia a dia, a Cáqui Universal incentiva a desacelerar, reiniciar e decorar com propósito. A tonalidade traz possibilidades infinitas na decoração e, ao mesmo tempo, um calor aconchegante ao ambiente.

"É um tom atemporal e versátil que transmite uma sensação de elegância sóbria a qualquer ambiente", diz Sue Wadden, diretora de Color Marketing da Sherwin-Williams. "Com seus subtons quentes e terrosos, o Cáqui Universal SW 6150 complementa facilmente uma ampla paleta de cores, criando um cenário rico e acolhedor, capaz de transformar todo um design."

"No Brasil, a Cáqui Universal SW 6150 também tem um papel simbólico importante: representa um desejo coletivo de acolhimento e reconexão. Em tempos de muitas transformações, há uma busca por equilíbrio. E essa cor, com sua suavidade terrosa, nos lembra da importância de desacelerar, de tocar o mundo com mais cuidado, de olhar para dentro. É uma cor que cura, conecta e representa. Cáqui Universal evoca o natural, o artesanal, o feito à mão. Ela fala de cerâmica, de linho cru, de madeira clara, de fibras vegetais – de tudo aquilo que carrega história e imperfeição bela", afirma Patrícia Fecci, gerente de Color Marketing da Sherwin-Williams no Brasil.

A proposta da marca é ampliar o olhar sobre a evolução das cores. O Colormix 2026 investiga o comportamento das famílias cromáticas e organiza as tendências em quatro paletas complementares: Tons Esfumaçados, Tons Iluminados, Escuros Regenerativos e Clássico e Atemporal. As coleções refletem movimentos culturais, emocionais e sensoriais do morar contemporâneo. Inserida na paleta Clássico e Atemporal, a Cáqui Universal (SW 6150) foi eleita cor do ano 2026. O tom neutro, quente e sóbrio traduz a busca por essencialidade em um cenário de excessos visuais.

"Com o Antologia Volume Dois, aprofundamos a narrativa da cor. Não se trata apenas de tendência estética, mas do impacto emocional e da aplicabilidade prática das tonalidades nos espaços", afirma Patrícia Fecci, gerente de Marketing. "Queremos que o público vivencie essa pesquisa além das paredes, em forma, textura e matéria."

Na Galeria Colormix, cada paleta ganha representação física por meio da curadoria de peças do designer Jay Boggo, feita a partir de uma análise das 48 cores que compõem o estudo. No estande, as obras funcionam como extensões tridimensionais das paletas, a exemplo do Banco Oresá, esculpido em pedra-sabão; da escultura As Três Marias, que dialoga com a ideia de orientação ancestral; do Banco Feijão, de volumetria orgânica; e da luminária Iraim, criada a partir de um tronco amazônico.

Expandindo essa visão de cor como ferramenta de criação e transformação dos espaços, a Colorgin, marca de tintas spray da Sherwin-Williams, apresentou na Haus Decor Show a renovação completa de suas embalagens. A iniciativa marca um avanço estratégico na arquitetura de marca, com foco em melhorar a leitura no ponto de venda, organizar o portfólio e elevar a percepção de valor dos produtos, indo além de um simples redesign estético. As linhas passam a contar com identidades próprias, cores bem definidas e segmentação mais objetiva, o que facilita a identificação das aplicações e torna a diferenciação entre categorias mais evidente nas prateleiras.



STARRETT

Sergio Eduardo Cristofoletti, gerente de Produtos da Starrett, está otimista com o mercado e informa que "definitivamente, 2026 será um ano repleto de novidades".

"Além das lixas, lançamos recentemente a nova linha de Trenas Laser com alcances de 40, 70 e 100 metros, que oferecem grande capacidade de armazenamento e funções avançadas para medições complexas. Também realizaremos um importante lançamento de lâminas para máquinas multifuncionais oscilantes e serras sabre para poda, ampliando nosso portfólio de corte e separação", destaca.

Cristofoletti destaca as Lixas Starrett, voltadas às mais diversas aplicações e com ampla gama de granulometrias. Elas unem versatilidade à tradicional qualidade



da fabricante. Desenvolvidas para garantir performance superior, essas lixas combinam alta resistência, flexibilidade e baixo nível de empastamento — características essenciais para quem busca precisão e produtividade no canteiro de obras.

"As Lixas D'água ganham protagonismo no setor de pintura. Fabricadas para suportar o uso úmido sem perder o rendimento, são ideais no desbaste de massa plástica, poliéster e acrílica, entregando resultados uniformes. Sua resistência e capacidade de manter o corte em condições úmidas as tornam indispensáveis para acabamentos refinados na construção civil. Complementando a linha, as versões para Massa e Madeira são recomendadas para nivelar paredes e dar acabamento em compensados e MDF, preparando a base para pintura ou verniz. Já as lixas de Ferro oferecem excelente desempenho na remoção de oxidação e tintas antigas, além de serem fundamentais no preparo de superfícies metálicas antes da repintura. Com alta durabilidade, a Starrett reforça seu compromisso em oferecer soluções completas e confiáveis aos profissionais do setor", diz.

Recomendações aos revendedores

"Para garantir uma exposição eficiente, recomenda-se organizar as lixas por granulação em locais de fácil acesso, utilizando displays que valorizem o produto e facilitem a comparação. Posicioná-las próximas ao setor de pintura (tintas, espátulas e pincéis) aumenta a visibilidade e estimula a venda por impulso ou necessidade complementar. O uso de materiais de PDV, como wobblers, stoppers, réguas de gôndola e clip strips, ajuda a destacar a categoria. Além disso, etiquetas informativas que reforcem os diferenciais da marca tornam a escolha do cliente mais rápida e segura. Vale lembrar que vendedores bem orientados fazem a diferença; por isso, a Starrett disponibiliza uma equipe de promotores e merchandising para apoiar o revendedor na organização, reposição e treinamento, fortalecendo o sell-out."

Quais as expectativas para o mercado este ano?

"Chegaremos ao meio de 2026 com excelentes resultados. O desempenho obtido até aqui demonstra a força da nossa estratégia e a parceria sólida com clientes e distribuidores. Seguimos ampliando o portfólio e consolidando a presença da marca em todo o país. Além disso, realizaremos ativações regionais em todo o Brasil, incluindo demonstrações e treinamentos para manter a marca próxima do consumidor final. Com esses esforços, estamos confiantes de que 2026 será marcado por conquistas sólidas para a Starrett e seus parceiros."

SUVINIL

A Suvinil apresenta as Cores do Ano de 2026 em um cenário que é puro Brasil: o boteco. Mais do que um espaço físico, ele é território de encontros e afetos, onde o íntimo se mistura ao coletivo e as conversas se transformam em cultura. É ali, entre o barulho dos copos e o vaivém das cores, que a vida cotidiana ganha tom e textura, e a marca reafirma o conceito Co(r)existir, revelando que a transformação começa nas pequenas coisas, nas trocas, nos gestos, no que é genuinamente brasileiro.

Em 2026, a Suvinil inaugura um novo capítulo de sua história com o Co(r)existir, que sucede ao Suvinil Revela e traduz a evolução do olhar da marca sobre cor e comportamento. Mais do que uma mudança de nome, o estudo representa a continuidade de uma jornada de pesquisa e escuta sobre o papel das cores na vida das pessoas, reafirmando o compromisso da marca em construir pontes entre emoção, cultura e sociedade.

Inspirado pela riqueza criativa e pela pluralidade do país, o Co(r)existir 2026 propõe uma leitura sensível sobre o tempo presente. Em meio a um cenário de mudanças constantes, em que o excesso de estímulos convive com o desejo de pertencimento, a cor se consolida como linguagem e território comum, um ponto de encontro entre o íntimo e o coletivo, entre tradição e inovação.

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

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

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

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

TIGRE

"Entre os principais lançamentos recentes da Tigre para o segmento de pintura está a linha TigrePRO, desenvolvida especialmente para atender às necessidades do pintor profissional. O portfólio reúne 29 ferramentas voltadas para diferentes etapas do processo de pintura, incluindo rolos, suportes, bandejas, caçambas, extensores e outros acessórios. A linha foi desenvolvida em parceria com especialistas do setor e traz soluções pensadas para aumentar a produtividade no canteiro de obra, aliando desempenho, ergonomia e durabilidade. O objetivo é oferecer ferramentas que facilitem o dia a dia do profissional e contribuam para um acabamento mais preciso e eficiente", informa Vinicius Miranda, diretor de Desenvolvimento de Negócios com Clientes da Tigre.



A Tigre conta com um portfólio completo de acessórios para pintura, que acompanha todas as etapas do processo, desde a preparação da superfície até o acabamento final. Entre os produtos de maior destaque estão rolos de pintura, pincéis e trinchas, bandejas, caçambas, extensores, fitas adesivas e lixas, além de ferramentas de preparação como espátulas e desempenadeiras.

"Hoje, entre os produtos mais procurados estão os rolos de lã sintética e a trincha média. Esses itens são indispensáveis no dia a dia dos pintores, pois oferecem excelente desempenho em diferentes tipos de aplicação. Graças à variedade de tamanhos e à ampla compatibilidade com diversas tintas e superfícies, o portfólio da Tigre consegue atender plenamente às necessidades dos profissionais. Esses itens são amplamente utilizados tanto por pintores profissionais quanto por consumidores que realizam reformas e manutenção residencial. No varejo, os acessórios de pintura costumam apresentar boa rotatividade, principalmente por serem produtos complementares à venda de tintas e outros materiais de construção", destaca Vinicius.

Recomendações aos revendedores

"No ponto de venda, a organização da categoria de pintura é um fator importante para estimular as vendas. Uma boa prática é posicionar os acessórios próximos às tintas, criando uma jornada de compra mais intuitiva e incentivando a aquisição de produtos complementares. Também é recomendável destacar os itens de maior giro em locais de fácil visualização, como prateleiras na altura dos olhos ou áreas de grande circulação dentro da loja. O uso de materiais de ponto de venda, como testeiras, stoppers e placas informativas, ajuda a explicar a aplicação das ferramentas e orienta o consumidor na escolha do produto mais adequado. Além disso, manter a categoria organizada e com exposição clara dos produtos facilita a experiência de compra e contribui para aumentar o ticket médio."

Quais as expectativas para o mercado este ano?

"As perspectivas para o mercado de acessórios e ferramentas para pintura são positivas, impulsionadas principalmente pelas atividades de manutenção, reforma e construção no país. Mesmo em cenários econômicos mais desafiadores, a pintura continua sendo uma das etapas mais frequentes em obras e reformas, o que

mantém a demanda por ferramentas e acessórios em níveis consistentes.

Além disso, observa-se uma valorização crescente de produtos que ofereçam maior eficiência, durabilidade e produtividade, especialmente entre os profissionais da construção civil. Nesse contexto, soluções que facilitem o trabalho e contribuam para um acabamento de qualidade tendem a ganhar cada vez mais espaço no mercado."

VONDER

A busca por maior produtividade, qualidade de acabamento e redução de prazos de execução tem impulsionado a adoção de novas tecnologias na pintura profissional e nos processos de preparação de superfícies. Em um cenário cada vez mais exigente na construção civil e na manutenção industrial, profissionais e empresas procuram soluções que otimizem o trabalho e garantam maior eficiência no uso da mão de obra.

Nesse contexto, a tecnologia aplicada aos produtos de pintura torna-se uma grande aliada do profissional. Soluções que agilizam etapas como remoção de ferrugem, tratamento da superfície e preparação para pintura contribuem diretamente para melhores resultados, maior durabilidade e acabamento superior.

"Com um portfólio desenvolvido para atender às necessidades de pintores profissionais, manutenção industrial e construção civil, a VONDER oferece soluções que tornam o processo de pintura mais rápido, eficiente e durável. Ao investir em tecnologia aplicada à preparação das superfícies, os profissionais conseguem reduzir etapas do processo, aumentar a produtividade e garantir um acabamento superior, fatores essenciais para a competitividade no mercado atual", destaca Valter Lima Santos, vice-presidente Comercial do Grupo OVD/VONDER.

A VONDER, referência nacional em ferramentas e soluções profissionais, oferece um mix completo de produtos voltados para pintura e ao tratamento de superfícies metálicas, desenvolvido para proporcionar máximo desempenho e praticidade nos trabalhos profissionais. A linha inclui produtos especializados para remoção, neutralização e conversão de ferrugem, garantindo maior proteção contra a corrosão e melhor aderência das tintas de acabamento.

Destaques:

• Removedores e Convertedores de Ferrugem: indicados para remover ferrugem de superfícies metálicas, o produto atua quimicamente sobre o ferro oxidado, transformando a ferrugem em fosfatos inertes. Esse processo promove a fosfatização da superfície, criando uma base ideal para aplicação de tintas e revestimentos. Sua utilização é especialmente recomendada em superfícies ferrosas nas quais não é possível remover totalmente a ferrugem por meios mecânicos ou jateamento abrasivo. A neutralização química evita o reaparecimento precoce da corrosão sob a pintura, fenômeno conhecido como brotamento da ferrugem.

• Convertedor de Ferrugem: o convertedor de ferrugem VONDER transforma a corrosão existente em um fundo protetor pronto para receber pintura de acabamento. É indicado para aplicação em equipamentos industriais, veículos em geral, ferramentas, equipamentos agrícolas, portões e grades, fogões, geladeiras e esquadrias metálicas, superfícies de ferro sem pintura, entre outros. O produto pode ser aplicado com pincel, rolo ou pistola, e, quando possível, também por imersão da peça no produto. Entre seus principais diferenciais estão: produto pronto para uso, sem necessidade de diluição, não inflamável, livre de pigmentos tóxicos, rendimento aproximado de 6 a 8 m² por litro por demão. Para melhor desempenho, deve ser aplicado diretamente sobre a ferrugem, não sendo indicado para superfícies já pintadas.

• Removedor de Ferrugem – Lixa Líquida: indicado para remoção de ferrugem de metais ferrosos sem necessidade de escovação ou lixamento, o produto atua por imersão da peça metálica, dissolvendo a oxidação de forma prática e segura. Principais características: produto pronto para uso, aplicação simples e segura, não agride borracha, plásticos ou tintas, não provoca corrosão na peça tratada e está disponível na cor verde.

• Desengraxante Decapante Fosfatizante: desenvolvido para remover ferrugem, óleos, graxas e contaminantes, o produto também promove a fosfatização da superfície metálica, criando uma camada de proteção que melhora significativamente a aderência de tintas de fundo ou acabamento. Após a aplicação, a superfície passa por um processo de desoxidação química, formando uma camada de fosfato que reduz a possibilidade de novas oxidações e aumenta a durabilidade da pintura. Além disso, atua como desengraxante eficiente, eliminando resíduos que podem comprometer a aderência e o desempenho de sistemas de pintura.

• Removedores de Ferrugem: os removedores de ferrugem VONDER são ideais para a limpeza e preparação de superfícies metálicas, atuando também como fosfatizantes a frio. Entre seus benefícios: remoção de ferrugem e incrustações, eliminação de oleosidade, preparação eficiente da superfície, redução da necessidade de lixamento ou jateamento abrasivo e aumento da produtividade e qualidade para o profissional da pintura.

• SHOWROOM • SHOWROOM • SHOWROOM • SHOWROOM •



Atlas
Airless Atlas PowerTech 3000W, uma solução de alto desempenho para pintura profissional. Equipada com motor brushless de 3000W, oferece maior vida útil e menor necessidade de manutenção, eliminando o desgaste de escovas. Sua vazão de até 5,1 litros por minuto e pressão de até 227 bar (3300 psi) garantem aplicação rápida, uniforme e com excelente cobertura, mesmo em grandes superfícies.



O **misturador SDS Plus** assegura mistura homogênea com encaixe firme e maior produtividade.



Rolo de Pintura SedaTek, desenvolvido especialmente para superfícies lisas. Com fio sintético de alta tecnologia e manta de 10 mm, proporciona alta retenção e liberação uniforme da tinta, resultando em acabamento extremamente liso, sem marcas de emenda e com aspecto sofisticado.

Os **prolongadores trava fácil** de dupla abertura ampliam o alcance com leveza e segurança, reduzindo esforço e uso de escada.





Cibra
Linha VEDASPRAY, uma tinta impermeabilizante emborrachada em spray, desenvolvida para criar uma camada de proteção flexível e resistente contra infiltrações e umidade.

Montana Química



Osmocolor é classificado como um stain preservativo de acabamento acetinado que atua por absorção, ou seja, baixa formação de película que acompanha a movimentação da madeira, evitando que o acabamento trinque ou descasque. Sua fórmula é composta por resinas hidrorrepelentes que impedem a absorção de água e aditivos fungicidas que protegem a madeira contra o apodrecimento e o bolor; inclusive a linha base solvente é considerada um stain preservativo.

Saint-Gobain



A linha de tintas Quartzolit atende diferentes níveis de exigência e orçamento. A **Parede Nova Quartzolit** é uma tinta econômica de acabamento fosco, indicada para ambientes internos, com ação antimofo e baixo odor, disponível em 7 cores; a **Rende Mais Quartzolit**, tinta acrílica standard, é superconcentrada e possui excelente cobertura, durabilidade, secagem rápida e aplicação em áreas internas e externas, disponível em 8 cores; **Toque Fino Quartzolit** é uma tinta acrílica premium de alta performance, acabamento fosco, excelente cobertura e fácil limpeza, indicada também para ambientes internos e externos e disponível em 6 cores. Na linha de acessórios, a **Lixa Massa Quartzolit** é indicada para remoção de imperfeições e nivelamento de superfícies como massa corrida, massa acrílica, gesso e reboco.







Nos impermeabilizantes da Quartzolit, o grande diferencial está na tecnologia aplicada às formulações e na segmentação por tipo de uso: **Manta Líquida Ultra 12 Quartzolit** – impermeabilizante acrílico termo redutor, formulado com micropartículas que contribuem para redução de temperatura superficial e conforto térmico. O produto é fotossensível, ou seja, muda de cor após a secagem, e possui resistência a intempéries, raios UV e baixa absorção de água.

Já a linha de tintas spray, a **Super Color Tekbond** é uma tinta acrílica de alto poder de cobertura, com excelente aderência e resistência a condições climáticas extremas. Pode ser aplicada em metal, madeira, cerâmica, gesso e alvenaria.



Borracha Líquida Quartzolit – apresenta alta elasticidade e excelente aderência, acompanhando a movimentação da base sem fissurar e protegendo contra infiltrações e intempéries.



Chapix Blanco Quartzolit – aditivo à base de PVA, melhora significativamente a aderência e a trabalhabilidade das argamassas e chapiscos cimentícios. Indicado para aplicação sobre concreto, alvenaria e bloco de EPS em tetos de lajes, reduz retração e permeabilidade, aumenta a coesão e contribui para a diminuição de fissuras, além de reduzir perdas e sujeira na obra.



Entre os acessórios, a **Fita Crepe Tekbond** oferece excelente fixação, remoção limpa em até 24 horas e resistência à umidade e solventes. A **Fita Crepe Azul 254 Imobiliária** possui proteção UV e pode permanecer aplicada por até 10 dias sem deixar resíduos, ideal para uso externo. Complementando, o **Corante Líquido** é indicado para tingir tintas à base d'água, com excelente poder de tingimento, cores misturáveis entre si e praticidade para o varejo.



Sherwin-Williams



Metalatex Super Lavável Fosco: desenvolvida para superfícies internas e externas que exigem limpeza frequente sem abrir mão da estética. O produto ajuda a suavizar pequenas imperfeições da parede e facilita a remoção de manchas difíceis, preservando a proteção da superfície mesmo após sucessivas limpezas.



Metalatex Super Lavável Brilho: indicada para áreas internas e externas que demandam manutenção constante, combina resistência e luminosidade. O acabamento valoriza a incidência de luz nos ambientes, criando um efeito visual mais vibrante, além de permitir a remoção prática de manchas difíceis.



Metalatex Requinte Acetinado: reúne sofisticação e desempenho em um acabamento acetinado elegante.



Suvinil

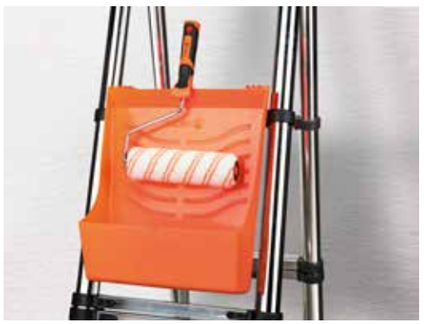


Suvinil Inova Fosco Sempre Limpo (Linha Inova): com tecnologia de ponta, esta tinta oferece acabamento fosco com alta lavabilidade, ideal para ambientes de convívio intenso como casas com crianças e pets, garantindo limpeza sem comprometer a estética.



Suvinil Fachada Protegida Emborrachada (Linha Fachada Protegida): desenvolvida para superfícies externas, amplia a resistência às intempéries como sol, chuva e maresia, assegurando maior durabilidade e preservação estética das fachadas ao longo do tempo.

Tigre



A Tigre conta com um portfólio completo de acessórios para pintura, que acompanha todas as etapas do processo, desde a preparação da superfície até o acabamento final. Entre os produtos de maior destaque estão rolos de pintura, pincéis e trinchas, bandejas, caçambas, extensores, fitas adesivas e lixas, além de ferramentas de preparação como espátulas e desempenadeiras.



Vonder

Removedores e Convertedores de Ferrugem: indicados para remover ferrugem de superfícies metálicas, o produto atua quimicamente sobre o ferro oxidado, transformando a ferrugem em fosfatos inertes.



Convertedor de Ferrugem: o convertedor de ferrugem VONDER transforma a corrosão existente em um fundo protetor pronto para receber pintura de acabamento. É indicado para aplicação em equipamentos industriais, veículos em geral, ferramentas, equipamentos agrícolas, portões e grades, fogões, geladeiras e esquadrias metálicas, superfícies de ferro sem pintura, entre outros.



Removedor de Ferrugem – Lixa Líquida: indicado para remoção de ferrugem de metais ferrosos sem necessidade de escovação ou lixamento, o produto atua por imersão da peça metálica, dissolvendo a oxidação de forma prática e segura.



Desengraxante Decapante Fosfatizante: desenvolvido para remover ferrugem, óleos, graxas e contaminantes, o produto também promove a fosfatização da superfície metálica, criando uma camada de proteção que melhora significativamente a aderência de tintas de fundo ou acabamento.



Removedores de Ferrugem: os removedores de ferrugem VONDER são ideais para a limpeza e preparação de superfícies metálicas, atuando também como fosfatizantes a frio.

SUVINIL E SHERWIN-WILLIAMS JUNTAS



Pela primeira vez desde a integração de suas operações no Brasil, Suvinil e Sherwin-Williams participaram conjuntamente na Haus Decor 2026, marcando um novo capítulo na estratégia de ambas as marcas no país. Com a "Vila das Cores", um projeto imersivo, as marcas convidavam o público a explorar a força de um portfólio completo e a complementaridade de suas soluções.

A "Vila das Cores" surgiu como uma metáfora urbana, em que a cor é o elemento central que expressa identidade e estimula a convivência. O espaço foi concebido para demonstrar como diferentes linguagens e propostas podem coexistir harmoniosamente, reforçando a visão de que a cor não tem fronteiras, mas sim dimensão estratégica e um potencial transformador.

"A Haus Decor é o primeiro grande evento a receber Suvinil e Sherwin-Williams juntas após a integração, um movimento que sublinha nossa clareza estratégica na gestão de marcas e a robustez de um portfólio que atende a diversos perfis de público e amplia nossa presença de mercado", afirma Renato Firmiano, sênior Marketing Director | CBG Brazil.

INVESTINDO NAS CORES DO BRASIL



A compra da Suvinil pela Sherwin-Williams, concretizada no ano passado, foi uma das maiores aquisições do setor já realizada na América Latina. Por US$ 1,15 bilhão (aproximadamente R$ 6,6 bilhões na época) a empresa alemã Basf passou todos os ativos da marca Suvinil para a multinacional norte-americana, incluindo a marca Glasu!, que geraram uma receita líquida de US$ 525 milhões (cerca de R$ 3 bilhões) em 2025. As operações empregam cerca de 1 mil funcionários no Brasil, distribuídos em duas fábricas, em São Bernardo do Campo, SP, e Jaboatão dos Guararapes, PE.

Em entrevista exclusiva à revista Revenda Construção, Marcos Allemann, Vice-Presidente Sênior e Gerente Geral do Consumer Brands Group – Brasil, responsável pela integração das marcas, fala desta importante aquisição e como as duas marcas caminharão no mercado nacional.

POR QUE A BASF RESOLVEU SE DESFAZER DA SUVINIL?

A decisão fez parte de um movimento estratégico da BASF, já comunicado à época. Para nós, o mais relevante é o novo momento que a Suvinil inicia no Brasil. Integrada ao Grupo Sherwin Williams, a marca passa a contar com ainda mais capacidade de investimento, inovação e fortalecimento da sua atuação no mercado brasileiro. Nosso foco tem sido conduzir uma integração estruturada, responsável e transparente, garantindo continuidade operacional e preservando os atributos que sempre diferenciaram a Suvinil.

A SHERWIN-WILLIAMS FOI A PRIMEIRA/ÚNICA EMPRESA A SE INTERESSAR PELA COMPRA?

Não detalhamos publicamente o processo de negociação. O ponto central é que a Suvinil, agora parte do Grupo Sherwin Williams, segue com uma atuação consistente no mercado brasileiro, mantendo sua proximidade com pintores e varejistas, a continuidade do portfólio e o padrão de qualidade já reconhecido pelo setor.

A SUVINIL É LÍDER NO MERCADO NACIONAL. A IDEIA É DIVIDIR O MERCADO COM NOVAS AÇÕES DE MARKETING E PRODUTOS COM A SHERWIN-WILLIAMS?

Nossa estratégia é claramente baseada em um portfólio multimarcas altamente complementar, com papéis, posicionamentos e propostas de valor bem definidos.

A Suvinil mantém sua forte conexão com o consumidor e o pintor brasileiro, enquanto a Sherwin-Williams agrega sua expertise global, tecnologia e um portfólio robusto.

Não se trata de dividir mercado, mas de expandir oportunidades. Atuamos em um mercado amplo, diverso e ainda com muito espaço para crescer, especialmente quando sabemos transformar as diferenças entre as marcas em valor. Essa complementariedade amplia a cobertura, fortalece a competitividade do varejo e gera ganhos reais para todo o ecossistema de tintas.

COMO ESTÁ ACONTECENDO A INTEGRAÇÃO ENTRE AS MARCAS SUVINIL E SHERWIN-WILLIAMS?

A integração avança de forma consistente, estruturada e bem planejada. Desde o início, o principal foco foi garantir estabilidade operacional e continuidade total no atendimento ao mercado, sem rupturas.

Paralelamente, evoluímos na construção de uma nova estrutura organizacional, com forte atuação regional, e no desenvolvimento de uma cultura integrada, conduzida de forma gradual, responsável e com atenção especial às pessoas que fazem o negócio acontecer todos os dias.

INVESTIMENTOS PREVISTOS PARA AS DUAS MARCAS NO MERCADO CONTINUAM MANTIDOS?

O Brasil é um mercado estratégico e prioritário para o grupo. Nossa visão é de longo prazo, com investimentos contínuos voltados ao fortalecimento das marcas, ao desenvolvimento de soluções e à proximidade com o mercado. A integração amplia nossa capacidade de inovação e otimiza investimentos, sempre com foco em crescimento sustentável e excelência na execução.

E SOBRE OS PRODUTOS? CONTINUAM CAMINHANDO SEPARADAMENTE? PODE HAVER CANIBALIZAÇÃO DE ALGUMA LINHA?

Os portfólios seguem independentes, com posicionamentos, atributos e propostas de valor bem definidos e complementares. Não há sobreposição nem canibalização entre as marcas.

A estratégia parte justamente do posicionamento de cada marca dentro de um portfólio mais amplo, capaz de atender com mais precisão um mercado diverso e com diferentes necessidades.

A integração amplia o potencial de inovação ao conectar conhecimento de mercado, tecnologia e expertise global, acelerando o desenvolvimento de soluções e amplificando a competitividade do varejo. O resultado é um portfólio mais robusto, relevante e completo, que gera mais valor para o ecossistema de pintura, mantendo intacta a qualidade já reconhecida de cada marca.

AS FÁBRICAS CONTINUARÃO OPERANDO SEPARADAMENTE?

Nossa estrutura produtiva é avaliada continuamente sob uma lógica de eficiência, qualidade e capacidade de atendimento ao mercado. Todas as decisões são tomadas com planejamento rigoroso e foco em estabilidade operacional.

Para o mercado, o mais importante é garantir produtos de alta qualidade, com confiabilidade, previsibilidade e excelência no abastecimento.

QUAL O TAMANHO DO MERCADO DE TINTAS IMOBILIÁRIAS NO BRASIL?

O Brasil está entre os maiores mercados globais de tintas, figurando como o quarto maior produtor mundial.

Segundo dados setoriais da ABRAFATI, o mercado brasileiro de tintas ultrapassou 2 bilhões de litros em 2025, com as tintas imobiliárias representando cerca de 75% desse volume, o que equivale a aproximadamente 1,49 bilhão de litros. Trata se de um setor maduro, altamente competitivo e com forte capilaridade, sustentado principalmente pelo varejo especializado e pela atividade contínua de reformas e manutenção de imóveis.

E A PARTICIPAÇÃO DAS MARCAS SUVINIL E SHERWIN-WILLIAMS?

A Suvinil segue com a qualidade de sempre e sua forte conexão emocional com o brasileiro, com soluções consagradas no mercado e foco em inovação pensada a partir das necessidades dos profissionais de pintura e dos consumidores.

Já a Sherwin-Williams mantém sua abordagem tecnológica de uma marca internacional, com soluções que empregam tecnologia reconhecida globalmente e soluções voltadas a diferentes perfis de aplicação.

Juntas, as marcas atuam de forma complementar, com papéis bem definidos, ampliando a capacidade de atender um mercado diverso e oferecendo mais opções e valor para o varejo e para os profissionais da pintura.

VAI FICAR CLARO PARA O CONSUMIDOR QUE AS MARCAS OPERAM DE MANEIRA INDEPENDENTE?

Sim, de forma absoluta. Nossa estratégia é consolidar um portfólio de marcas fortes, com identidades, posicionamentos e propostas de valor bem definidos.

Para pintores e consumidores, a experiência segue a mesma: cada marca mantém sua forma de se relacionar com seus públicos, com clareza, continuidade e confiança.



Cáqui Universal é a cor do ano da Sherwin-Williams

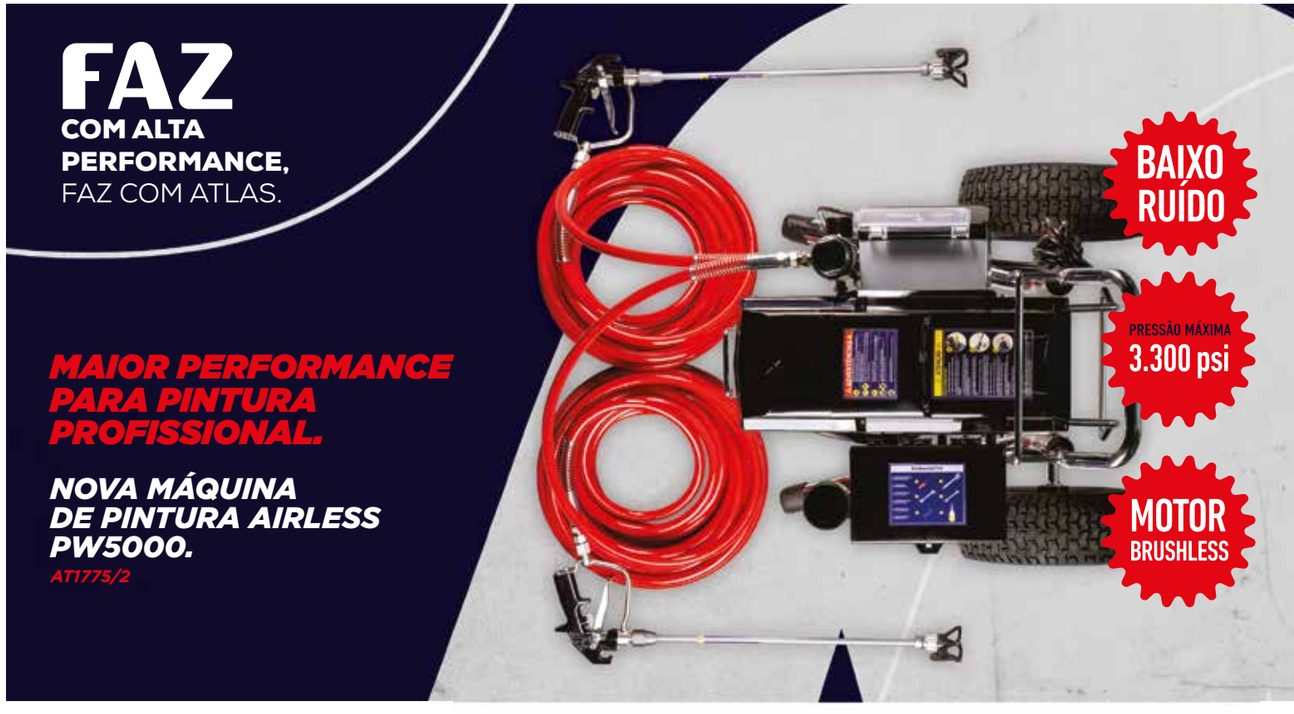
É POSSÍVEL QUE, A MÉDIO PRAZO, A MARCA SUVINIL PODE TER ACRESCENTADO "BY SHERWIN-WILIAMS" NAS EMBALAGENS?

Não há planos para isso. A estratégia é preservar a identidade, o posicionamento e a relação de confiança que a Suvinil construiu ao longo de sua história.

A integração existe para potencializar forças e complementar portfólios, e não para unificar marcas ou descaracterizar seus atributos.

OS RESULTADOS DE VENDAS NO MERCADO INTERNO PASSARÃO A SER DIVULGADOS COMO UM SÓ? A PARTICIPAÇÃO CONJUNTA NO MERCADO AUMENTA CONSIDERAVELMENTE E ISSO PODE CONFIGURAR MONOPÓLIO?

A divulgação de resultados segue as diretrizes cor-





Suvinil apresenta cor(r)existir 2026 trazendo as raízes brasileiras

porativas do grupo, respeitando os critérios internos de reporte e comunicação. A atuação no Brasil é baseada em um portfólio multimarcas, com papéis, posicionamentos e propostas de valor bem definidos, refletindo a forma como as marcas operam no mercado.

É importante destacar que toda a operação passou por um processo regulatório completo, incluindo a análise e aprovação pelos órgãos competentes, como o CADE, que avaliou de forma criteriosa os impactos concorrenciais da transação.

A integração amplia a capacidade de investimento, inovação e atendimento ao mercado, sem alterar a lógica concorrencial já estabelecida, fortalecendo o setor como um todo e gerando mais valor para varejistas, profissionais da pintura e consumidores.

SUVINIL E SHERWIN-WILLIAMS TRABALHAM COM DISTRIBUIDORES NACIONAIS? CONTINUARÃO DISTRIBUINDO AS MARCAS SEPARADAMENTE, OU AGORA DE MANEIRA CONJUNTA PARA OS MESMOS DISTRIBUIDORES?

Com a integração, passamos a atuar com uma estrutura comercial unificada, organizada de forma regionalizada, justamente para buscar ainda mais proximidade com o mercado. Esse modelo foi desenhado para garantir equipes mais próximas do varejo, com maior conhecimento das realidades locais e capacidade de responder com mais agilidade às necessidades de cada região.

As marcas mantêm identidades, portfólios e propostas de valor próprias, mas essa estrutura integrada reforça o relacionamento comercial, amplia o nível de serviço e oferece aos parceiros um atendimento único, mais completo, consultivo e alinhado às necessidades de cada segmento.

E AS AÇÕES NO PONTO DE VENDA? CADA MARCA TERÁ EQUIPES DE MARKETING E MERCHANDISING PRÓPRIAS, OU HAVERÁ INTEGRAÇÃO?

Cada marca mantém suas estratégias, posicionamento e identidade próprios no ponto de venda. Os programas de relacionamento e capacitação, Pintou Parceria Suvinil e Sherwin Williams PRO também seguem independentes, preservando suas abordagens e propostas de valor.

Paralelamente, buscamos evoluir para maior excelência operacional em frentes de execução, capturando sinergias sempre que fizer sentido, sem impactar a identidade de cada uma das marcas.

AS EXPORTAÇÕES DA SUVINIL PARA PAÍSES DA AMÉRICA DO SUL, CENTRAL E ÁFRICA REPRESENTAM QUANTO DO MARKET SHARE DA EMPRESA? INVESTIMENTOS EM EXPORTAÇÕES CONTINUARÃO?

Neste momento, o foco principal está na integração e no fortalecimento da atuação no mercado brasileiro. Não detalhamos números ou planos específicos para exportações. A prioridade é consolidar a operação no Brasil e maximizar o potencial das marcas nesse mercado estratégico.

SUVINIL SEMPRE FOI VISTA COMO MARCA PREMIUM, DE ÓTIMO ACABAMENTO E PREÇO SUPERIOR. SÃO BANDEIRAS QUE TAMBÉM PODEM SER "UTILIZADAS" PELA SHERWIN-WILLIAMS?

Suvinil e Sherwin-Williams mantêm posicionamentos e propostas de valor distintos que se complementam. A Suvinil preserva sua forte conexão emocional, sua imagem de soluções consagradas e qualidade, com o atributo de um ótimo acabamento para o pintor brasileiro.

A Sherwin-Williams, por sua vez, continua com sua abordagem tecnológica de marca internacional, oferecendo um portfólio robusto e tecnologia globalmente reconhecida para diferentes perfis de aplicação. A estratégia é valorizar as forças e a complementaridade dessas bandeiras distintas, permitindo que cada marca atenda a um segmento específico do mercado de forma autêntica e eficaz.



NÃO ESPERE CHOVER

Produtos que têm contato direto com a água são fundamentais para ajudar o planeta, evitando desperdício sem prejudicar o desempenho nas residências. Eis alguns bons exemplos de nossa indústria:

ACQUALIMP

José Motta, Diretor Comercial e de Marketing da Acqualimp, destaca dois produtos do portfólio: a Cisterna Acqualimp e a Caixa d'Água Água Limpa Acqualimp, soluções desenvolvidas para garantir armazenamento seguro, durável e com alto padrão de qualidade para a água.

"A Cisterna Acqualimp é desenvolvida para armazenamento seguro de água, com instalação subterrânea e tecnologia que garante resistência e proteção da água armazenada. Já a Caixa d'Água Limpa Acqualimp foi projetada para oferecer máxima proteção e praticidade na instalação, garantindo água limpa e protegida para toda a família. É uma das caixas d'água mais completas do mercado, pois já acompanha torneira boia e filtro ponto de entrada, proporcionando mais praticidade e proteção no sistema de abastecimento", diz José Motta.

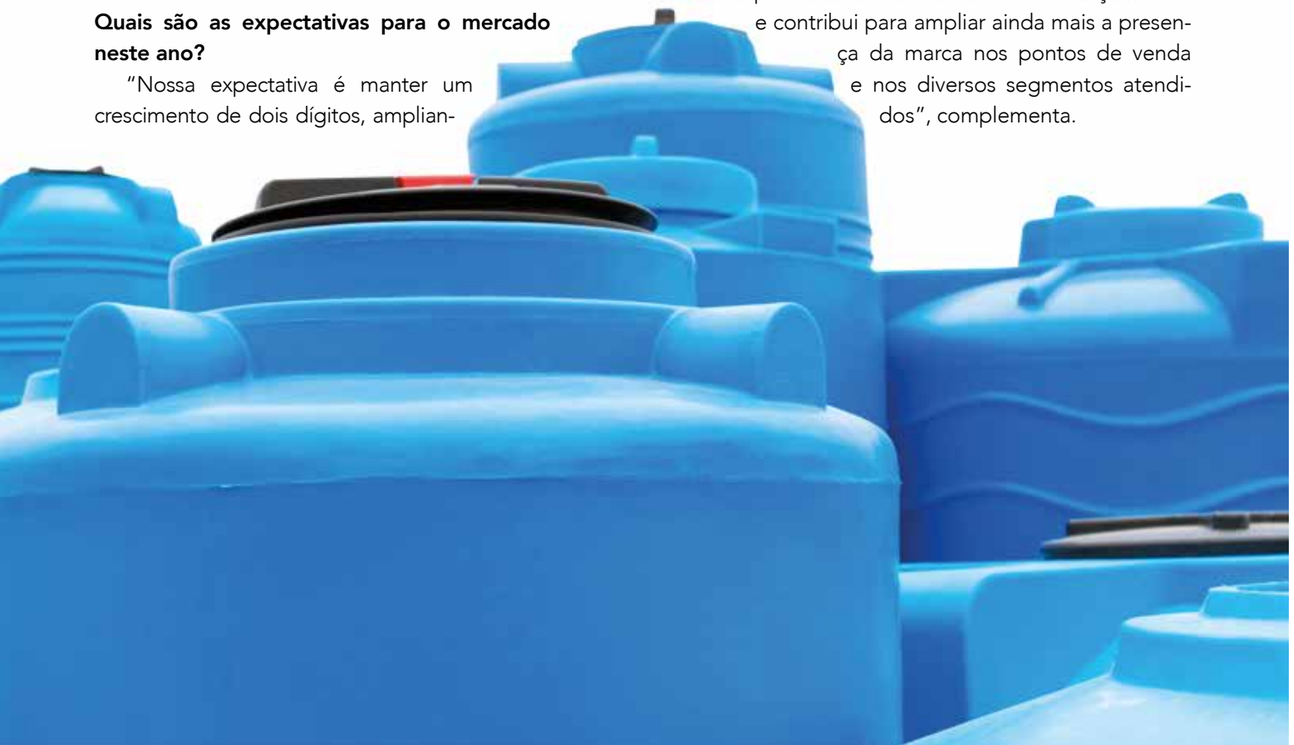
Quais são as expectativas para o mercado neste ano?

"Nossa expectativa é manter um crescimento de dois dígitos, ampliando a presença da marca e fortalecendo o posicionamento da Acqualimp como referência em qualidade em cisternas e caixas d'água com tecnologia tripla camada. Também seguimos reforçando uma mensagem importante para o consumidor: caixa d'água não é tudo igual. Qualidade do material, proteção da água e durabilidade são fatores fundamentais para garantir segurança no armazenamento".

ANAUGER

Marcio Borba, Gestor de Marketing da Anauger, antecipa que, "com a ampliação do nosso portfólio, a Anauger terá importantes lançamentos ao longo do ano, incluindo aquecedores de água a gás, bombas de alta pressão, pressurizadores de água e bombas periféricas. A expectativa é de excelente aceitação por parte do mercado, impulsionada principalmente pela forte capilaridade que a marca possui em todo o Brasil".

Ao longo de sua trajetória, a Anauger construiu uma relação sólida de confiança com clientes e parceiros, baseada na qualidade, confiabilidade e excelência de seus produtos. "Esse posicionamento consistente fortalece o potencial de sucesso dos novos lançamentos e contribui para ampliar ainda mais a presença da marca nos pontos de venda e nos diversos segmentos atendidos", complementa.



FORTLEV

Para 2026, a Fortlev mantém sua consistente evolução no portfólio de produtos, com a previsão de lançar mais de 100 novos itens, especialmente na linha de tubos e conexões de PVC, segmento no qual a companhia vem consolidando uma presença cada vez mais relevante.

"A marca reforça seu compromisso de desenvolver produtos de alta qualidade e confiabilidade — pilares centrais da Fortlev — oferecendo soluções completas que atendem às demandas de profissionais, revendedores e consumidores em diferentes tipos de obras. O investimento contínuo em qualidade, certificação e processos produtivos avançados segue como diretriz inegociável da empresa, que mantém um rigoroso controle interno em todas as suas unidades fabris.

Além do avanço em PVC, a Fortlev também acelera sua presença no segmento de reservatórios, ampliando sua capacidade produtiva com novas fábricas e fortalecendo o portfólio de tanques, incluindo o maior tanque de polietileno do mercado, com 30.000 litros de capacidade. O movimento reforça a liderança histórica da marca em soluções para armazenamento de água e sua estratégia de estar cada vez mais próxima das necessidades de diferentes regiões do país, apoiando o abastecimento, a segurança hídrica e as novas dinâmicas de consumo", informa Wenzel Rego, Diretor Comercial e de Marketing da Fortlev.

Outro passo importante da companhia foi a entrada no mercado de irrigação em 2025, por meio da aquisição da indústria Spezzia, localizada em Santa Teresa (ES). "A operação marcou a chegada da Fortlev ao segmento agrícola, incorporando a expertise de uma fabricante reconhecida pela qualidade de seus tubos e conexões utilizados em sistemas de irrigação, bem como pelo atendimento técnico especializado. A aquisição reforça o compromisso da empresa com o uso responsável da água e amplia sua presença no universo hidráulico, agora também atendendo de forma estratégica as demandas crescentes do agronegócio brasileiro, setor impulsionado por eficiência hídrica, produtividade e sustentabilidade", diz Wenzel.

Nos pontos de venda, a Fortlev reforça a importância da clareza na exposição e da orientação técnica aos consumidores, especialmente em categorias como PVC e reservatórios, em que a decisão de compra é fortemente influenciada por confiança, qualidade percebida e disponibilidade. A empresa mantém forte atuação no trade, com suporte aos revendedores, materiais didáticos e uma comunicação que prioriza simplicidade, proximidade e transparência.



"A Fortlev tem perspectiva positiva para 2026. O setor de construção deve seguir aquecido, impulsionado por habitação, reformas e infraestrutura local, enquanto cresce a demanda por marcas de alta confiabilidade. A Fortlev segue comprometida com um crescimento sustentável, fortalecendo parcerias, ampliando sua presença nacional e mantendo seu propósito: criar produtos mais fortes para uma vida mais leve".

GRUPO KRONA

Júlio Grein, Diretor Comercial e de Marketing do Grupo Krona, destaca que a empresa já lançou em 2026 o PU 40 Multiuso, um adesivo selante ideal para colagens e vedações em geral. E, em abril, será lançada a linha Krona Pex, que oferece alta resistência à temperatura, reações químicas e deformação. A linha Krona PEX utiliza um material flexível e altamente resistente, garantindo elevada durabilidade e reduzindo signifi-

cativamente o risco de vazamentos ao longo da vida útil da instalação. A flexibilidade do produto também proporciona mais agilidade na obra, já que o sistema exige um número menor de conexões e dispensa o uso de cola ou adesivos. Como resultado, há melhor aproveitamento do material, com menos cortes e emendas, o que contribui para a redução de desperdícios. Outro diferencial importante é a otimização logística, uma vez que o produto ocupa menos espaço tanto no armazenamento em obra quanto no estoque, pois o tubo é disponibilizado em rolos", explica.

Recomendações aos revendedores

"A Krona Tubos e Conexões entende que o ponto de venda é o momento da verdade. Nossa recomendação foca em três pilares: organização técnica, visibilidade e cross-merchandising. Orientamos a setorização por categorias (esgoto, água fria, elétrica etc.). Para o revendedor, a melhor exposição é aquela que facilita a jornada de compra do cliente, facilitando o manuseio e a localização dos itens. A estratégia de 'ponta de gôndola' com a marca Krona confere credibilidade ao corredor. Além disso, o treinamento personalizado para os lojistas, com foco nas demandas de cada região, potencializa a recorrência de vendas. Outro ponto vital é manter acessórios e adesivos próximos aos tubos e conexões. Para otimizar o sell-out, sugerimos o agrupamento de produtos correlacionados — como a fita veda rosca próxima às torneiras — o que aumenta o ticket médio de forma natural. A Krona apoia o lojista fornecendo materiais leves e funcionais, como stoppers e expositores, que organizam o espaço sem poluir visualmente. No checkout, o foco deve ser a conveniência, com itens de alta rotatividade como fitas isolantes e PUs, transformando a organização em uma experiência de compra ágil e eficiente".

Quais são as expectativas para o mercado este ano?

"Nossa expectativa para 2026 é de otimismo moderado e foco total em eficiência. Com a projeção de crescimento do PIB da construção entre 2% e 2,7%, vemos um cenário favorável para a retomada de obras residenciais, mas com cautela. Iniciamos 2026 com uma certa perspectiva positiva, sustentada pela expansão do crédito imobiliário e pela manutenção da demanda por reformas. O desafio será lidar com a escassez de mão de obra e a volatilidade de insumos. Acreditamos que o lojista que investir em atendimento técnico e mix de produtos completo sairá na frente. Na Krona, estamos focados em apoiar o revendedor com materiais de alto giro e soluções que facilitem a vida do instalador. O foco deste ano não é apenas vender o produto, mas oferecer a solução completa que garanta produtividade no canteiro de obras e rentabilidade na ponta".

VONDER

"A VONDER conta com um amplo e conceituado portfólio de ferramentas e materiais voltados para instalações hidráulicas, manutenção e reparos profissionais. Reconhecida no mercado pela qualidade e confiabilidade de seus produtos, a marca oferece soluções desenvolvidas para facilitar o trabalho de encanadores, instaladores, técnicos de manutenção e profissionais da construção civil", destaca Valter Lima Santos, Vice-presidente Comercial do Grupo OVD/VONDER.

Entre os destaques da linha estão ferramentas projetadas para proporcionar maior resistência, ergonomia e praticidade no dia a dia de trabalho, atendendo diferentes etapas das instalações e manutenções em tubulações, conexões e sistemas hidráulicos. Confira alguns destaques:

Alicate bomba d'água com ajuste automático. Um dos destaques da linha é o Alicate bomba d'água 10" com ajuste automático VONDER, produzido em aço cromo vanádio, material que garante elevada resistência e durabilidade. O modelo conta com mecanismo de ajuste automático dentado, que permite o manuseio com apenas uma mão, proporcionando maior agilidade durante o trabalho. A ferramenta é indicada para fixar e soltar tubos, torneiras, registros e conexões, oferecendo praticidade e firmeza no aperto. Capacidade de abertura: 50 mm; comprimento total: 254 mm (10").

Chave grifo para lavatório. Conhecida como a "mascote" dos encanadores, a chave grifo é indispensável para trabalhos com tubos metálicos e conexões onde outras ferramentas não alcançam. A VONDER oferece também a opção da Chave grifo para lavatório 11", desenvolvida para aplicações em locais de difícil acesso. O modelo possui cabeça e mordente ajustáveis, facilitando o trabalho em pias e lavatórios. Capacidade de abertura: 3/8" a 1.1/4" (10 mm a 32 mm). Indicada para fixar e soltar porcas em lavatórios e sistemas hidráulicos.

Cortador de tubos para PVC. Para cortes precisos em tubulações plásticas, a VONDER PLUS apresenta o Cortador de tubos 1.5/8", ideal para tubos de PVC utilizados em sistemas de água quente e fria. O produto possui acionamento tipo catraca, que facilita o corte, além de lâmina em aço com acabamento antiaderente (PTFE) e fio de corte trapezoidal, proporcionando maior eficiência e menor esforço durante a aplicação. O corpo em alumínio torna a ferramenta leve e confortável para o operador.

Chave ajustável versátil. Outra ferramenta essencial é a Chave ajustável 10" VONDER, conhecida também como chave inglesa. O modelo possui acabamento niquelado, que aumenta a resistência contra oxidação e corrosão, além de cabo emborrachado que garante maior conforto ao operador. Indicada para fixar e soltar porcas e parafusos sextavados, permite ajuste rápido da abertura, com abertura máxima de 29 mm, oferecendo grande versatilidade em diferentes aplicações.

Trena curta para medições precisas. Para medições em instalações e manutenções, a linha conta também com a Trena curta de aço 5 m x 19 mm VONDER, que oferece precisão e praticidade no uso. O modelo possui estojo anatômico em ABS de alta resistência, fita em aço com pintura fosca antirreflexo e graduação em milímetros, facilitando a leitura. Conta ainda com botão de trava rápida, presilha para cinto, alça em nylon e gancho ajustável, permitindo medições internas e externas com maior precisão.

Fio veda rosca para vedação segura. Completando o sistema de instalação hidráulica, a VONDER oferece o Fio veda rosca, indicado para vedação de tubos e conexões roscadas em geral. O produto garante vedação imediata e eficiente, podendo ser aplicado em sistemas de água quente e fria, água potável, gás, ar comprimido, óleos e gases industriais, suportando aplicações em diferentes temperaturas. O fio acompanha estojo plástico que facilita o uso e aumenta a durabilidade do produto, permitindo aplicação mesmo em locais de difícil acesso. Disponível nas versões de 20 metros, 50 metros e 150 metros.



• SHOWROOM • SHOWROOM • SHOWROOM • SHOWROOM •

ACQUALIMP

Cisterna Acqualimp
Principais características e diferenciais: Tampa Click com vedação total, evitando entrada de sujeira e insetos; tecnologia antibacteriana que ajuda a preservar a qualidade da água; bases planas que facilitam a instalação das conexões; alças de içamento que facilitam o transporte e a instalação; produto desenvolvido para uso enterrado (instalação subterrânea); fabricada em PEAD (Polietileno de Alta Densidade), material de alta resistência e durabilidade; acompanha 1 conexão rosca 1" já instalada de fábrica; 10 anos de garantia.



Caixa D'água Água Limpa Acqualimp
É uma das caixas d'água mais completas do mercado, pois já acompanha torneira boia e filtro ponto de entrada, proporcionando mais praticidade e proteção no sistema de abastecimento. Estrutura com três camadas de proteção, que aumentam a resistência e a durabilidade; camada anti-UV de máxima durabilidade, protegendo o produto contra os efeitos do sol; tecnologia antibacteriana, que auxilia na preservação da qualidade da água; tampa Click com vedação total, impedindo a entrada de insetos e poeira; acompanha 3 conexões instaladas de fábrica, facilitando a instalação hidráulica; 10 anos de garantia.



VONDER

Alicate bomba d'água 10" com ajuste automático VONDER, produzido em aço cromo vanádio, material que garante elevada resistência e durabilidade. O modelo conta com mecanismo de ajuste automático dentado, que permite o manuseio com apenas uma mão, proporcionando maior agilidade durante o trabalho.



Chave grifo para lavatório 11", desenvolvida para aplicações em locais de difícil acesso. O modelo possui cabeça e mordente ajustáveis, facilitando o trabalho em pias e lavatórios. Capacidade de abertura: 3/8" a 1.1/4" (10 mm a 32 mm). Indicada para fixar e soltar porcas em lavatórios e sistemas hidráulicos.





Cortador de tubos 1.5/8", ideal para tubos de PVC utilizados em sistemas de água quente e fria. O produto possui acionamento tipo catraca, que facilita o corte, além de lâmina em aço com acabamento antiaderente (PTFE) e fio de corte trapezoidal, proporcionando maior eficiência e menor esforço durante a aplicação.

Chave ajustável 10" VONDER, conhecida também como chave inglesa. O modelo possui acabamento niquelado, que aumenta a resistência contra oxidação e corrosão, além de cabo emborrachado que garante maior conforto ao operador.





Trena curta de aço 5 m x 19 mm VONDER, que oferece precisão e praticidade no uso. O modelo possui estojo anatômico em ABS de alta resistência, fita em aço com pintura fosca antirreflexo e graduação em milímetros, facilitando a leitura.

Fio veda rosca, indicado para vedação de tubos e conexões roscadas em geral. O produto garante vedação imediata e eficiente, podendo ser aplicado em sistemas de água quente e fria, água potável, gás, ar comprimido, óleos e gases industriais, suportando aplicações em diferentes temperaturas.







CHAVES, PARA QUÊ?

Utilizar fechaduras eletrônicas deixou de ser artigo de luxo. Práticas, seguras e com design, elas estão sendo utilizadas nas residências por causa da praticidade.



ALIANÇA METALÚRGICA

Segundo Pedro H. S. Rocha, Diretor de Vendas e Marketing da Aliança Metalúrgica S/A, neste ano de 2026, a empresa espera e busca repetir o resultado de 2025 em relação a 2024, que apresentou um crescimento acima de dois dígitos.

"Essa taxa de crescimento foi motivada por um conjunto de iniciativas, sendo as mais relevantes as seguintes: mudança de cultura (antes focada no Sell In e, desde janeiro de 2025, no Sell Out); implementação de uma política de preços austera e com conceitos bem definidos, que estimula, aos olhos dos clientes, o aumento da importância dos produtos Aliança junto a eles; lançamentos de produtos alinhados com o 'core business' da empresa, sem dispersão na atuação dos canais; segmentação dos canais de vendas de acordo com as características de cada canal e mix de produtos; fortalecimento das exportações em mercados da América Latina; desenvolvimento e fortalecimento junto às empresas do segmento de gás; investimentos na estrutura de vendas e mix de produtos direcionados para o segmento OEM (construtoras e indústria de portas)", informa.



Lançamentos

Segundo Cláudio Garcia, Gerente de Marketing de Produtos, da mesma forma que aconteceu em 2025, os lançamentos de produtos de 2026 devem representar mais de 8% das vendas e, para isso, a Aliança Metalúrgica S/A lançará uma grande gama de produtos, parte deles na FEICON 2026 e parte ao longo do ano.

"A Aliança tem como objetivo ampliar seu mix com soluções alinhadas às tendências do mercado, priorizando praticidade, funcionalidade e design. Entre os destaques estão: linha de cabides adesivos; linha de cabides com parafusos; fixador magnético para portas; olho mágico; puxadores para móveis; fechaduras digitais (linhas Eros e Titan); ampliação do portfólio de fechaduras mecânicas voltadas para o canal engenharia; e novos acessórios para redes de gás."

Recomendações aos revendedores

"A Aliança Metalúrgica S/A entende que hoje está capacitada, seja com sua estrutura de Trade Marketing (promotores técnicos e promotores de execução ao mercado), bem como oferece, em suas mídias sociais, treinamentos e capacitação para o uso e aplicação de seus produtos para consumidores finais e equipe de vendas dos clientes.



Tiago Oliveira, Gerente de Trade Marketing da Aliança Metalúrgica

Em fevereiro de 2026, lançamos internamente o MAX, que é uma representação lúdica (via IA) do fundador da empresa, e esse personagem irá interagir também nas mídias sociais e eventos da marca, visando aproximar todos aqueles que querem saber mais sobre os produtos da Aliança e sobre a fantástica trajetória desta empresa, que fará 100 anos de existência em 2027", explica Tiago Oliveira, Gerente de Trade Marketing.

PADO

Lucas Pacheco, Diretor Comercial da Pado, destaca os lançamentos previstos para o segundo semestre, como o redesign das fechaduras de sobrepor FDS-10 e FDS-50. "O foco desses lançamentos é: FDS-10 Neo: uma evolução estética completa para o modelo que o mercado já confia. Ela traz uma roupagem moderna e alinhada às tendências de decoração, sendo a escolha ideal para quem busca um upgrade visual imediato na porta, sem necessidade de mudanças técnicas. FDS-50 Plus: este modelo representa um salto em tecnologia e conveniência. Além do novo design, a FDS-50 agora integra a leitura biométrica, oferecendo uma versão mais inteligente e robusta para o consumidor que não abre mão de segurança digital e praticidade no dia a dia", diz.

Recomendações aos revendedores

"A PADO está em um momento de forte reinvenção, e o ponto de venda deve refletir isso. Recomendamos que os revendedores destaquem a marca como um elo entre a tradição em segurança e a modernidade do design. É fundamental proporcionar uma experiência sensorial: o cliente precisa ver de perto o brilho do dourado escovado e testar a agilidade da biometria nas fechaduras digitais. Treinar a equipe para vender não apenas o produto, mas o conceito de 'casa moderna e segura' é a chave para o sucesso nas vendas."



Luccas Pacheco
diretor comercial
e de marketing
da PADO

Quais as expectativas para o mercado este ano?

"O mercado está muito promissor, especialmente para o segmento de fechaduras digitais. Com décadas de expertise, a PADO aplica todo o seu know-how em segurança para oferecer tecnologia de ponta. O consumidor atual busca, acima de tudo, facilidade de acesso e automação residencial. Nossa expectativa é consolidar a PADO como a principal parceira do brasileiro na transição para lares mais inteligentes, onde a tecnologia e a estética caminham juntas para proporcionar conforto e total controle sobre a segurança da casa."

SOPRANO

Para 2026, a Soprano ampliará seu portfólio de fechaduras digitais, trazendo novos modelos que combinam tecnologia, segurança e praticidade para aplicações residenciais e corporativas. Entre os lançamentos estão as fechaduras FEB505 GII, FEB403 e FSP205, desenvolvidas para atender diferentes necessidades de controle de acesso e níveis de exigência do mercado.

Márcio Korzeniewski, Diretor da Unidade Matcon, destaca que esses modelos reforçam o posicionamento da Soprano em oferecer soluções modernas de segurança, acompanhando a evolução dos sistemas de acesso inteligente e a crescente demanda por automação em ambientes residenciais e comerciais.

"As fechaduras digitais Soprano utilizam sistemas eletrônicos de controle de acesso que permitem múltiplas formas de abertura, como biometria, senha numérica, cartão RFID, aplicativo via smartphone e chave mecânica para emergência. Entre os diferenciais dos lançamentos, destacam-se recursos como grau de proteção contra intempéries IP53, abertura remota via aplicativo, cadastros de senhas temporárias e senhas de uso único, histórico de aberturas, gerando maior praticidade no gerenciamento de acessos e eliminação do uso de chaves físicas. Além disso, a linha foi desenvolvida para oferecer instalação prática, design moderno e alta confiabilidade, atendendo desde residências até ambientes corporativos que necessitam de maior controle de acesso", informa Márcio.

Recomendações aos revendedores

"No ponto de venda, é importante que o revendedor destaque os principais benefícios das fechaduras digitais, como segurança, praticidade e tecnologia aplicada ao dia a dia. Uma estratégia eficiente é apresentar ao consumidor as diferentes formas de abertura disponíveis, demonstrando como a biometria, senha ou controle por aplicativo podem facilitar o acesso e aumentar a segurança da residência ou empresa. Também é interessante expor os produtos em displays ou ambientes simulados de portas, permitindo que o cliente visualize o design e entenda o funcionamento. A capacitação da equipe de vendas para explicar os diferenciais técnicos e as aplicações também contribui para aumentar a confiança do consumidor e impulsionar as vendas."

Quais as expectativas para o mercado este ano?

"A expectativa para o mercado de fechaduras digitais segue positiva, acompanhando a tendência de maior adoção de tecnologias de automação e controle de acesso em residências e empresas. Com o crescimento das construções residenciais, reformas e projetos que buscam mais conectividade e segurança, a demanda por soluções inteligentes tende a se expandir. Além disso, a busca por praticidade no dia a dia, integração com aplicativos e maior controle de acesso tem impulsionado o interesse do consumidor por esse tipo de produto. Nesse cenário, as fechaduras digitais devem continuar ganhando espaço no varejo de materiais de construção e ferragens, consolidando-se como uma solução cada vez mais presente em projetos modernos."



Marcio Korzeniewski
Diretor Unidade
Matcon

• SHOWROOM • SHOWROOM • SHOWROOM • SHOWROOM •

ALIANÇA METALÚRGICA



Fechadura Digital Eros fechadura de entrada com solução e excelente custo-benefício, ideal para aplicações do dia a dia. Permite 1 administrador, com capacidade para até 50 senhas de usuários e geração de até 5 senhas de uso único, proporcionando maior segurança no acesso. Possui travamento automático, instalação de sobrepor e é compatível com portas com espessura de 30 mm a 60 mm.



Fechadura Digital Titan – solução completa em segurança, permitindo até 5 administradores, com capacidade para até 100 cadastros biométricos, 100 senhas de usuários e 100 tags (frequência 13,56 MHz). Oferece acesso por biometria, tag e senha numérica. Nas versões Ultra, conta com abertura remota via aplicativo Tuya (Wi-Fi), sem necessidade de hub ou gateway. Possui travamento automático, instalação de embutir e estrutura reversível, adaptando-se a portas de abertura direita ou esquerda. Indicado para portas com espessura de 35 mm a 60 mm.

PADO

FDS-10 Neo: uma evolução estética completa para o modelo, trazendo uma roupagem moderna e alinhada às tendências de decoração, sendo a escolha ideal para quem busca um upgrade visual imediato na porta, sem necessidade de mudanças técnicas.



SOPRANO

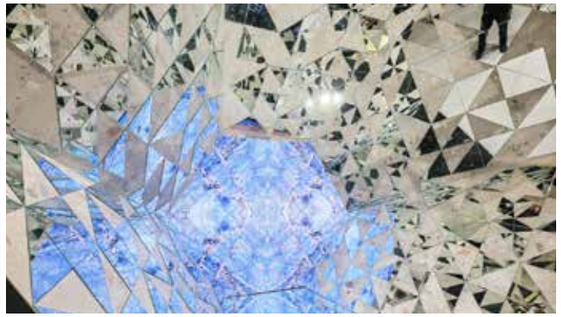
As **fechaduras digitais Soprano FEB505 GII**, **FEB403** e **FSP205** utilizam sistemas eletrônicos de controle de acesso que permitem múltiplas formas de abertura, como biometria, senha numérica, cartão RFID, aplicativo via smartphone e chave mecânica para emergência. Entre os diferenciais, destacam-se recursos como grau de proteção contra intempéries IP53, abertura remota via aplicativo, cadastros de senhas temporárias e senhas de uso único, histórico de aberturas, gerando maior praticidade no gerenciamento de acessos e eliminação do uso de chaves físicas. Além disso, a linha foi desenvolvida para oferecer instalação prática, design moderno e alta confiabilidade, atendendo desde residências até ambientes corporativos que necessitam de maior controle de acesso.





FOTOS: GUTO MARCONDES









A VIAGEM DOS SONHOS

Entrar nos estandes dos expositores da Expo Revestir é ter contato com o que há de mais moderno e luxuoso à disposição dos consumidores de materiais de construção. Claro que o grande foco da feira – e que começou com esta finalidade – são os revestimentos e pisos cerâmicos, mas, nos últimos anos, vários fabricantes descobriram que o luxo é para todos e também investem em finos acabamentos e produtos para se destacar no mercado.

ASTRA/JAPI

Entre os destaques apresentados pela Astra estão a nova Linha Aura de banheiras, o Assento Sanitário Quadra e o Assento Premium Riviera.

Cada vez mais, o banheiro deixa de ser apenas um espaço funcional e passa a assumir um papel importante na rotina de autocuidado. Atenta a esse movimento, a Astra apresenta produtos que dialogam com a ideia de transformar experiências cotidianas em pausas de cuidado, valorizando o bem-estar mesmo em meio à rotina intensa.

O principal lançamento da marca na feira foi a Linha Aura, uma nova linha de banheiras desenvolvida para transformar o banho em um ritual possível de cuidado. Pensada para proporcionar uma experiência completa, a linha conta com seis modelos entre SPAs, hidromassagem e imersão, convidando o usuário a ressignificar o tempo dedicado ao banho como uma pausa de bem-estar no dia a dia.

Nos modelos de SPAs e hidromassagens, a linha conta com jatos posicionados estrategicamente para proporcionar uma verdadeira terapia corporal, auxiliando no relaxamento muscular e no alívio do estresse, além de ampliar a sensação de conforto durante o banho.

"Para a Astra, inovar vai além de lançar novos produtos. É entender como podemos contribuir para tornar a rotina mais leve e os ambientes mais acolhedores. A Linha Aura nasce dessa visão de que o banheiro pode ser mais do que um ambiente funcional, tornando-se um espaço de cuidado e bem-estar", afirma Ana Oliva Bologna, presidente do conselho administrativo da Astra.



Além da Linha Aura, a Astra apresentou dois novos assentos sanitários que reforçam a combinação entre design, conforto e funcionalidade. O Assento Sanitário Quadra se destaca pelo visual moderno e discreto, com linhas retas que dialogam com projetos contemporâneos. Produzido em polipropileno com maior espessura, o modelo conta com batedores no arco e na tampa, além de sistema de fechamento suave, oferecendo mais resistência, durabilidade e conforto no uso diário.

Já o Assento Premium Riviera traz uma proposta de design minimalista com acabamento de alto brilho, agregando sofisticação ao espaço. Produzido em polipropileno, o modelo possui fixação em inox, sistema de fechamento suave e fácil remoção, facilitando a limpeza e a manutenção no cotidiano, além de elevar a percepção de cuidado e qualidade.



BIANCOGRES

Com o mote "Revestimentos mais naturais para espaços que convidam a viver", a nova coleção apresentada na feira amplia o trabalho iniciado nos últimos anos e aprofunda a busca por superfícies que reproduzem com precisão não apenas a aparência, mas também o toque, o relevo e a profundidade dos materiais naturais. "Sentir é um conceito que nasce da necessidade de criar espaços mais acolhedores, silenciosos e verdadeiros. Nosso desafio foi transformar essa ideia em matéria, respeitando as texturas e aspectos visuais presentes na natureza", explica Alexandre Luz, gerente de Marketing da Biancogres.

Entre as principais inovações está o acabamento STR (Strutturato), uma evolução que entrega relevo e desenho em perfeita sincronia. A tecnologia permite que cada ranhura, veio ou marca da superfície acompanhe fielmente o desenho do produto, criando uma superfície altamente realista.

A coleção também reforça o exclusivo acabamento Velvet, já reconhecido no mercado pelo toque aveludado e pelo brilho reduzido, características que remetem às rochas naturais mais nobres.



CORTAG

Entre as principais novidades para 2026 está a Linha de Cortadores High Tech. Soluções 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.

Novidade também no segmento de medição, com o Nível a Laser Verde Compacto, que chega para acrescentar a uma ampla linha de produtos que inclui trenas, paquímetros, níveis, prumos e muito mais. Vendido na forma de kit, ele acompanha tripé ajustável e maleta resistente, acessórios que garantem eficiência e transporte facilitado.

A linha de brocas para porcelanato Cortag foi outro destaque. Sua ponta de alta dureza evita lascas e desvios, enquanto o design permite o resfriamento adequado do

material e oferece estabilidade desde o início do furo.

A Expo Revestir é vista pela Cortag como uma grande oportunidade para reafirmar seu compromisso com o desenvolvimento de soluções com alta tecnologia dedicadas a todas as etapas da obra, da estrutura ao acabamento.



DELTA PORCELANATO

A Delta Porcelanato apresentou lançamentos que exploram a materialidade como essência do projeto contemporâneo, unindo realismo visual, percepção tátil e inteligência de composição, através de novas texturas e acabamentos. São eles:

• LIMESTONE CASTANO-90-TATTILE: inspirado nas rochas calcárias, Limestone Castano revela veios fósseis e variações cromáticas naturais que expressam a passagem do tempo na matéria.

• LIMESTONE AVENA-90-TATTILE: sua superfície profunda e tátil reforça a naturalidade da matéria e amplia o conforto visual, tornando-se uma base elegante e sensorial para diferentes propostas de projeto.

• DOLOMITE CHROME-90-TATTILE | DOLOMITE: Dolomite é um porcelanato que valoriza o olhar atento, o toque e a vivência dos espaços. O acabamento Tattile potencializa essa experiência ao sincronizar relevo e gráfica 100%, criando microtexturas delicadas com mais profundidade.

• OBELISCO BETON LIGHT SOFT-120: com estética inspirada no brutalismo, Obelisco Beton Light traduz o concreto em uma leitura contemporânea, marcada por variações e textura sutis. O acabamento Soft adiciona suavidade ao toque e alta performance, equilibrando força visual e conforto sensorial.



DOCOL

A Docol ampliou seu estande para 1.300 m², divididos em três espaços que se conectam. A marca apresentou ainda soluções voltadas para o bem-estar e praticidade, que unem design e inovação, reafirmando seu protagonismo no mercado. Projetado pela BLOCO Arquitetos, o estande reutiliza, pela terceira vez, a estrutura em madeira laminada colada (MLC), reciclável, além de telhas translúcidas e efeito de luz que simbolizam o movimento da água.

Um dos pontos de destaque foi a Cozinha Tech, que conta com as tecnologias DocolVitalis Ozônio, DocVox, DocolPronto, além de lançamentos alinhados à tendência contemporânea, promovendo bem-estar e soluções inovadoras.

Premiada com o iF Design Award 2024, a DocolVitalis Ozônio oferece três opções de água: purificada para consumo, comum e ozonizada – que elimina até 99% das bactérias em 30 segundos, reduz em até 75% os agrotóxicos nos alimentos e neutraliza odores.

O monocomando Doc Vox é o primeiro monocomando com ativação por voz criado no Brasil, unindo conveniência, tecnologia e design avançado. O produto, que recebeu o prêmio Good Design 2024, permite o acionamento remoto do fluxo de água e até mesmo o fornecimento de quantidades específicas por meio de comandos predefinidos.

Além da água convencional da rede de abastecimento (fria, quente ou misturada), o monocomando DocolPronto oferece três tipos de água purificada: gelada, gelada com gás e superquente, com a garantia do Purificador Vitalis, sistema que elimina bactérias, garante a redução do cloro em 75% e possui maior eficiência na retenção de partículas.

Acompanhando as tendências de mercado, a Docol apresentou as louças com acabamento ônix, que destaca a textura fosca e o toque acetinado dos produtos.

Entre as opções estão as cubas de apoio retangular e redonda e bacias convencionais e com caixa acoplada das linhas Liss e Vougan.

As bacias Docol SmartCare unem conforto, higiene e tecnologia em um único produto, integrando bacia e bidê. Com assento aquecido, sensor de movimento para abertura automática e limpeza suave com água morna e secagem com ar quente, garantem mais bem-estar. Possuem neutralizador de odores e desinfecção eficiente.

A Mekal, marca de produtos premium da empresa, apostou em uma bancada funcional para a feira. A recém-lançada DoubleStation oferece versatilidade com duas alturas para otimizar o uso de acessórios, um diferencial no mercado nacional. Além disso, oferece uma gama maior de possibilidades com seis acessórios compatíveis e adequação aos projetos de bancadas. Seu escovamento Hairline, uma exclusividade da marca, é feito à mão e é recuperável. Já o seu sistema anti-condensação impede a passagem de umidade para dentro do armário e possui uma melhor aparência estética.



EUCATEX

A Expo Revestir 2026 marcou um novo capítulo da história da Eucatex. A companhia, fundada em 1951, apresenta uma revolução visual com sua nova marca de Painéis Decorativos, que oferece soluções estéticas e inteligentes para revestimento de paredes em seis linhas autorais. Nos demais segmentos, ainda mais novidades: a linha de pisos laminados premium Natura Matt, com uma nova textura que reproduz a aparência da madeira natural, não apenas no visual, mas também no toque, criando uma superfície muito mais realista; a tecnologia



Acqua Resist, que oferece resistência superior aos produtos Eucafloor; e uma nova linha de chapas laminadas em BP, que eleva o nível dos revestimentos para quem fabrica portas, tamburatos, fundos de móveis e divisórias.

A Eucatex também apresenta novidades no segmento de divisórias, com a linha Novitá acústica; no segmento portas, com o pré-lançamento do novo Kit Porta de Correr e no Kit Porta Eucaplac, que agora é reversível e regulável nos padrões Branco Max e Nogal Mel; e nos painéis MDF, com três novos padrões na linha BP Matt Soft.

Além da exposição dos lançamentos, o espaço ofereceu a oportunidade de criar combinações personalizadas em moodboards exclusivos, que atendem às tendências criativas para 2026-2027, identificadas no relatório da Tendere Pesquisa e Soluções Criativas para a Eucatex: Vitalidade Sensorial, Urbanidade Estética, Elegância Solar e Silêncio Narrativo. Essas tendências correspondem aos quatro grupos de gosto que a agência considera como eixos para agrupar preferências estéticas e de lifestyle nas pesquisas que desenvolve (Pop Tropical, Karioka, Latino Urbano e Sofisticado). Esses eixos orientam o desenvolvimento de padrões, acabamentos e texturas do portfólio de 2026.

As novidades de Eucafloor chegam ao mercado já com a nova tecnologia Acqua Resist: um sistema de impermeabilização nas juntas das réguas que amplia a resistência à água dos pisos laminados da Eucatex. Outra linha lançada na Revestir 2026 é a de Chapa de Fibras Laminada Premium BP. O lançamento combina o desempenho técnico da chapa de fibras de 3 mm no segmento de acabamentos de alto padrão para fabricantes de portas residenciais e comerciais, e inúmeras aplicações, como mobiliários em tamburatos, fundos de armários e gavetas, divisórias e painéis semi-ocos, e instalações comerciais.

GRUPO CRISTOFOLETTI

Entre os destaques está a Coleção Manhattan, da marca Dora Porcelanato, produzida no formato 85 x 85 centímetros. A coleção chega ao mercado em três opções de cores – Manhattan Sand, Manhattan Silver e Manhattan Grey – oferecendo versatilidade para diferentes estilos de projetos, do residencial ao comercial, com uma proposta urbana, sofisticada e atemporal.



Outro grande diferencial apresentado pelo Grupo são os novos porcelanatos AD, desenvolvidos com tecnologia própria. Esses produtos se destacam por oferecerem um toque agradável na superfície, facilidade de limpeza e, ao mesmo tempo, manterem suas características técnicas de segurança, sendo materiais que não escorregam quando molhados. A tecnologia alia conforto, funcionalidade e desempenho, atendendo às exigências de projetos que priorizam bem-estar e segurança sem abrir mão do design.

Além desses lançamentos, o Grupo Cristofoletti apresenta novidades em porcelanato e revestimentos cerâmicos de suas demais marcas, reforçando seu compromisso com a inovação contínua, a sustentabilidade e a evolução de seu portfólio para atender às demandas do mercado nacional e internacional.

FIBRAPLAC

A Fibraplac, empresa do Grupo Isdra especializada em painéis de MDF, promoveu dois dos principais lançamentos da Coleção Equilíbrio 2026: os padrões Cambará e Carvalho Itapuã. Integrando a Coleção Equilíbrio, os novos padrões traduzem uma leitura contemporânea da madeira, combinando naturalidade, textura e versatilidade para aplicações em mobiliário e projetos de interiores. A proposta da coleção é explorar contrastes sutis, conforto visual e atemporalidade, alinhando estética e funcionalidade.

O padrão Cambará apresenta tonalidade quente e envolvente, com veios marcantes que remetem à madeira natural e criam uma atmosfera acolhedora e sofisticada. Já o Carvalho Itapuã aposta em uma leitura mais suave e equilibrada, com desenho elegante e tonalidade versátil, pensada para composições que transitam entre o contemporâneo e o atemporal.

Segundo Riciele Garcia, gerente de marketing da Fibraplac, os lançamentos refletem um momento de busca por equilíbrio entre estética e bem-estar. "A Coleção Equilíbrio nasce da necessidade de criar ambientes que transmitam conforto e identidade. O Cambará traz força e presença, enquanto o Carvalho Itapuã traduz leveza e versatilidade. São padrões que dialogam com diferentes estilos e ampliam as possibilidades criativas de arquitetos e marceneiros", afirma.



IMAB

Com 60 anos de história, a IMAB tem trajetória marcada pela qualidade de seus produtos, pela atenção aos detalhes e pela capacidade de traduzir tendências da arquitetura em soluções funcionais e duráveis.

A empresa oferece uma linha completa de fechaduras e ferragens para portas, fabricadas com alto padrão de qualidade e segurança, em conformidade com normas nacionais, europeias e americanas. Seu portfólio atende aos segmentos residencial, comercial, hoteleiro e institucional, sempre com foco na integração harmoniosa entre produto, arquitetura e experiência de uso.

A IMAB investe continuamente em tecnologia, inovação e soluções digitais, incluindo produtos compatíveis com automação residencial, ampliando conforto, praticidade e segurança. O compromisso com a sustentabilidade também orienta seus processos produtivos, com uso consciente de materiais e práticas que reduzem o impacto ambiental.

Na Revestir, a empresa atuou com uma equipe especializada e um relacionamento técnico e humanizado com clientes e parceiros. A IMAB segue evoluindo e fortalecendo sua presença no mercado, criando soluções que agregam valor aos projetos e às pessoas.



INCEPA

A Incepa, pertencente ao Grupo LAMOSA no Brasil, ressalta os atributos que construiu ao longo de sua história. Sempre antenada com as tendências do mercado, a marca se consagrou pela leitura que faz da arquitetura contemporânea, tornando-se sempre a melhor escolha para os projetos.

Durante a feira, a Incepa apresentou novidades que reforçam sua expertise em unir design com estética refinada, tecnologia e soluções que tornam o dia a dia mais prático, valorizando seu desempenho técnico. Entre as novidades, a Incepa revisita os pisos de madeira com a Série Assoalho: com o charme clássico dos pisos de madeira maciça para o porcelanato, a novidade da Incepa concilia o visual acolhedor com alta performance técnica. Inspirada nas tradicionais tábuas corridas, a coleção remete aos pisos de assoalho, reproduzindo de forma fidedigna veios suaves e variações naturais discretas, com acabamento acetinado e formato alongado 20 x 120 cm, que amplia a sensação de continuidade dos espaços.

O DNA da Incepa será sempre o de oferecer produtos que se adaptam aos mais diferentes estilos, do residencial ao comercial.

LEPRI

A Lepri apostou na cor do ano em diversas cerâmicas naturais em seu estande. A cor do ano, Cloud Dancer, já estava no radar da Lepri e foi vista em diversas variações de tons off-white no estande da empresa durante a Expo Revestir 2026. A aposta está em sintonia com as principais tendências do morar, da criação de espaços que promovam saúde e bem-estar e que impactam positivamente o nosso cérebro, influenciando diretamente o estado emocional e mental em resposta a um mundo saturado de estímulos visuais e emocionais.

Os ambientes devem ser um convite ao silêncio, à pausa e à clareza em meio ao ritmo frenético da vida contemporânea, e os tons mais claros, off-white, ganham destaque por transmitir calma sem perder a bele-

za, funcionando como um lembrete de que o descanso e a contemplação são muito importantes.



O branco, tradicionalmente associado à pureza e ao minimalismo, aparece como uma construção emocional mais ampla: organiza o olhar, reduz ruídos e ajuda a restaurar a atenção. Entre as coleções de revestimentos naturais da Lepri, há diversas opções de tons off-white. O Bianco Polare, por exemplo, traduz essa leitura com clareza, luz e equilíbrio, criando bases sólidas para projetos que valorizam continuidade visual e atemporalidade.

Os tons off-white revelam a naturalidade da argila e a beleza do tempo – um clássico com atitude que nunca sai de moda. Criam superfícies pensadas para organizar o espaço e acompanhar o tempo, sem excessos, ambientes claros e amplos. Por sua versatilidade, harmonizam-se com qualquer paleta e criam contrastes elegantes, oferecendo luminosidade e uma sensação de amplitude.

LORENZETTI

Para esta edição, a Lorenzetti apresentou um portfólio que traduz sua aposta contínua em inovação, design funcional e soluções completas para diferentes ambientes. Líder há décadas em duchas e chuveiros elétricos, a marca amplia de forma consistente sua atuação em outras categorias estratégicas, combinando produtos consagrados e novidades que fortalecem sua presença no mercado.

No segmento de metais, os acabamentos Brushed Gold, Brushed Nickel e Black atendem à crescente demanda por composições sofisticadas e atemporais. Já no portfólio de louças sanitárias, a Lorenzetti aposta em peças com design clean, ergonômico e versátil, pensadas para diferentes estilos de projeto. Na linha de aquecedores de água a gás, os modelos aliam alta performance, segurança e design, com acabamentos como Brushed Black, reforçando o cuidado da marca com cada detalhe do ambiente.

"A Expo Revestir é um ambiente estratégico de escuta e troca com arquitetos, designers e especificadores. Estar presente na edição de 2026 reforça nosso compromisso em oferecer soluções cada vez mais completas, que unam tecnologia, design e funcionalidade, acompanhando a evolução dos projetos e das demandas do mercado", afirma Paulo Galina, gerente de marketing da Lorenzetti.



Por mais um ano, a participação da Lorenzetti na Expo Revestir consolida uma trajetória pautada pelo diálogo próximo e pela colaboração com os profissionais que moldam os espaços e definem as tendências da arquitetura e do design de interiores no Brasil.



MEBER METAIS

Consolidada por mais de seis décadas de protagonismo no desenvolvimento de soluções sanitárias, a marca gaúcha exibe as novidades de seu portfólio, com destaque para a expansão da paleta de acabamentos Matte. Além do consagrado Preto Matte, as apostas em Grafite Matte e Níquel Matte trazem texturas acetinadas que conferem sofisticação tátil e visual aos projetos de cozinhas e salas de banho.

A versatilidade do portfólio também é evidenciada em soluções exclusivas para cozinhas, entre elas o lançamento do Monocomando Minimal. Com design orgânico que dialoga com projetos contemporâneos e atemporais, o produto redefine a integração entre estética e eficiência ao oferecer a possibilidade de instalação de um filtro oculto sob a bancada. Essa inovação preserva a funcionalidade do purificador de água enquanto promove uma limpeza visual absoluta no plano de trabalho, permitindo um aproveitamento inteligente dos espaços gourmet.

Além de surpreender pelos produtos, a Meber impacta os visitantes pela proposta arrojada de seu estande. O projeto funciona como uma ilha fluida cujo conceito central é um exoesqueleto em formato de onda feito inteiramente de papel. A proposta arquitetônica, desenvolvida pelo Studio Menin, teve como objetivo criar uma transição que permite ao visitante atravessar a estrutura em vez de apenas circular ao seu redor, trazendo fluidez ao olhar sobre as novidades. Executado pela Favo Brasil Displays com materiais sustentáveis e reutilizados, o espaço apresenta montagem e desmontagem facilitadas, refletindo a responsabilidade ambiental da empresa. Essa mesma pegada ecológica e de respeito à natureza é aplicada no desenvolvimento dos metais da marca, que priorizam a eficiência hídrica e a durabilidade.

PADO

Em um ano especial para a marca – que celebra 90 anos de história –, o estande foi concebido como uma jornada no tempo, unindo passado, presente e futuro da maior indústria de cadeados e fechaduras da América Latina.

Pelo terceiro ano consecutivo, a arquiteta Juliana Medeiros assina o projeto do espaço PADO na feira. O conceito mergulha na essência da marca em uma viagem pela trajetória da empresa, marcada pelo pioneirismo e constante inovação. "O stand faz uma imersão



no presente, no passado e no futuro da PADO, uma verdadeira vitrine que cristaliza nossa força e convida o visitante a acompanhar o que está por vir", revela Luccas Pacheco, diretor comercial e de marketing da PADO.

O diretor reforça que celebrar 90 anos na Expo Revestir tem um significado muito especial. "Uma de nossas marcas é estar na vanguarda de ações e tendências. Fomos, inclusive, a primeira empresa do segmento a participar da Revestir, e estar em mais uma edição da feira reafirma nosso compromisso com a inovação, com o design e com a qualidade da entrega", destaca.

Entre os destaques da PADO está o novo acabamento Dourado Escovado, que chega às linhas Premium Residence e Ourives, trazendo sofisticação e requinte aos produtos de alto padrão da marca.

A proposta é versátil e se adapta perfeitamente a ambientes internos, externos e banheiros, oferecendo uma solução elegante para os mais diversos projetos. "Desenvolvemos um acabamento que une beleza e funcionalidade. O Dourado Escovado agrega elegância atemporal, mantém a alta durabilidade que é marca registrada da PADO e conta com nossa tradicional garantia de 11 anos. É uma escolha que valoriza qualquer projeto arquitetônico ou proposta de decoração", destaca Pacheco.

A evolução digital também marca presença no stand com a robusta fechadura digital FDE-800 Vision, com formato de embutir do modelo "push and pull", dispensando o uso de maçanetas e puxadores. O principal destaque deste produto é a abertura através de reconhecimento facial para até 50 faces. A fechadura FDE-800 Vision é uma solução completa que também traz as funções de fechamento automático e instruções de voz em português, facilitando a operação e configuração.

PORMADE

A sustentabilidade está presente como princípio e não como discurso. As escolhas conscientes de mate-



riais, o respeito à matéria-prima e a otimização de recursos refletem um compromisso real com a construção responsável e com o futuro do setor.

Para João Ricardo Olinquevicz, diretor comercial e de marketing da Pormade, participar da maior feira brasileira do segmento posiciona a Pormade como uma empresa preocupada com a inovação aliada à sustentabilidade. "A Expo Revestir impacta o nosso comercial durante todo o ano, mas principalmente quando conseguimos apresentar, de forma clara, o quanto a sustentabilidade faz parte da essência da empresa e dos nossos produtos. Desde o reaproveitamento do PVC, a reciclagem de resíduos como cartelas de medicamentos, até o uso de madeira de florestas sustentáveis, tudo reflete o nosso compromisso com o meio ambiente. Em 2026, quisemos evidenciar o quanto estamos conectados a esse propósito, unindo arquitetura contemporânea, design, brasilidade e responsabilidade ambiental, sempre pensando na perpetuidade e no legado para as próximas gerações", afirma Olinquevicz.



PORTOBELLO

O Portobello Grupo apresentou uma coleção que propõe repensar a relação entre arquitetura, design e experiência. Sob o conceito "Living Home", a marca parte da ideia de que os espaços acompanham os movimentos da vida, absorvem mudanças de uso, de hábitos e de sensibilidade, e se tornam, cada vez mais, territórios de convivência e de expressão estética, social e funcional. Ambientes pensados para receber, compartilhar e estar junto ganham centralidade, reforçando a casa como um lugar de bem-estar, acolhimento e conexão, em que estética e funcionalidade caminham juntas para promover experiências mais humanas e sensoriais.

Essa visão se traduz tanto no portfólio quanto na forma de apresentá-lo ao mercado. O estande da Portobello foi pensado a partir de uma área central de atendimento, com 160 m². Ao redor desse núcleo, 440 m² foram dedicados a oito ambientes que remetem à casa e estruturam o percurso expositivo.

Segundo Pamela Golin, gerente de Produto e Inovação do Grupo, as coleções levadas à feira celebram materiais, cores e superfícies que acolhem, aquecem e convidam à presença. "O sensorial é potencializado com a possibilidade de trabalhar relevos táteis e diferentes efeitos. O acabamento 'soft' é uma das inovações em superfície, uma aposta em sofisticação", revela. Para atender às demandas do mercado interno e externo, a variação de formatos também é direcionamento da marca. "Nossa oferta fica mais completa, garantindo rigor técnico e permitindo autenticidade nas combinações".

ROCA

A Roca destacou banheiras que traduzem novas formas de vivenciar o momento do banho, com soluções que priorizam conforto e qualidade sensorial. Em diferentes versões, ganham protagonismo nos projetos ao unir conforto e presença estética. Mais do que elementos funcionais, contribuem para a criação de ambientes acolhedores, nos quais o design favorece momentos de pausa no cotidiano.

Entre as principais direções apresentadas, os modelos freestanding, que dispensam ser embutidas, se destacam pela versatilidade de instalação e pelo impacto visual. Com liberdade para ocupar diferentes posições no layout, essas peças ampliam as possibilidades de composição dos ambientes e ajudam a definir a atmosfera do espaço, conciliando funcionalidade e sofisticação.



As novidades em cubas da Roca, multinacional espanhola especialista em soluções para o banheiro e líder na produção e comercialização de louças sanitárias no Brasil, ganham destaque na Expo Revestir 2026. A marca apresenta um portfólio ampliado que inclui novos formatos para a coleção Terra, além de versões de cubas Inspira, Ona e Ohtake, reunindo peças assinadas e premiadas que reforçam a versatilidade e o design contemporâneo das cubas.

Entre os diferenciais, estão soluções desenvolvidas com materiais de alta performance, como o Fineceramic®, que permitem criar peças mais leves, resistentes e visualmente sofisticadas. Reconhecidas por premiações nacionais, como o Best in Show Revestir, e internacionais, como o Red Dot Award e o iF Design Award, as cubas traduzem diferentes conceitos estéticos e funcionais, reafirmando a expertise da Roca na criação de soluções para banheiros atuais.

Para o segmento de louças, entre outros lançamentos, a marca traz a ampliação da coleção de cubas Terra. Uma das mais recentes novidades da marca desenvolvidas no Brasil e que já se consolida como um dos grandes destaques do portfólio, a coleção ganha novos modelos e versões de embutir, sobrepor e apoio.

Ampliando seu portfólio, a Roca apresentou novas opções de cores e acabamentos para os produtos da coleção. As cubas e lavatórios, fabricados em Fineceramic®, agora estão disponíveis nas tonalidades Branco e Black, no acabamento Matte, além da versão em Branco Brilho. Com bordas ultrafinas e um design sofisticado, essas peças garantem leveza e sofisticação ao ambiente.

A coleção Ohtake tem suas raízes na observação da natureza e na busca por formas fluidas e orgânicas. Criada inicialmente por Ruy Ohtake, a linha conquistou reconhecimento internacional ao receber o Red Dot: Best of the Best 2019, uma das mais altas distinções do design mundial. Suas cubas, inspiradas na suavidade das ondas e na pureza da forma do ovo, tornaram-se um ícone do design brasileiro. Com seu design inovador e qualidade excepcional, a coleção Ohtake, composta por cubas e banheira, foi reconhecida no iF DESIGN AWARD 2025, na categoria Product Bath, reafirmando a excelência da Roca e a força do design brasileiro no cenário internacional.

ROCA CERÂMICA

A Roca Cerâmica, marca do Grupo LAMOSA no Brasil, apresentou um portfólio robusto que traduz as principais demandas da arquitetura contemporânea.

"A Expo Revestir é um momento estratégico para apresentarmos ao mercado soluções que refletem não apenas tendências estéticas, mas também a evolução do comportamento do consumidor e das necessidades dos profissionais de arquitetura e design", afirma Christie Silva Schulka, marketing manager do Grupo LAMOSA no Brasil.



Entre os destaques deste ano, que focam em cores acolhedoras, texturas orgânicas e experiências táteis e sensoriais, a Roca Cerâmica aposta na apresentação de novos formatos e tons de séries que são sucesso de vendas, reforçando o seu compromisso em atender diferentes demandas da arquitetura contemporânea.

Destaques para a Série Boulevard em pequenos formatos; Série Ceppo di Gre, a clássica rocha italiana Ceppo di Gre, muito apreciada por sua capacidade de inspirar os ambientes, ganha uma nova interpretação em nuances de bege, apreciada por sua suavidade e atmosfera acolhedora para aplicação em pisos e paredes de ambientes internos e externos; Série Concrete; Série Navona, com lâminas em SuperFormato, reproduz fielmente veios e texturas da pedra natural, podendo ser aplicada em pisos, paredes, bancadas e tampos. Além disso, seus diferentes acabamentos – mate, polido, mi-

cro relevo e ABS – garantem alto desempenho aos projetos e performance exímia com juntas mínimas de 1 a 2 mm, inclusive em áreas externas.

SAINT-GOBAIN

A Saint-Gobain Soluções para Construção, que já reunia marcas líderes como Quartzolit, Brasilit, Placo, Isover e Ecophon, ganha ainda mais força com a integração de Tekbond e Adfors. Na feira, a presença do Grupo foi marcada pela forte conexão entre suas marcas e pela apresentação de soluções complementares que atendem todas as etapas da obra – do projeto ao acabamento –, principal atrativo do estande. Essa integração reflete a estratégia do Grupo em atuar como um parceiro único para o mercado, simplificando processos, elevando padrões de qualidade e contribuindo para obras mais eficientes e sustentáveis.

Em um espaço de 400 m² concebido para traduzir, na prática, o conceito de conexão, a Saint-Gobain mostrou como seu portfólio integrado facilita o dia a dia de profissionais da construção, arquitetura e design, oferecendo eficiência, desempenho técnico, sustentabilidade e inovação em sistemas construtivos completos. O estande foi pensado para proporcionar uma experiência imersiva, permitindo que os visitantes visualizem como as soluções se complementam e agregam valor aos projetos.

"A nossa participação na Expo Revestir é sempre uma excelente oportunidade para mostrarmos como a Saint-Gobain Soluções para Construção evoluiu para atuar de forma cada vez mais integrada no mercado da construção. Levamos à feira um portfólio completo, com soluções que se conectam e atendem todas as etapas da obra", afirma Vinícius Araújo, diretor sênior de estratégia e marketing na Saint-Gobain. "A força das nossas marcas trabalhando em sinergia nos permite oferecer um desempenho técnico, sustentabilidade e eficiência de maneira complementar. É esse ecossistema de soluções que queremos evidenciar ao dialogar com arquitetos, construtores, distribuidores e demais profissionais do setor", completa.

Como parte de seu trabalho contínuo em pesquisa e desenvolvimento, a companhia apresenta na feira soluções pensadas para atender às demandas de um mercado cada vez mais exigente, que busca desempenho técnico aliado à praticidade e ganho de produtividade. Destaques: Aditivo Tecplus Ultra Block Quartzolit; Borracha Líquida Elástica Quartzolit; Fita Veda Fácil Quartzolit; Nova embalagem de 4,5 kg Manta Telhado Brasilit; Novos frisos linha Fiberwood Ecophon; Fita Tekbond; Fita Dupla Face Banheiro e Cozinha Tekbond; PU Calha Tekbond.



Além das novidades, a Saint-Gobain Soluções para Construção também levou à Expo Revestir produtos já consolidados em seu portfólio, que seguem evoluindo e ampliando suas possibilidades de aplicação, reforçando desempenho técnico e estética nos projetos.

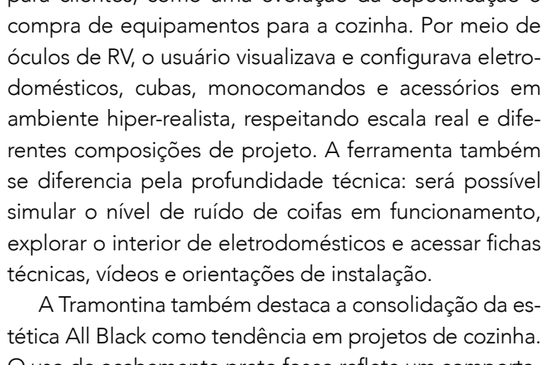


NOMMA

A Nomma, marca premium da Stam, fez sua pré-estreia na Expo Revestir, atuando no segmento de ferragens arquitetônicas, com foco em maçanetas, fechaduras e sistemas de abertura voltados à arquitetura contemporânea. Nasce com um posicionamento claro: ocupar o território de maçanetas e fechaduras de alto padrão a partir de curadoria, design e rigor técnico.

Com lançamento oficial previsto para os próximos meses, a Nomma terá seu portfólio reunindo soluções que articulam acabamento, desempenho e integração ao projeto. Em um mercado onde o design assumiu protagonismo, a nova marca parte de um princípio fundamental: forma e qualidade de alto padrão caminham juntas.

"A Casa Nomma foi criada a partir de uma leitura aprofundada do mercado de arquitetura contemporânea. O espaço materializa a essência da nova marca que traremos ao mercado nos próximos meses. Desde a entrada, é possível perceber a sensação de conforto, cuidado e sofisticação que só uma casa verdadeiramente bem planejada em cada detalhe entrega", afirma Rafael Faria, head de Marketing e Branding da Stam.



TRAMONTINA

Empresa com quase 115 anos, a Tramontina levou à Expo Revestir 2026 um portfólio robusto de lançamentos que traduzem, na prática, os avanços da marca em conectividade, desempenho técnico, conforto acústico e integração ao mobiliário. Coifas, cooktops, fornos, soluções de refrigeração, cubas e acessórios refletem a aplicação dessas tecnologias em produtos pensados para atender às demandas atuais de projetos residenciais e espaços gourmet, conciliando precisão funcional, design contemporâneo e facilidade de especificação.

Nesta edição, a marca também apresentou um projeto piloto de experiência imersiva em realidade virtual para clientes, como uma evolução da especificação e compra de equipamentos para a cozinha. Por meio de óculos de RV, o usuário visualizava e configurava eletrodomésticos, cubas, monocomandos e acessórios em ambiente hiper-realista, respeitando escala real e diferentes composições de projeto. A ferramenta também se diferencia pela profundidade técnica: será possível simular o nível de ruído de coifas em funcionamento, explorar o interior de eletrodomésticos e acessar fichas técnicas, vídeos e orientações de instalação.

A Tramontina também destaca a consolidação da estética All Black como tendência em projetos de cozinha. O uso do acabamento preto fosco reflete um comportamento que valoriza ambientes mais integrados, sóbrios e atemporais, seja como elemento de contraste em espaços claros ou como linguagem predominante em composições mais minimalistas. Para materializar esse alinhamento, a marca oferece uma solução completa em cooktops, coifas, fornos, cubas, monocomandos, ducha, dosadores e lixeiras, permitindo criar uma atmosfera premium e continuidade em cada detalhe do projeto.

VILLAGRES

A Villagres anunciou o lançamento de sua Coleção 2026, consolidando, pelo terceiro ano consecutivo, sua proposta de design autoral conectado às tendências mundiais. Com o conceito de que os espaços devem ser parte ativa da história de quem os habita, os novos produtos buscam unir inovação e equilíbrio, transformando revestimentos em experiências de reconexão e harmonia entre a arquitetura e a natureza.

O grande destaque é a revelação de uma textura inédita, apresentada exclusivamente aos visitantes. Além disso, a marca expande seu portfólio de soluções com novos formatos estratégicos:

- Lastras de 119,5 x 250 cm: desenvolvidas para proporcionar amplitude e sofisticação, reduzindo a presença de juntas e criando superfícies contínuas.
- Formato 61,4 x 123 cm: criado especificamente para garantir o alinhamento perfeito com os produtos de 123 x 123 cm.
- Tecnologia Pietra Viva: introdução da superfície Natural Vein, que combina textura mate com microestruturas gráficas para um realismo único em cada peça.

Reforçando sua versatilidade, a Villagres também apresenta sua coleção de vinílicos com fabricação própria. A linha conta com diversas opções de tonalidades, mantendo o compromisso da marca em oferecer produtos que aliam estética à funcionalidade para diferentes estilos de vida.





PARA CORTES DE **MADEIRA**

A STANLEY apresenta duas novas soluções para os carpinteiros profissionais: a Serra de Esquadria 10" (254mm) 1.800W – SM161 e a Serra de Esquadria 10" (250mm) 2.000W com braço telescópico e chanfro duplo – SM181, feitas para garantir eficiência e segurança para aplicações feitas tanto em ambientes externos quanto em oficinas especializadas.

"Para os profissionais de carpintaria, marcenaria, instaladores e montadores, é necessário fazer o corte de várias peças de madeira e alumínio diariamente e com isso, o profissional necessita de uma ferramenta que não só agilizará o processo, como também otimizá-lo, com cortes mais limpos e precisos. Por isso, desenvolvemos essas novas esquadrias que irão atender as expectativas até dos profissionais mais exigentes, que buscam por algo que irá auxiliá-los no seu dia a dia de trabalho", diz Denise Cardoso, gerente de marketing da STANLEY.



LORENZETTI LANÇA **LZ 1200DE**

A Lorenzetti, apresenta ao mercado o LZ 1200DE – Aquecedor de Água a Gás 12 Litros, na cor branca. O lançamento reflete uma leitura estratégica do mercado, que demonstra uma demanda crescente por soluções térmicas cada vez mais inteligentes, compactas e versáteis.

O LZ 1200DE possui sistema de exaustão forçada que combina desempenho, tecnologia digital, eficiência energética e foi desenvolvido para atender todo o mercado. Seu controle eletrônico com display touch facilita o ajuste de temperatura, enquanto a modulação automática da chama assegura estabilidade e economia de gás mesmo com variações na vazão. Compacto, o LZ 1200DE tem design moderno e se integra com facilidade a diferentes estilos de ambientes.

SIL AMPLIA **COMPROMISSO SUSTENTÁVEL**



Após avançar em diferentes frentes de sustentabilidade em seus processos fabris, a Sil Fios e Cabos Elétricos amplia seu olhar para a cadeia de suprimentos ao atualizar a composição das embalagens de seus produtos.

Agora, todas as embalagens da Sil irão conter 40% de PCR (Post-Consumer Recycled), sendo conhecido no Brasil como "Plástico reciclado pós-consumo", originado de resíduos já utilizados e descartados pelos consumidores (como garrafas pet, recipientes e sacolas) que foram coletados, reciclados e reinseridos no sistema produtivo. A iniciativa reduz o consumo de petróleo, assim como as emissões de CO_2. Dessa forma, segundo as estimativas da Sil, em um ano, a adoção de embalagens com PCR na composição representará uma redução de cerca de 119 toneladas de CO_2. Por fim, após a utilização, essas embalagens também são 100% recicláveis.

IMPORTADORA BRASILEIRA LIDERA MERCADO E REPOSICIONA SETOR DE FERRAMENTAS DIAMANTADAS

Estratégia de marcas próprias e integração com distribuidores impulsiona crescimento do Grupo PMD diante da pressão internacional





Gustavo Braz e a imersão na China com os participantes do Grupo PMD

O avanço das importações no Brasil já altera a dinâmica competitiva da indústria de bens de capital e impõe uma reconfiguração no setor de ferramentas diamantadas. Dados da Associação Brasileira da Indústria de Máquinas e Equipamentos mostram crescimento consistente da entrada de produtos estrangeiros, pressionando margens e forçando empresas a rever estratégias. Nesse movimento, o Grupo PMD, liderado por Gustavo Braz, 31 anos, consolidou-se como a maior importadora de ferramentas diamantadas do país, após um ciclo de crescimento de quase 600% nos últimos anos.

A empresa tem origem em uma trajetória iniciada há mais de 50 anos, quando o pai do atual CEO começou sua carreira na primeira indústria do segmento no Brasil. Preparado desde cedo para a sucessão, o executivo passou por diferentes áreas do negócio ao longo de 13 anos até assumir a liderança. A entrada na operação, em 2011, coincidiu com um momento crítico. "A entrada de produtos chineses mudou completamente o mercado. A importação deixou de ser uma oportunidade e passou a ser uma necessidade para manter competitividade", afirma.

A partir dessa virada, o grupo estruturou um modelo baseado na busca por fornecedores internacionais, sem abrir mão da qualidade. O foco deixou de ser apenas produto e passou a incluir o crescimento dos clientes. "Não se trata só de importar. É sobre ajudar os parceiros a vender mais e se posicionar melhor", diz.

A profissionalização da gestão foi outro ponto decisivo. A empresa adotou governança, definiu funções e estruturou equipes com base em desempenho, com foco na formação de lideranças e na construção de uma cultura de alta performance. Segundo o IBGC, companhias familiares que implementam governança aumentam significativamente suas chances de crescimento sustentável.

A principal mudança estratégica veio com o desenvolvimento de marcas próprias para atacadistas e distribuidores. O modelo garante exclusividade e fortalece o canal de vendas, evitando concorrência direta. "Deixamos de ser fornecedores para nos tornarmos parceiros estratégicos", afirma.

Internamente, a operação passou a girar em torno do comercial. Todas as áreas foram integradas ao resultado de vendas, o que elevou eficiência e escala. Dados do Sebrae mostram que empresas com foco estruturado em vendas crescem até 2,5 vezes mais.

A estratégia comercial também passou a incorporar ações sazonais como parte do planejamento. Em períodos de maior visibilidade, o grupo desenvolve campanhas alinhadas ao comportamento do consumidor e ao calendário. "Enquanto muita gente fica reclamando do calendário, utilizamos o calendário a nosso favor. Como estratégia de marketing, aproveitamos e lançamos a campanha de produtos personalizados para a Copa do Mundo", afirma.

Com essa base, o grupo expandiu sua atuação e hoje lidera um ecossistema que inclui marcas como Pyramid, GTFIX e FNX Club, além de iniciativas de conexão empresarial com a China, aproximando empresários brasileiros de fornecedores internacionais e oportunidades de negócio. "A China não é mais o futuro, é o presente. Quem não está olhando para isso está perdendo competitividade", afirma.

Com crescimento sustentado e foco em relacionamento de longo prazo, o grupo reforça sua liderança em um setor cada vez mais competitivo e mantém como próximo passo a ampliação de sua presença entre as maiores indústrias do segmento.

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

FEICON RIO
Feira Internacional da Construção
De: 06 a 08 de outubro/2026
Local: Riocentro, RJ
www.feiconrio.com.br

PLATAFORMA DE NEGÓCIOS

A ForMóbile, Feira Internacional da Indústria de Móveis e Madeira, reafirma sua posição como principal plataforma de negócios da América Latina para marceneiros, arquitetos, designers e profissionais da indústria moveleira. Com expansão de 15% de área expositiva no evento deste ano, alta renovação de expositores e novas soluções para o público profissional, a feira consolida seu papel estratégico como ponto de encontro para quem transforma projetos em móveis e negócios em crescimento.

Segundo Tatiano Segallin, Business Manager da ForMóbile, “nunca vimos uma comercialização tão antecipada. É um termômetro do quanto o setor está aquecido e confiante”, afirma. O cenário reforça a importância do evento como espaço de atualização, geração de parcerias e acesso às principais inovações do mercado.

O Palco ForMóbile amplia sua programação com palestras e painéis focados nos desafios reais do setor: gestão eficiente, retenção de talentos, transformação digital, indústria 4.0 e novas tecnologias aplicadas à produção e ao desenvolvimento de móveis.

Em sua quarta edição, o Espaço Madeira reúne empresas que representam o que há de mais avançado em tecnologias, ferramentas, acabamentos e soluções para madeira maciça.





Cabo Superatox

Sinta-se seguro sabendo que é Cobrecom.

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

@cobrecom

cobrecom

Sua marca de confiança.