REVENDA 360+

construção

ED. 427 | ABR 2026 | ANO XXXVIII
www.gruporevenda.com.br

ORION
75 ANOS

DISTRIBUIDORA CATARINENSE, FUNDADA POR ORION SILVEIRA E SUA ESPOSA YOLANDA, É REFERÊNCIA DO SEGMENTO NO BRASIL.







MATERIAL ELÉTRICO
AS OPÇÕES SÃO MUITAS, MAS CUIDADO COM OS PRODUTOS SEM CERTIFICAÇÃO.

FECHADURAS E CADEADOS
O DESIGN CHEGOU, MAS A SEGURANÇA AINDA É O PONTO FORTE.

ESPECIAL NORDESTE
OS BONS VENTOS QUE MANTÉM O CRESCIMENTO DA REGIÃO



REVENDA 360+ construção

Edição 427 | ABR 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

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.

OCUPANDO OS ESPAÇOS

O último censo realizado, em 2022, mostrou um Brasil com cada vez mais mulheres e, se esse número não causou surpresa, em 2026 podemos afirmar que a participação feminina nos postos de comando em todos os segmentos se consolida cada vez mais. Na época em que o censo foi realizado, havia 6.015.894 brasileiras a mais do que brasileiros. Para cada 100 mulheres no país, havia 94,2 homens. Em 2010, essa relação era bem menor: 98,7.

Em todas as grandes regiões do Brasil, a tendência é de aumento da população feminina nos últimos censos demográficos. E, pela primeira vez, em 2022, até a Região Norte apresentou um número menor de homens do que de mulheres.

No 4º Fórum de Mulheres na Construção, realizado pelo Grupo Revenda e que tem completa cobertura nesta edição, tivemos a presença de quase 200 mulheres entre executivas, colaboradoras e influenciadoras. Diversos temas de relevância para o mercado — e não apenas para elas — foram debatidos e consolidados.

E uma certeza: a opinião delas está cada vez mais aceita!

Os dados do Censo de 2022 comprovam que a revista Revenda Construção está no caminho certo ao realizar o Fórum de Mulheres na Construção, uma oportunidade para apresentar mulheres que fazem, que transformam e que comandam. O nosso segmento ainda tem predominância masculina. Não existem números oficiais, mas, pela quantidade de mulheres em nossos eventos — Top Of Mind, Melhor Produto do Ano, Atacadistas Distribuidores —, vimos que a presença masculina ainda é muito grande. Pelo menos por enquanto.

Também percebemos, nos últimos anos, que muitas empresas do segmento têm mulheres no comando. Mas não se trata de obrigação de abrir espaço para elas, mas sim de abrir as mesmas oportunidades para todos. E, com essa abertura, as mulheres ocupam o merecido espaço.

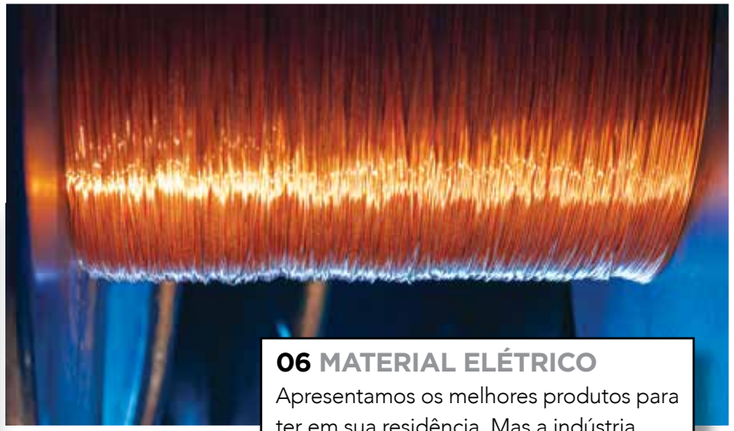
Boa leitura!

Roberto Ferreira

REVENDA 360+ construção

Edição 427 | ABR 2026 | ANO XXXVIII





06 MATERIAL ELÉTRICO
Apresentamos os melhores produtos para ter em sua residência. Mas a indústria alerta: utilize produtos certificados.

12 ORION 75 ANOS
No aniversário da maior distribuidora de produtos para a construção do Sul do país, apresentamos a história iniciada pelos fundadores Orion Silveira e sua esposa Yolanda.

30 ESPECIAL NORDESTE
Entrevistamos Paulo Wanderley, presidente do Sinduscon/PE, que apresenta o novo Nordeste, região que não para de crescer.

24 FECHADURAS E CADEADOS
A grande participação no segmento não é por acaso: as fechaduras manuais e os cadeados fazem parte da preferência, e do bolso, dos brasileiros.

38 HAUS DECOR
Entre e nos acompanhe no passeio pelo maravilhoso mundo das cores.

44 ATACADISTA
Grupo Construfort inaugura duas novas lojas da ObraMix no Ceará.

46 VAREJO
Lojas físicas crescem no Brasil, ao contrário do que acontece nos Estados Unidos.

48 MULHERES
Grupo Soprema amplia presença feminina nas áreas produtivas.

50 EPI
Especialistas apontam cinco inovações que vão transformar a segurança.

52 TECNOLOGIA
Grupo mineiro Katz constrói a primeira casa de alto padrão com impressora 3D.

53 INDÚSTRIA
Sika faz evento com lojistas e o campeão mundial Cafu.

54 ARTIGO ABRAFATI
Presidente-executivo da Abrafati, Luiz Cornacchioni, destaca o bom momento do mercado de tintas.

56 SUA LOJA
Obramax abre loja no Shopping Center Aricanduva, SP.

57 PAINEL
As notícias que agitam o mercado.

58 AGENDA
Programe-se para visitar as principais feiras do segmento.



ORION DISTRIBUIDORA

ORGULHO DE FAZER BEM FEITO, JUNTOS!

A parceria entre CIBRA e ORION é construída com confiança, qualidade e presença nacional.

Levando soluções para quem transforma projetos em realidade todos os dias.

CIBRA® PIRES DO RIO GROUP

acesse o nosso site:
www.cibraflex.com.br







TODO CUIDADO É POUCO

Para que o bom funcionamento da parte elétrica de uma residência seja seguro e eficiente, é necessária a utilização de produtos certificados e fabricados por empresas capacitadas. Isso evitará problemas e trará mais segurança..



COBRECOM

Fábio Ferrara, gerente de marketing da Cobrecom, destaca que a empresa tem um portfólio completo de fios e cabos elétricos que atendem perfeitamente às exigências do mercado e antecipa uma novidade: "Lançaremos em breve a plataforma Liga da Elétrica, que está sendo desenvolvida para facilitar o dia a dia dos profissionais que atuam com instalações elétricas. A iniciativa reforça nossa proposta de estreitar ainda mais o relacionamento com esse público e ampliar o acesso a importantes conteúdos técnicos".

Com relação aos produtos, para o 2º semestre a empresa terá algumas adequações e melhorias para o Display Metrocom, que terá seu layout alterado para facilitar a ergonomia durante o abastecimento e a manutenção por parte do lojista.

"Só para lembrar, o Display Metrocom é uma ótima ferramenta para os lojistas venderem os fios e cabos elétricos de forma fracionada, ou seja, venda por metro."

Recomendações aos revendedores

"Damos total apoio para as revendas, inclusive disponibilizamos diversos materiais de apoio como todos os nossos catálogos de produtos, tabelas do eletricista, prontuário técnico, entre outros. Também oferecemos treinamentos técnicos para as suas equipes de vendas, profissionais e estudantes. Com isso, os profissionais podem atualizar seu conhecimento técnico sobre instalação elétrica e também conseguem ofertar melhor os nossos produtos para os consumidores. Além disso, estão sendo desenvolvidas diversas ações de trade, baseadas em pesquisa e planejamento estratégico. Esse trabalho tem como objetivo aumentar o relacionamento com os lojistas, consequentemente aumentando a visibilidade da marca e impulsionando as vendas."

Quais as expectativas para o mercado este ano?

"A Cobrecom mantém um olhar sempre otimista em relação ao mercado. Esse espírito faz parte do DNA da empresa. Temos uma perspectiva positiva para o mercado ao longo deste ano. A combinação de um cenário econômico mais estável com a retomada de programas habitacionais e o avanço de investimentos em infraestrutura deve impulsionar a construção civil e, consequentemente, a demanda por fios e cabos elétricos. Esse movimento já vem se consolidando desde o segundo semestre do ano passado, quando observamos um aumento consistente na procura por nossos produtos. Esse crescimento está diretamente relacionado tanto à ampliação da nossa capacidade produtiva quanto ao início de um novo ciclo de investimentos no setor. Além disso, esse movimento se reflete na geração de empregos e na expansão das operações da empresa. Somente no primeiro bimestre de 2026 abrimos mais de 120 novas vagas em nossas unidades industriais, sendo mais de 70 no parque fabril de Itu/SP e mais de 40 na unidade de Três Lagoas/MS. Esse crescimento também reforça nosso compromisso com o desenvolvimento das regiões onde atuamos."

FOXLUX

A Foxlux está focada em fortalecer sua marca e consolidar o portfólio atual, priorizando produtos já reconhecidos pela qualidade, desempenho e competitividade no mercado, além de ampliar sua presença no ponto de venda e potencializar as linhas com maior aceitação.



"Dentro da linha de materiais elétricos, a Foxlux destaca um portfólio completo e altamente competitivo, com soluções desenvolvidas para atender desde o consumidor final até o profissional. Entre os principais destaques estão as bombas d'água, fitas isolantes e instrumentos de medição, produtos que se consolidam no mercado pela confiabilidade, desempenho e excelente custo-benefício, reforçando a presença da marca no ponto de venda", destaca Barbara Fiorotto, gerente de Planejamento de Produtos.

E destaca os diferenciais: A linha de bombas d'água Foxlux reúne soluções completas, com modelos submersíveis, periféricos, pressurizadores, autoaspirantes e bombas caneta, desenvolvidos para atender diferentes aplicações com alto desempenho, durabilidade e segurança. Como destaque, o recente lançamento da bomba submersível para água suja e limpa amplia a versatilidade da linha, sendo ideal para drenagens mais exigentes. O modelo combina alta vazão com estrutura robusta e conta com boia de acionamento automático, que evita o funcionamento a seco. Além disso, possui carcaça em ferro fundido, rotor em alumínio e capacidade de passagem de partículas sólidas, garantindo eficiência e confiabilidade mesmo em condições mais



Bombas d'água e Multímetro Profissional Digital

severas. As fitas isolantes são produzidas em PVC antichamas, com espessura de 0,15 mm e 19 mm de largura, excelente memória elástica e alta aderência, garantindo um isolamento seguro e eficiente. Possuem classificação térmica Classe B Profissional e ampla variedade de tamanhos, com destaque para a versão de 30 metros, diferencial exclusivo no mercado, além de opções de autofusão para aplicações de maior exigência. Na linha de instrumentos, a Foxlux oferece multímetros e alicates amperímetros com medições completas e funções como NCV e Data Hold. O destaque é o novo Multímetro Profissional Digital, com tecnologia True RMS, função NCV, categoria CAT III 600V, display iluminado e desligamento automático, garantindo precisão, segurança e praticidade no uso profissional.

Recomendações aos revendedores

"Para a linha de materiais elétricos, o ideal é destacar os produtos como soluções completas, organizando por categoria e evidenciando aplicações e diferenciais como segurança e durabilidade. Uma exposição clara e estratégica, com foco nos destaques da linha, contribui para aumentar o giro e fortalecer a presença da marca no ponto de venda."

Quais as expectativas para o mercado este ano?

"A expectativa é de um mercado aquecido e em crescimento, impulsionado pela demanda constante por construção, manutenção e modernização das instalações elétricas. O setor eletroeletrônico já vem apresentando evolução nos últimos anos e deve seguir com maior dinamismo em 2026, especialmente com o avanço de novas tecnologias e aumento da demanda por energia. Além disso, o crescimento contínuo do consumo de energia e a expansão do setor reforçam a necessidade por soluções elétricas eficientes e seguras, abrindo oportunidades para produtos com maior valor agregado. Nesse cenário, a Foxlux segue otimista, focada em fortalecer sua marca e consolidar seu portfólio, ampliando sua presença no mercado com produtos competitivos e alinhados às necessidades do consumidor."

ILUMI



Márcio Martins, gerente nacional de vendas, diz que uma grande novidade da Ilumi são os lançamentos dos quadros de distribuição de 24 e 36 disjuntores de embutir, que chegam para completar a linha de caixas e quadros Ilumi, uma das que mais cresce no mercado.

"Produzidos com materiais de alta qualidade, os quadros Ilumi se destacam pela robustez e pelas soluções que facilitam a vida do eletricista. Possuem amplo espaço interno para acomodação de disjuntores, barramentos e cabos, garantindo mais organização e agilidade na instalação. Outro diferencial importante é a tampa com abertura para os dois lados, que se adapta melhor aos diferentes projetos e necessidades de obra. Tudo isso com a qualidade e confiabilidade que só a Ilumi entrega", explica.

Acrescenta que tem outra novidade chegando para impulsionar as vendas do revendedor: o multiplicador de tomada 20A Ilumi. "Assim, temos a família de pinos e adaptadores mais completa do mercado continua crescendo. É um produto robusto, desenvolvido para ligar até dois aparelhos com amperagem máxima de 20A, trazendo mais praticidade e segurança no dia a dia. Ideal para equipamentos de maior consumo como air fryer, sanduicheira, micro-ondas, forno elétrico, entre outros."

Também destaca a Caixa IBOX para CFTV, uma solução pensada para quem busca proteção, qualidade e versatilidade na instalação de câmeras externas, disponível em dois modelos e dois tamanhos, atendendo diferentes necessidades de instalação. Um produto técnico, com excelente argumento de venda para projetos de segurança e instalações profissionais.

Canaletas de Piso Ilumi, agora com três opções para passagem de fios também no chão, ampliando as possibilidades de aplicação. Alta qualidade e resistência, ideais para escritórios e residências, principalmente em situações de alteração de layout ou retrofit.



Ilumi destaca as tomadas, multiplicador de tomada 20A e canaletas de piso



Embalagens compactas Pocket Packs

SIL CABOS ELÉTRICOS

Para este ciclo, a Sil Cabos Elétricos direciona sua estratégia para o fortalecimento de seu portfólio consolidado, reconhecido pela ampla aceitação no mercado, sem a previsão de lançamentos no momento. "Nosso foco atual está na expansão e modernização de seu parque fabril, no aumento da eficiência operacional e na consolidação de práticas sustentáveis — um movimento cada vez mais importante para as empresas da área de construção e seus consumidores.

No entanto, com relação às embalagens dos produtos Sil, entre as novidades apresentadas recentemente estão as Embalagens recicladas que, agora 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 Sil passará a estampar em suas novas embalagens o símbolo de reciclável. Outro destaque é a presença do logo da "eureciclo", comprovando a adesão da empresa ao modelo de compensação ambiental voltado à logística reversa de embalagens, conforme a Política Nacional de Resíduos Sólidos (Lei nº 12.305/2010).



As embalagens compactas Pocket Packs ganham uma estética minimalista, que contribui com a melhor visualização do produto. Elas contêm rolos de cabos flexíveis com quantidades menores (tamanhos como 10, 15 e 25 m), facilitando o manuseio de quem deseja realizar pequenas reformas elétricas em casa. A novidade também oferece vantagens para os pontos de venda, já que os Pocket Packs descomplicam a exposição em gôndolas com gancheiras — uma solução estratégica para lojas que apostam no autosserviço", informa Pedro Morelli, gerente de Marketing e Comercial da Sil Cabos Elétricos.

Quais as expectativas para o mercado este ano?

"A expectativa para 2026 é prosseguir com o crescimento da Sil, mantendo a excelência de nossos produtos, mesmo diante das adversidades, a exemplo das altas do preço do cobre – metal essencial por propiciar a condutividade elétrica de segurança e a primazia na qualidade dos materiais que a Sil entrega ao consumidor.

Além disso, mesmo em um ano repleto de eventos importantes, como Copa do Mundo e Eleições, a Sil segue otimista no bom andamento no mercado de materiais elétricos, assim como do setor de construção como um todo. Nossa equipe acredita que as vendas continuarão em crescimento, em razão da busca do brasileiro em tornar a casa um lugar mais confortável e seguro".

ORION
DISTRIBUIDORA

A ATLAS
TEM ORGULHO
DE FAZER PARTE DA
HISTÓRIA DA ORION,
CONSTRUINDO UMA
RELAÇÃO FORTE
E DURADOURA.

Uma parceira de
longa data, que distribuí
nossos produtos com
excelência, atendendo
a milhares de varejistas
do Brasil.

www.atlas.com.br
NOVO ENDEREÇO DIGITAL!

ATLAS
PINTURA · CONSTRUÇÃO · CASA

ORION 75 ANOS

A Orion Distribuidora é referência no segmento distribuidor no Brasil. Em abril, a empresa completa 75 anos de vida, consolidando-se como uma das maiores empresas do Sul do país. Investindo em modernas instalações, centros de distribuição e no bem-estar dos funcionários, a Orion está se preparando para os próximos 75 anos.

HISTÓRICO

O COMEÇO DE TUDO

A Orion nasceu em abril de 1951, em São José, Santa Catarina, fundada por Orion Adriano Silveira e sua esposa, Yolanda Gerber Silveira. O que começou como um pequeno comércio de gêneros alimentícios se transformou, ao longo de 75 anos, em uma das principais distribuidoras de máquinas, ferramentas e equipamentos de segurança do Sul do Brasil.

Com a leitura atenta das oportunidades de mercado, a Orion ampliou gradativamente seu portfólio ao longo das décadas, transitando por diferentes segmentos até consolidar sua atuação nas áreas de ferramentas, ferragens e materiais elétricos e hidráulicos.

OS FUNDADORES

ORION ADRIANO SILVEIRA E YOLANDA GERBER SILVEIRA

Orion Adriano Silveira nasceu em 17 de setembro de 1924, na Colônia Santa Teresa, em São José/SC. Cresceu em uma família ligada à terra e ao trabalho – desde cedo aprendeu o valor do esforço e da criatividade para superar dificuldades.

Ainda jovem, Orion revelou um talento manual notável: nos momentos de folga, confeccionava artesanato – gaiolas, chinelos, cintos e outros artigos em couro – para ter sua própria renda. Esse espírito empreendedor nunca o abandonou.







Funcionários da Orion na frente do CD de Biguaçu; a primeira loja na Colônia Santa Teresa; e os filhos do fundador Júlio César, José Ricardo e Orion Filho

O namoro com Yolanda Gerber Silveira começou em 1947. Dois anos depois, veio o noivado, e o casamento, em 1950. Juntos, construíram uma casa na Colônia Santana, onde montaram, em frente, um pequeno armazém — o embrião da Orion. O armazém vendia cereais, bebidas e quitutes preparados por Yolanda. Enquanto Orion viajava vendendo artigos diversos e fazendo fretes com o caminhão que adquiriu, Yolanda ficava no balcão, cuidando do negócio e da família ao mesmo tempo.

Em 1° de abril de 1951, o estabelecimento foi formalizado. Ali nascia a empresa que, 75 anos depois, se tornaria uma das maiores distribuidoras do setor de ferramentas e máquinas do Sul do Brasil.

O casal teve sete filhos. Orion costumava viajar regularmente a São Paulo para comprar produtos para o comércio — viagens que duravam dois dias na ida e dois na volta. Aos poucos, foi diversificando o negócio: de gêneros alimentícios para armarinhos, tecidos, confecções, até chegar às ferragens, ferramentas e materiais que definiram a vocação da empresa.

Orion fazia questão de abrir e fechar a loja pessoalmente, atento a cada detalhe da operação. A ética, a honestidade no trato comercial e a dedicação ao trabalho são valores que se transmitiram às gerações seguintes e permanecem vivos no dia a dia da empresa.

LINHA DO TEMPO

75 ANOS EM MARCOS

1951 — A Fundação
Orion Adriano Silveira e Yolanda Gerber Silveira registram seu primeiro estabelecimento comercial em 1° de abril, na Colônia Santana, São José/SC. O pequeno comércio vendia gêneros alimentícios, produtos de armazém e artigos diversos.

Anos 1960 – Diversificação
A empresa amplia as atividades para armarinhos, tecidos e confecções, tornando-se referência de pronta entrega na região. O Sr. Orion viajava regularmente a São Paulo – dois dias de ida e dois de volta – em busca de produtos para comercializar.



Os fundadores da Orion, Orion Adriano Silveira e sua esposa Yolanda Gerber Silveira

1968 – Primeira filial
O crescimento constante levou à abertura de uma nova unidade na Rua Conselheiro Mafra, no coração de Florianópolis, marcando o início da expansão regional.

1974 – Nasce a Orion que conhecemos
Surge a Orion Comercial Ltda., focada em ferragens, ferramentas, materiais elétricos e hidráulicos, máquinas e equipamentos para construção civil – o segmento que definiria o futuro da empresa.

1979–1984 – São José
Aquisição de galpão na Avenida Presidente Kennedy, em São José. Após obras de melhoria finalizadas em 1984, todas as atividades são transferidas para este endereço – que permanece como sede da matriz até hoje. Foco total no comércio varejista e atacadista.

Anos 1990 – Atacado e EXPOFEN
Em 1996, o atacado é transferido para o Distrito Industrial de Palhoça, com 5.000 m² de área edificada em terreno de 15.000 m², nascendo a Orion Distribuidora. No mesmo período, a empresa lança a EXPOFEN – Encontro Orion de Clientes e Fornecedores –, considerada uma das primeiras feiras atacadistas do setor, realizada no centro de convenções de Florianópolis.

Anos 2000 – Profissionalização
Transição geracional concluída: os filhos Júlio César, José Ricardo e Orion Filho – que já atuavam na operação ao lado do fundador – assumem integralmente a gestão. A razão social é atualizada para OCL Comércio e Importação Ltda., em 2010, mantendo a marca Orion como nome comercial em toda a rede.

2015 – Paraná
Inauguração da unidade da distribuidora em Arapongas/PR – primeira operação fora de Santa Catarina, fortalecendo a presença regional.

LINHA DO TEMPO

ANOS 60

As atividades se iniciaram com o comércio de gêneros alimentícios e o conserto de sapatos. Ampliando sua atuação, a Orion deu início à fabricação de móveis e, com isso, passou a fazer o beneficiamento de madeira. Pouco tempo depois, começou a venda de produtos de armarinho; o senhor Orion passou a trabalhar como caixeiro-viajante, dedicando-se à venda de seus produtos a pronta-entrega, enquanto a senhora Yolanda cuidava da empresa. No final da década de 60, a Orion já havia incorporado ao seu mix de produtos uma grande variedade de tecidos e peças de confecção, tornando-se um armazém especializado no comércio de diversos bens.



A PRIMEIRA FILIAL

Com o constante crescimento do número de vendas, decidiu-se ampliar a atuação da empresa com a abertura de uma nova unidade. Sendo assim, em 1968, deram-se início às atividades na filial da rua Conselheiro Mafra, no coração da cidade de Florianópolis. A razão social da empresa foi novamente alterada, passando a se chamar Silveira & Cia. Ltda.

2018 – Loja Conceito BR-101

Abertura de nova loja de Máquinas e Ferramentas às margens da BR-101, em São José – uma loja conceito que elevou o padrão de atendimento e experiência no segmento.

2025 – Biguaçu

Inauguração do novo Centro de Distribuição em Biguaçu/SC: 11.250 m² de área construída, 14 metros de pé-direito, equipamentos modernos e maior capacidade logística. Um dos maiores investimentos da história da empresa.

CONTINUIDADE

PROJETO SUCESSÓRIO

A Orion passou por um processo estruturado de transição geracional. Os filhos Júlio César, José Ricardo e Orion Filho – que já atuavam diretamente na operação ao lado do fundador – assumiram a gestão de forma natural e planejada. O movimento garantiu a continuidade da empresa com base nos mesmos valores que sempre nortearam sua trajetória: ética, confiança, proximidade e compromisso com resultados sustentáveis.

"Os filhos são motivados a darem continuidade ao trabalho iniciado pelo pai há décadas, pelo amor ao nome Orion."

A terceira geração da família já atua na empresa e está sendo preparada para dar continuidade ao negócio, com uma visão moderna, orientada à inovação e ao crescimento sustentável. É um dos diferenciais da Orion: a capacidade de renovar sua gestão sem perder a identidade.

MARCOS COMERCIAIS

AÇÕES MARCANTES

EXPOFEN – Encontro Orion de Clientes e Fornecedores. Lançada na década de 1990, é considerada uma das primeiras feiras atacadistas voltadas ao setor de ferramentas e ferragens. O evento reunia parceiros e clientes no centro de convenções de Florianópolis, reforçando o posicionamento da Orion como agente de conexão e desenvolvimento do mercado.

CONVENÇÃO DE VENDAS ANUAL

Realizada todo ano, reúne toda a equipe comercial da empresa. Em janeiro de 2026, a convenção teve como tema especial os 75 anos da Orion.

ANOS 70

Um novo e importante passo foi dado na história da Orion com a abertura de um pequeno atacado para venda de ferramentas, ferragens e materiais elétricos e hidráulicos. Já em 1974, a marca recebeu o nome pelo qual é conhecida até hoje: Orion Comercial Ltda.



ANOS 80

A empresa passa a funcionar exclusivamente em São José, com sede na Avenida Presidente Kennedy, focando no comércio varejista e atacadista. Inclusive, é neste endereço que se encontra até hoje a matriz Orion Máquinas e Ferramentas.



Prédio da Orion Máquinas e Ferramentas e sede da empresa, em São José

AÇÕES DE INCENTIVO COM PARCEIROS

Os principais fornecedores da Orion promovem campanhas de premiação para a equipe de vendas. Em 2025, os destaques foram premiados com viagens nacionais proporcionadas por parceiros estratégicos. Ao longo do último trimestre do ano, a empresa celebrou importantes conquistas ao reconhecer o desempenho de seus parceiros em campanhas de destaque.

No mês de outubro, os campeões da campanha promovida pela Pincéis Roma foram premiados com uma experiência exclusiva: uma viagem ao complexo enoturístico Casacorba e, na mesma ocasião, visita à unidade da Pincéis Roma em Nova Roma do Sul, proporcionando momentos de integração, reconhecimento e valori-

ANOS 90

É realizada uma nova ampliação na estrutura da Orion com a abertura de uma nova filial em Florianópolis, exclusivamente para o comércio de máquinas e ferragens, situada na Avenida Max Schramm, no bairro de Estreito. No mesmo período, também foi feita a transferência da unidade atacadista para o Distrito Industrial de Palhoça, denominada Orion Distribuidora.





CD de Palhoça em construção, acima, e o CD atual depois da ampliação

zação pelos resultados alcançados.

Já em dezembro, foi a vez dos destaques da campanha da Krona serem contemplados com uma viagem especial para Maceió. O destino paradisíaco serviu como cenário para celebrar o empenho e a dedicação dos vencedores, reforçando o compromisso da empresa em reconhecer e incentivar a excelência.

PESSOAS

TREINAMENTO E DESENVOLVIMENTO

A Orion investe continuamente na capacitação dos seus colaboradores, com ciclos de palestras e seminários voltados ao crescimento pessoal e profissional, grupos de desenvolvimento com diretores, gerentes e equipe, e treinamentos técnicos focados no relacionamento com clientes e fornecedores.

A empresa mantém uma agenda contínua de investimentos em qualificação de equipe e desenvolvimento de pessoas, entendendo que a qualidade dos serviços passa diretamente pela valorização de seus colaboradores. Muitos dos atuais gerentes e coordenadores começaram em funções operacionais e cresceram dentro da empresa.

PARCERIAS

FORNECEDORES

A Orion mantém parcerias de longa data com os maiores fabricantes do setor de ferramentas, máquinas e equipamentos de segurança — muitas delas com décadas de continuidade. São relações construídas na confiança mútua e no compromisso com qualidade.

Várias dessas marcas reconhecem a Orion como distribuidora autorizada e referência regional. O diferencial está em oferecer não apenas o produto, mas a consultoria técnica, a assistência e o suporte que o profissional precisa.

Dentre os nomes, temos Krona, Montana, Mundo das Ferramentas, Sherwin Williams, Colorgin, Corfio, Cortag, Adere, Jomarca, Maxilona, Roma, Cibra, Primer, Brasilux, Anjo, Atlas, Herc, dentre outras parcerias.

ESTRUTURA

A ORION HOJE

O Grupo OCL opera com duas unidades de negócios complementares:

• Orion Distribuidora – voltada ao atacado, com unidades em Biguaçu/SC (novo CD com 11.250 m²) e Arapongas/PR, atendendo lojistas e profissionais do setor em todos os municípios de Santa Catarina e Paraná.

• Orion Máquinas e Ferramentas – voltada ao varejo, com duas lojas em São José/SC: a matriz na Avenida Presidente Kennedy (Campinas) e a loja conceito na BR-101.

A empresa conta com mais de 280 colaboradores e atende todas as cidades de Santa Catarina e Paraná, consolidando sua relevância como uma das principais lojas de ferramentas elétricas e uma das maiores distribuidoras do segmento no Sul do Brasil.

GESTÃO

ATUAL ADMINISTRAÇÃO

A Orion é dirigida pela segunda geração da família Silveira, que cresceu dentro da empresa e atuou ao lado do fundador antes de assumir integralmente a gestão:

• Júlio César Gerber Silveira – Diretor Administrativo-Financeiro

• José Ricardo Silveira – Diretor Comercial

• Orion Adriano Silveira Filho – Diretor de Varejo

A administração é profissionalizada e conta com uma equipe de gerentes e coordenadores em todas as unidades. A terceira geração da família já atua na operação, preparando-se para dar continuidade ao negócio com visão moderna e orientada à inovação.

VISÃO

PLANOS PARA O FUTURO

A inauguração do Centro de Distribuição de Biguaçu, em 2025, com mais de 11 mil metros quadrados e 14 metros de pé-direito, mostra a direção: a Orion continua investindo com solidez e planejamento para ampliar sua capacidade de atendimento.

A empresa mantém uma agenda contínua de investimentos em tecnologia, melhoria de processos e qualificação de equipe. O foco está em consolidar a excelência no atendimento presencial e na consultoria técnica – diferenciais que construíram a reputação da empresa ao longo de 75 anos e que nenhuma plataforma digital substitui.

O MOMENTO DO SEGMENTO

O segmento de ferramentas, máquinas e equipa-

2000

O começo de um novo milênio trouxe ainda mais possibilidades de expansão. Uma importante mudança ocorreu a partir da venda das ações do seu fundador e o seu desligamento da gestão do Grupo Orion Comercial Ltda., que passou a dedicar-se exclusivamente à administração da empresa Cruzeiro do Sul Patrimonial e Participações Ltda. No entanto, os princípios éticos repassados pelo empreendedor Orion são, até hoje, vivenciados no dia a dia da empresa. A OCL Comércio e Importação passa a ser a razão social vigente a partir de 2010; porém, a marca Orion foi mantida como nome comercial de toda a rede.



2015

Foi inaugurada a unidade da distribuidora na cidade de Arapongas, no Paraná, e, em 2018, uma loja de Máquinas e Ferramentas foi aberta às margens da BR-101, em São José. A estrutura de operações iniciada nos anos 2000 é mantida até hoje, com duas unidades de negócios distintas voltadas ao varejo e à distribuição. Ao longo dos seus mais de 70 anos de atuação, a Orion tornou-se referência em Santa Catarina como uma das principais lojas de ferramentas elétricas e também como uma das maiores distribuidoras do segmento no estado.



2025

No início de 2025, a Orion inaugurou o novo Centro de Distribuição em Biguaçu, consolidando sua expansão em Santa Catarina. Com uma área de 11.250 m², a nova estrutura reúne equipamentos modernos e maior capacidade de operação, ampliando o nível de serviço, a eficiência logística e a capacidade de atendimento aos clientes.

mentos de segurança acompanha de perto a atividade da construção civil e da indústria. Santa Catarina e Paraná têm economias dinâmicas e diversificadas, o que nos dá confiança no futuro. A demanda por equipamentos de qualidade e segurança do trabalho só cresce — e a Orion, com 75 anos de presença física consolidada e mais de 280 colaboradores, está bem posicionada para atender essa demanda.

"Ao completar 75 anos, a Orion reafirma seu compromisso com o mercado e com seus parceiros, mantendo o equilíbrio entre tradição e evolução. Uma trajetória construída com consistência, relações duradouras e a capacidade de se reinventar ao longo do tempo."

MISSÃO & VALORES

MISSÃO: Oferecer soluções que contribuam com as expectativas de nossos parceiros.

CLIENTES: Entregar produtos e serviços de qualidade com atendimento especializado e preço competitivo.

VALORES: Alegria de Estar · Orgulho de Ser · Satisfação em Fazer – com Respeito (cuidar da dignidade e dos direitos de cada indivíduo) e Eficiência (utilizar os recursos disponíveis da melhor forma possível).

ADERE
Colou, tá colado.

"Parabéns pelos 70 anos de uma trajetória inspiradora! A Adere se orgulha de caminhar ao lado de vocês, fortalecendo essa parceria de sucesso.
Luis Gustavo Tomasi Dias (CEO da Adere)



Estande da Orion na Expo Feira de 2019, no Paraná; o diretor José Ricardo Silveira e sua filha Mariana Morena, a terceira geração na administração da Orion





O fundador Orion Adriano Silveira e família e estande da Orion na Expocon de 2008





Participação da Orion na Expo Feira realizada em Santa Catarina, em 2019



ATLAS
PINTURA · CONSTRUÇÃO · CASA

"Parabenizamos a Orion! A Atlas agradece a parceria e confiança. Que venham mais anos de sucesso e crescimento juntos!"

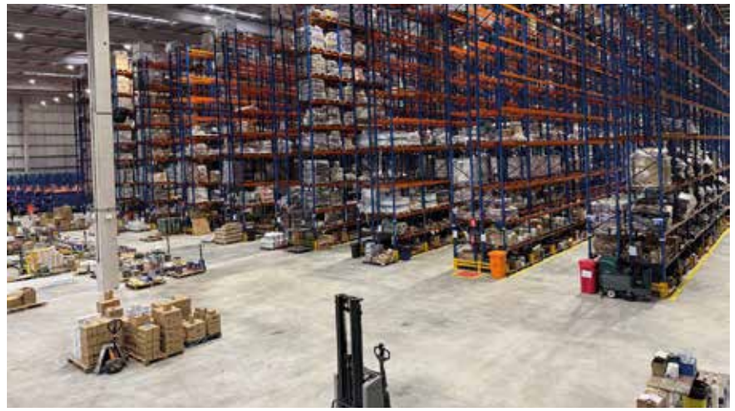
CIBRA

"A CIBRA parabeniza a Orion Distribuidora pelos 75 anos de uma história sólida e inspiradora."





Loja Orion Máquinas e Ferramentas na BR 101 com ampla área de exposição; interior do CD de Biguaçu



ADERE
Colou, tá colado.

CHEGARAM OS
LANÇAMENTOS DIRETO DA FEICON
PARA VOCÊ!

FITA CREPE PREMIUM
COM FILME ELETROSTÁTICO
IDEAL PARA PROTEÇÃO DE MÓVEIS E SUPERFÍCIES. DIVERSOS TAMANHOS.



FITA TELADA PREMIUM
FITA AUTOADESIVA EM FIBRA DE VIDRO
ACABAMENTO PERFEITO DE JUNTAS E TRINCAS.
LARGURAS DE 50 E 100mm.

E TAMBÉM CHEGOU A HORA DE CELEBRAR OS
75 ANOS DA ORION

A ADERE ESTÁ COLADA
NESSA HISTÓRIA DE SUCESSO
CONSTRUÍDA COM MUITA DEDICAÇÃO, PROFISSIONALISMO E RESPEITO AOS COLABORADORES, CLIENTES E PARCEIROS.

PARABÉNS!
ORION
DISTRIBUIDORA

PARA SABER MAIS SOBRE ESTES LANÇAMENTOS E CONHECER TODAS AS **SOLUÇÕES ADERE**, ESCANEIE O QR CODE E ACESSE NOSSO SITE.

PRÓXIMOS EVENTOS
DA CONSTRUÇÃO

AGENDE-SE!

Construsul

27ª Feira Internacional da Construção

04 A 07 AGOSTO **DE 2026**

CENTRO DE EVENTOS
FIERGS
PORTO ALEGRE - RS

www.feiraconstrusul.com.br

4ª Construsul BC

Feira da Indústria da Construção e Acabamento

01 A 04 JUNHO **DE 2027**

EXPOCENTRO
BALNEÁRIO CAMBORIÚ - SC

www.feiraconstrusulbc.com.br

Realização:
SUL EVENTOS
FEIRAS PROFISSIONAIS

A FORÇA DA **CONSTR UÇÃO** NA **REGIÃO SUL**

PROTEÇÃO NUNCA É DEMAIS



As fechaduras manuais e os cadeados são produtos que oferecem segurança acima de qualquer suspeita. Investindo em design, os fabricantes de fechaduras se superam a cada ano. Já os cadeados continuam sendo produtos de grande rotatividade e presença obrigatória nos pontos de venda.



ALIANÇA METALÚRGICA

A Aliança Metalúrgica entra em 2026 com uma estratégia clara: crescer forte, ganhar mercado e acelerar resultados.

"Em 2025, nossos lançamentos já provaram sua força — representaram mais de 8% do faturamento total. Agora, vamos elevar esse patamar com uma ofensiva robusta de novos produtos, alinhados às principais tendências e ao que o consumidor realmente demanda", diz Pedro Rocha, diretor de Vendas e Marketing Brasil | Latam.

Destaca a ampliação consistente do portfólio com soluções de alto giro e alto valor agregado, incluindo: cabides adesivos e com parafusos, fixadores magnéticos, olho mágico, puxadores para móveis, fechaduras digitais (expansão das linhas Eros e Titan), reforço em fechaduras mecânicas para o canal construção e expansão estratégica no segmento de gás.

"Retomamos investimentos fortes em mídia em 2025, com presença em TV aberta, fechada e veículos especializados. Em 2026, vamos intensificar essa exposição, sustentando demanda e acelerando o giro no ponto de venda. Nosso foco é claro: sell-out. Ao mesmo tempo, estamos expandindo canais e segmentando a distribuição, com avanço relevante em construtoras e gás industrial", complementa.

Quanto ao relacionamento com os revendedores, Pedro Rocha informa que a empresa vai atuar diretamente na ponta, impulsionando resultados com: merchandising de alto impacto nos PDVs, materiais sustentáveis e funcionais, displays que convertem e ações direcionadas para aumentar giro e rentabilidade dos parceiros.

"Na frente de inovação, seguimos evoluindo com parcerias internacionais, trazendo tecnologia avançada aplicada ao controle de gás, sem perder o foco no nosso core: produtos que entregam segurança, eficiência e valor real ao cliente. No segmento de gás, nosso compromisso é claro: manter a liderança no Brasil e avançar no mercado internacional, com produtos certificados e competitivos. Em fechaduras e ferragens, o objetivo é direto: ganhar share, ampliar presença e liderar em inovação, design e custo-benefício. 2026 não é um ano de manutenção — é um ano de aceleração", finaliza.

HAGA

A Haga apresenta ao mercado a evolução de um dos seus sistemas mais tradicionais e confiáveis: o lançamento das fechaduras com nova chave Tetra, agora disponíveis em diferentes linhas do portfólio.

André Cereja, da assessoria de comunicação da Haga, informa que essa atualização chega aos modelos Pratika, Click, Ônix (Linha Standard), Brava (Linha Classic), Friburgo (Linha Colonial) e Nápole (Linha Esquadria), ampliando o acesso à tecnologia de maior segurança sem abrir mão do design.



"Além disso, a empresa amplia seu portfólio com uma exclusiva linha de fechaduras digitais de alta tecnologia, incorporando biometria avançada, acesso por código, gestão de acessos via celular (permissões e controle), sistema antipânico, opções de rosetas e espelhos e acabamentos em resinado preto e silver", diz André.

Também ganham destaque os cadeados Cores Clássicas 25 mm, nos acabamentos resinado preto, resinado branco e cromado. As fechaduras com chave Tetra oferecem um sistema de segredo multiponto, com maior complexidade de combinação, elevando significativamente o nível de segurança.

Recomendações aos revendedores

"A exposição deve destacar três pilares: tecnologia, segurança e design. Recomendações práticas: criar áreas separadas para fechaduras mecânicas e digitais, demonstrar, sempre que possível, o funcionamento da biometria e do acesso por código, destacar comparativos entre chave comum, chave Tetra e soluções digitais, utilizar materiais visuais que reforcem inovação e confiabilidade e incentivar o cliente a interagir com os produtos. A experiência no ponto de venda é fundamental para transmitir confiança e valor agregado."

Quais as expectativas para o mercado este ano?

"A expectativa para 2026 é de crescimento, impulsionado pela construção civil, reformas e pela crescente demanda por segurança e automação residencial. Observa-se uma tendência clara de integração entre solu-

ções mecânicas e digitais, ampliando as possibilidades para consumidores e profissionais do setor. A Haga está preparada para esse cenário, oferecendo um portfólio completo e atualizado."

As fechaduras manuais perdem mercado para as digitais?

"As fechaduras digitais ganham espaço, especialmente em projetos modernos e automatizados. No entanto, as fechaduras manuais continuam extremamente relevantes. Elas oferecem excelente custo-benefício, facilidade de instalação e manutenção e alta confiabilidade. Com evoluções como a chave Tetra, permanecem competitivas em segurança. Além disso, é importante destacar que as fechaduras eletrônicas exigem cuidados específicos, como troca de baterias antes do fim da carga, proteção contra intempéries, instalação por profissionais qualificados e habilitados, gestão segura e eficiente dos códigos de acesso e atenção ao uso correto, evitando instalação em ambientes externos sem a devida proteção. O cenário atual é de complementaridade, onde soluções mecânicas e digitais coexistem, atendendo diferentes necessidades e perfis de uso."

IMAB

Silvia Casagrande Barbosa, do Marketing, reforça que a inovação faz parte da essência da IMAB. "Ao longo dos seus mais de 60 anos de história, a empresa se mantém atenta às demandas da construção civil, dos arquitetos, especificadores e do consumidor final, desenvolvendo soluções que aliam design, tecnologia, segurança e desempenho. Todos os anos lançamos novos produtos e também aprimoramos linhas já consagradas, sempre com o objetivo de facilitar o dia a dia dos usuários e acompanhar a evolução dos projetos arquitetônicos."

No primeiro trimestre deste ano, a IMAB lançou a linha de fechaduras magnéticas, incluindo também as versões rolete e banheiro. Silvia destaca as vantagens da fechadura magnética: "Proporciona um fechamento mais suave e silencioso, pois o trinco magnético só projeta quando a porta encosta no batente. Isso reduz ruídos e proporciona um fechamento muito mais suave; menor desgaste e impacto no batente, já que não há atrito constante do trinco raspando no batente, evitando marcas, batidas e danos ao longo do tempo; maior precisão no fechamento: ao encostar a porta no batente, o magnetismo puxa o trinco automaticamente para fora, garantindo que a porta fique fechada de forma livre e oferecendo também maior conforto no uso; e estética mais limpa: com a porta aberta, o trinco fica recolhido dentro da fechadura, deixando a testa lisa e com aparência mais elegante".



Recomendações aos revendedores

"O ponto de venda é um espaço estratégico para apresentar os diferenciais dos produtos e apoiar a decisão de compra do consumidor. Por isso, recomendamos que as ferragens e fechaduras estejam expostas de forma organizada e, sempre que possível, em displays demonstrativos que permitam ao cliente visualizar o design, o acabamento e experimentar o funcionamento. Outro ponto importante é o apoio da equipe de vendas, que deve estar preparada para explicar as vantagens do produto, como durabilidade, tecnologia e aplicações adequadas para cada tipo de projeto. A IMAB também busca apoiar os revendedores com materiais técnicos, catálogos e ferramentas digitais que facilitam a apresentação e a especificação dos produtos no momento da escolha."

Quais as expectativas para o mercado este ano?

"Temos uma expectativa positiva para o mercado ao longo do ano. A construção civil continua sendo um setor relevante para a economia e mantém uma demanda consistente, tanto em novos empreendimentos quanto em reformas. Observamos também uma evolução no perfil dos projetos, com maior valorização de qualidade, design, desempenho e soluções tecnológicas. Nesse contexto, acreditamos que o mercado seguirá avançando, impulsionado pela busca por produtos que agreguem funcionalidade, segurança e valor aos projetos arquitetônicos."

As fechaduras manuais perdem mercado para as digitais?

"As fechaduras digitais vêm ganhando espaço, principalmente entre consumidores mais jovens e em projetos que buscam maior conectividade e automação. No entanto, as fechaduras mecânicas continuam tendo uma presença muito forte no mercado. Em muitos projetos de arquitetura e também em obras de construtoras, as fechaduras convencionais seguem sendo amplamente utilizadas, seja pela confiabilidade, pela tradição de uso ou pela adequação a diferentes aplicações. Na prática, o que vemos é uma convivência entre as duas soluções, com cada uma atendendo a perfis e necessidades específicas."

PADO

Luccas Pacheco, diretor comercial e de marketing da Pado, informa que a empresa está prevendo o lançamento, no segundo semestre, do redesign das fechaduras eletrônicas de sobrepor, com foco em estética e tecnologia.



"O grande destaque atual é o novo acabamento das fechaduras em Dourado Escovado, disponível para as linhas Premium Residence e Ourives. Este acabamento foi desenvolvido para atender à crescente demanda por sofisticação em projetos de alto padrão, adaptando-se perfeitamente a ambientes internos, externos e banheiros. Também realizamos alterações na fechadura FDS-10 Neo, que agora ganha uma roupagem moderna e alinhada às tendências de decoração, e na FDS-50 Plus que, além do novo design, o modelo agora integra a leitura biométrica, oferecendo uma versão mais inteligente e robusta para quem busca segurança digital e praticidade."

Recomendações aos revendedores

"A Pado está em um momento de forte reinvenção, e o PDV deve refletir esse equilíbrio entre tradição e modernidade. Sugerimos a Experiência Sensorial: permitir que o cliente veja de perto o acabamento Dourado Escovado e teste a agilidade da biometria quando falamos de fechaduras digitais. Venda Consultiva: treinar a equipe para não vender apenas o produto, mas o conceito de 'casa moderna e segura'. O revendedor deve se posicionar como o elo que conecta a segurança de décadas da Pado à tecnologia eficaz e confiável."

Expectativas para o mercado

"O mercado está extremamente promissor. O consumidor brasileiro busca, acima de tudo, facilidade de acesso e automação residencial. Nossa meta é consolidar a Pado como a principal parceira nessa transição para lares inteligentes, onde tecnologia e estética proporcionam conforto e controle total."

As fechaduras manuais perdem mercado para as digitais?

"Embora o segmento digital cresça exponencialmente na era das casas conectadas, o mercado de fechaduras mecânicas (manuais) permanece sólido e essencial. O Brasil é um país de dimensões continentais, com uma diversidade imensa de perfis habitacionais e cidades onde a fechadura mecânica ainda é a solução de melhor custo-benefício e confiança imediata. Portanto, não vemos uma substituição, mas sim uma coexistência. A Pado entende que há espaço para ambos: enquanto a digital atende ao desejo de automação, a mecânica continua sendo a base da segurança em milhões de lares brasileiros, mantendo-se como um mercado de alto volume e relevância."

VONDER

A linha de cadeados Vonder é a escolha ideal para quem busca segurança, versatilidade e máxima durabilidade, sendo um best-seller da linha de ferragens Vonder, uma das mais premiadas e reconhecidas no mercado. São modelos desde o cadeado tradicional de latão até cadeados com segredo, para moto ou bicicleta. Para cada necessidade, um modelo diferente e com o padrão de qualidade e eficiência Vonder, destaque e com alto giro no ponto de venda, combinando resistência, confiabilidade e um design inovador.

Uma novidade é o Cadeado TSA com Segredo (3 algarismos) Vonder, com cabo de aço e ideal para quem viaja. Seu sistema de segurança TSA (Travel Sentry® Approved) permite que a bagagem seja aberta, inspecionada e fechada pelas autoridades de segurança sem danos ao cadeado ou à bagagem. Fabricado em liga de zinco e disponível na cor preta, ele oferece a possibilidade de personalizar a combinação de três algarismos, que deve ser registrada em um local seguro.

Já os Cadeados com Segredo de 20 mm Vonder, disponíveis nas cores cinza e preto, são perfeitos para armários de escola ou academias, por exemplo. Com a possibilidade de alterar a combinação de 3 algarismos, esses cadeados são uma opção prática e segura para o dia a dia.

Além de sua linha de cadeados, a Vonder também oferece itens complementares para a instalação e manutenção de fechaduras, como chaves de fenda e Phillips, entre outras ferramentas manuais. O Lubrificante em Spray Vonder Plus é um excelente exemplo de produto que complementa essa linha, proporcionando alta performance nos testes de Salt Spray, resistência contra corrosão e proteção contra oxidação. Disponível em dois tamanhos (65 ml/40 g e 300 ml/200 g), o Vonder Lub Plus é ideal para desengripamento de peças, eliminação de ruídos e redução de atrito.

O Lubrificante em Spray Vonder Plus possui fórmula exclusiva, com agentes lubrificantes de base vegetal e aditivos anticorrosivos. Sua aplicação é versátil, ideal para evitar o ressecamento da borracha, proteger superfícies contra oxidação e facilitar a soltura de porcas e parafusos emperrados.

Por fim, a linha de fechaduras Vonder é composta por modelos simples e funcionais, como a Fechadura para Móveis e a Fechadura para Gavetas, ambas com acabamento cromado, que oferece maior resistência à oxidação e à corrosão. Estes produtos são essenciais para garantir a segurança e praticidade em móveis e gavetas de escritório.

Com um portfólio de produtos premiados, a linha de ferragens Vonder se destaca pela durabilidade, desempenho e versatilidade, atendendo às necessidades de segurança de consumidores em diferentes contextos, desde o uso residencial até o corporativo.

• SHOWROOM • SHOWROOM • SHOWROOM • SHOWROOM •



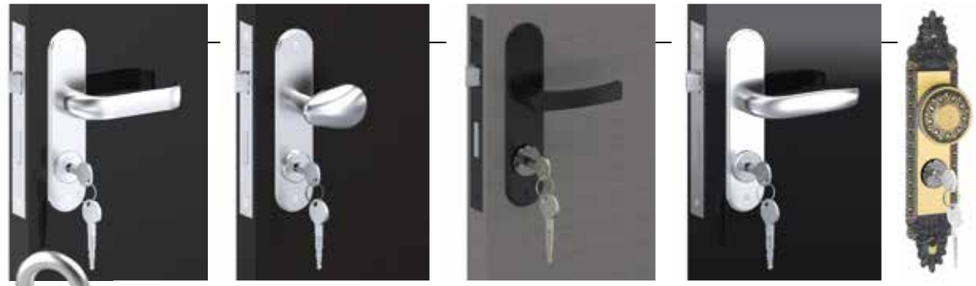
ALIANÇA

A fechadura para portão **F1510 Tetra** oferece excelente custo-benefício, aliando segurança e durabilidade. Conta com sistema de chave tetra, que proporciona maior nível de proteção, além de acompanhar 5 chaves com design sofisticado. Desenvolvida com estrutura robusta, garante alta resistência e confiabilidade no uso diário, sendo ideal para quem busca segurança reforçada com praticidade.

Após o sucesso das sete linhas já consolidadas, a Aliança reforça sua estratégia para o canal de engenharia (construção civil), disponibilizando um portfólio completo e versátil para diferentes aplicações. Com soluções que atendem desde o segmento popular até o alto padrão, destacam-se as **linhas Eco**, **Dots**, **Vibe** e as opções classificadas como grau 4 para corrosão, como **Erbe** e **Linie**.









HAGA

Cadeados de alta durabilidade.
Linha completa de conjuntos de fechaduras em aço inox 304, que reúne beleza, segurança, durabilidade e alta resistência à corrosão, ideal para aplicações que exigem desempenho superior e acabamento sofisticado.

As **fechaduras com chave Tetra** (segurança avançada) oferecem um sistema de segredo multiponto, com maior complexidade de combinação, elevando significativamente o nível de segurança.



IMAB

Fechadura magnética. O trinco magnetico só projeta quando a porta encosta no batente. Isso reduz ruídos e proporciona um fechamento muito mais suave.



PADO

O grande destaque atual é o novo acabamento Dourado Escovado, disponível para as maçanetas das linhas **Premium Residence** e **Ourives**. Este acabamento foi desenvolvido para atender à crescente demanda por sofisticação em projetos de alto padrão, adaptando-se perfeitamente a ambientes internos, externos e banheiros.

VONDER



Cadeado TSA com Segredo (3 algarismos) Vonder, com cabo de aço e ideal para quem viaja. Seu sistema de segurança TSA (Travel Sentry® Approved) permite que a bagagem seja aberta, inspecionada e fechada pelas autoridades de segurança sem danos ao cadeado ou à bagagem.

Lubrificante em Spray Vonder Plus é um excelente exemplo de produto que complementa essa linha, proporcionando alta performance nos testes de Salt Spray, resistência contra corrosão e proteção contra oxidação.





Cadeados com Segredo de 20 mm Vonder, disponíveis nas cores cinza e preto, são perfeitos para armários de escola ou academias, por exemplo. Com a possibilidade de alterar a combinação de 3 algarismos, esses cadeados são uma opção prática e segura para o dia a dia.



Linha de Fechaduras Vonder é composta por modelos simples e funcionais, como a Fechadura para Móveis e a Fechadura para Gavetas, ambas com acabamento cromado, que oferece maior resistência à oxidação e à corrosão.

POR EDER PATRIOTA

MOMENTO DE EFERVESCÊNCIA

O Empresário e Administrador de Empresas Paulo Cezar de Almeida Wanderley, um dos sócios da Veja Incorporação Ltda., foi empossado no dia 01 de janeiro deste ano como novo Presidente do Sinduscon/PE (Sindicato da Indústria da Construção Civil no Estado de Pernambuco), após atuar por mais de 25 anos na diretoria da entidade ocupando diversos postos. Mas sua experiência no mercado é mais longeva: há mais de 45 anos atua no mercado imobiliário e na construção de obras para clientes particulares.

Paulo Wanderley concedeu entrevista exclusiva à Revenda, onde abordou vários assuntos, a exemplo de ações que pretende realizar na entidade durante os próximos três anos.



Em relação, aos projetos que pretende realizar na sua gestão, o empresário deixou bem claro que pretendo fortalecer o combo Sesi-Sinduscon, através do qual são facilitados diversos serviços com foco na saúde e segurança do trabalhador da construção. "Assim como o Nict – Núcleo Intersindical de Conciliação Trabalhista – o qual visa garantir mais segurança jurídica e agilidade para as partes laborais e patronais na resolução de conflitos individuais do trabalho, onde serão implementados novos projetos que reposicionarão o sindicato e o setor construtivo perante a sociedade. Além disso, no início do mês de fevereiro tivemos a primeira reunião de planejamento estratégico, no qual os novos diretores discutiram o atual contexto e propuseram ações a serem implementadas, embasadas, principalmente, pelas demandas atuais dos nossos associados e em breve divulgaremos o nosso Plano Estratégico", afirmou.

Sobre o atual momento da Indústria da Construção Civil pernambucana e nordestina, o empresário pontuou o seguinte: "A Indústria da Construção Civil pernambucana e nordestina vive um momento de efervescência, graças a programas como o Minha Casa Minha Vida do governo federal e Morar Bem Pernambuco do governo estadual, onde, na capital, o bom momento pode ser sentido através da dinâmica das obras em execução atualmente e o estado também tem realizado investimentos expressivos nas áreas de habitação e infraestrutura. O Sinduscon- PE, como entidade representativa do setor, mantém diálogo constante com órgãos gestores e fiscalizadores, almejando fortalecer o relacionamento existente, buscando soluções e consensos para que o setor encontre um ambiente sustentável para o seu desenvolvimento e entregas de obras de qualidade para a população e no país. O momento é crescente e existem dificuldades comuns entre as regiões, como obras paralisadas a serem retomadas, descumprimento da cronologia de pagamentos conforme disposto em lei e carência de mão de obra".



Atual diretoria do Sinduscons/PE

Já em relação à reforma tributária, Wanderley destacou: "A reforma tributária tende a impactar o setor da construção ao redefinir regimes e incentivos, o que exigirá maior adaptação das empresas. As mudanças no Regime Especial de Tributação (RET), podem reduzir benefícios e elevar custos, afetando a viabilidade de projetos, vide a classificação de lucro presumido como benefício fiscal que pode gerar aumento indireto da carga tributária, ampliando a insegurança jurídica e dificultando o planejamento de longo prazo das incorporadoras, por isso a correção monetária dos contratos ganha relevância para preservar o equilíbrio econômico-financeiro, onde a falta de previsibilidade pode impactar investimentos e o ritmo de lançamentos imobiliários. Nesse contexto, a elaboração de manuais técnicos

torna-se essencial, pois ajudariam a uniformizar interpretações e conflitos jurídicos. Assim, o setor deverá buscar mais profissionalização para enfrentar um ambiente tributário mais complexo", finaliza.

DESTAQUE

O Nordeste voltou a se destacar no cenário econômico nacional ao ultrapassar a região Sul no ranking de consumo do Brasil em 2025. O dado faz parte da mais recente pesquisa do IPC Maps, que mede o potencial de consumo das regiões brasileiras com base em setores da indústria, comércio e serviços. Segundo o levantamento, o Nordeste agora ocupa a vice-liderança nacional entre as regiões que mais consomem, ficando atrás apenas do Sudeste.

O estudo revela que o Nordeste obteve um crescimento de 2,9% em seu potencial de consumo em comparação com o ano anterior, chegando a 18,59% de participação nacional – o maior avanço entre todas as regiões. Em contraste, o Sul apresentou uma leve queda de 0,3% e agora detém 18,50% de share. Embora a diferença pareça pequena, ela marca uma mudança simbólica importante no mapa do consumo brasileiro.

Analisando a carência de mão de obra e o que tem feito para mitigar isso, o líder empresarial citou o seguinte: " Em Pernambuco, ano passado o Sinduscon local e o Senai- PE firmaram uma parceria estratégica, onde as duas entidades focam no trabalhador do dia a dia e que não tinha formação, em que os mesmos participam de cursos híbridos com vídeos aulas e prática nos canteiros de obra, visando os preparar de forma eficiente e realista, dentro da rotina do cotidiano. Foram realizados os seguintes cursos: Pedreiros de alvenaria, carpinteiros de obras, armador de ferragem, pedreiro de acabamento e revestimento de argamassa e para esse ano pretendemos renovar essa parceria e promover outros cursos. Já em Nível nacional, a Câmara Brasileira da Indústria da Construção (CBIC), vê isso como um dos principais desafios, em que a escassez

de trabalhadores qualificados como um problema estrutural pressionando custos, prazos e produtividades das obras, não se tratando apenas da carência de pessoal e sim qualificação técnica e retenção de talentos, por isso firmou uma parceria com o Senai onde lançou um Plano Nacional de Capacitação da Construção Civil para ampliar a formação técnica de trabalhadores e promover inclusão de trabalhadores no setor".

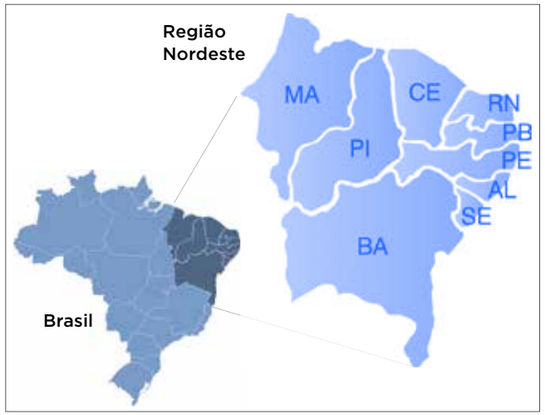
Sobre a Ficons, o Presidente do Sinduscon- PE, ressaltou o seguinte: " Por ser uma iniciativa ousada e pioneira do Sinduscon- PE, ao longo dos seus 27 anos consolidou- se como a maior vitrine de lançamentos de materiais e novas tecnologias das regiões Norte e Nordeste, em que é indispensável ferramenta de negócios para a cadeia produtiva do setor e acreditamos que nessa 14 edição, durante o período de 15 a 18 de setembro no Centro de Convenções de Pernambuco , mais uma vez o evento alcance o sucesso vivenciado nos anos de 2010 e 2012. Convidamos todos que desejam consolidar uma posição de relevância no mercado, a participarem desse grande evento".



Paulo Cezar de Almeida, presidente do Sinduscon/PE

PERSPECTIVAS PARA A ECONOMIA DO NORDESTE

A economia do Nordeste encerrou 2025 com ritmo de crescimento semelhante ao da média nacional, de 2,4%, de acordo a projeções do Boletim Macro do FGV IBRE. Trata-se de um desempenho modesto, sobretudo quando confrontado com o dinamismo recente observado em outras regiões do país, mas que não deve ser subestimado. Em um contexto marcado por juros elevados, restrição de crédito e enfraquecimento do investimento, acompanhar a expansão do conjunto da economia brasileira sinaliza um grau relevante de resiliência regional. Ainda assim, a leitura em perspectiva histórica revela limitações persistentes: entre 2010 e 2022, o crescimento acumulado do Nordeste foi de 58,8%, apenas marginalmente superior ao do Brasil como um todo, de 53,2%, e significativamente inferior ao registrado no Centro-Oeste, 88,7%, e no Norte, 88,5%. Esse contraste



sugere que o desafio central da região não reside apenas em atravessar os ciclos econômicos com estabilidade, mas em consolidar uma trajetória de expansão mais intensa, contínua e sustentada no médio e longo prazo.

Essa dificuldade ganha contornos ainda mais claros quando se observa que, apesar de concentrar cerca de 27% da população brasileira, a participação média do Nordeste no PIB nacional permanece, há décadas, praticamente inalterada, em torno de 14%. Tal descompasso evidencia entraves estruturais que limitam a capacidade de transformação do crescimento em maior peso econômico relativo. Diante desse quadro, torna-se indispensável olhar para as potencialidades intrínsecas da região como ponto de partida para a construção de estratégias capazes de produzir efeitos duradouros. Entre elas, que orientam a reflexão desenvolvida neste texto, se sobressaem duas em particular: a dimensão do mercado consumidor nordestino e a posição geográfica estratégica do Nordeste.

No que se refere ao mercado consumidor, apesar da região nordestina concentrar cerca de 54 milhões de habitantes, o que a torna a segunda mais populosa do país, a renda domiciliar per capita média permanece significativamente abaixo da média nacional. Em 2012, o rendimento médio do Nordeste equivalia a aproximadamente 61% do observado no Brasil; em 2024, essa proporção avançou para cerca de 65%. Trata-se de uma evolução positiva, mas ainda limitada diante da persistência das desigualdades regionais, sugerindo que o potencial de expansão do mercado consumidor segue condicionado por restrições estruturais associadas à renda e à produtividade.

Ainda assim, mudanças institucionais recentes tendem a alterar parcialmente esse quadro. A reforma tributária, cuja implementação se inicia já em 2026 pelas obrigações acessórias, introduz elementos que podem favorecer relativamente mais o Nordeste, como a tributação no destino, o arrefecimento da guerra fiscal com a criação do IBS e a adoção do mecanismo de cashback, voltado à redução da regressividade dos tributos sobre o consumo. Estimativas preliminares sugerem que esse instrumento pode elevar a renda dos estratos mais pobres em até 7,7%, com efeitos distributivos particularmente relevantes para a região, ainda que tais resultados devam ser interpretados com cautela, dada a natureza incipiente das simulações.




Parque eólico, Taíba, Ceará, Brasil

Historicamente, o Nordeste apresenta-se como consumidor líquido, isto é, consome mais do que produz. Evidências empíricas mostram que as importações têm peso relevante na composição da oferta regional, sobretudo aquelas provenientes de outras regiões do país, que respondem por cerca de 23% do total. Em diversos segmentos, em especial nas atividades extrativas e de transformação, mais da metade da oferta de bens é adquirida fora do território nordestino, o que revela um elevado grau de dependência produtiva. Nesse contexto, o modelo tributário vigente até recentemente implicava perdas relativas de arrecadação em favor das regiões produtoras. A transição para a tributação no destino tende a atenuar essa distorção, ao ampliar a base arrecadatória local e criar espaço fiscal adicional para os entes da região.

Por fim, ainda no âmbito das mudanças no sistema tributário, como a isenção do Imposto de Renda para rendimentos mensais de até R$ 5 mil, deve exercer efeito positivo sobre a renda disponível das famílias nordestinas. Tal impacto assume especial relevância em uma região que concentra parcela expressiva de trabalhadores nos estratos de renda mais baixos, ampliando o alcance distributivo da medida e reforçando seus potenciais efeitos sobre o mercado consumidor regional.

No que se refere à posição geográfica do Nordeste no contexto do comércio internacional, essa característica poderá se constituir um dos principais vetores de crescimento regional. O aprofundamento da inserção externa representa uma oportunidade concreta de dinamização produtiva, uma vez que a maior proximidade geográfica com a Europa e Estados Unidos, traduzida em menores tempos e custos de transporte em comparação aos principais portos do Sudeste, confere à região uma vantagem logística relevante. Esse diferencial é reforçado pela presença de infraestruturas portuárias estratégicas, como os portos do Pecém (CE), Suape (PE), Salvador (BA) e Itaqui (MA), que já operam como hubs logísticos e industriais, com capacidade de atrair cadeias produtivas orientadas ao comércio exterior.

Além disso, o Nordeste concentra pontos centrais da infraestrutura digital internacional, com a chegada e a operação de cabos submarinos de telecomunicações, especialmente ao longo do litoral cearense e pernambucano. Essa configuração amplia o potencial da região como plataforma para serviços digitais, centros de dados e atividades intensivas em tecnologia. Em conjunto, esses elementos posicionam o Nordeste não apenas como um corredor de exportação de bens, mas como potencial porta de entrada do Brasil para os fluxos globais de comércio, serviços e dados, ampliando o escopo e a sofisticação de sua inserção internacional.

Ainda que esses atributos confiram ao Nordeste um potencial expressivo de inserção internacional, tal vocação contrasta com o desempenho efetivamente observado no comércio exterior. Estudo publicado na edição de dezembro no Boletim Macro Regional, do Centro de Estudos para o Desenvolvimento do Nordeste do FGV IBRE, aponta que, apesar do avanço recente do engajamento dos estados nordestinos nas trocas internacionais, esse movimento permanece aquém do verificado no restante do país. Soma-se a isso a redução da participação de bens de maior valor agregado na pauta exportadora regional, aspecto particularmente preocupante por limitar os ganhos de produtividade e de renda normalmente associados à integração externa. De forma complementar, a análise mostra que uma parcela relevante das vendas do Nordeste ainda se destina a outras regiões do território nacional, evidenciando o baixo grau de internacionalização da economia regional, cuja participação nas exportações externas corresponde a apenas cerca de 3,3% de sua oferta total.

Observa-se, adicionalmente, que entre 2018 e 2024 a China ampliou de maneira significativa sua participação como destino das exportações nordestinas e, juntamente com os Estados Unidos, se consolidou como um dos principais parceiros comerciais da região, o que revela elevada concentração geográfica das vendas externas. Nesse contexto, a eventual concretização do acordo Mercosul-União Europeia pode desempenhar papel estratégico, ao favorecer a ampliação do grau de abertura comercial e a diversificação dos parceiros, reduzindo a dependência excessiva em relação à China e aos Estados Unidos. Além de atenuar o isolamento relativo do Mercosul frente às principais cadeias globais de valor, o acordo tende a gerar ganhos adicionais para a indústria nacional, sobretudo por meio do acesso a insumos a custos mais baixos, com efeitos positivos potenciais sobre a competitividade e os encadeamentos produtivos.

O acordo do Mercosul-União Europeia pode ser um importante elemento para transformar a cadeia logística do Nordeste, pois do ponto de vista da distância entre portos e aeroportos, existem ganhos em determinados setores que podem gerar vantagens competitivas para estados como Ceará, Pernambuco e Bahia. A aprovação do acordo não apenas deve diminuir o peso relativo de China e Estados Unidos na balança comercial brasileira como também deve ampliar no longo prazo os mercados do chamado “alargamento” em duas vias. A primeira, europeia, com a entrada futura de Montenegro, Ucrânia, Albânia, Macedônia do Norte, e mais sete países candidatos a aderir à UE. Do lado do Mercosul, já temos a Bolívia e a possibilidade de retorno da Venezuela, caso ocorra uma volta a um



Projeto do Data Center do TikTok a ser construído em Caucaia, região metropolitana de Fortaleza.

regime democrático.

Setores como de produção de frutas como mangas, melões, caju e coco, de café, além de carnes bovinas e de frango devem ser os mais beneficiados, ainda que possam passar por políticas restritivas de salvaguardas a serem inseridas no acordo. A região também pode ampliar a exportação de frutos do mar, como camarões e moluscos, mercado em constante expansão principalmente no norte da Europa. O acordo Mercosul-UE pode gerar novas parcerias entre empresas tecnológicas da União Europeia e o setor de tecnologia nordestino, especialmente em áreas como big data, inteligência artificial e blockchain, que já possuem um início com a instalação dos data centers em Caucaia (CE).

Outro elemento relevante a ser considerado no médio e longo prazo diz respeito à possibilidade de exportação de gás boliviano por meio de portos do Nordeste com destino ao mercado europeu. Diante da reconfiguração do mapa energético internacional, marcada pela progressiva exclusão da Rússia como fornecedora da União Europeia em decorrência da guerra na Ucrânia, o bloco europeu passou a buscar novas fontes de suprimento, seja na África, seja nas Américas. Nesse contexto, a localização geográfica do Nordeste e sua infraestrutura portuária podem posicionar a região como um elo estratégico em novas rotas de abastecimento energético, ampliando sua relevância geoeconômica e seu potencial de atração de investimentos associados à logística e à energia.

Essa discussão ganha ainda mais relevância à luz dos impactos recentes da política comercial dos Estados Unidos. Em termos proporcionais, os estados do Ceará, com 44,9% de sua pauta exportadora expostos ao mercado dos EUA, e da Paraíba, com 21,6%, figurariam entre os mais afetados pelo aumento de tarifas associado ao chamado tarifaço da política externa do presidente Donald Trump. Ainda que parte dessas medidas tenha sido posteriormente revista, a experiência deixa lições importantes para 2026. A primeira diz respeito à necessidade de uma estratégia geoeconômica nacional mais estruturada, que inclua a legalização do lobby e a reorientação do Itamaraty para uma atuação comercial mais ativa, e não apenas diplomática. A segunda refere-se ao reconhecimento de que os estados subnacionais não podem depender exclusivamente de Brasília para enfrentar choques externos com impactos diretos sobre suas economias, tornando indispensável o fortalecimento de iniciativas de paradiplomacia em múltiplas frentes. Por fim, impõe-se a necessidade de avançar na diversificação da pauta exportadora e dos parceiros comerciais, de modo a reduzir a exposição a choques externos e aumentar a resiliência da inserção internacional.

Embora o acordo Mercosul-União Europeia tenha potencial para ampliar de forma significativa as oportunidades do Nordeste no comércio internacional, ele também impõe um conjunto relevante de desafios que precisarão ser enfrentados para que a região consiga capturar plenamente os benefícios da nova relação comercial. Entre os principais obstáculos destacam-se questões associadas à barreira linguística, à qualificação da força de trabalho, à infraestrutura logística e às diferenças regulatórias e culturais. Esses fatores exigem atenção coordenada do setor público e privado, sob pena de limitar a capacidade de inserção efetiva das economias nordestinas nos mercados europeus. Nesse sentido, torna-se necessário repensar políticas de atração internacional a partir de aspectos básicos, como a padronização de documentos oficiais e a adoção de sinalização urbana e viária em, pelo menos, dois idiomas.

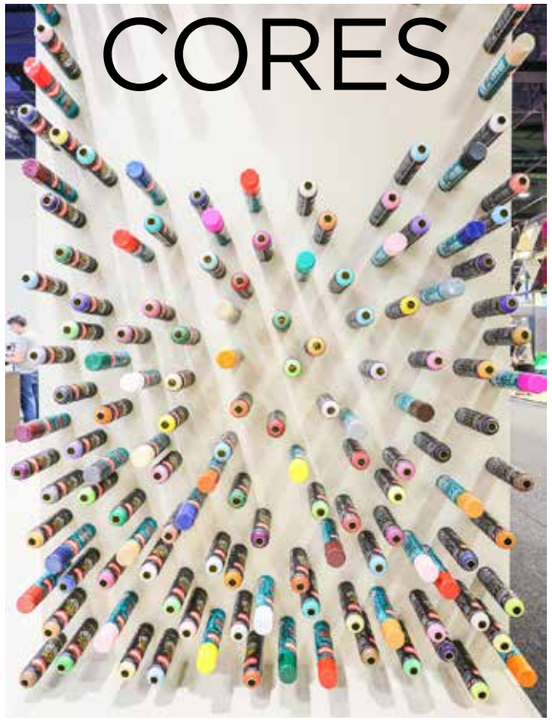
Ainda assim, as iniciativas recentes do governo federal voltadas ao fortalecimento das relações com países asiáticos têm se mostrado promissoras. Além da China, mercados como Japão, Coreia do Sul, Índia, Tailândia e Indonésia apresentam elevado potencial tanto para a expansão das exportações nordestinas quanto para a atração de investimento direto estrangeiro para a região. Produtos como carnes, frutas frescas e frutas desidratadas encontram nesses países uma demanda crescente, compatível com as vantagens comparativas do Nordeste. Ademais, a estratégia de expansão de montadoras chinesas no exterior ainda dispõe de espaço no mercado brasileiro, em consonância com a política chinesa de busca por novos mercados consumidores, o que abre oportunidades adicionais para a atração de investimentos produtivos nos estados nordestinos.



FOTOS: GUTO MARCONDES

PASSEANDO PELAS CORES









Simultaneamente à Expo Revestir, na semana de 9 aa 13 de março, foi realizada a quarta edição da Haus Décor, com a presença de fabricantes de Tintas e Vernizes, Iluminação, Tecologia e Mobiliário. Um dos destaques foi a participação conjunta de Suvinil e Sherwin-Williams com a imersiva Vila das Cores.

BRASILUX TINTAS

Na Haus Decor Show 2026, a Brasilux Tintas 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.

A Brasilux atraiu milhares de visitantes ao seu estande com uma ativação interativa que convidava o público a descobrir "qual é a cor da sua personalidade". A experiência, que formou filas ao longo da feira, reforçou o posicionamento da marca ao unir cores, inovação e relacionamento próximo com profissionais do setor.

Inspirada na relação entre cores e emoções, a marca desenvolveu uma dinâmica que ajudava os visitantes a identificar qual tom representava melhor sua personalidade.

Por meio de cinco perguntas apresentadas em um painel interativo, os participantes eram direcionados a uma das cinco personalidades associadas a cores específicas: Verde Trevo (equilíbrio, bem-estar e conexão natural); Cardo (intuição, criatividade e sofisticação); Lápis Lazúli (confiança, estabilidade e clareza mental); Amarelo (otimismo, criatividade e energia mental); e Morango (energia, intensidade e poder de ação). A dinâmica rapidamente se tornou um dos pontos mais movimentados do estande, com visitantes formando filas para participar da ativação.



"Este é o terceiro ano da Brasilux na Haus Decor e estamos muito felizes com a participação e o reconhecimento da nossa marca. Na feira temos a oportunidade de mostrar a seriedade do nosso trabalho e de estreitar, ainda mais, nosso relacionamento com fornecedores, revendedores, arquitetos, decoradores, pintores profissionais, com o olho no olho e permitindo que as pessoas conheçam quem está por trás da Brasilux. Em um mundo cada vez mais tecnológico, não abrimos mão do contato humanizado, que é a nossa essência", afirma Kelly Diniz, CEO da Brasilux.

Durante a feira, a Brasilux também apresentou novidades do portfólio, como o sistema tintométrico Brasimix Concentrados Universais NO Machine para madeiras, solução manual que permite personalizar cores em vernizes e stains sem uso de máquinas, reduzindo estoques e perdas no ponto de venda. Outro destaque foi o Revestimento Pedras Naturais, texturizado com pedras reais, que cria um acabamento orgânico e sofisticado em paredes internas e externas.

CORAL

Com o conceito Coral Vibra Bossa Nova, a marca de tintas decorativas da AkzoNobel revelou nesta edição da Haus Decor Show uma curadoria de tons inspirados no estilo de vida e nas paisagens do Rio de Janeiro, reforçando uma narrativa que acompanha sua trajetória há décadas: a valorização da brasilidade por meio das cores. Durante o evento, ganharam destaque as dez cores da paleta Bossa Nova da Alma, oriunda do estudo ColourFutures 2026, e sete tonalidades complementares, celebrando projetos e decorações que ressaltam a energia da alma carioca, em uma experiência sensorial completa.

O estande da Coral na Haus Decor 2026 teve a proposta de uma jornada sensorial que conecta cores, sons e sabores do Rio. Ambientes temáticos homenageiam as paisagens marcantes da cidade como Copacabana, Ipanema, Flamengo, Santa Teresa e os Arcos da Lapa, enquanto cenografias inspiradas em elementos urbanos emblemáticos criam passagens que remetem às conexões e à dinâmica da cidade. Com curadoria de conteúdo do jornalista, escritor e crítico musical Jotabê Medeiros, foram criados espaços que remetem a momentos icônicos da Bossa Nova e fazem uso da paleta de cores Coral para traduzir emoções e memórias. A proposta inclui ainda espaços de convivência, como o Café Coral, que resgata a tradição dos encontros cariocas, além de ativações culturais e intervenções artísticas ao vivo, ampliando a conexão entre arquitetura, design e estilo de vida.





LUKSCOLOR

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

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

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

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

MONTANA QUÍMICA

Fugindo da tradicional vitrine de produtos estáticos, a Montana Química participou com a proposta de transformar o estande em um hub de relacionamento, conhecimento e experiência sensorial.



A empresa levou o conceito de cafeteria para o estande e, com o intuito de celebrar a expansão da marca na América Latina, o espaço tem como tema os cafés colombianos, país onde a Montana inaugurou sua primeira filial internacional em 2017, na cidade de Medelín.

"A mecânica do estande é convidativa e vai na contramão do modelo tradicional de feiras. O objetivo é oferecer aos visitantes uma pausa de qualidade, unindo duas grandes paixões: o café, símbolo da nossa cultura, e a madeira, a essência do nosso negócio", explica Michel Sentinelo, gerente de marketing da Montana Química.

Embora o aroma do café seja o convite, o destaque é o conteúdo técnico. De acordo com o IBGE, a produção florestal em 2024 no Brasil atingiu o valor de R$44,3 bilhões, com um crescimento de 16,7%.

Além disso, a madeira é, atualmente, um dos materiais mais tecnológicos e sustentáveis do setor da construção civil, destacando-se principalmente por sua pegada de carbono negativa, enquanto crescem, as árvores absorvem CO_2 da atmosfera. Quando essa madeira é usada na construção, esse carbono continua "preso" no material por muitos anos, o que torna sua pegada de carbono negativa.

Outro fator importante da madeira é que, desde que provenha de manejo florestal certificado, é um ativo inesgotável. Por isso, o ambiente do estande foi projetado para proporcionar uma imersão completa no universo da madeira.

SUVINIL/SHERWIN-WILLIAMS

A "Vila das Cores" surge 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.

O estande apresentou uma jornada completa com base nos estudos de tendências de cores das marcas, além de destacar os principais produtos e serviços digitais. Há também arena de conteúdo para palestras sobre esse universo complementar de cores.

A Suvinil apresentou o Co(r)existir 2026, seu mais recente estudo de cores que reflete a complexidade e a beleza do Brasil contemporâneo. As Cores do Ano – Tempestade –, um rosa acinzentado intenso, e Cipó da Amazônia, um verde amarelado vibrante – traduzem contrastes que dialogam com emoção, cultura e sociedade, formando uma paleta otimista e equilibrada, um convite à reconexão e transformação.



Este estudo se alinha à plataforma Cor Muda Tudo, que posiciona a cor não apenas como um item de decoração, mas como um agente cultural capaz de influenciar emoções, comportamentos e a relação das pessoas com os espaços.



"Mais do que apresentar tendências, queremos provocar reflexão e inspiração. Co(r)existir fala sobre contrastes que convivem, sobre identidade e sobre transformação. Na Haus Decor, a Suvinil convida o público a experimentar a cor como linguagem cultural e como ferramenta real de mudança nos ambientes", destaca Sylvia Gracia, gerente de Marketing – Cor e Conteúdo da Suvinil.

SHERWIN-WILLIAMS

A Sherwin-Williams transformou seu estande em uma experiência imersiva de cor, design e curadoria. Intitulado Galeria Colormix, o espaço materializa o estudo de tendências Colormix – Antologia Volume Dois em uma collab inédita com o designer brasileiro Jay Boggo, cuja produção transita entre moda, mobiliário e arte.

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 Patricia Fecci, gerente de Marketing - cores da Sherwin-Williams. "Queremos que o público vivencie essa pesquisa além das paredes, em forma, textura e matéria."

No espaço, a cor deixa de ser apenas acabamento e passa a ser elemento estruturante, capaz de proteger superfícies, valorizar a arquitetura e preservar narrativas. 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.

No espaço, a Sherwin-Williams lançou seu novo aplicativo, o Sherwin-Williams Color Expert, que utiliza inteligência artificial para tornar mais preciso o processo de escolha de cores. A tecnologia analisa o ambiente por meio de imagens e identifica elementos presentes no espaço para sugerir tonalidades que harmonizam com móveis, objetos e iluminação. De forma intuitiva, o aplicativo percorre centenas de opções do portfólio Sherwin-Williams para oferecer recomendações personalizadas e instantâneas.

TINTAS EUCATEX

A Tintas Eucatex participou da Haus Decor 2026 apresentando lançamentos em portfólio, tecnologia e design. A marca levou ao evento 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.

Entre os destaques está a nova geração da linha acrílica premium Eucatex Protege, 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.



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 feira também marca a apresentação da Coleção Eucatex Trends, 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.

No estande, a coleção foi apresentada em um grande arco cenográfico com 102 abas, que atravessa o espaço de ponta a ponta e convida o visitante a uma imersão visual no universo cromático da Eucatex. Como complemento desse conceito, o estande também contará com um espaço de destaque para as Cores do Ano 2026, Terra Rica e Porcelana, eleitas pela Eucatex pela primeira vez em dupla.

TINTAS IQUINE

A Tintas Iquine, maior indústria de tintas com capital 100% nacional, fez uma homenagem à Olga Krell e lançou novos produtos. Com um estande modular assinado pela arquiteta Cláudia Buchholz, a marca apostou em um espaço que une arquitetura e valorização da cultura brasileira. O projeto convida o público a "experimentar superfícies, cores e texturas", oferecendo diferentes configurações de ambientes para inspirar soluções criativas em projetos residenciais.



Para Leonardo Vasconcelos, diretor comercial e de marketing do Grupo Iquine, a feira é estratégica para o setor. "A Haus Decor se consolidou como um dos eventos mais relevantes do país. Participar de mais uma edição reforça o nosso compromisso em inspirar o mercado por meio da cor que transforma ambientes. Para 2026, preparamos um estande que traduz a força da Tintas Iquine e celebra nossa conexão com o público profissional e apaixonado por design. Como novidade, traremos uma dinâmica com Inteligência Artificial que apresentará ao visitante um ambiente aplicado com uma cor definida de forma personalizada durante a interação", afirma o executivo.

Reforçando seu pilar de brasilidade, as Tintas Iquine dedica uma parte nobre de seu espaço para homenagear Olga Krell, uma das primeiras a tratar de arquitetura e design de interiores na imprensa nacional e autora do livro "Saber Receber", sobre o estilo de vida brasileiro, alinhado com a essência da Tintas Iquine. Dez anos após sua partida, a marca celebra a trajetória daquela que é considerada a "Grande Dama da Decoração" e que ajudou a construir as bases do mercado de arquitetura e design no país. A homenagem inclui uma exposição inspirada em sua biografia e conta com a presença de seu filho, Bobby Krell, editor e influenciador que atuará como embaixador da marca durante o evento, conectando-se diretamente com arquitetos.



GRUPO CONSTRUFORT ABRE ATACAREJOS

O Grupo Construfort está inaugurando duas lojas ObraMix no Ceará: uma em Juazeiro do Norte e outra em Fortaleza. A ObraMix Atacarejo é uma das principais bandeiras do Grupo Construfort no setor de material de construção.

A unidade de Juazeiro do Norte possui área total de 4.000 m², distribuídos em 2.000 m² de loja, 1.000 m² de depósito e 1.000 m² de estacionamento. Já a unidade de Fortaleza, construída em um terreno de 9.000 m², conta com salão de vendas de 3.000 m², 3.500 m² de depósito e 2.500 m² de estacionamento.

Ambas as unidades oferecerão um mix de 8 mil itens voltados para as principais etapas da obra, preparados para atender lojistas, construtores, profissionais especializados e consumidores finais. As duas unidades gerarão 100 postos de trabalho diretos e mais de 50 indiretos, contribuindo para o desenvolvimento econômico da região.

"Vale ressaltar que a empresa já conta com um atacarejo em Maracanaú, que foi o primeiro da rede, e um atacado que atende todo o Ceará há mais de 18 anos. Com essas novas unidades, reforçamos nossa presença no estado e ampliamos nossa capacidade de atendimento. A unidade de Juazeiro do Norte atenderá toda a região Sul do estado, enquanto a unidade de Fortaleza, juntamente com a de Maracanaú, atenderá a capital e a região metropolitana", informa Hewry Vieira, diretor comercial da ObraMix Atacarejo.

O projeto de ampliação prevê ainda a abertura de três novas unidades em 2026, com investimento previsto de R$ 30 milhões.

"Em 2025, o Grupo Construfort teve um ano positivo, com crescimento de 12% no faturamento e nos investimentos em comparação ao ano anterior. Estamos otimistas com as perspectivas para 2026, com a abertura de mais unidades e a consolidação da nossa presença no mercado", complementa Vieira.





DESEQUILÍBRIO NO MERCADO

Franquias de materiais de construção crescem no Brasil enquanto varejo físico encolhe nos EUA

O avanço das franquias de materiais de construção no Brasil contrasta com a tendência registrada nos Estados Unidos, onde o varejo físico atravessa um dos períodos mais intensos de retração das últimas décadas. Estudo do banco UBS, divulgado por veículos como Business Insider e Forbes, projeta que mais de 50 mil lojas devem encerrar as atividades até 2027 diante da consolidação do e-commerce, da centralização dos estoques e da queda no fluxo de lojas independentes. No Brasil, o movimento segue em direção oposta. Redes regionais ampliam unidades, remodelam showrooms e padronizam processos para atender ao consumidor que, segundo levantamentos recentes, mantém forte intenção de reforma, com entre 31% e 33% dos brasileiros planejando ou já realizando obras residenciais nos próximos meses.

A recuperação do setor também aparece nos indicadores industriais. Após recuar 2% em 2023, o faturamento da indústria de materiais de construção registrou alta de 5,8% em 2024, impulsionado principalmente pelos materiais de acabamento, que cresceram 8,6%, de acordo com a Abramat. No varejo, o franchising de casa e construção avançou 10,5% em faturamento no quarto trimestre de 2023, enquanto o número de operações cresceu 3,9%, segundo dados da ABF. Esse avanço está ancorado na presença de pequenas e médias lojas, que







Jucemar Silva, especialista em exposição de produtos de acabamento

compõem a maior parte das cerca de 153 mil unidades do setor, conforme levantamento da Anamaco.

Para o empresário e especialista em exposição de produtos de acabamento Jucemar Silva, que atua há mais de três décadas desenvolvendo projetos e coordenando montagens de showrooms em lojas de materiais de construção, o contraste entre os dois países está diretamente ligado à experiência de compra e ao papel do ponto de venda no processo decisório. O consumidor brasileiro quer ver, tocar e comparar antes de comprar. A loja física continua sendo determinante, especialmente para produtos de alto valor e grande variação de textura e formato. Já nos EUA, o foco está na logística centralizada, reduzindo a relevância das lojas menores e favorecendo o fechamento de unidades, explica Silva.

Além da preferência do consumidor, fatores estruturais sustentam a expansão brasileira. A interiorização do consumo impulsiona redes regionais, enquanto franquias ganham tração ao padronizar estoques, exposição e atendimento técnico. A profissionalização das lojas, com expositores adequados para grandes formatos e equipes treinadas, aumenta a conversão e reduz perdas. Essa organização operacional tem influenciado diretamente o crescimento em um mercado mais exigente, afirma Silva. Outro diferencial é que a padronização permite que franqueados em cidades menores repliquem modelos de layout e gestão antes restritos a grandes centros.

A tendência aponta para um modelo híbrido no Brasil, no qual a loja física segue relevante, mas exige atualização constante do showroom, integração com arquitetos e processos logísticos mais eficientes. Entre as práticas consolidadas no varejo brasileiro estão a capacitação técnica das equipes para manuseio de grandes formatos, a padronização dos estoques, a realização de eventos com profissionais de arquitetura e o cuidado com a exposição dos produtos.

"Enquanto o varejo norte-americano reduz pontos de venda e concentra operações em grandes centros, o mercado brasileiro expande sua capilaridade. A expansão das franquias de materiais de construção reflete características culturais, operacionais e logísticas que mantêm a loja física no centro da decisão de compra, elemento que deve permanecer determinante para a sustentabilidade do setor nos próximos anos", diz Jucemar Silva.



COM ELAS

Projeto do Grupo Soprema amplia presença feminina na produção

As mulheres já representam cerca de 22% da força de trabalho do Grupo Soprema no Brasil, e a presença feminina também tem avançado em áreas produtivas da empresa, tradicionalmente dominadas por homens. O projeto, que tem como objetivo ampliar essa participação em todas as frentes, do chão de fábrica à liderança, tem apresentado resultados positivos, especialmente na redução da rotatividade de funcionários.

A experiência começou em Boituva, cidade do interior paulista, e foi ampliada para todas as unidades da empresa. Segundo Heidy Pena, gerente de Recursos Humanos do Grupo Soprema, as equipes com maior participação feminina passaram a apresentar relações de trabalho mais estáveis em comparação com períodos anteriores.

"Quando trouxemos as mulheres para dentro do ambiente fabril, observamos que essa relação de trabalho se tornou mais duradoura. O índice de rotatividade, que historicamente foi alto, por diferentes motivos, é significativamente menor", afirma a profissional. Além disso, cerca de 30% das colaboradoras da empresa são mães, conciliando a rotina profissional com responsabilidades familiares.

Mesmo com as características do trabalho fabril, a companhia decidiu ampliar o acesso das mulheres às vagas produtivas. As atividades envolvem diferentes processos industriais, que vão desde a fabricação de materiais para isolamento térmico e acústico até a produção de soluções químicas, como impermeabilizantes, adesivos e resinas, exigindo esforço físico e cuidados específicos durante a operação. Para viabilizar a iniciativa, o Grupo Soprema oferece remunerações compatíveis com o mercado, além de plano de carreira e benefícios trabalhistas. As unidades também passaram por adaptações estruturais, como a criação de vestiários destinados às colaboradoras.

"O trabalho na fábrica envolve atividades operacionais e, em alguns casos, esforço físico. Ainda assim, tivemos resultados muito positivos com a participação das mulheres nas equipes, principalmente em demandas manuais, mas também em comprometimento e permanência na empresa", diz a gerente de RH.

PRESENÇA DAS MULHERES

Hoje, a maior parte das colaboradoras da Soprema atua em funções administrativas e técnicas (63,85%). O projeto prevê participação crescente também em posições de liderança (14,62%), atividades operacionais (11,54%) e no programa de aprendizagem (10%). Entre as profissionais da companhia, a maior concentração está na faixa etária entre 36 e 45 anos (33,85%), indicando um grupo com boa experiência profissional. Ao mesmo tempo, há presença significativa de mulheres mais jovens (26,92% até 25 anos), o que aponta para a formação de novos talentos.

A trajetória de algumas colaboradoras reflete esse movimento dentro da empresa. "Além de garantir o sustento da minha família, o trabalho, aliado ao meu esforço, me proporcionou conhecimento e abriu portas para novas oportunidades. Comecei na área de produção e hoje atuo na área de qualidade, onde tenho muito orgulho de estar e realmente amo o que faço", diz Elisangela Santos, inspetora de qualidade no setor de laboratório na unidade de Rockfibras Boituva.

Para Nahor Junior, gerente de operações do setor industrial da unidade Rockfibras Guararema, a inclusão de mulheres na área produtiva contribui para maior assiduidade e compromisso com os resultados do negócio. "A postura responsável e dedicada é um diferencial que otimiza os processos e fortalece a cultura de excelência, contribuindo para um ambiente mais justo e inclusivo", completa.



SEGURANÇA, SEMPRE

Especialistas apontam 5 inovações que vão transformar a segurança do trabalho em 2026

Investir em segurança do trabalho não é apenas cumprir normas, é também estratégia de negócio e sustentabilidade. Estudos da Integrate.io mostram que empresas podem perder de 20% a 30% da receita anual por falta de dados organizados e previsibilidade. Tecnologias como IA já reduzem em até 60% o tempo de inspeções e eliminam 30% do retrabalho, segundo a McKinsey e indicadores do Checklist Fácil, software para padronização e metrificação de processos presente em 14 países, tornando a prevenção essencial para proteger trabalhadores e garantir continuidade operacional.

A tecnologia tem transformado todas as áreas e com os setores industriais não é diferente. Trabalhadores de 'chão de fábrica', expostos a condições de alto risco, passam a contar com investimentos em prevenção que garantem também a sustentabilidade do negócio.

Segundo Rafael Lessa, Diretor de Produto da Starian Eficiência Operacional, uma das principais inovações no setor será a IA treinada em dados reais e contextos operacionais. Com precisão de até 98% na detecção de riscos seguindo padrões do Departamento do Trabalho dos Estados Unidos, a tecnologia permite alarmes em tempo praticamente real para incidentes, além de apoiar o monitoramento do uso de EPI e comportamentos inseguros. Para Lessa, essa geração de sistemas transforma a segurança: "As máquinas não apenas registrarão riscos, mas agirão preventivamente para salvar vidas antes mesmo que um supervisor perceba o problema".

Abaixo, veja outras 5 tendências tecnológicas que vão moldar a segurança do trabalho em 2026. Os especialistas das empresas Checklist Fácil, Saint-Gobain e Elastri explicam os impactos esperados com a adoção dessas tecnologias na segurança do trabalho, casos de sucesso globais e quais as aplicabilidades em negócios do Brasil:

1. SEGURANÇA DIGITAL E PREDITIVA (IA + DASHBOARDS)

A segurança digital e preditiva se destaca pelo uso de checklists digitais com IA e dashboards preditivos que antecipam riscos antes que aconteçam. Neste caso, modelos de machine learning podem cruzar históricos de incidentes com sinais coletados em tempo real, permitindo decisões mais rápidas e baseadas em dados. Segundo os especialistas, o impacto esperado é a redução de incidentes por antecipação de riscos e maior confiabilidade nas decisões operacionais. Globalmente, exemplos como as campanhas digitais da Agência Europeia para a Segurança e Saúde no Trabalho e a IA para ergonomia da Amazon (EUA) mostram que a tendência é consolidada, enquanto no Brasil, empresas podem aplicar checklists digitais em indústrias e construção, integrando dashboards a métricas ESG para otimizar a segurança.

2. AUTOMAÇÃO E ROBÓTICA EM ÁREAS DE RISCO

A automação e robótica em áreas críticas podem alocar robôs de inspeção em espaços confinados ou quentes demais para humanos, veículos autônomos em mineração, siderurgia e cimento, drones para inspeção em altura e robôs colaborativos (cobots) em processos pesados. Esses sistemas reduzem drasticamente a exposição humana a ambientes perigosos, diminuindo acidentes fatais em setores de alto risco. Exemplos globais incluem caminhões autônomos da Rio Tinto (Austrália) e robôs industriais na siderurgia chinesa, enquanto no Brasil, robôs para inspeção em espaços confinados e veículos autônomos já começam a ser utilizados na mineração.

Paulo Montenegro, Head de Sustentabilidade da Elastri Engenharia, destaca como a automação já tem proporcionado ganhos reais de eficiência para as inspeções da companhia. "Em obras com mais de 20 mil colaboradores, realizamos cerca de 26 mil checagens por semana de forma digital. Isso agiliza o processo, reduz falhas e transforma cada inspeção em uma oportunidade de aprendizado e prevenção. Estruturar dados é o que nos permite ser proativos. Criamos indicadores que nos ajudam a correlacionar desempenho de liderança, engajamento das equipes e resultados em segurança. Quando



mostramos esses números à alta gestão e reconhecemos as equipes mais comprometidas, fortalecemos uma cultura de prevenção genuína e participativa".

3. SENSORIAMENTO EM TEMPO REAL (IOT + WEARABLES + VISÃO COMPUTACIONAL)

O sensoriamento em tempo real combina IoT, wearables e visão computacional para criar uma rede de vigilância ativa. Câmeras inteligentes podem detectar a ausência de EPIs e comportamentos inseguros, enquanto sensores biométricos monitoram fadiga e ergonomia. Já dispositivos ambientais captam calor, ruído, gases e poeira para emitir alertas automáticos. Os especialistas destacam que essa integração possibilita monitoramento contínuo e reação imediata a riscos, prevenindo acidentes antes que se tornem críticos. No exterior, empresas como BASF (Alemanha) e minas canadenses têm utilizado soluções semelhantes, enquanto no Brasil, wearables em siderurgia e mineração e sensores IoT em fábricas e canteiros de obra começam a entrar no radar das empresas.

Alexsandro Lacerda, Supervisor de EHS da Saint-Gobain, explica que a IoT traz um ganho expressivo de confiabilidade, o que permite que iniciativas de prevenção sejam ainda mais consistentes. "Neste contexto, os dados são coletados automaticamente, sem interferência humana, o que elimina erros e gera históricos precisos que sustentam decisões estratégicas de segurança. Acredito que a grande virada está na capacidade preditiva. Ao analisar séries de dados de vibração, temperatura ou ruído, conseguimos identificar tendências e prevenir falhas antes que se tornem acidentes. Em resumo, investir em IoT não é apenas sobre digitalizar um formulário; é sobre inteligência operacional. É garantir que o profissional de SST atue no que realmente importa, utilizando dados para evitar acidentes antes que eles aconteçam, levando o nível de segurança do trabalho a um patamar de excelência".

4. TREINAMENTO IMERSIVO (VR/AR)

O treinamento imersivo utiliza realidade virtual (VR) e aumentada (AR) para simulações realistas de situações de risco sem exposição física. Inspeções remotas, simulações de acidentes e gamificação aumentam o engajamento e a retenção de conhecimento, preparando melhor os trabalhadores para ambientes perigosos. Com a adoção desse tipo de tecnologia se espera reduzir acidentes e aumentar a segurança operacional. Globalmente, exemplos incluem o uso de VR em obras da Skanska (UK) e em siderurgia pela ArcelorMittal (Luxemburgo). No Brasil, o VR já tem sido aplicado em algumas áreas, como canteiros de obra, fábricas e centros de distribuição, com treinamentos gamificados.

5. INTEGRAÇÃO ESG E COMPLIANCE

A integração entre ESG e compliance operacional reforça a cultura de "Zero Harm", ou seja, sem danos nas empresas. Relatórios EHS (sigla em inglês para Meio Ambiente, Saúde e Segurança) disponibilizados em tempo real e projetos concebidos já com o conceito "Safety by Design" garantem transparência para reguladores e investidores e fortalecem a segurança desde a concepção do projeto. No mundo, Singapura exige Design for Safety obrigatório e países nórdicos integram ESG à segurança operacional. No Brasil, relatórios digitais e projetos industriais e de construção já começam a incorporar práticas de segurança desde o planejamento, tornando o processo mais seguro e eficiente.

IMPRESSÃO 3D CHEGA AO ALTO PADRÃO





Casa de alto padrão construída por impressão 3D e Daniel Katz, CEO do Grupo Katz

A construção civil brasileira passa a contar, a partir de agora, com sua primeira casa de alto padrão erguida por meio de tecnologia de impressão 3D em concreto. Localizado no condomínio Ville Des Lacs, em Nova Lima, na Região Metropolitana de Belo Horizonte, o imóvel foi desenvolvido pela Cosmos 3D, empresa do Grupo Katz, em parceria com a LR Empreendimentos, e marca a aplicação inédita da tecnologia em um projeto residencial de alto nível no país.

Com 196,76 metros quadrados, a casa teve sua estrutura impressa em apenas 11 dias. Em um método convencional, uma obra desse porte levaria cerca de 18 meses para ser executada. Com a tecnologia 3D, o prazo total da construção foi reduzido para aproximadamente oito meses, uma diferença que, segundo Daniel Katz, CEO do Grupo Katz, altera de forma significativa a lógica econômica do setor. "A redução de prazo muda completamente a equação do investimento imobiliário. O capital deixa de ficar imobilizado por longos períodos, o risco diminui e o retorno acontece de forma muito mais rápida", afirma.

De acordo com Katz, o projeto representa um marco por demonstrar que a impressão 3D em concreto é viável também em empreendimentos de alto padrão, segmento historicamente mais resistente à adoção de novas tecnologias. "Existe a ideia de que a impressão 3D se limita a construções simples ou experimentais. Essa obra mostra que é possível atender a exigências técnicas, estruturais e estéticas elevadas com ganhos relevantes de eficiência e precisão", diz.

Além do impacto nos prazos, Katz destaca a capacidade da tecnologia de enfrentar gargalos históricos da construção civil, como a escassez de mão de obra qualificada. "O setor vive hoje uma dificuldade real de encontrar profissionais. A impressão 3D reduz a dependência de grandes equipes no canteiro e traz mais previsibilidade ao processo construtivo", avalia.

Outro ponto central, segundo o executivo, é a sustentabilidade. A tecnologia permite maior racionalização do uso de materiais e reduz significativamente a geração de resíduos. "Em uma obra convencional, o volume de entulho é alto. Na construção 3D, o desperdício é muito menor, o que reduz impacto ambiental e custos indiretos, como transporte e descarte", afirma.

Para Katz, a entrega da casa em Nova Lima representa mais do que um projeto isolado e sinaliza uma mudança estrutural na forma de construir no Brasil. "Não se trata apenas de um imóvel, mas de um novo processo construtivo. A impressão 3D tem potencial para transformar a construção civil brasileira, trazendo mais eficiência, sustentabilidade e previsibilidade para um setor que historicamente convive com atrasos e desperdícios", conclui.

SIKA BRASIL ENTRA EM CAMPO COM CAFU

A Sika Brasil realizou, nos dias 09 e 10 de abril, em São Paulo, um evento exclusivo para os seus principais clientes, como parte da campanha "Sika Está Pra Jogo: Construindo Confiança".

Como forma de reconhecimento, os clientes participantes foram homenageados com a entrega de placas comemorativas, simbolizando a importância da colaboração e da confiança construída ao longo da trajetória conjunta.

A programação contou ainda com a participação especial do ex-jogador Cafu, capitão do pentacampeonato mundial da Seleção Brasileira, que realizou uma palestra inspiradora sobre liderança, trabalho em equipe e superação, temas diretamente conectados aos valores da Sika.



Cafu com Romualdo Sandalo, Diretor Geral da Sika, ao lado e com Hiroshi Shimuta, da Nicom, abaixo







DESAFIOS E OPORTUNIDADES NO MERCADO DE TINTAS IMOBILIÁRIAS

POR LUIZ CORNACCHIONI

Depois de um 2024 excepcional, quando as vendas de tintas imobiliárias cresceram quase 6% em volume, no ano passado o ritmo de expansão se reduziu bastante, ficando em 0,4%.

Esse crescimento modesto pode ser visto como positivo, diante da instabilidade e das incertezas que vivenciamos local e globalmente, assim como de problemas como a altíssima taxa de juros que se manteve ao longo do ano. Deve ser mencionado ainda que o forte crescimento de 2024 elevou a base de comparação para 2025, tornando mais difícil uma expansão significativa. Se considerarmos o percentual de crescimento dos últimos dois anos somados, temos 6,3%. Só que a maior parte desse aumento nas vendas ficou concentrada em 2024.

Os dados estatísticos coletados pela Abrafati mostram uma forte variação no desempenho das vendas de tintas imobiliárias no ano passado, de acordo com a região. As duas regiões que concentram praticamente dois terços do mercado nacional apresentaram desempenho fraco: o Sul teve queda de 3,1% e o Sudeste caiu 0,3% em relação a 2024, o que puxou a média nacional para baixo. Já as regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste registraram resultados positivos (4,0%, 2,6% e 3,0%, respectivamente), porém insuficientes para assegurar um crescimento mais robusto do total nacional. O fato é que regiões de consumo menos consolidado de tintas imobiliárias, que têm maior demanda reprimida, tendem a ver crescer as vendas com situação de pleno emprego e programas sociais ampliados. A recuperação do agronegócio e investimentos localizados ajudam a explicar por que Norte, Nordeste e Centro-Oeste foram bem, mesmo diante de um cenário macroeconômico desafiador para a economia brasileira.

OPORTUNIDADES

Não temos dúvidas em relação ao potencial de crescimento das vendas. O Brasil ainda apresenta um consumo per capita relativamente baixo, de pouco mais de 7 litros por pessoa por ano, enquanto em mercados mais maduros esse número supera os 15 litros.

Para visualizar esse potencial, basta circular por qualquer cidade e reparar nos imóveis sem pintura ou com necessidade de repintura. São milhões e milhões de imóveis nessa situação em todo o Brasil! O espaço para o crescimento das vendas vai além disso, pois a tendência de cuidar da casa, fortalecida a partir da pandemia de Covid-19, mantém-se forte, o que elevou a um novo patamar as vendas de tintas imobiliárias.

Outro ponto promissor, por este ser um ano de eleições, são os investimentos em melhorias e infraestrutura urbana. Muitas obras já estão em andamento, voltadas para a manutenção, modernização e ampliação daquilo que já existe, assim como para a construção e implantação de novas estruturas.

Além disso, o agronegócio seguirá levando prosperidade a diversas regiões, o que se reflete diretamente em vendas de tintas que atendam às demandas do crescimento urbano e do investimento em construção de imóveis. Também é um fator positivo a melhor exploração do turismo no Brasil, que está levando a investimentos para atender ao maior fluxo turístico, inclusive do exterior.

O fato é que o Brasil é muito grande e diversificado, existindo sempre demandas a serem atendidas ou criadas. E em praticamente tudo será necessário usar tintas.

PERSPECTIVAS PARA 2026

Sabemos que existe espaço para vender mais, mas mantemos, para este ano, a postura de um otimismo bem cauteloso. Temos a expectativa de alcançar, mais uma vez, um nível de crescimento moderado, próximo ao do PIB. Nossa estimativa, neste momento, é de um aumento de cerca de 2% do volume vendido, na comparação com 2025.

Há uma série de desafios no horizonte, em um mundo em constante transformação como o nosso, em que a única certeza é a da mudança. Mas também haverá inúmeras oportunidades, como comentei acima. Quero ressaltar que, independentemente dos desafios – que sempre existiram e continuarão a existir –, superamos as marcas de 1,5 bilhão de litros de tintas imobiliárias anuais e de 2 bilhões de litros, considerando outros segmentos da indústria, confirmando a nossa posição de quarto maior produtor global, atrás apenas de China, Estados Unidos e Índia. Em poucas áreas o Brasil tem uma posição de tanto destaque.

HAUS DECOR SHOW 2026

Como parte de nossa atuação em prol do desenvolvimento do setor, chamo a atenção para a nossa recente participação na quarta edição da Haus Decor Show, que teve dois focos principais: informar e conscientizar sobre a importância da qualidade das tintas imobiliárias; e destacar o Programa RetornaTinta, nova iniciativa setorial voltada para promover a destinação adequada de sobras de tintas.



No caso da qualidade, nossa proposta foi a de ampliar o diálogo com arquitetos, decoradores e outros especificadores, oferecendo respaldo técnico para escolhas que garantam alta performance e maior longevidade aos projetos. Já para o Programa RetornaTinta, o objetivo foi torná-lo mais conhecido para esses públicos.

Para isso, promovemos talks curtos para a apresentação de informações essenciais sobre esses dois temas, em dois painéis diários. Foi uma inovação muito bem avaliada, que contribuiu para deixar em bastante evidência dois pilares do nosso trabalho: qualidade e sustentabilidade.

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

OBRAMAX MARCA EXPANSÃO ESTRATÉGICA EM SÃO PAULO



A Obramax, maior rede de atacarejo de materiais de construção do Brasil, inaugurou em abril sua mais nova unidade em São Paulo. Localizada no Shopping Interlar Aricanduva, na zona leste da capital paulista, a abertura representou um marco no plano de expansão da empresa, sendo a primeira loja da rede a operar dentro de um shopping center. A solenidade de inauguração contou com a presença de Michael Reins, CEO da Obramax, e Wellington Medeiros, diretor da nova unidade, que recepcionaram autoridades locais e representantes do poder público.

Com um investimento robusto de R$ 100 milhões, a nova unidade ocupa um terreno de mais de 34 mil m² e uma área construída de aproximadamente 22 mil m². Este formato inédito promete transformar a experiência de compra tanto para profissionais da construção civil quanto para consumidores finais, oferecendo um ambiente diferenciado e acessível. A inauguração gerou 200 empregos diretos, além de postos de trabalho indiretos durante a fase de construção, reforçando o compromisso da empresa com a economia local.

Com a nova loja em Aricanduva, a Obramax passou a contar com cinco unidades no estado de São Paulo e um total de 14 estabelecimentos distribuídos no Sudeste e no Sul do Brasil. Agora, a empresa reúne mais de 3 mil de colaboradores, consolidando sua contribuição para a geração de empregos e o desenvolvimento econômico nacional. A expansão em Aricanduva é parte fundamental do plano nacional da Obramax, que visa fortalecer sua presença em mercados estratégicos, como já fez recentemente com as inaugurações em Londrina (PR) e Uberlândia (MG).

Durante a inauguração, Michael Reins, CEO da Obramax, destacou a relevância da nova localização, uma das áreas mais populosas de São Paulo, que abriga cerca de 4 milhões de habitantes: "Nossa decisão de investir em Aricanduva, especificamente no Shopping Interlar, foi norteada por uma visão estratégica clara", afirmou Michael Reins. "A localização privilegiada na Avenida Aricanduva, que serve como uma importante ligação entre a zona leste e o Centro da cidade, nos insere em um ecossistema extremamente favorável ao desenvolvimento da Obramax. Ao mesmo tempo, esta é uma oportunidade de ampliar nosso impacto positivo, gerando empregos, apoiando o desenvolvimento profissional e contribuindo para empoderar os profissionais da construção civil", comentou o CEO.





PRYSMIAN ATUALIZA **EMBALAGENS**

A Prysmian apresenta o novo visual da embalagem do Afumex Green 750V, o primeiro cabo sustentável do mundo ao utilizarbiopolietileno (plástico de origem vegetal derivado da cana-de-açúcar) na camada de isolação, além de incorporar propriedades de baixa emissão de fumaça e livre de gases tóxicos/corrosivos.

Fabricada com material 100% reciclável, a embalagem agora se alinha aos padrões estabelecidos na identidade global da Prysmian, além de reforçar elementos que remetem ao diferencial sustentável da linha.

O novo visual se agrega ao design que auxilia revendedores e instaladores, pois foi pensado para facilitar o armazenamento, o manuseio no dia a dia e o desenrolar mais rápido ao instalar, onde a fixação da ponta do cabo também permite maior controle e menor desperdício de material.

TRAMONTINA LANÇA **SISTEMA DE TRILHO**

A Tramontina apresenta ao mercado a linha de Trilho Eletrificado, sistema de configuração modular, composto por trilhos de sobrepor, spots e luminárias difusas e pontuais, que permite direcionar, destacar ou redistribuir a luz conforme as necessidades do ambiente.

Indicada para aplicações residenciais, comerciais e corporativas, a solução viabiliza diferentes configurações, desde a iluminação geral até a valorização de objetos e a criação de atmosferas específicas, com conforto visual proporcionado pela fonte luminosa recuada, que reduz o ofuscamento.

As luminárias do sistema de Trilho Eletrificado Tramontina podem ser reposicionadas, substituídas e ampliadas ao longo do trilho, permitindo adaptações no layout de forma prática e sem intervenções estruturais. Com montagem simplificada e conexão entre módulos, a solução conta com acessórios para derivações e emendas, incluindo conexões lineares e angulares, acompanhando mudanças no projeto e facilitando a manutenção.



BLACK+DECKER **AMPLIA PORTFÓLIO**

A BLACK+DECKER lançou a Lixadeira de Cinta BEBS0900 e a Tupia para Laminados BETR0500. Os equipamentos atendem desde quem realiza pequenos projetos até profissionais da marcenaria, oferecendo alto desempenho e acabamento impecável, inclusive em áreas de difícil acesso, com maior precisão e eficiência nos trabalhos.

Com novo design, a Lixadeira de Cinta 900W BEBS0900 combina potência e ergonomia para oferecer mais conforto e controle durante o uso. A empunhadura emborrachada e a empunhadura ajustável em três posições garantem estabilidade em diferentes orientações de trabalho. Já a tampa retrátil facilita o acesso a espaços reduzidos, enquanto o botão de ajuste do alinhamento da lixa assegura maior precisão e evita desvios.



Feiras do segmento programadas para

2026

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

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

FESQUA
Feira Internacional da Indústria de Esquadrias
Data: 9 a 12 de setembro/ 2026
Local: São Paulo Expo Exhibition & Convention Center
www.fesqua.com.br

FESQUA AMPLIA ÁREA DE EXPOSIÇÃO

A Fesqua (Feira Internacional da Indústria de Esquadrias) chega à sua 16ª edição com a área de exposições 25% maior em comparação com a edição anterior, atingindo 45 mil m². O espaço recebe simultaneamente entre os dias 9 e 12 de setembro, no São Paulo Expo, o EBRATS (Encontro e Exposição Brasileira de Tratamentos de Superfície); a FEIPAT (Feira da Patologia das Construções); e a Fesqua Vetro, dedicada exclusivamente ao setor vidreiro, e 50% maior em relação a 2024.

O evento conversa com setor que está em alta. Segundo a AFEAL (Associação Nacional de Fabricantes de Esquadrias de Alumínio), o setor de esquadrias de alumínio teve faturamento de R$ 10,53 bilhões em 2024, um aumento de 19,8% na comparação com os R$ 8,79 bilhões obtidos em 2023, superando a alta de 4,3% em 2024 e de 0,5% em 2025 da construção civil, segundo a Câmara Brasileira da Indústria da Construção (CBIC).

Luis Tavares, diretor do Grupo Contramarco, responsável pela Fesqua Vetro, destaca os eventos paralelos "que são fundamentais para evolução da indústria, uma vez que trazem atualização e muito conhecimento para o público. Através deles, nós conseguimos disseminar conhecimento técnico que ajuda a elevar o nível da indústria, fazendo com que serralheiros e vidraceiros encontrem novas maneiras para gerir suas empresas".





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.