

CADA VEZ MAIOR. CADA VEZ MELHOR

# Móveis de Valor

ANO 23 • EDIÇÃO 240 • SETEMBRO DE 2024

Ansiedade no trabalho é  
uma aliada ou inimiga?

Como buscar juros baixos  
para financiar expansão?

Qual é a hora certa para  
abrir uma nova loja?

santos  
**Andirá**

O móvel dos seus melhores momentos.



Conforto é a nova  
ordem no quarto

A NO  
**23**  
LÍDER

    
@moveisdevalor



# Ortobom na Bahia: Inovação, Sustentabilidade e Crescimento Econômico.

O Complexo Simões Filho é o maior investimento da Ortobom no Brasil, com uma área de **130.790 m<sup>2</sup>**, abrigando **sete fábricas**. Com um aporte de **R\$ 320 milhões**, o novo complexo trará inovações tecnológicas e ambientais, como a **única máquina de espumação contínua com sistema expansor de CO<sub>2</sub> no Brasil**. Além disso, a Ortobom é a única fabricante de colchões no país com produção própria de **EPS**.

O complexo também contribuirá diretamente para o desenvolvimento social e econômico da Bahia, com a criação de **900 empregos diretos** e **720 indiretos**.

E isso é só uma parte de tudo o que a Ortobom vem fazendo para cumprir com os **Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Organização das Nações Unidas**. Como iniciativas que já foram reconhecidas pela ONU, podemos citar: a **Universidade Corporativa**, **apoio a vários projetos sociais**, a **Academia de Liderança Feminina**, **ações de diversidade e inclusão**, entre muitas outras.

# Ortobom

Há 55 anos, fazendo o Brasil sonhar com um mundo mais sustentável.



**Q**uando setembro vier... clássico do cinema da década de 1960 mostra que a maior parte do tempo passou sem que se resolvesse todos os problemas que assumimos no réveillon, que tudo seria diferente este ano. Mas há razão para lamentações?

Provavelmente não, afinal o ano se encaminha para números positivos, o primeiro depois dos efeitos da pandemia. A produção iniciou um ritmo acelerado no segundo semestre motivada pelo aumento das vendas no varejo. Até os preços de móveis no comércio aumentaram, devendo bater em dois dígitos, o que não acontece desde 2010, quando a alta chegou a 12,3%.

E nós estamos fazendo a nossa parte, ou seja, levando todos os meses conteúdo estratégico para facilitar a tomada de decisões dos empresários.

Nesta edição mostramos por que os móveis de quarto estão cada vez mais valorizados no mercado. Tratamos sobre a nova jornada das indústrias através do e-commerce e, neste tema, muito além da venda, a importância da logística que garante o sucesso do negócio. E tem o Recommerce, que é a economia circular em ação. Em gestão, saiba como transformar seus dados em decisões inteligentes. Como expandir sua fábrica com financiamentos de juros baixos. E qual a hora certa para abrir uma nova loja?

Em artigo, o advogado André Almeida Gonçalves mostra a vitória bilionária do varejo no STJ sobre restituição de ICMS-ST. O palestrante Moacir Moura pergunta qual o grau de satisfação de seus clientes? E o especialista em gestão, Roberto Daniel aborda os riscos de ergonomia no chão de fábrica.

No Observatório aprofundamos o tema Ansiedade no trabalho, trata-se de uma aliada ou inimiga?

Bed Report mostra a inauguração do laboratório da C-Core na UFMG. Os 40 anos da Plumatex, comemorado ao lado dos clientes, e o ingresso da Castor no Pacto Global das Nações Unidas.

E tem ainda, na MV Decor, informações sobre o crescimento do mercado de móveis de luxo no mundo e o que se viu na Cachoeiro Stone Fair, com destaque para o mobiliário.

Aproveite ao máximo este verdadeiro compêndio de conteúdo do setor moveleiro. Afinal, setembro chegou e o ano caminha rápido para seu final.



@moveisdevalor

REDAÇÃO E ADMINISTRAÇÃO  
Rua Dep. Estefano Mikilita, 125 - 3º andar  
CEP 81070-430 - Portão  
Curitiba - PR - Brasil

CONTATO  
Fone (41) 99912-9877  
www.moveisdevalor.com.br  
moveisdevalor@moveisdevalor.com.br

DIRETORES  
Ari Bruno Lorandi  
aribruno@moveisdevalor.com.br

Inalva Corsi  
inalvacorsi@moveisdevalor.com.br

ADMINISTRAÇÃO/FINANÇAS  
financeiro@moveisdevalor.com.br

REDAÇÃO  
Inalva Corsi - 3035 PR  
Jornalista Responsável  
inalvacorsi@moveisdevalor.com.br

Natalia Concentino - 10431 PR  
natalia@moveisdevalor.com.br

Gabrielly Zem  
redacao@moveisdevalor.com.br

Guilherme Arruda - 5955 RS  
Jornalista convidado  
guilherme@moveisdevalor.com.br

ASSINATURAS E CIRCULAÇÃO  
assina@moveisdevalor.com.br

DIREÇÃO DE ARTE E DIAGRAMAÇÃO  
Bruna Rosário  
arte@moveisdevalor.com.br

COMERCIAL - SUL  
Inalva Corsi - (41) 99912-9877 | 99991-2974  
inalvacorsi@moveisdevalor.com.br

COMERCIAL - SUDESTE  
Cidinha Leal - (17) 98114-3666  
cidinha@moveisdevalor.com.br



Acesse a versão digital desta edição

# SUMÁRIO

## NOSSA CAPA

Ilustra capa desta edição o guarda-roupa Democrata, da Santos Andirá, de Andirá (PR).

[www.santosandira.com.br](http://www.santosandira.com.br)  
(43) 3538-8300



**10**  
ESPECIAL QUARTOS  
Por que móveis de quarto estão sendo mais valorizados

**18**  
E-COMMERCE  
A nova jornada de venda das indústrias de móveis

**22**  
TECNOLOGIA  
É a logística que garante o sucesso do e-commerce

MV  
Decor



**79**  
MV DECOR  
Stone Fair dá destaque aos móveis de pedra

**32**  
GESTÃO  
Como obter financiamentos com juros mais baixos

Qual é a hora certa para abrir uma nova loja?

**48**  
FEIRAS E EVENTOS  
Inovação e muita informação na Feiplar & Feipur

**58**  
CAPA  
Santos Andirá, produzindo bons momentos

**72**  
BED REPORT  
Castor é signatária do Pacto Global da ONU

## SEÇÕES

**06**  
CÁ ENTRE NÓS  
Temos empresas preparadas contra riscos de incêndio?

**08**  
PONTO DE VENDA  
Black Friday: 35% das buscas é por Casa & Decoração

**38**  
ARTIGO  
Qual o grau de satisfação de seus clientes?

**40**  
ARTIGO  
Varejo obtém vitória sobre restituição de ICMS-ST

**44**  
MV OBSERVATÓRIO  
Ansiedade no trabalho é aliada ou inimiga?

**52**  
DESTAQUE  
Micropet vive um momento muito especial

**62**  
DESTAQUE  
Cilax impulsiona o mercado de adesivos industriais

**75**  
DESTAQUE  
Novaya inicia nova fase no mercado brasileiro

**76**  
ARTIGO  
Ergonomia: sua fábrica tem feito a lição de casa?

**78**  
INDÚSTRIA  
Produção de móveis tem alta de 9,2% no ano

## VOCÊ SABE O QUE SIGNIFICA "COMÉRCIO JUSTO"?

"Comércio justo" é um movimento e um modelo de comércio que visa promover condições mais equitativas e justas, especialmente em países em desenvolvimento. O conceito envolve a garantia de que esses produtores recebam um preço justo por seus produtos. Agora eu pergunto, onde fica o "comércio justo" na cadeia moveleira? Este é o maior problema que a cadeia moveleira enfrenta: a política do perde-perde e enquanto isso o consumo fica cada vez menor, pratica-se o famigerado downgrade, perde-se qualidade, os móveis ficam menos atrativos, o consumidor perde a motivação para trocar seus móveis e está completa a tempestade perfeita.

Saiba mais sobre este assunto acessando no QR Code



*"Para ter sucesso, seu desejo de sucesso deve ser maior do que seu medo do fracasso" – Bill Cosby*

## SUA EMPRESA JÁ PRÁTICA AÇÕES DE ERGONOMIA NO CHÃO DE FÁBRICA?

Mais um tema de extrema importância para o setor de móveis e colchões: a ergonomia no chão de fábrica. Apesar de pouco comentado, esse assunto é pertinente, já que se trata do estudo e da aplicação de práticas que buscam adaptar o ambiente de trabalho, as ferramentas e as tarefas às capacidades e limitações físicas dos trabalhadores, com o objetivo de melhorar a saúde, segurança e conforto. Em um contexto industrial, isso inclui a organização dos postos de trabalho, a adequação das máquinas e equipamentos, a postura dos trabalhadores e a prevenção de lesões ocupacionais, como problemas na coluna, nos músculos e articulações.

O assunto é tratado com profundidade aqui



## NUNCA SE VIU O CADE TRABALHAR COM TANTA RAPIDEZ

Em menos de 30 dias o Cade aprovou a aquisição de controle acionário na Tok&Stok pela Mobly. As empresas anunciaram o negócio em 9 de agosto. E antes que o mês se encerrasse a compra estava aprovada sem restrições. A Compra da Copenhagen pela Nestlé foi aprovada em três meses em um processo considerado rápido. E o processo de aquisição da Garoto pela Nestlé demorou 20 anos para aprovação da transação. Será que a rapidez na aprovação do negócio da Tok&Stok se deve a resistência dos fundadores em concordar com a negociação?



## SERÁ QUE TEMOS EMPRESAS PREPARADAS CONTRA RISCOS DE INCÊNDIO?

Apenas em nosso portal, este ano publicamos notícias sobre 18 incêndios em fábricas de colchões e móveis. Não é pouca coisa. No momento o Brasil está em chamas. As previsões são de que haverá maior frequência e intensidade de secas e ondas de calor, entre outros fenômenos naturais. Há necessidade de as empresas disporem de medidas para prevenir os riscos de incêndios. Os principais riscos de incêndio em fábricas de móveis e colchões estão relacionados tanto ao processo produtivo quanto ao ambiente de trabalho. Saiba mais acessando aqui.

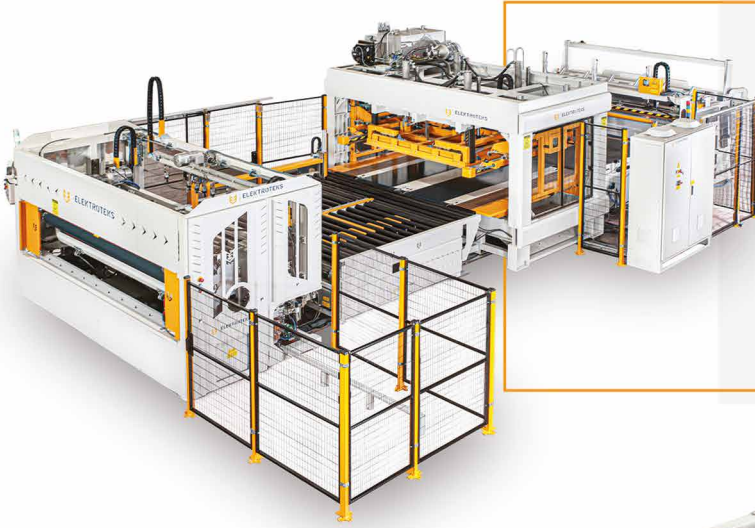




# ELEKTROTEKS

LIVING INNOVATION

## A ESCOLHA DEFINITIVA PARA CADA FABRICANTE DE COLCHÕES



### ET-ROLL-460-SFP

Linha Automática de Embalagem,  
Compressão e Enrolamento de  
Colchões.

### FixET Series

Linha Automática de  
Hotmelt



### KYK-HS2

Máquina Automática de  
Costura de Cadarço  
Para Colchão.

**ELEKTROTEKS FACTORY:** İrfaniye Mah. İrfaniye Gökçeköy Yolu Sok. No:15, D:1,  
16250 Nilüfer/Bursa  
**ELEKTROTEKS LLC USA:** 4104 Eubank Rd, Richmond, VA 23231  
**info@elektroteks.com** **www.elektroteks.com**  
**fabio.syring@elektroteks.com** **+55 11-95172-4202**





**BLACK FRIDAY: 35% DOS CONSUMIDORES BUSCAM POR CASA E DECORAÇÃO**

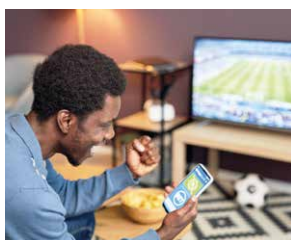
Com a aproximação da Black Friday, dia 29 de novembro, os consumidores já estão pesquisando e monitorando os preços. No entanto, 67% deles disseram que as compras dependerão das promoções e dos preços oferecidos pelas lojas, de acordo com levantamento feito pelo Reclame Aqui. Entre as categorias de produtos que devem ser mais buscadas, o estudo do Reclame Aqui aponta que 35% dos consumidores procuram por itens de casa e decoração, a categoria fica atrás apenas de eletrônicos, eletrodomésticos e moda e vestuário.



**SETOR DE MÓVEIS E ELETROS TEM QUEDA DE 0,3% EM AGOSTO**

O Índice de Atividade Econômica Stone Varejo apontou queda de 0,3% no volume de vendas do setor de

móveis e eletros em agosto, na comparação mensal. O estudo apresenta dados mensais de movimentação varejistas. Entre os seis segmentos analisados, outros dois apresentaram queda: material de construção com baixa de 1,9% e livros, jornais, revistas e papelaria, com 1,5%. Em contrapartida, três registraram alta, liderados por supermercados, produtos alimentícios, bebidas e fumo, com um crescimento de 5,1%, seguido por farmacêuticos (1,3%) e tecidos, vestuários e calçados (1,1%).



**VAREJO SE MOVIMENTA CONTRA CASAS DE APOSTAS ESPORTIVAS**

As casas de apostas esportivas, também conhecidas como “bets”, têm causado preocupação entre empresários do varejo. Embora não haja um número do quanto o crescimento desses jogos afeta o consumo de itens vendidos pelo comércio, entidades do setor se movimentam para buscar restrições a essa prática no Congresso Nacional, e apoio no

**PREÇO DE MÓVEIS DISPARA NO VAREJO EM AGOSTO, SEGUNDO O IPCA**

Em agosto o Índice de Preços ao Consumidor Amplo – IPCA recuou 0,02%, a primeira deflação no ano. Mas o setor de móveis registrou elevação de 1,21%, com pico de 3,48% no segmento de colchão. Este comportamento elevou a alta acumulada no ano de 0,58% até julho para 1,80% até agosto com pico em Belém de 9,59% para 12,03%. Em agosto a maior elevação do IPCA de móveis ocorreu na Região Metropolitana de Curitiba, com 2,82% e houve deflação em Fortaleza (-1,10%) e Recife (0,64%).

IPCA - Variação mensal (%) geral, móveis e segmentos do setor							
*Brasil e RMs	agosto 2024						
	Geral	Móveis	Sala	Quarto	Cozinha	Infantil	Colchão
Brasil	-0,02	1,21	1,51	0,94	1,22	1,02	3,48
Belém (PA)	-0,40	2,22	2,71	2,38	1,04	-	-
Fortaleza (CE)	0,00	-1,10	0,02	-2,54	2,08	-0,98	-
Recife (PE)	-0,07	-0,64	-0,42	-1,10	0,58	-0,23	-
Salvador (BA)	0,03	2,06	1,48	2,91	0,45	3,70	-
Belo Horizonte (MG)	0,13	1,14	1,07	0,40	2,13	-	4,67
Grande Vitória (ES)	0,14	2,40	2,77	2,66	1,30	-	-
Rio de Janeiro (RJ)	-0,08	1,42	1,13	1,93	0,75	-	-
São Paulo (SP)	0,10	0,91	1,79	0,81	-0,41	-	-
Curitiba (PR)	-0,36	2,82	2,52	3,02	3,21	1,43	-
Porto Alegre (RS)	0,18	2,41	0,96	2,61	3,90	-	2,26

\*Regiões Metropolitanas  
Fonte: IBGE - Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo



**REDE DE MÓVEIS É SUSPEITA DE SONEGAR R\$ 74 MILHÕES EM IMPOSTOS**

A Polícia Civil do Distrito Federal investiga uma rede de móveis e eletros suspeita de sonegar mais de R\$ 74 milhões em ICMS. Quando as dívidas se acumulavam, os investigados criavam empresas para continuar com a fraude. De acordo com as investigações, a rede "Cometa" atua em Brasília e em Goiás desde 1997. Os policiais cumpriram 21 mandados de busca e apreensão em Sobradinho, Planaltina e Anápolis. Os investigados também são suspeitos de fraudar uma lei distrital para abrir atacadistas falsas e fornecer mercadorias para empresas do próprio grupo a fim de evitar impostos.

Executivo sobre o tema. Um estudo do Instituto Locomotiva indica que nas classes C D E, parte do dinheiro que era direcionado a poupança (segundo 52% dos respondentes) ou bares, restaurantes e delivery (para 48% dos respondentes) são agora usados para as apostas.

# Expressive Pocket®



## QUALIDADE PREMIUM ao seu **ALCANCE**

Experimente a **sofisticação** e o **conforto** com o novo **colchão Castor**. Nosso tecido em malha super-respirável e as laterais em suede importado proporcionam uma sensação luxuosa a um preço acessível. Com a qualidade que você já conhece e confia.

✓ **CONTEÚDO** | 100% MOLA  
**CONFIÁVEL** | 100% ESPUMA



# Castor®

Um sonho de colchão.

Saiba Mais



f @colchoacastor  
i @colchoescastor  
t @colchoescastor  
p @colchoescastor



## Entenda por quê móveis para quarto são cada vez mais valorizados pelo mercado

APÓS A PANDEMIA AS PESSOAS MUDARAM SEU OLHAR EM RELAÇÃO A IMPORTÂNCIA DE TER UM QUARTO ACONCHEGANTE, FAZENDO COM QUE OS MÓVEIS PASSASSEM A SER MAIS VALORIZADOS

COM ISSO, OS CONSUMIDORES TORNARAM-SE TAMBÉM MAIS CRÍTICOS, OLHANDO MAIS PARA OS DETALHES E AS POSSIBILIDADES DE ACABAMENTOS ATEMPORAIS QUE ESSES MÓVEIS NECESSITAM

CONFIRA O QUE AS INDÚSTRIAS BRASILEIRAS DE MÓVEIS PARA QUARTOS TÊM FEITO PARA SUPERAR ESSES DESAFIOS DE MERCADO, E CONHEÇA ALGUNS LANÇAMENTOS QUE SE DESTACAM EM 2024

O mercado mundial de móveis para quarto deve atingir US\$ 126,2 bilhões em 2024 e US\$ 155,4 bilhões até 2029, um crescimento anual composto (CAGR) de 4,2%. O aumento das vendas desses itens se fortaleceu especialmente depois da pandemia, quando os consumidores passaram a reconhecer a importância de ter mais conforto dentro de casa.

“Sinto que após a pandemia as pessoas passaram a valorizar mais suas residências, pois perceberam como o ambiente que ocupam (o lar) influencia de maneira direta na sua qualidade de vida”, comenta a arquiteta Silvia Coelho.

Com essa mudança de percepção, os quartos passaram a ser cômodos cada vez mais impor-

tantes na hora de mobiliar uma casa. Isso porque sua relevância vai muito além da estética de um ambiente, visto que ter um quarto confortável e aconchegante é a chave para uma boa qualidade de sono e, conseqüentemente, de vida.

“Antigamente os projetos de quartos eram mais focados em criar um ambiente prático e funcional, apenas um local para o indivíduo dormir e recarregar as energias para o dia seguinte. Hoje, o minimalismo evoluiu para abraçar o aconchego e o conforto”, explica Silvia. Ela também observa que desenvolver um espaço funcional continua sendo prioridade, porém a introdução de cores e elementos mais acolhedores como texturas em tapetes, tecidos e estofados proporcionam maior sensação de conforto sem abrir mão da simplicidade.

Outra observação de Silvia é que nos últimos anos os quartos se tornaram ambientes mais compactos, uma consequência da diminuição do tamanho dos apartamentos e das casas dos brasileiros, que tem se tornado cada vez menores. “Por isso é importante pensar em móveis que otimizem o espaço, afinal, cada centímetro faz diferença nesse aproveitamento”, pontua a arquiteta.

Segundo ela, um quarto moderno deve priorizar o conforto do indivíduo aliado à praticidade e funcionalidade para o dia a dia. “Boas circulações e uma boa iluminação também são fatores importantes para criar um ambiente de reconexão, tranquilidade e, principalmente, pausa”, acrescenta Silvia.

### TENDÊNCIAS EM MÓVEIS PARA QUARTOS

De acordo com a arquiteta, uma das principais tendências de móveis para quartos em 2024 é a busca por personalização. “Os roupeiros, por exemplo, estão cada vez mais personalizados em relação às suas divisões e acabamentos. É possível setorizar suas partes internas de acordo com a demanda de cada cliente”, comenta. “O que antes era um espaço apenas para roupas, hoje você pode encontrar espaços para organizar acessórios como óculos, gravatas, joias, cintos e por aí vai”, continua a arquiteta. “A iluminação interna com fita ou perfil de led também segue como uma forte tendência, pois ajuda o usuário a visualizar melhor o espaço interno e facilitar suas escolhas do dia a dia”, acrescenta.

Já em relação às cômodas e cabeceiras, Silvia observa que a principal tendência é a integração entre as duas. “Isso se deve muito ao conceito mais “limpo” no quesito visual dos designs das cabeceiras, e se enquadra na questão de aproveitamento de espaço já que os quartos estão cada vez menores”, explica a arquiteta. “As cabeceiras atualmente ganham maior destaque com o uso de iluminação indireta embutida. O uso de cabeceiras estofadas também está em alta pois traz maior sensação de conforto e, quando aliadas aos designs mais retilíneos, conferem o toque moderno ao ambiente”, pontua.

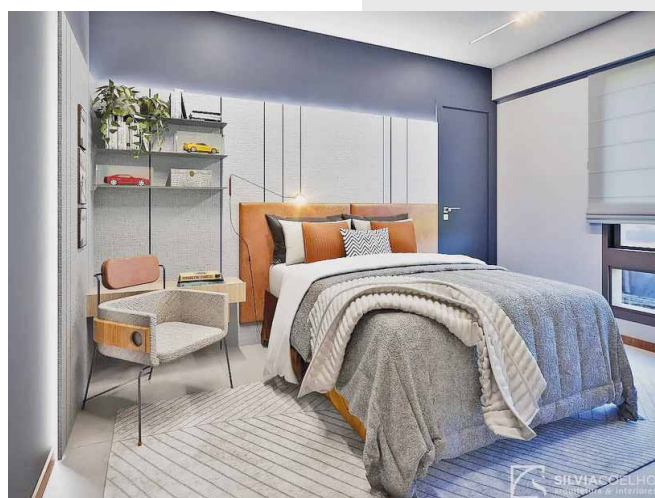
E quando o assunto é diferencial em móveis para quarto, a arquiteta sugere pensar em itens para o desenvolvimento de um cantinho de leitura ou



Arquiteta Silvia Coelho



Projeto de quarto feito pela arquiteta Silvia Coelho



Poltronas e puffs são boas opções de complementos para quartos



Anne Oelke, designer de móveis

um espaço de relaxamento com uso de poltrona e puff ou um recamier. “Havendo um espaço generoso de circulação em frente à cama também gosto de sugerir um banco de design ou projetado como apoio para calçar sapato, decorar ou para proporcionar mais espaço para guardar o que for necessário”, destaca Silvia, enfatizando que os móveis escolhidos devem refletir a personalidade do usuário.

“É importante pensar em um ambiente que consiga aliar funcionalidade com praticidade e conforto. O uso de adornos com valores afetivos também é uma boa dica na decoração de quartos”, observa a arquiteta, acrescentando que em ambientes pequenos portas em espelho são uma boa opção para otimizar espaço e conferir maior amplitude e brilho ao quarto.

#### **CUIDADOS ESPECIAIS EM MÓVEIS PARA QUARTO**

“Sempre que fazemos um projeto de dormitório, precisamos pensar e focar em primeiro lugar no usuário deste local. É importante unirmos as necessidades com os desejos do cliente”, explica a designer de móveis Anne Oelke.

“Nem sempre o que a pessoa deseja é o que ela necessita. Por isso temos que ter sensibilidade na hora do briefing”, continua a designer, destacando que cada pessoa possui uma necessidade diferente para um quarto.

Ainda segundo ela, o ponto mais importante na hora de pensar em móveis para dormitório é entender que é preciso ir além das questões funcionais de espaço de armazenamento e ergonomia no uso, é preciso pensar em um design focado no conforto do usuário. “Neste ponto, gosto de reiterar que questões como bom aproveitamento de espaços, combinações de cores, materiais e iluminação adequada são fundamentais para um quarto aconchegante”, observa.

Para ela, outro ponto de atenção é que, com os quartos se tornando cômodos cada vez mais valorizados pelos consumidores, as pessoas passaram a ser mais críticas e detalhistas em relação aos móveis escolhidos para esses ambientes. “O mercado tem valorizado muito mais os detalhes e acabamentos internos dos móveis para quartos, principalmente roupeiros e closets no que diz respeito a cores diferenciadas com aspecto de tecido e, também, nos acessórios e ferragens que agregam valor ao todo, como divisórias para roupas íntimas, joias, óculos, calceiros, cabideiros iluminados, entre outros”, enfatiza Anne.

A designer também destaca que atualmente as principais tendências em relação a móveis para quarto é o uso de MDF com acabamentos que remetem tecidos, cores sólidas ou mesmo madeira natural. “Também estão em alta acabamentos atemporais que remetem ao conforto. Assim como cores com tonalidades mais beges ou beges acinzentados”, observa Anne, acrescentando que leds com cores quentes e neutras não podem faltar nesses móveis.

“Em relação à madeira percebo que os tons que mais têm sido valorizados pelo mercado são os médios como o Freijó e o Carvalho”, conclui a designer.

#### **NOVIDADES DAS INDÚSTRIAS BRASILEIRAS**

Ao pensar em móveis para quarto é preciso lembrar que os consumidores visam ambientes que sigam sendo modernos com o passar dos anos, isso porque o projeto de um dormitório



# Mais segurança para as decisões financeiras da sua indústria

## Conheça melhor os seus clientes

Com a nossa solução de análise de dados, você terá acesso a informações estratégicas sobre seus clientes, tornando sua decisão de crédito mais inteligente e reduzindo a inadimplência da sua indústria.

Acesse o site

**[www.blu.com.br/industria](http://www.blu.com.br/industria)**  
para saber mais ou aponte  
a câmera do celular e entre  
em contato com nosso time >



**Blu.** O banco digital que gera mais economia para o varejo e mais venda para a indústria.

0800 326 0966

[comercial.industria@useblu.com.br](mailto:comercial.industria@useblu.com.br)

[blu.com.br](http://blu.com.br)



Beliche Ema, da Cimol Móveis

é sempre feito para durar por um longo período. É por isso que os lançamentos desse setor precisam ser atemporais, ao mesmo tempo que seguem as tendências do momento. Para entender melhor esse conceito, confira alguns exemplos de móveis para quarto que tem se destacado no mercado brasileiro:

### **Beliche Ema - Cimol Móveis**

O beliche Ema é um móvel montessoriano cuidadosamente projetado para oferecer conforto e segurança às crianças. Com um design funcional e moderno, sua estrutura é feita em MDF com acabamento em laca, proporcionando um toque suave e elegante. A pintura UV garante maior durabilidade e resistência, preservando sua beleza por mais tempo. Ideal para ambientes infantis, o beliche não só otimiza o espaço, mas também promove autonomia e independência, características essenciais da filosofia montessoriana. Perfeito para criar um ambiente aconchegante e cheio de estilo.



Guarda-Roupa Valência, da Móveis Europa

### **Guarda-Roupa Valência - Móveis Europa**

Esse móvel combina elegância, praticidade e qualidade. Fabricado 100% em MDF, ele oferece alta durabilidade e acabamento refinado, sendo uma ótima escolha para compor qualquer ambiente com modernidade. Com suas dimensões generosas, o Valência oferece um amplo espaço interno, pensado para o uso de duas pessoas. Suas divisões bem organizadas permitem guardar roupas e acessórios com facilidade, evitando a desordem e otimizando o espaço no quarto. Um diferencial importante são suas seis gavetas, das quais duas possuem chave, garantindo segurança para guardar pertences pessoais importantes. E, para completar, o fundo do guarda-roupa é parafusado, proporcionando mais firmeza e estabilidade à peça. Além disso, seus puxadores de madeira oferecem um toque sofisticado, combinando perfeitamente com o estilo moderno que ele propõe.



Roupeiro New Braga, da Leifer Móveis

### **Roupeiro New Braga - Leifer Móveis**

O Roupeiro New Braga, da Leifer Móveis, é composto por puxadores usinados em madeira, portas ripadas e dobradiças slow motion que impedem as portas de bater. Ele conta com espelhos opcionais que proporcionam amplitude aos ambientes e um ótimo espaço de armazena-

mento com sapateiras e amplo espaço interno. Suas medidas também foram pensadas para um melhor encaixe nos ambientes, proporcionando otimização de espaço. Esse móvel conta com 2400 mm de altura.

### **Modulados premium - Robel Móveis**

A linha de dormitórios Modulados Premium da Robel também segue a tendência de aproveitamento de espaço, com um visual elegante e moderno. São diversas variações de módulos que podem ser montados de acordo com as medidas de cada ambiente. Essa versatilidade garante a possibilidade de inúmeras variações que podem ser personalizadas pelo gosto de cada cliente, oferecendo um ambiente inovador e sofisticado.

### **Roupeiro R582 - Móveis Kappesberg**

Esse roupeiro combina a durabilidade do MDF com a sofisticação da cor azul profundo. Traz uma divisão interna igual dos dois lados, possui um design clássico, com seis portas e quatro gavetas. Produzido 100% em MDF, essa peça garante robustez, firmeza e qualidade. O R582 também traz a exclusiva tecnologia do puxador cava embutido que, além de praticidade, proporciona um design lindo e um acabamento perfeito. Outro diferencial é sua estrutura com nichos de tamanhos diferentes, ideais para guardar calçados e roupas dobradas nas prateleiras. Seus cabideiros metálicos e com suporte interno, facilitam a organização de peças maiores. Já as gavetas com correções telescópicas permitem a abertura total otimizando o espaço interno. O destaque final fica para seu sistema de amortecimento nas portas, que proporciona fechamento suave e sem ruídos.

### **Roupeiro Magnum - Móveis Carraro**

O Roupeiro Magnum é um produto de design moderno, com um espaço interno de ótima configuração que inclui cabideiros em alumínio, correções telescópicas, muitas prateleiras e espelho opcional. Suas portas de correr possuem acabamento de cores reversíveis em pintura UV, garantindo mais possibilidades de adaptação. Por ser um roupeiro com divisória "ele e ela", o Magnum garante personalização para diferentes necessidades. Suas portas de correr são práticas e modernas que promove economia de espaço e facilita o acesso ao interior do armário, porque elas deslizam



Modulados premium, da Robel Móveis



Roupeiro R582, da Móveis Kappesberg



Roupeiro Magnum em Freijó com Avelã, da Carraro



Cama Amalfitana, da Bonan Móveis

lateralmente. Por fim, seu design conta com detalhes em ripado que adicionam um toque estético e sofisticado ao roupeiro combinando funcionalidade com estilo.

### **Cama Amalfitana - Bonan Móveis**

A cama Amalfitana da Bonan se destaca por seu modelo orgânico com um design minimalista, acabamento em linho, linhas curvas e uma aparência macia que faz com que o ambiente se torne mais relaxante para longas noites de sono. Ela está disponível na cor Linho Areia e nos tamanhos casal, queen e king. Todas essas possibilidades têm feito este móvel se destacar no portfólio da empresa, sendo um sucesso de vendas entre seus clientes.



Bicama, da Kasper Móveis

### **Bicama - Kasper Móveis**

Esse ano a Bicama da Kasper chegou ao mercado com um novo design em sua cama auxiliar e com uma nova tonalidade. Este móvel apresenta um design moderno e aconchegante, ideal para ambientes infantis e juvenis. Feita em madeira de alta qualidade, ela proporciona conforto e durabilidade. O espaço inferior conta com uma cama auxiliar deslizante, perfeita para otimizar o espaço e oferecer praticidade. Essa Bicama combina funcionalidade com design moderno, sendo uma peça que além de prática, decora o ambiente.



Modulado Setiba em Carvalho com Off White, da Móveis Rimo

### **Modulados Setiba - Móveis Rimo**

A linha de modulados Setiba possui mais de 30 opções de módulos, que incluem funções de guarda-roupas, nichos, cantoneiras, mesa de cabeceira lateral, entre outras. O conjunto pode ser vendido com todas as peças ou apenas com os módulos escolhidos, dependendo da necessidade de cada consumidor. Seu diferencial começa pelo design com linhas retas e clássicas, 100% em MDF. Já no guarda-roupas, há a opção das frentes em vidro reflecta, que dão charme ao resultado. A cantoneira possui detalhes ripados que garantem elegância. Em funcionalidade, um destaque dessa linha é o canto closet com duas gavetas que favorece a organização e o aproveitamento total do quarto. Por dentro há um amplo espaço e ótimos recursos para acomodar peças, dentre eles, cabideiro duplo, prateleiras e maleiro. ■

# HIGH design

ULTRAVIOLETA PAINT

COLEÇÃO 2025

# Styles

## VISUAL MODERNO E CRIATIVO

O uso de formas geométricas podem criar um visual moderno e organizado, enquanto curvas suaves e formas orgânicas introduzem um toque de suavidade e fluidez.



Escanei o código QR e tenha acesso ao nosso catálogo digital.



@tintasfarben

farben.com.br

# FARBEN



## E-commerce B2B: a nova jornada de venda das indústrias de móveis

ENGANA-SE QUEM PENSA QUE O MERCADO DIGITAL SÓ TRAZ RESULTADOS PARA O VAREJO, COM AS VENDAS ONLINE CRESCENDO AS INDÚSTRIAS TÊM PERCEBIDO UMA NOVA OPORTUNIDADE DE EXPANSÃO DE VENDAS NOS CANAIS DIGITAIS

ALÉM DA REDUÇÃO NO TEMPO ENTRE PEDIDO E ENTREGA, O E-COMMERCE B2B PROMETE VANTAGENS NAS NEGOCIAÇÕES DE MATÉRIAS-PRIMAS, COM A POSSIBILIDADE DE FAZER PARCERIAS COM CLIENTES DE DIFERENTES LOCALIDADES

A TEXLIVING É PRECURSORA NAS VENDAS ONLINE B2B NO PAÍS E, MESMO COM POUCO TEMPO DE ATUAÇÃO NESTE CANAL, JÁ PERCEBEU QUE 80% DOS CADASTROS SÃO DE CLIENTES NOVOS, COMPROVANDO O POTENCIAL DESTES MODELOS DE VENDAS

O e-commerce cresce mês a mês no Brasil e se tornou o principal canal de compras de muitos brasileiros. Só no primeiro trimestre de 2024, o mercado digital alcançou a marca de R\$ 44,2 bilhões, com um crescimento de 9,7% em relação ao ano de 2023. Utilizado não somente por consumidores finais, mas cada vez mais adotado nas operações entre empresas B2B, o e-commerce promove a redução no tempo entre o pedido e a entrega e garante uma boa vantagem para as negociações de matérias-primas.

O Brasil é considerado um dos principais países com foco mobile-first, com mais de 156 milhões de brasileiros usando a internet por meio de celulares. O Mercado Livre, a Amazon Brasil e a Shopee são os maiores e-commerces do país. Só em 2023 esse mercado teve um faturamento médio de R\$ 185,7 bilhões, com um ticket médio de R\$ 470,00, 395 milhões de pedidos e cerca de 87,8 milhões de consumidores virtuais. Com esses números do varejo subindo, as grandes indústrias começaram a perceber a necessidade de entrar no mundo digital

também e, aos poucos, o e-commerce B2B está se estabelecendo no país.

Rodrigo Bandeira, vice-presidente da ABCComm, explica que o que faz as empresas estarem cada vez mais decidindo investir no e-commerce é a possibilidade de ter uma vitrine virtual visível para todo o Brasil, expandindo suas oportunidades de novos negócios. “Sem contar que os produtos ficam disponíveis para aquisição 24h por dia de domingo a domingo”, enfatiza o vice-presidente. “Além disso, outra vantagem das lojas online é que elas podem desfrutar da automatização dos processos de vendas e, conseqüentemente, têm seus custos reduzidos em relação a uma loja física”, continua Bandeira.

Ainda segundo ele, para se destacar no e-commerce nacional, o primeiro passo que as indústrias devem dar é o desenvolvimento de uma boa estrutura tecnológica para o site com múltiplas integrações entre sistemas. “Isso favorece a compatibilidade, no caso da indústria, com a tecnologia utilizada por seus clientes e parceiros”, observa o vice-presidente. “Também é preciso pensar em uma logística que dê suporte de distribuição rápida nacionalmente e montar um grupo de ações de marketing digital voltados para construção de marca e divulgação da empresa e dos produtos”, acrescenta Bandeira.

E para quem deseja se arriscar no e-commerce B2B é importante enfatizar que, além das vantagens, há também muitos desafios que precisam ser enfrentados. Para começar, ao ingressar no mercado digital as empresas passam a concorrer não só com indústrias de todo o país mas também com grandes nomes internacionais. No entanto, a vantagem vai para quem atua aqui, isso porque a logística, o câmbio e os trâmites alfandegários costumam ser um fator decisivo para que elas sejam escolhidas pelos consumidores brasileiros.

“Também é preciso pensar em meios de pagamento que suportem online, especialmente nas negociações B2B, para evitar lentidão na consolidação das transações, o que pode levar a desistências”, destaca Bandeira. “Outro ponto de atenção é a administração do conflito entre os canais de distribuição e o varejo, isso porque é preciso pensar em manter a cadeia sem prejudicá-los”, continua o vice-presidente, acrescentando que encontrar transportadoras adequadas ao transporte entre a indústria e o

cliente final é essencial nesse processo.

### A JORNADA DA TEXLIVING

Um exemplo de indústria que embarcou no e-commerce recentemente e obteve sucesso nessa jornada é a importadora têxtil de tecidos planos e malha, Texliving. Marcelo Canali, gerente nacional de operações comerciais da empresa, conta que a decisão de começar a vender no mercado digital se deu na pandemia, quando os consumidores passaram a comprar majoritariamente pela internet. “O comportamento dos clientes vem mudando e isso nos fez entender que precisávamos atuar mais fortemente no mundo digital”, enfatiza Canali.

De acordo com o gerente, o e-commerce ainda não substitui a força de vendas físicas da Texliving, mas ajuda muito na tomada de



Rodrigo Bandeira, vice-presidente da ABCComm



Para embarcar no e-commerce B2B é preciso pensar em uma logística que dê suporte de distribuição rápida nacionalmente



Marcelo Canali, gerente nacional de operações comerciais da Texliving

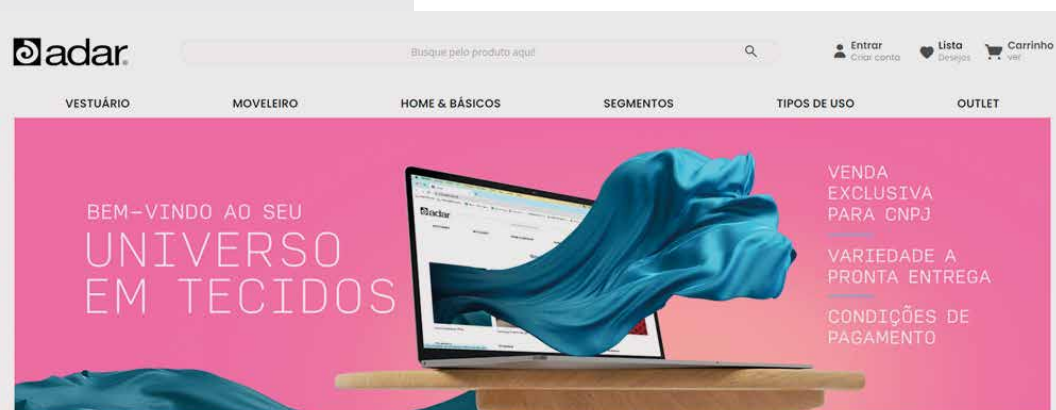
decisões dos clientes. “Pela internet eles conseguem acessar nossa gama de produtos com qualidade de imagem e mais informação num único lugar. Além disso, conseguimos atender clientes distantes dos grandes centros”, pontua Canali. Ele também observa que os desafios de atuar no mercado digital são imensos para as indústrias têxteis, especialmente porque seus produtos necessitam de um apelo tátil maior do que outros itens comercializados online. “Esse setor é muito tradicional e conservador, mas o perfil de cliente e a velocidade que ele quer a informação vem mudando e, nesse sentido, o e-commerce proporciona uma ótima experiência”, enfatiza o gerente, acrescentando que o desejo da Texliving é ser pioneira no e-commerce B2B de grandes volumes.

Além dos desafios de ser precursora na atuação desse setor em canais digitais, há também muitas vantagens de embarcar nessa jornada antes da concorrência. “Atuar no e-commerce é sinônimo de ter todos os potenciais clientes ao alcance da nossa empresa. Sem esse modelo seria impossível encontrarmos clientes distantes dos grandes centros”, destaca Canali. “Outra vantagem é que no canal digital conseguimos proporcionar uma jornada de compra mais completa para nossos clientes”, continua o gerente.

E, mesmo que o ingresso da Texliving no mercado digital seja recente, a empresa já tem colhido resultados positivos. “Tivemos um número de cadastros muito grande nesse começo e vários desses clientes já efetuaram compras pelo site. Além disso, mais de 80% dos clientes cadastrados não eram clientes da Texliving (e do Grupo Adar), ou seja, estamos captando novos clientes que antes não conseguíamos alcançar”, comemora Canali.

Ainda segundo ele, o objetivo da empresa não é que o e-commerce se torne seu principal canal de vendas, mas que siga sendo um canal complementar. “Nosso foco sempre é nossa força de vendas de representantes, e o e-commerce é uma ferramenta que facilitará a venda do nosso representante na rua e alcançará novos clientes”, explica. E, para alcançar esse objetivo, Canali conta que a empresa tem investido em ações de marketing e na imagem da marca. “Nossa estratégia de mídia online é baseada em pesquisa de mercado atuando em regiões potenciais que nosso time de vendas não está tão presente”, revela o gerente. “Também temos fortalecido a divulgação do nosso grande mix de produtos, com preços muito competitivos”, acrescenta.

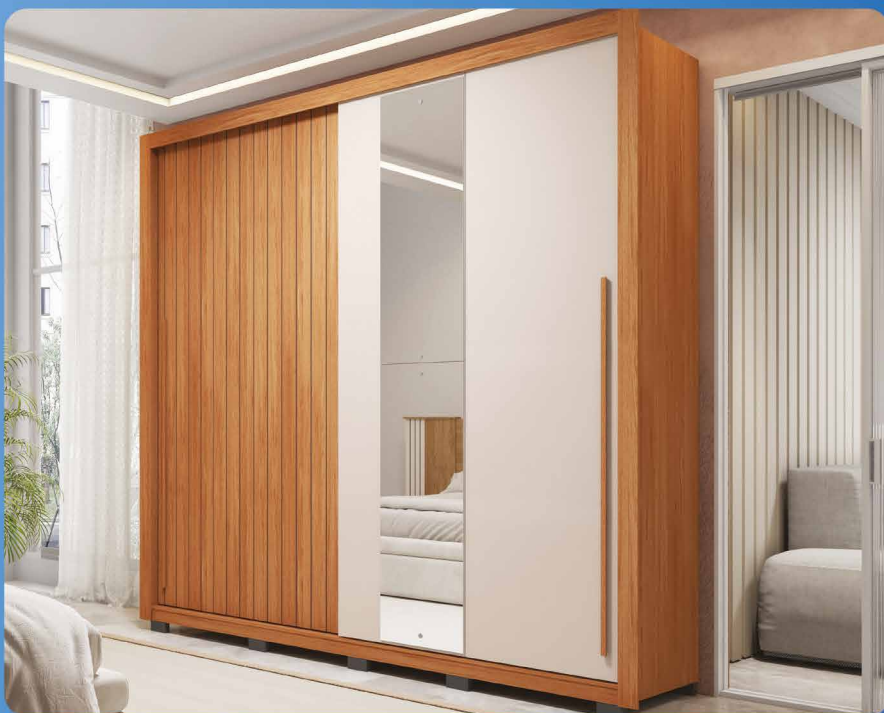
Por fim, Canali adianta que para os próximos anos a Texliving pretende continuar crescendo através de um mix de produtos cada vez mais diferenciados para alcançar públicos diferentes. “Além disso, desejamos não só inovar em produtos, mas também em tecnologia para proporcionar uma experiência cada vez mais completa para nossos clientes”, finaliza o gerente. ■



Página de e-commerce da Texliving

# os queridinhos do **BRASIL!**

instagram.com/  
caemmunmovelaria  
facebook.com/  
caemmun  
youtube.com/  
movelariacaemmun



Roupeiro Romanus 2.4 - Freijó/Off White

Apresentamos o **Roupeiro Romanus** e a **Bancada para TV Tannen**.

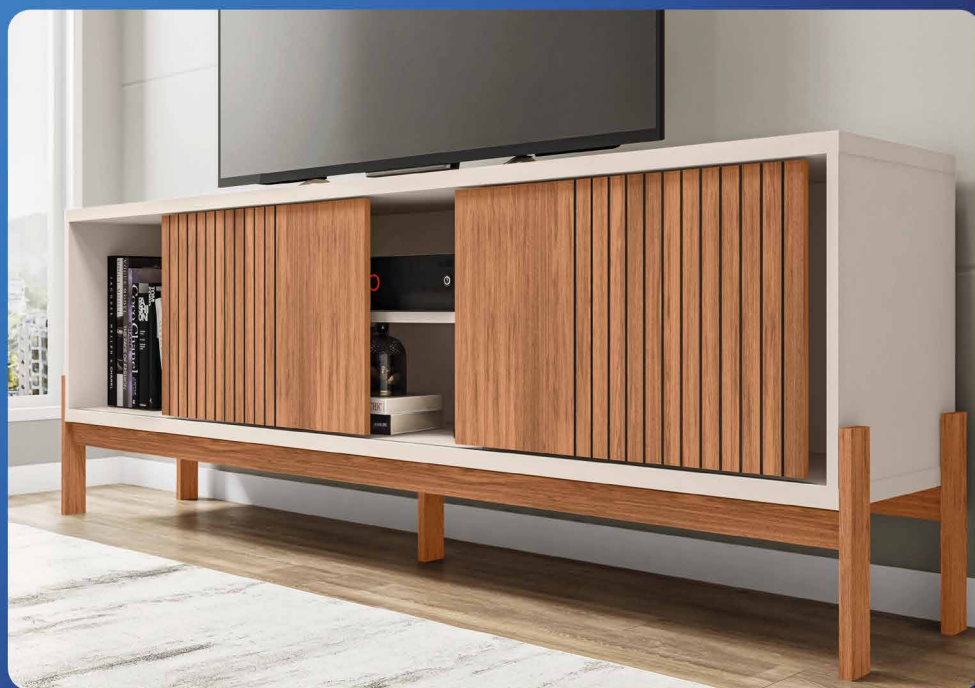
Essa dupla **imbatível** conquistou todos os corações e estão fazendo o maior **sucesso**, transformando milhares de lares com sua **qualidade, durabilidade e estilo**.

Não **perca** a chance de ter os móveis mais **desejados** do Brasil!

## Juntos, eles formam a dupla **PERFEITA** para sua loja.



Somos comprometidos com a **SUSTENTABILIDADE**



Bancada Tannen 1.8 - Off White/Freijó

**caemmun**  
movelaria

Importe-se com o  
**essencial**

LIDER  
DESIGN

lider  
casa

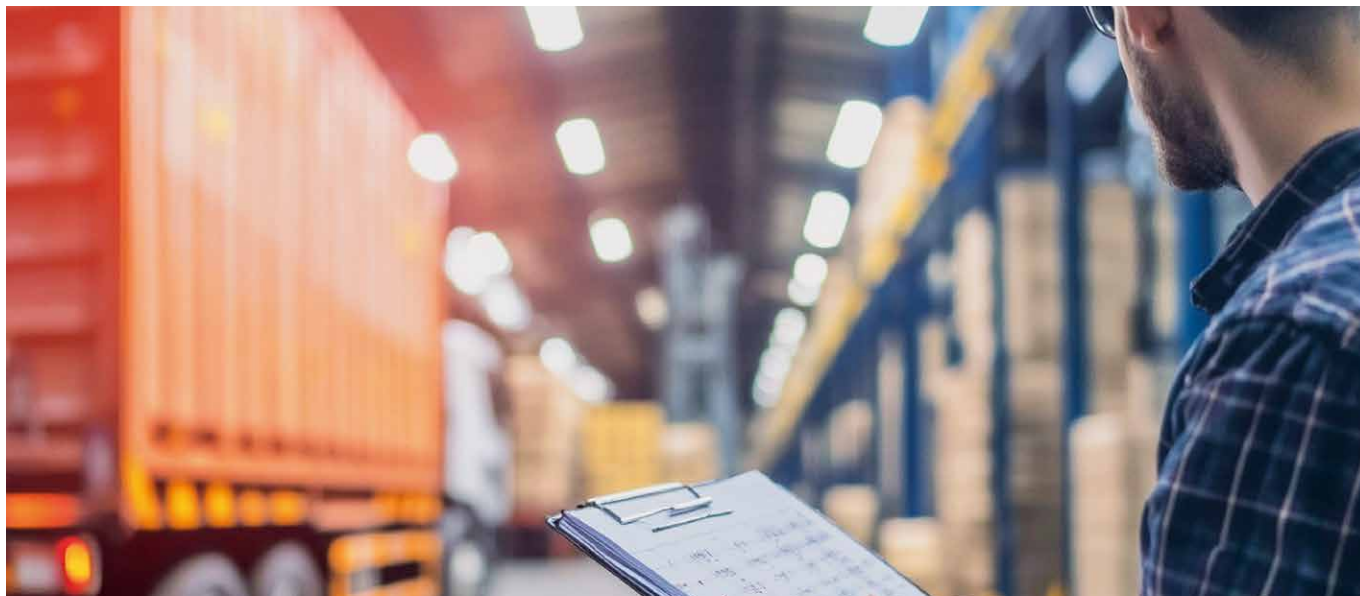
profissional  
beleza

overseas

opt

caemmun

MCA



## Muito além da venda na internet é a logística que garante o sucesso

SEGUNDO PESQUISA DA MORDOR INTELLIGENCE, O MERCADO DE MÓVEIS É PROJETADO PARA ALCANÇAR US\$ 688,74 BILHÕES EM 2024. PARTE DISSO VEM DAS VENDAS ONLINE

COM TANTAS PESSOAS INTERESSADAS EM COMPRAR MÓVEIS EM MARKETPLACES OU E-COMMERCE, É PRECISO UM PROCESSO LOGÍSTICO EFICIENTE PARA GARANTIR A SATISFAÇÃO DO CLIENTE

ALÉM DO CONTENTAMENTO E POSSÍVEL FIDELIZAÇÃO, A OTIMIZAÇÃO E AUTOMAÇÃO LOGÍSTICAS GARANTEM UM TRANSPORTE MAIS EFICIENTE E RENTABILIDADE AOS VENDEDORES

**N**ovamente vamos abrir espaço para a compreensão de algo que é cada vez mais forte no setor moveleiro, a criação de lojas online. Já tratamos sobre vantagens, crescimento do e-commerce do setor, indústrias que criam sua própria loja B2B, gigantes do varejo eletrônico e por aí vai, mas dessa vez queremos falar sobre logística e gestão financeira, aspectos fundamentais para se destacar nesse mercado. Afinal, como se sabe, os consumidores estão cada vez mais exigentes e imediatistas, por isso o frete não pode ser caro e nem a entrega demorada.

Vamos começar com uma definição sobre a importância da logística no mercado, independentemente de segmento. Ela é responsável

pelo planejamento, organização e controle das atividades relacionadas aos sistemas de distribuição de uma empresa. Nesse sentido, o processo logístico abrange o deslocamento de materiais, produtos e serviços, desde o local de origem até o destino de consumo.

Existem diversas modalidades de logística, como a gestão de estoques, o manuseio de materiais e o gerenciamento de operações.

Agora, voltando para o setor de móveis, especificamente, podemos afirmar que o gerenciamento logístico influencia diretamente na eficiência operacional e na satisfação dos clientes ao longo do tempo.

Segundo a pesquisa da Mordor Intelligence, o mercado de móveis é projetado para alcançar um valor de US\$ 688,74 bilhões em 2024, com uma expectativa de crescimento para US\$ 903,14 bilhões até 2029. Isso representa um crescimento a uma taxa composta anual (CAGR) de 5,57% durante o período de 2024 a 2029.

Inclusive, cabe lembrar que a pandemia da Covid-19 alterou drasticamente o panorama da indústria moveleira. As interrupções na cadeia de abastecimento e a proibição temporária do comércio global tiveram um impacto significativo nos países que dependiam fortemente das importações de mobiliário.

A pandemia levou cerca de 58% da população mundial a aderir à política de permanência em casa por um período prolongado, de acordo com os dados da Mordor Intelligence, motivando os clientes a otimizarem as suas casas e mobiliário em resposta ao aumento do tempo passado em casa. O que, conseqüentemente, mostrou a importância de investir na melhora da automatização de processos e digitalização.

Com base em todas essas informações, é importante deixar claro que o gerenciamento logístico não é apenas uma questão de transporte de produtos, considerando a linearidade entre o ponto A e o ponto B. Na realidade, trata-se de uma operação muito mais complexa, que abrange desde a aquisição de matérias-primas até a etapa de entrega final ao consumidor. Ainda nessa perspectiva, uma logística eficiente garante que todos os produtos sejam entregues de forma segura, no prazo estipulado e com o menor custo possível, além de reduzir desperdícios.

Por falar em custos, Luigi Sceppa Gonzaga, executivo comercial do Koncili – conciliador financeiro para marketplaces, uma entrega malfeita traz conseqüências financeiras ao vendedor. “Atendemos vários clientes do segmento de móveis e sabemos que, ao vender em uma vitrine de marketplace, o lojista está sujeito a possíveis penalidades ou problemas com cancelamentos se a entrega não for efetuada corretamente, danificando produtos, ou os extraviando. Tudo isso vai gerar um impacto na performance das vendas e rentabilidade”, afirma.

Ele acrescenta que “pequenas e médias empresas que possuem uma logística com um parceiro seguro, podem evitar muitos problemas com cancelamentos e penalizações. Isso por si só ajuda mais do que apenas um fornecedor mais barato, tendo em vista que você acaba economizando em uma cotação, mas gastando em retrabalho”, acredita.

Luigi Gonzaga resume bem: “A balança de ter um preço atrativo junto a logística própria ou aderindo a logística do marketplace em que a loja está inserida, deve levar em consideração não somente preço, mas a agilidade e segurança dessa entrega, garantindo um tripé sustentável”.

### **QUAIS OS MAIORES DESAFIOS NO SETOR DE MÓVEIS?**

A logística no setor de móveis também envolve o gerenciamento de grandes volumes e dimensões de produtos, que exigem cuidados especiais durante o transporte e armazenamento. Assim, um planejamento logístico bem estruturado pode ser a diferença entre manter a competitividade no mercado ou perder clientes para concorrentes mais ágeis e eficientes. É nesse ponto que encontramos dificuldade em



Luigi Sceppa Gonzaga, executivo comercial do Koncili



Um bom processo logístico garante que produtos sejam entregues de forma segura e no prazo estipulado

conversar com empresas que realmente atendem esse segmento.

Por exemplo, os e-commerces e marketplaces de móveis não vão utilizar os Correios para entregar seus produtos, já que são grandes, pesados e exigem cuidados diferentes de outros itens. Em uma rápida pesquisa, descobrimos que transportadoras famosas, como a Loggi (parceira de tantos varejistas), não fazem esse tipo de entrega por conta da restrição em relação ao tamanho e peso de pacotes. Porém, a Jadlog, que é parceira da MadeiraMadeira e possui experiência logística nesse setor declinou nosso convite para uma entrevista sobre o assunto.

É simples, móveis volumosos requerem veículos especializados e um cuidado adicional durante o manuseio para evitar possíveis danos, o que pode acabar aumentando os custos relacionados às operações logísticas. Outro aspecto é que a variedade nas dimensões e características dos móveis apresenta desafios para a padronização logística, exigindo soluções personalizadas para garantir a integridade dos produtos durante o transporte.

Algumas transportadoras, como é o caso da Trans Design, se especializaram nesse serviço (mostramos na edição 235 da Móveis de Valor no especial sobre Serviços) e conseguem otimizar e automatizar os processos logísticos por meio do uso da Inteligência Artificial. Além disso, ela usa embalagens adequadas, faz o monitoramento das condições de dentro do veículo e conta com mão de obra qualificada.

Mas, nem sempre esse é o caso e as lojas podem tentar alternativas para que os móveis cheguem



Nem toda transportadora é capaz de fazer o transporte de móveis, por conta do volume das caixas e cuidados especiais

perfeitos até seus clientes. Segundo uma pesquisa feita pela equipe de conteúdo da Conversion, ao investir em tecnologia para automatizar determinadas tarefas, como gestão de estoques e rastreamento de entregas, torna-se possível minimizar erros e aumentar a eficiência na totalidade. Sistemas de gestão integrada possibilitam o monitoramento da cadeia logística em tempo real, facilitando a tomada de decisões.

Outro aspecto importante é a gestão de estoques baseada no modelo Just-in-Time (JIT). Esse modelo permite a reposição de materiais apenas quando necessário, exigindo uma logística bem coordenada e comunicação eficiente com os fornecedores, resolvendo diretamente as questões relacionadas a estoque e armazenamento.

Além disso, a roteirização inteligente também é importante nos processos logísticos. Softwares especializados permitem planejar rotas mais curtas e eficientes, considerando variáveis como trânsito, localização dos clientes e condições climáticas, contribuindo para a redução de custos de transporte e, por consequência, para a eficiência das entregas.

Considerando os fatores relacionados à eficiência das entregas e do transporte, a terceirização de frotas mostra-se como uma solução vantajosa para muitas empresas do segmento. Terceirizar as frotas na logística pode reduzir despesas com manutenção de veículos, combustível e gestão de motoristas.

Além disso, a flexibilidade proporcionada pela terceirização também permite ajustar a capacidade de entrega conforme a demanda, evitando a ociosidade dos ativos enquanto otimiza recursos.

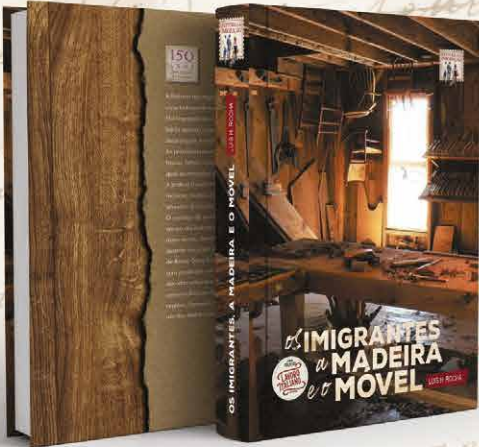
Em tese, adotar estratégias de otimização no gerenciamento logístico pode resultar em diversos benefícios. Entre os principais, destaca-se a redução de custos operacionais, uma vez que processos mais eficientes resultam em menor desperdício de recursos e otimização do tempo. Nesse aspecto, conciliadores financeiros como o Koncili, em que atua Luigi Gonzaga, ajuda o vendedor a garantir assertividade de informações e simplifica o controle financeiro, facilitando a identificação de discrepâncias e alcançando uma gestão estratégica mais eficaz. ■

*Com informações da Conversion*

O MINISTÉRIO DA CULTURA APRESENTA  
OS IMIGRANTES, A MADEIRA E O MÓVEL

# QUEM CONHECE O SETOR MOVELEIRO SABE DAR O DEVIDO VALOR A ESSA HISTÓRIA.

www.rochapropropaganda.com.br



A Móveis de Valor é líder na comunicação do setor moveleiro em todo o Brasil. Reconhecida pelo protagonismo na defesa dos interesses da indústria moveleira nacional, é também apoiadora institucional do livro *Os Imigrantes, a Madeira e o Móvel*.



PATROCINADORES OFICIAIS



Lei de Incentivo à Cultura  
Lei Rouanet

APOIO

Móveis de Valor

RANDONCORP

REALIZAÇÃO



MINISTÉRIO DA CULTURA



woodworking technology

GOVERNO FEDERAL



UNIÃO E RECONSTRUÇÃO



# Recommerce é a economia circular em ação no mundo

HÁ INTERESSE CADA VEZ MAIOR, ESPECIALMENTE DOS MAIS JOVENS, NA COMPRA DE PRODUTOS SEMINOVOS ONLINE. OS MÓVEIS FAZEM PARTE DESSE MERCADO

ALGUMAS TENDÊNCIAS ESTÃO MOLDANDO O FUTURO DESSE MERCADO E É IMPORTANTE CONHECÊ-LAS PARA ENTENDER PARA ONDE ELE ESTÁ CAMINHANDO

A compra e venda de produtos usados ou seminovos online por preços mais acessíveis está se tornando cada vez mais popular, especialmente entre jovens da Geração Z. Pesquisa da GlobalData, mostra que esse mercado deve dobrar em 2024 e atingir R\$ 360 bilhões em faturamento nos próximos anos. Entre as categorias e nichos que mais se destacam estão roupas, calçados, celulares, tablets, câmeras, dispositivos eletrônicos, livros, CDs, DVDs, artigos esportivos, instrumentos musicais, móveis e decoração.

A prática de comprar e vender produtos usados ou reformados online, também conhecida como comércio eletrônico reverso é uma alternativa ao e-commerce tradicional. Ao estender a vida útil de itens que seriam descartados, permite reduzir o desperdício e oferecer alternativas mais sustentáveis aos consumidores. A busca por peças vintage é outro fator que impulsiona esse mercado. Grandes redes globais estão apostando nesse

nicho, como Mercado Livre, Amazon, Zara, Walmart, Ikea e eBay, entre outras.

A Amazon oferece programas como o Amazon Renewed, que vende produtos reconicionados com garantia. A Zara possui um programa de recompra de roupas, incentivando a devolução de peças usadas para serem recicladas ou revendidas. A italiana Gucci lançou o programa Gucci Circular, que oferece serviços de reparo, restauração e revenda de produtos de luxo. E até a The RealReal, plataforma especializada em produtos de luxo usados, oferece uma curadoria de itens exclusivos.

amazon renewed



O Walmart está expandindo sua plataforma adicionando relógios usados, cartões colecionáveis e produtos de beleza de alta qualidade para atrair mais clientes e competir com Amazon e eBay. O Walmart viu as vendas aumentarem mais de 30% por quatro trimestres consecutivos, com forte crescimento em produtos para animais de estimação e categorias de beleza. Tom Ward, diretor de comércio eletrônico da gigante online, explica que "quando os clientes pesquisam algo, eles querem ver uma variedade de resultados, não apenas alguns". Entre as novas marcas estão grifes de luxo como Michael Kors e Cartier.

A Ikea vai lançar um marketplace de móveis de segunda mão, num esforço para competir com outras plataformas, como é o caso do eBay.

O "Ikea Preowned" será testado em Madri, capital de Espanha, e em Oslo, capital da Noruega, até o final do ano, com o objetivo de lançar a plataforma de compra e venda de móveis usados em nível global, afirmou Jesper Brodin, CEO da Ingka, o principal operador de lojas Ikea, citado pelo "Financial Times". Atualmente, a empresa já compra, em Portugal, móveis de segunda mão de seus clientes, revendendo-os nas lojas físicas. A nova plataforma é mais ambiciosa, diz o jornal, pois pretende chegar ao mercado de segunda mão através do qual os clientes vendem os produtos diretamente uns aos outros, usando plataformas digitais. Esta é a primeira experiência da Ikea no mercado de bens em segunda mão, depois de já ter testado plataformas de terceiros, como a Tmall, da Alibaba, na China, para vender móveis novos.

A preocupação do recommerce vai além do meio ambiente, da redução do desperdício ou de uma nova fonte de receita. Ele promove a economia circular, incentivando a reutilização e o prolongamento da vida útil dos produtos, representando uma tendência irreversível, com um potencial de crescimento significativo nos próximos anos. As grandes redes mundiais que estão investindo nessa área estão se posicionando para liderar o futuro do consumo sustentável.

O recommerce está em evolução, impulsionado pela conscientização ambiental, o avanço de tecnologias e as mudanças nos hábitos de consumo. Algumas tendências estão moldando o futuro desse mercado e é importante conhecê-las para entender para onde está caminhando. A primeira é a integração com a Inteligência Artificial, na medida que irá permitir

personalizar ainda mais a experiência do consumidor, recomendando produtos específicos com base em seus históricos de compra, preferências e estilo de vida.

Além do que, a IA otimizará o gerenciamento de estoque das plataformas de recommerce para identificar quais produtos têm mais saída e quais estão obsoletos – isso será fundamental para autenticar produtos de luxo usados e, ao mesmo tempo, combater a venda de falsificações. Por falar em mercado de luxo, é bom lembrar que o recommerce permite que mais pessoas tenham acesso a peças exclusivas a preços mais acessíveis.

Outro ponto que chama a atenção é a experiência do consumidor. A realidade aumentada, por exemplo, permitirá que os consumidores visualizem como uma peça de roupa ficará em seu corpo antes de comprar. As plataformas de recommerce também estão criando comunidades online que os usuários possam compartilhar as suas experiências, dicas e inspirações. Algumas empresas estão investindo em projetos de compensação de carbono para neutralizar sua pegada ambiental. ■





# Transforme seus dados em decisões inteligentes

CRESCE O USO DE PAINÉIS GRÁFICOS (OU DASHBOARDS) CUJA FORÇA ESTÁ NA CAPACIDADE DE TRANSFORMAR DADOS COMPLEXOS EM VISUAIS SIMPLES E INTUITIVOS QUE PERMITEM IDENTIFICAR PADRÕES, TENDÊNCIAS E GERAR INSIGHTS

A PARTIR DO EXCEL 2016 É POSSÍVEL CRIAR INDICADORES SEM CUSTO ADICIONAL; QUEM OPERA COM GRANDES VOLUMES DE DADOS ("BIG DATA") USA O POWER BI, QUE TEM RECURSOS AVANÇADOS E INVESTIMENTO MAIOR EM TREINAMENTO

**C**ansado de passar horas montando relatórios com planilhas que mais parecem um labirinto? Talvez seja hora de dar um upgrade e a solução pode estar mais perto do que imagina. Basta explorar o Excel que está no seu PC, uma ferramenta versátil para todo tipo de empresa, a despeito do número de empregados ou de faturamento. Pode ser utilizada em diversas áreas para realizar cálculos, criar painéis de indicadores (dashboards) em questão de minutos e gerar relatórios que vão tornar a tomada de decisões ainda mais eficientes.

O uso progressivo de Excel e do Power BI para avaliação de dados tem ajudado várias

empresas a alcançarem um novo patamar. Imagine um painel completo, como o cockpit de um avião, com gráficos intuitivos e análises precisas, tudo em tempo real, no qual você descobre quais produtos vendem mais, identifica gargalos na produção, otimiza recursos e ainda reduz custos. E, assim, tem mais confiança nas definições estratégicas. Quem já usa, sabe bem os benefícios.

O mundo dos negócios começou a falar em análise de dados de forma vigorosa dez anos atrás, quando iniciou a procura por dashboards, movimento que coincidiu com a chegada do Business Intelligence – ou simplesmente, BI. E

aí surgiu uma das maiores confusões nas empresas, pois se imaginava que BI era uma ferramenta. Não é. BI é um conceito para análise de dados, que pode ser feito com Excel, com Power BI e com outras ferramentas que não fazem parte do pacote da Microsoft.

Karen Abecia, 41 anos, especialista em Excel desde 2002, uma celebridade no Youtube e no Instagram com uma base de 13 mil alunos, observa que, antes de tudo, é preciso saber se existe a necessidade concreta de migrar do Excel para o Power BI. A saber: o Power BI foi projetado basicamente para análise de milhões de dados (“big dates”) que entram diariamente em uma empresa, enquanto o Excel tem limite de 1.048.576 linhas.

A Microsoft, então, criou suplementos - aceleradores de resultados - para Excel e Power BI, no caso, o Power Query, que é um acelerador de performance, nativo do Excel desde 2016, no qual é possível fazer análises com mais de 5 milhões de linhas. No Power BI é preciso pagar licença de uso – aproximadamente R\$ 70 por mês, embora haja uma versão do 365 gratuita, mas com funcionalidades básicas – e, assim, ter acesso ao Power Query. O pacote do Microsoft 365 inclui todos os produtos e acesso a última versão (2021).

O que ocorre com frequência, segundo ela, é uma empresa buscar profissionais capacitados para melhorar a análise de dados com uso do Power BI, mas na prática produzem dashboards que poderiam ser feitos facilmente no Excel para todas as áreas da empresa. “Há um pensamento equivocado de que BI é somente com Power BI e que Excel é para fazer planilhas”, aponta. “Fala-se muito em Power BI porque ele está na moda. Entre numa sala com dez pessoas e pergunta: quem tem Excel? Todos vão levantar o braço. Depois indague: quem tem Power BI? Talvez um erga a mão”, compara.

Assim, a primeira pergunta que a empresa deve fazer é: trabalha com “big data”? Se sim, pode investir em um profissional de Power BI. “A verdade é que a grande maioria não sabe que pode fazer dashboard no Excel e surpreender qualquer gestor, pois o Power Query dentro do Excel



Karen Abecia, especialista em Excel desde 2002

## Excel x Power BI Ganhos de produtividade

### Excel:

- Criação de planilhas para calcular automaticamente o faturamento por vendedor, o custo de produção por unidade, ou o percentual de exportação por país.
- Identificação de tendências e padrões em dados históricos de vendas, produção e exportação para tomada de decisões mais estratégicas.
- Criação de modelos para simular diferentes cenários e avaliar o impacto de decisões estratégicas.

### Power BI:

- Criação de dashboards com gráficos e indicadores para acompanhar em tempo real o desempenho de vendas, produção e exportação.
- Conexão com sistemas operacionais para obter dados em tempo real e identificar oportunidades e riscos.
- Compartilhamento de dashboards e relatórios com a equipe para promover a tomada de decisões baseada em dados.

pode, como disse, ler uma base de dados com 5 milhões de linhas ou ler uma pasta de vendas que cresce todo dia, toda semana, todo mês. Basta clicar em um botão e a atualização acontece”, ensina Karen.

Em depoimentos no Instagram, alunos seus relatam casos de mudanças em suas carreiras com o uso de dashboards. “Quando mostrei, o efeito foi 'uauuu'. O diretor ficou sem palavras, porque a apresentação facilitou a apresentação das metas para as unidades”, informa Alexandre Nepomuceno. “Agora a diretoria não espera nada menos do que um painel gerencial com layout lindo e informações relevantes consolidadas em um único local para tomada de decisões”, diz Milena de Souza. ■



“Fala-se muito em Power BI porque ele está na moda”

## Métricas atendidas com Excel

### Produção

- Criação de cronogramas, previsão de demanda e cálculo de necessidades de materiais.
- Criação de gráficos de controle, análise de indicadores de qualidade e registro de não conformidades.
- Programação de manutenções preventivas e corretivas, acompanhamento de custos e tempos de parada.
- Análise dos custos diretos e indiretos, cálculo do custo unitário de produção.

### Vendas

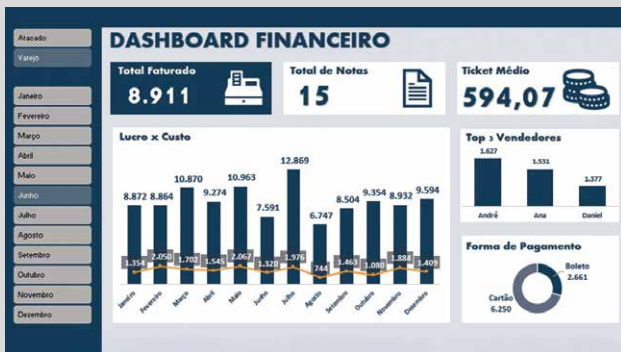
- Criação de bases de dados de clientes, acompanhamento de histórico de compras e análise de perfil.
- Cálculo de metas, acompanhamento de indicadores de vendas (faturamento, margem de contribuição), identificação de produtos mais vendidos.
- Geração de relatórios personalizados para acompanhamento da performance da equipe de vendas.
- Cálculo de comissões de vendas com base em metas e resultados.

#### DASHBOARD DE VENDAS



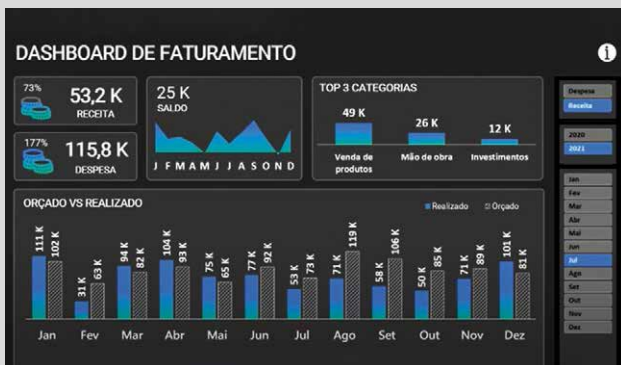
## Financeiro

- Criação de planilhas de orçamento, acompanhamento de despesas e receitas.
- Previsão de entradas e saídas de caixa, análise da saúde financeira da empresa.
- Cálculo do retorno sobre o investimento (ROI), avaliação de projetos.
- Controle de pagamentos e recebimentos, conciliação bancária.



## Contabilidade

- Registro e controle de contas a pagar e receber.
- Cálculo de salários, encargos sociais e impostos.
- Cálculo e declaração de impostos.
- Elaboração das principais demonstrações contábeis.



## Estoque

- Registro de entradas e saídas de

produtos, cálculo do estoque mínimo e máximo.

- Emissão de pedidos de compra, acompanhamento do prazo de entrega.
- Cálculo do tempo médio de permanência dos produtos no estoque.

## Logística

- Otimização de rotas de entrega, cálculo de custos de transporte.
- Acompanhamento de entregas, emissão de notas fiscais.
- Análise dos custos envolvidos na logística da empresa.

## Fornecedores

- Criação de uma base de dados com informações sobre os fornecedores.
- Avaliação de prazos de entrega, qualidade dos produtos e preços.
- Simulação de diferentes cenários de negociação.

## Recursos Humanos

- Cálculo de salários, benefícios e encargos sociais.
- Controle de horas trabalhadas, cálculo de horas extras.
- Acompanhamento do processo seletivo, análise de candidatos.
- Planejamento de treinamentos, acompanhamento do desempenho dos funcionários.





## Como expandir sua fábrica de móveis com financiamentos de juros baixos

**OS CHAMADOS BANCOS DE FOMENTO OFERECEM DIVERSAS MODALIDADES DE FINANCIAMENTOS PARA AQUELES QUE POSSUEM PROJETOS DE EXPANSÃO INDUSTRIAL**

**AS INDÚSTRIAS DE MÓVEIS NÃO ESTÃO ACOSTUMADAS A PROCURAR ESSE TIPO DE FINANCIAMENTO, MAS É UMA BOA OPÇÃO PARA QUEM QUER ATUALIZAR MAQUINÁRIO**

**PROJETOS QUE ENVOLVEM O USO DE TECNOLOGIA E INOVAÇÃO SÃO OS MOTORES PROPULSORES DOS EMPRÉSTIMOS COM JUROS MAIS BAIXOS DOS BANCOS DE FOMENTO**

Com um formato mais tradicional, indústrias moveleiras não costumam aparecer entre as interessadas em obter financiamentos por meio de bancos de fomento, que oferecem juros mais baixos que os convencionais. Porém, essa é uma realidade que deve ser mudada, por isso vamos explicar um pouco mais sobre como obter financiamentos com juros mais baixos e aproximar as indústrias moveleiras dessa realidade, em que projetos pensados em inovação e atualização de maquinário embasam essa busca por recursos.

Para entender melhor como funcionam esses financiamentos conversamos com Jackeline Bozza,

gerente de produtos do FI Group (especialista em incentivos e financiamentos para impulsionar a inovação). “É difícil ver o setor de móveis interessado nessas linhas de financiamento, esse é um conhecimento que deve ser levado para essa área fabril. Alguns empresários acreditam que, pelo porte das indústrias, não podem ter acesso a esse tipo de financiamento, o que é errado”, comenta.

Jackeline explica que todas as empresas, desde as micro e pequenas, startups, universidades e organizações sem fins lucrativos, podem recorrer a esses incentivos, desde que estejam localizadas dentro do território brasileiro. “Existem linhas

focadas na modernização, nas melhorias de processo, aquisições isoladas, aquisição de maquinário e equipamentos, além de inovações tecnológicas. O importante é ver qual o objetivo da empresa e em qual linha ela se encaixa”, observa.

Para isso, é preciso seguir alguns passos antes de ir, de fato, em busca da linha de crédito. “Precisa ser feita uma análise da estrutura financeira da empresa, do faturamento, saber se os resultados líquidos são positivos. Também deve-se lembrar que a empresa passará por uma análise de crédito, por isso é bom fazer uma avaliação se ela pode ser favorável. Sempre indicamos a procura por uma consultoria, que poderá orientar melhor sobre esse processo anterior ao financiamento”, explica Jackeline Bozza. Ela ainda acrescenta que a consultoria também ajuda no mapeamento de oportunidades, para que a empresa entenda a sua real necessidade e “fazer o match com a linha de financiamento ideal”.

A gerente de produtos do FI Group alerta que se a empresa tiver um entendimento errado sobre a linha de crédito, vai perder todo o trabalho que fez antes ou pode acabar escolhendo uma linha com juros mais altos. “Também é preciso saber escrever o pleito depois de definir corretamente qual linha é a mais adequada. O projeto precisa ser contextualizado e apresentar elementos básicos para se encaixar nas linhas de inovação para ser aprovado no fomento”, indica. Ela lembra que uma das maiores dificuldades das empresas é atender o grau descritivo técnico que precisa ser apresentado.

Além disso, algumas indústrias também têm dificuldades ligadas às obrigações que são exigidas contratualmente e devem possuir um controle e acompanhamento para atingimento e realização das prestações de contas. “Adicionalmente, a exigência da apresentação de garantias reais nas operações de crédito podem impossibilitar o acesso”, alerta Jackeline.

A especialista lembra que, depois da aprovação do financiamento, as empresas devem guardar todos os documentos e fazer a prestação de contas,

comprovando que o projeto apresentado ao banco está em andamento. Tudo isso está sujeito a juros, multas, devoluções e sanções caso as obrigações não sejam cumpridas.

### **MOMENTO FAVORÁVEL PARA FINANCIAMENTOS**

Segundo Jackeline Bozza, o Brasil está passando por um dos melhores momentos para as empresas buscarem esses financiamentos. “Um dos maiores avanços no quesito de acesso ao fomento público foi o lançamento dos Programas Mais Inovação e Brasil Mais Produtivo, além de outras frentes de acesso ao financiamento liberadas neste ano de 2024. O retorno de linhas atrativas disponibilizadas pelo



Jackeline Bozza, gerente de produtos do FI Group



É preciso entender a real necessidade da empresa para fazer o match com a linha de financiamento ideal

## Quais são os programas de fomento do Brasil?

A primeira movimentação que tivemos nesse sentido em nosso país foi através da criação do BNDES, em 1952, o qual se destinou a oferecer condições especiais para micro, pequenas e médias empresas mais voltadas à agricultura, indústria, infraestrutura, comércio e serviços. Posteriormente, em 1995, veio, através do Decreto N° 55.820, a FINEP, a qual se voltou a financiar os estudos e programas necessários à definição dos projetos de modernização e industrialização.

Por fim, em 1969, chegou o FNDCT, no âmbito do Ministério do Planejamento, com a finalidade de dar apoio financeiro aos programas e projetos prioritários de desenvolvimento científico e tecnológico, notadamente para implantação do Plano Básico de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - PBDCT. Cada um desses possui, hoje, suas próprias linhas de crédito, as quais precisam ser devidamente compreendidas de forma que cada empresa identifique qual faz mais sentido perante sua realidade e metas.

Na prática, como exemplo disso, as linhas ofertadas pelo FINEP costumam ser mais investidas pelos empreendimentos que desejam investir na inovação em desenvolvimento de novos produtos e processos, pesquisas básicas e aplicadas e programas para startups. Já as do BNDES, por outro lado, estão voltadas para planos de modernização e expansão, aumento da eficiência produtiva, ampliação fabril, sustentabilidade ambiental e crescimento sustentável. Cada uma, com suas próprias taxas, prazos de carência, amortização, e parcela de participação dos bancos nos projetos, que podem sofrer alterações de acordo com novas diretrizes que podem ser aplicadas por essas instituições.

BNDES já movimentou grandes operações de inovação para as empresas, o que não era visto nos últimos 8 anos”, afirma.

A especialista lembra que os principais órgãos de fomento já apresentaram números bem expressivos de liberação de crédito. Em 2024, a FINEP atingiu a marca de R\$12,6 Bi em orçamento, um aumento de 28% quando comparado aos R\$9,8 Bi de 2023. Mais de R\$2,47 Bi em recursos foram aprovados em 2024 para contemplar os seis eixos do novo programa federal: Cadeias agroindustriais, Saúde, Infra-mobilidade, Transformação digital, Transição energética; Defesa. Já no BNDES o total de liberações já atingiram o patamar de R\$ 23,3 Bi, aumento de 22% comparado a 2023.

A gerente de produtos do FI Group comenta que o financiamento está sendo mais interessante para os investimentos em estrutura fabril, expansões e atualizações do que o recurso próprio. “Essas questões estratégicas da empresa são pensadas bem antes e, às vezes, é separado um recurso próprio para colocá-las em prática, mas estudos indicam que vale mais a pena usar o fomento e deixar o capital interno rendendo”, diz.

Para finalizar, Jackeline deixa algumas dicas aos empresários:

- É preciso estar sempre atento aos movimentos econômicos do Brasil, prestar atenção na divulgação desses programas de fomento, principalmente, em situações como a que estamos vivendo, com o governo investindo nas indústrias e fazendo propagandas.
- Um estudo do uso do capital interno para investimentos sempre deve ser feito quando se planeja alguma mudança ou modernização.
- Acesso à informação é essencial para os empresários que, assim, podem analisar as melhores opções de financiamentos e formas de apresentar seus projetos. Isso não é complicado, porque estão acontecendo webnários e eventos presenciais promovidos pelos bancos de fomento. Fica o lembrete também de que o programa Mais Inovação vai até 2026. ■



35 ANOS DE  
*Qualidade &  
Inovação!*



Desde 1989, atuamos no mercado com a produção de fitas de bordo melamínicas e papéis para recobrimento, diretamente da cidade de Araricá, na região metropolitana de Porto Alegre/RS.

Com um time de colaboradores treinados por especialistas de renome internacional, matéria-prima com desempenho superior e maquinário de alta produtividade, estamos prontos para te atender no menor prazo de entrega do Brasil.

Entre em contato e leve nossa excelência e sofisticação à sua empresa.

**plastibordo**

VISITE O NOSSO SITE E ENCONTRE O  
REPRESENTANTE MAIS PRÓXIMO!





# Qual é a hora certa para abrir uma nova loja?

**INFORMAÇÕES NOS SISTEMAS DE ERP SÃO ÚTEIS PARA FORNECER INSIGHTS VALIOSOS NA HORA DA TOMAR A DECISÃO**

**A STARTUP GAÚCHA QUANTOSOBRA TEM AJUDADO PEQUENOS E MÉDIOS LOJISTAS DE TODO O PAÍS A FAZEREM A ESCOLHA CORRETA**

Lojistas de pequeno e médio porte têm investido cada vez mais em sistemas integrados de gestão empresarial, ou ERP na sigla em inglês, que ajudam a fazer o controle das atividades – de forma integrada – como finanças, contabilidade, produção, compras, vendas e RH, entre outros. O software automatiza os processos do dia a dia, de forma online e na nuvem, e cria uma visão geral muito mais confiável para a tomada de decisão dos gestores. Quando surge a pergunta se é o momento certo para o lojista abrir uma loja, os dados armazenados no ERP são poderosos para produzir insights que vão contribuir para tomada de decisão consistentes, seguras e precisas.

Aqui entra a QuantoSobra, startup de Santa Cruz do Sul (RS), que atua fortemente desde

2013. “Usamos as informações do sistema, analisamos o comportamento de áreas, como o de contas a receber, despesas, fornecedores, e fazemos algumas perguntas, como: já avaliou o mercado; tem fluxo de caixa suficiente para aguentar seis meses ou um ano sem o novo ponto faturar?”, diz o CEO, Stéfano Willig.

Após fazer um mergulho no varejo brasileiro – principalmente de pequenas e médias empresas – Stéfano chegou a algumas conclusões. A primeira é que é essencial ter uma estrutura organizacional robusta e uma equipe capacitada para sustentar o crescimento. “A gestão de múltiplas lojas pode se tornar um desafio se a equipe atual não estiver preparada para assumir novas responsabilidades. Portanto, antes de abrir uma nova loja, é fundamental garantir

que haja pessoas certas nos lugares certos”, comenta o empresário.

Para Stéfano é preciso avaliar se a equipe atual suporta a operação de mais uma unidade sem comprometer a qualidade do serviço. “Se a loja matriz depende de sua presença para funcionar bem, a expansão pode sobrecarregar ainda mais a operação. Nesses casos, o ideal é identificar e treinar líderes dentro da equipe que possam assumir responsabilidades maiores, garantindo que a matriz continue a operar eficientemente enquanto você se concentra na nova unidade”, ensina.

Para ele, treinar e preparar a equipe para a expansão não é uma tarefa que se resolve em dias. O recomendável é começar esse processo meses antes da abertura da nova loja, permitindo que os funcionários adquiram as habilidades e conhecimentos necessários para gerenciar suas novas responsabilidades. “Esse treinamento pode incluir aspectos como gestão de estoque, atendimento ao cliente, controle financeiro e até mesmo liderança e resolução de problemas”, destaca.

Outros pontos mencionados por ele são: criar uma estrutura clara de hierarquia e atribuir papéis específicos a cada membro da equipe e garantir que haja uma estrutura de suporte robusta para a nova loja, que inclua de logística de abastecimento até a administração do dia a dia. É importante lembrar que a cultura organizacional deve ser mantida e reforçada em todas as lojas.

Quando se fala em planejamento logístico é recomendável ter uma estratégia clara para a gestão de estoque. Um depósito centralizado pode simplificar o controle, reduzir custos, a melhoria dos níveis de estoque, além de evitar excessos ou faltas. Essa abordagem, porém, exige uma logística eficiente para garantir que os produtos cheguem às lojas no momento certo, sem atrasos que possam prejudicar as vendas.

Stéfano lembra que hoje o varejista de bairro não concorre mais com o varejista do bairro, concorre os marketplaces da China, Estados Unidos e do Brasil. “A régua no varejo vem subindo muito. Fazer varejo bem-feito está ficando cada vez mais

difícil. Olho para tudo isso e pergunto: como posso colocar toda essa minha inteligência para que o pequeno varejista brigue com os grandes? E, também: como produzir conteúdo para que ele aprenda a tomar decisões”, conclui o CEO. ■



Stéfano Willig, CEO da startup QuantoSobra

### Dicas importantes antes de abrir um novo ponto comercial

- 01** Realizar uma análise detalhada do desempenho da loja matriz é crucial para garantir que a expansão seja fundamentada.
- 02** Ter uma clara compreensão de suas margens de lucro, fluxo de caixa e reservas financeiras para melhor decisão.
- 03** Definir processos internos eficientes na loja é essencial, abrangendo desde a gestão de estoque até o atendimento.
- 04** Avaliar o lucro líquido da loja atual; é importante, pois indica se há base financeira para expandir.
- 05** Expandir para outra cidade pode exigir adaptação ao público local e gerenciar a operação à distância com eficácia.
- 06** Pesquisar o mercado para garantir demanda suficiente; se houver muita concorrência, ajuste seu posicionamento para atrair clientes.
- 07** Recomenda-se ter seis meses de despesas em caixa para garantir estabilidade caso a nova loja falhe.
- 08** Considerar os custos de fechar a loja, incluindo devolução do imóvel, demissões e ajustes necessários, se o negócio falhar.

## Qual o grau de satisfação de seus clientes?

**P**ara conquistar clientes e se destacar da concorrência, sua empresa deve respeitar alguns princípios fundamentais, como experiência e relacionamento com seus compradores. Qualquer falha nesses quesitos pode afastá-los e comprometer os resultados da empresa. Visando evitar que isso aconteça, apresentamos algumas falhas que mais constroem seus clientes.

Hoje o consumidor é omnichannel, quer ter acesso a diversos canais para se comunicar com uma marca. E, quando se depara com empresas que não oferecem opções suficientes, frustra-se e procura a concorrência, além de desqualificar sua empresa como fonte segura de abastecimento.

Facilite a vida de seus clientes. Procure oferecer pelo menos três ou quatro canais de atendimento, como telefone, e-mail, chats e alguns recursos da Inteligência Artificial. Páginas nas redes sociais também, Facebook, Instagram e Youtube. O objetivo é estreitar o relacionamento e conhecer as percepções dos consumidores.

O cliente é único, ele quer se sentir especial sempre. Uma das falhas de atendimento que espantam os clientes é o relacionamento feito de forma genérica, ou através de números apenas. Ninguém se sente confortável sendo tratado como mais um simplesmente.

Quando uma empresa não investe na análise de perfil, histórico e necessidades dos consumidores, não oferece um atendimento personalizado, comete falhas que geram um sentimento generalizado de insatisfação na clientela.

**“Sabe quem é o melhor vendedor do mundo? O cliente satisfeito. Ele vende sua empresa, seu produto e não cobra comissão”** – Roger Stankewsk, escritor, palestrante e vendedor.

Experiência do consumidor, formada pelas percepções que ele tem acerca de uma marca, faz toda a diferença nas vendas e nos resultados da organização também.

O pós-venda de hoje é a pré-venda de amanhã. Atrair clientes e realizar vendas é apenas o começo de todo o processo comercial. O ideal é você construir um relacionamento duradouro com as pessoas, jamais se satisfazer com o fechamento de um negócio apenas. Melhor escrever e viver o roteiro de um filme de longa metragem juntos.

**Conexão permanente.** Empresa em linha direta com quem paga a conta é aquela que está em conexão constante com seus clientes, ouvindo e atendendo suas manifestações de forma a surpreendê-los.

Pesquisa NPS (Net Promoter Score) é uma das melhores formas de conhecer a percepção dos clientes a respeito da sua operação comercial. Trata-se de uma sondagem simples e de fácil aplicação, através de uma pergunta-chave apenas:

— **Em uma escala de 0 a 10, qual é a probabilidade de recomendar nossa empresa a um amigo ou colega?** As respostas são segmentadas em três grupos:

**Respostas de 0 a 6** - Detratores, clientes insatisfeitos, não indicam sua marca e podem causar dano à reputação.

**Respostas de 7 a 8** - Neutros, clientes satisfeitos, mas indiferentes em relação à marca, poderiam ser facilmente seduzidos pela concorrência. Satisfação pela metade não funciona.

**Respostas de 9 a 10** - Promotores, clientes leais que continuarão comprando e recomendando sua marca para outras pessoas, os quais você pode melhorar ainda mais o relacionamento através de ações de pós-venda para assegurar sua fidelização. Satisfação 100% é lucro certo. ■

*Moacir Moura, palestras inspiradoras para você e sua empresa.*

Para saber mais: (41) 99958-4518 ou moacirmoura@outlook.com.br



# UNIQUE

# PRESIDENCIALLY

O melhor colchão para quem  
**procura o melhor conforto**





Entre em contato com nossos representantes e

**SOLICITE UM ORÇAMENTO!**



**plumatex.com.br**

Siga a Plumatex nas redes sociais

  / plumatex

 / @plumatexcolchoes

# Varejo obtém vitória bilionária no STJ sobre restituição de ICMS-ST

O Superior Tribunal de Justiça (STJ) decidiu, de forma unânime, que as empresas varejistas têm o direito de buscar a restituição do ICMS pago a maior parte no regime de substituição tributária (ICMS-ST) sem a necessidade de cumprir a exigência do artigo 166 do Código Tributário Nacional (CTN). Esta decisão da 1ª Seção do STJ representa uma importante vitória para o setor varejista, impactando significativamente os pedidos de ressarcimento ou compensação de valores de ICMS recolhidos indevidamente pelas empresas.

## CONTEXTUALIZAÇÃO DA DECISÃO

No regime de substituição tributária para frente, um contribuinte da cadeia de produção ou distribuição recolhe o ICMS em nome dos demais, com base em um valor presumido que será pago pelo consumidor final. No entanto, muitas vezes, o valor real da operação acaba sendo inferior ao presumido, o que gera um pagamento maior do imposto. A decisão do STJ facilita o processo de restituição desses valores pagos em excesso, ao dispensar o varejista da necessidade de provar que não repassou o encargo financeiro ao consumidor final, conforme previa o artigo 166 do CTN.

## IMPORTÂNCIA PARA O SETOR VAREJISTA

O impacto econômico dessa decisão é bilionário. Estima-se que mais de um terço da arrecadação do ICMS nos estados brasileiros seja proveniente do regime de substituição tributária. De acordo com a Associação Brasileira dos Atacados de Autosserviço (Abaas), o

impacto dessa decisão pode ultrapassar R\$ 1,8 bilhão. A Associação Brasileira de Supermercados (Abras), que participou do processo como *amicus curiae*, destacou que uma decisão contrária poderia resultar em um aumento de até 5% no preço de alguns produtos para o consumidor final.

## A EXIGÊNCIA DO ARTIGO 166 DO CTN

O artigo 166 do CTN estabelece que a restituição de tributos que comportem, por sua natureza, transferência do encargo financeiro somente será concedida se o

contribuinte provar que assumiu o encargo ou que está autorizado a receber a restituição pelo terceiro que assumiu esse encargo.

Contudo, as turmas do STJ têm se manifestado de maneira favorável aos contribuintes, afastando essa exigência no



caso específico do ICMS-ST. Os ministros consideraram que, por se tratar de um imposto calculado "por dentro", o encargo tributário não é repassado diretamente ao consumidor, tornando impossível o cumprimento da exigência do artigo 166.

### NA PRÁTICA

A decisão do STJ é elogiável, uma vez que ela traz segurança jurídica para as empresas do varejo. Além disso, trata-se de uma decisão coerente do ponto de vista jurídico e prático, pois de fato não houve transferência do encargo financeiro para o consumidor final.

Com base no precedente do STJ, as empresas, em especial as varejistas, poderão, com maior facilidade, pleitear juntos às Fazendas Estaduais a restituição ou compensação de valores pagos indevidamente no regime de ICMS-ST, sem as recorrentes e injustas negativas de crédito proferidas pelas autoridades fazendárias de que "a empresa estaria obrigada a comprovar que assumiu o encargo ou que está autorizado a receber a restituição pelo terceiro que assumiu esse encargo."

Esse ganho será mais contundente nas empresas que, de maneira prudente, protocolaram suas ações judiciais, para discutir a tese tributária referente à "Restituição da diferença de ICMS pago a mais no regime de substituição tributária" (tema 201 do STF), antes da data da sessão de julgamento que fixou a tese no STF (15 de março de 2018). Isso porque, nessa data restou fixada a modulação de efeitos da decisão, permitindo que somente as empresas que protocolaram ação judicial antes do referido marco temporal possam recuperar os valores pagos indevidamente no passado (últimos 5 anos).

Na Tahech Advogados, por exemplo, temos casos de empresas do varejo que protocolaram sua ação em 2016. Desta forma, poderão recuperar os valores pagos indevidamente desde 2011 até os dias atuais.

### CONCLUSÃO

A decisão do STJ representa uma vitória significativa para o setor varejista, facilitando a restituição de valores pagos indevidamente no regime de ICMS-ST. Ao afastar a necessidade de cumprimento do artigo 166 do CTN, o tribunal garantiu que os varejistas não sejam penalizados por um sistema tributário que, muitas vezes, gera cobranças excessivas. Esta decisão, que deverá ser seguida pelas instâncias inferiores, fortalece a segurança jurídica para as empresas e potencialmente beneficia os consumidores ao evitar aumentos de preços decorrentes de tributos não restituídos. ■



André Almeida Gonçalves,  
CEO da Tahech Advogados





# ANUÁRIO DE COLCHÕES BRASIL • 2025

## Anuário de Colchões Brasil 2025 vai mostrar como “vender” ao cliente um verdadeiro santuário do sono.

É muito mais do que oferecer colchões e travesseiros para que as pessoas comprem um ambiente completo para descanso e melhor qualidade de vida.

### Um quarto com os 6 sentidos do sono perfeito:

**01**

Roupa de cama

**02**

Travesseiros

**03**

Temperatura

**04**

Controle de ruído

**05**

Zonas de relaxamento

**06**

Aromas calmantes

**Todos esses requisitos são muito bons, mas estão incompletos. Sem a estrela maior**

- ★ O elemento principal do quarto é a cama e a estrela maior o colchão.
- ★ Um bom colchão é aquele que se adapta ao corpo independentemente do peso.
- ★ Um bom colchão é aquele que permite que as partes mais sensíveis e salientes do corpo (quadril e ombros) fiquem alinhados com a coluna.

**VEM COM A GENTE!**

Para anunciar:

[comercial@moveisdevalor.com.br](mailto:comercial@moveisdevalor.com.br)

Anuário de Colchões Brasil é uma publicação da revista Móveis de Valor

(41) 9 9912-9877

[www.anuariodecolchoes.com.br](http://www.anuariodecolchoes.com.br)

Saiba mais acessando o QRCode:





# 10 Edições 2016-2025

O **Anuário de Colchões Brasil**, que chega a **10ª edição**, contribui significativamente para o setor colchoeiro de várias maneiras, funcionando como uma **ferramenta valiosa de informação, marketing e networking**. Aqui estão algumas formas específicas que vêm sendo utilizadas ao longo dos anos:

- Divulgação de Tendências e Inovações
- Marketing e Publicidade
- Estudos de Mercado e Análises
- Perfil de Empresas e Contatos
- Destaque para Novos Produtos
- Padrões e Regulamentações
- Histórias de Sucesso e Casos de Estudo

Ao reunir e disseminar informações importantes, o Anuário de Colchões Brasil promove a comunicação, a colaboração e a inovação dentro do setor colchoeiro, contribuindo para o crescimento e o desenvolvimento sustentáveis da indústria.

**55k +**  
Exemplares vendidos

**165k +**  
Downloads

**527 +**  
Anunciantes

**1518 +**  
Páginas



# Ansiedade no trabalho é aliada ou inimiga?

UM CERTO NÍVEL DE ANSIEDADE É SAUDÁVEL, MAS EXCESSIVAMENTE ALTA ELA SE TORNA UMA FORÇA NEFASTA QUE ATORMENTA AS PESSOAS E AS EMPRESAS

PARA TRANSFORMÁ-LA EM UMA PARCEIRA É ESSENCIAL INSTITUIR POLÍTICAS DE SEGURANÇA PSICOLÓGICA PARA QUE OS COLABORADORES SE SINTAM APOIADOS

"Precisamos conversar". Enviada por um diretor ou gerente de uma empresa essa simples mensagem tende a provocar duas reações em quem a lê. Há quem se comportará com tranquilidade, pois é uma pessoa que acredita em suas capacidades e vê a conversa como a oportunidade para discutir seus objetivos de carreira e até buscar novas responsabilidades. E há quem vai imaginar o pior cenário: suas mãos começam a tremer, a respiração fica ofegante, o estômago embrulha, a garganta dá um nó – eles fariam qualquer coisa para que aquilo parasse.

A situação acima é fictícia e ilustrativa, mas ajuda a pensar naqueles que estão identificados no segundo grupo: são 19,7 milhões de brasi-

leiros que sofrem com transtorno de ansiedade – 9,3% da população total, segundo a Organização Mundial da Saúde. A OMS revelou que o Brasil é líder no ranking mundial de pessoas com transtornos de ansiedade. Ano passado, a CNN Brasil mostrou que apenas 15% procuraram ajuda de um psiquiatra.

A plataforma SmartLab, parceria entre a Organização Internacional do Trabalho e o Ministério Público do Trabalho, apontou oficialmente em 2022 o afastamento de 426,8 mil pessoas devido a ansiedade, o que equivale a um terço do total de afastamentos causados por transtornos de depressão e ansiedade. Entre ocupações com maior índice de afastamento estão as de vendedor do comércio varejista, vendedor do

comércio atacadista, montador de móveis e gerente de loja.

Formalmente, ansiedade pode afetar profissionais de diversas áreas, mas algumas tendem a ser muito mais vulneráveis devido às suas características específicas, como médicos, enfermeiros, psicólogos, professores, outros profissionais da educação, profissionais da área de atendimento ao cliente, vendas e telemarketing, e serviços públicos em geral, devido a burocracia e alta carga de trabalho.

### O QUE É ANSIEDADE?

Ansiedade é uma resposta natural do corpo ante situações de estresse ou incerteza, ao liberar hormônios que nos preparam para agir, seja para fugir ou para enfrentar a situação. De forma controlada, recebe o nome de “ansiedade saudável”, e tem papel fundamental no desempenho profissional – nos leva a agir de forma mais rápida e eficiente, buscando soluções para desafios que enfrentamos. Em suma: nos prepara para enfrentar desafios e incertezas. O problema é quando os parâmetros ultrapassam os limites e acabam afetando a conduta das pessoas.

Considera-se que há cinco tipos de transtorno de ansiedade: transtorno da ansiedade generalizado, transtorno obsessivo compulsivo, transtorno do pânico e o transtorno de estresse pós-traumático. Conforme a Classificação Internacional de Doenças (CIDs), da OMS – conhecida como CID 10 – é preciso apresentar três ou mais sintomas para ser caracterizado como tal. Entre eles, estão: palpitação, insônia, tonturas, tremores, transpiração, sensação de morte iminente e pensamento acelerado.

É importante ressaltar que ansiedade não é um sinal de fraqueza. É uma reação normal do corpo a situações desafiadoras. Buscar ajuda é fundamental, pois não tratada pode levar a problemas de saúde, como doenças cardiovasculares, problemas gastrointestinais e distúrbios do sono. O desenvolvimento de estratégias de enfrentamento, como terapia cognitivo-comportamental, prática de atividades

## Exaustão e alta competitividade causam a Síndrome de Burnout

Existe um estágio de exaustão extrema, estresse e esgotamento físico que tem como única causa o ambiente de trabalho. São situações desgastantes, que demandam muita competitividade ou responsabilidade. É a chamada Síndrome de Burnout. A principal causa da doença é justamente o excesso de trabalho, comum em profissionais que atuam diariamente sob pressão e com responsabilidades constantes, como médicos, enfermeiros, professores, policiais, jornalistas, dentre outros. A Associação Nacional de Medicina do Trabalho (Anamt), informa que 30% dos trabalhadores brasileiros sofrem com a síndrome de Burnout— o segundo país com mais casos diagnosticados no mundo.

A Síndrome de Burnout também pode acontecer quando o profissional planeja ou é pautado para objetivos de trabalho muito difíceis, situações em que a pessoa possa achar, por algum motivo, não ter capacidades suficientes para os cumprir. Essa síndrome pode resultar em estado de depressão profunda e por isso é essencial procurar apoio profissional no surgimento dos primeiros sintomas, como cansaço excessivo, físico e mental, dor de cabeça frequente, insônia, alterações no apetite, dificuldades de concentração, sentimentos de fracasso e insegurança, negatividade constante, sentimento de derrota e desesperança, sentimento de incompetência e alterações repentinas de humor, isolamento, pressão alta, entre outros.



"Se você precisar, peça ajuda"



Tatiane de Lima, da ARH Serrana



Luana Marques, psicóloga, professora na Universidade Harvard (EUA)

físicas, meditação, busca por apoio social, também são importantes aliados.

Uma dica é a mudança no estilo de vida, como práticas de atividades físicas, que ajuda a reduzir o estresse e promover a liberação de endorfinas, que atuam como neurotransmissores do bem-estar. Outro item é alimentação equilibrada - uma dieta rica em frutas, legumes e grãos integrais pode contribuir para uma melhor saúde mental; uma boa noite de sono é essencial para a saúde mental e pode ajudar a reduzir os sintomas de ansiedade; práticas como meditação, yoga e respiração profunda podem ajudar a controlar a ansiedade e promover o relaxamento.

Em alguns casos, o médico pode prescrever medicamentos ansiolíticos ou antidepressivos para controlar os sintomas da ansiedade. No entanto, é importante ressaltar que os medicamentos devem ser utilizados como parte de um tratamento mais amplo e sob orientação médica. Os medica-

mentos ansiolíticos podem causar dependência e ter diversos efeitos colaterais, como sonolência, tontura e dificuldade de concentração.

Outro equívoco é pensar que a ansiedade sempre evoluirá para um nível avançado e excessivo de descontrole. Na verdade – como já foi dito – ela é uma resposta natural do corpo a situações de estresse, e a forma como se manifesta e evolui varia muito entre as pessoas. Uma curiosidade é que 70% dos brasileiros consideram sua saúde mental como ótima ou boa, conforme apontou o Datafolha em pesquisa realizada em agosto de 2023.

### **METAS DESAFIADORAS**

Psicóloga com especialização em gestão de pessoas e mestrado pela Universidade de Caxias do Sul, Tatiane de Lima, informa que os transtornos de ansiedade não estão no topo dos motivos de afastamento de trabalhadores da Serra Gaúcha. “Talvez seja a segunda causa”, presume. Voluntária da Associação Serrana de Recursos Humanos, ela diz que em 2023 foram constatados 3,5 mil casos de transtorno mental em Caxias do Sul, sendo 1,4 mil casos de afastamentos do trabalho.

De acordo com ela, entre as causas estão a busca por resultados arrojados, com elevada carga de sacrifício, de horas extras e insônia. “Temos a ansiedade, mas é preciso também levar em conta a Síndrome de Burnout e o assédio moral de uma forma impactante que se manifesta por uma piada ou um apelido”, conta Tatiane, acrescentando: “Os supervisores acabam sendo coniventes”, lembrando que os RH estão atentos a esses movimentos.

Especialistas dizem que muitos colaboradores estão dispostos a reduzir seu salário e cargo, caso receba proposta de uma empresa que se importa com sua saúde mental e tenha valores parecidos com os dele. E uma das causas é – mais uma vez – metas excessivamente altas e irrealistas que não consideraram as capacidades individuais. Há quem se adapte, mas a pressão gera estresse e impacta negativamente na performance. Outros fatores nocivos que não podem ser esquecidos são racismo, bullying, assédio moral e sexual.

Além de metas cada vez mais agressivas, tanto no âmbito profissional quanto pessoal, a instabilidade econômica e a insegurança no mercado de trabalho contribuem para o aumento do estresse e da ansiedade. Sem contar a evolução da tecnologia e a necessidade constante de se adaptar a novas ferramentas e processos. Por fim, é preciso considerar a falta de conexões sociais e o aumento do trabalho remoto que podem levar ao sentimento de solidão e isolamento, agravando os sintomas de ansiedade.

### SE PRECISAR, PEÇA AJUDA

Luana Marques, psicóloga, professora na Universidade Harvard (EUA), presidente da Associação Americana de Ansiedade e Depressão, explica que ansiedade é um termo guarda-chuva que abarca vários diagnósticos e CIDs. A diferença se dá pelo foco da ansiedade, que pode ser generalizada, caracterizada por sintomas como tensão muscular, dificuldade de dormir, irritação prolongada por meses, ou gatilhos específicos, como fobia social.

A ideia de uma empresa completamente livre de crises de ansiedade pode parecer utópica, especialmente considerando a pressão constante por resultados e as demandas do mundo corporativo atual. É possível construir um ambiente de trabalho que minimize significativamente fatores que desencadeiam a ansiedade e promova o bem-estar dos colaboradores. É importante encontrar um equilíbrio entre a necessidade de alcançar resultados e a promoção do bem-estar dos colaboradores.

Setembro é identificado pelas cores verde (conscientização sobre doação de órgãos), vermelho (conscientização sobre doenças cardiovasculares) e amarela, que conscientiza sobre os cuidados com a saúde mental que começou em 1994 nos Estados Unidos, quando um estudante de 17 anos cometeu suicídio. A cor amarela foi escolhida em homenagem ao Mustang 68 restaurado e pintado de amarelo por ele. No dia do velório, foi feita uma cesta com cartões decorados com fitas amarelas. Dentro deles tinha a mensagem "Se você precisar, peça ajuda". ■

## Autoavaliação

Responda as perguntas e veja se você se enquadra com alguns desses sintomas. Caso tenha respondido "sim" para três ou mais, a orientação é procurar ajuda de um profissional.

1. Você se sente frequentemente preocupado (a) com o desempenho no seu trabalho?
2. Sente dificuldade em se concentrar devido a pensamentos intrusivos sobre o trabalho?
3. Experimenta sintomas físicos como taquicardia, sudorese ou dores de cabeça relacionados ao trabalho?
4. Tem medo de cometer erros e ser julgado (a) por seus colegas ou superiores?
5. Sente dificuldade em relaxar durante o horário de trabalho e nos períodos de descanso?
6. Evita determinadas tarefas ou situações no trabalho por causa da ansiedade?
7. Tem dificuldade em dormir devido a preocupações com o trabalho?
8. Sente-se sobrecarregado(a) com as suas responsabilidades?
9. Tem a sensação de que não consegue dar conta de tudo o que precisa fazer?
10. Acredita que a ansiedade interfere na sua qualidade de vida fora do trabalho?

### Características

Foco	Futuro
Intensidade	Moderada a alta
Duração	Pode ser episódica ou crônica
Sintomas físicos	Mais frequentes e variados
Causas	Diversas, incluindo situações estressantes, traumas e predisposição genética



# Inovação e muita informação na Feiplar & Feipur em São Paulo

FEIRA E CONGRESSO APRESENTARAM INOVAÇÃO, TECNOLOGIA E MUITO CONTEÚDO PARA DIVERSOS SETORES, EM ESPECIAL PARA O SEGMENTO DE POLIURETANOS

A décima segunda edição da Feiplar & Feipur – Feira e Congresso Internacionais de Materiais Avançados, que compreende os composites, poliuretano, compostos termoplásticos, plásticos de engenharia, materiais 2D, nanotecnologia, materiais híbridos e elastômeros, aconteceu no São Paulo Expo, em São Paulo, de 20 a 22 de agosto.

Segundo a organização, mais de 17 mil profissionais de cerca de 30 países visitaram o evento, número pouco acima do registrado na edição de 2022. O número de expositores também cresceu, através da participação de empresas de países como Brasil, China, Estados Unidos, Alemanha, Itália, Inglaterra, Turquia, França, Japão, entre outros.

Entre as empresas expositoras, a Química Anastacio reforçou sua liderança e compromisso com a inovação na indústria de poliuretanos, apresentando um portfólio abrangente de mais de 1.700 produtos de alta qualidade, destacando-se como uma das principais distribuidoras de produtos químicos na América Latina, em parceria com cerca de 400 fornecedores globais.

Luciana Santos, gerente de marketing, destaca o compromisso da empresa com a excelência técnica e sua responsabilidade ambiental ao oferecer produtos que ajudam na redução de VOCs e na eficiência energética, alinhados às normas ambientais mais rigorosas. “Estamos dedicados a contribuir significativamente para o crescimento e sucesso de nossos clientes, mantendo práticas comerciais responsáveis e sustentáveis. E isso foi evidenciado na feira”, afirma, acrescentando que à medida que a Química Anastacio avança, continua fortalecendo as parcerias e investindo em pesquisa e tecnologia. “Estamos determinados a liderar através da inovação, garantindo que nossos clientes recebam as soluções mais avançadas e eficazes do mercado”, pontua.

Segundo ela, na Química Anastacio, a missão é impulsionar o crescimento sustentável e o sucesso dos clientes, enquanto protege o meio ambiente. A missão, conforme enfatiza a gerente de marketing, é ajudar a moldar o futuro da indústria de poliuretanos com soluções que fazem a diferença.

No painel sobre Espumas Flexíveis, a Química Anastacio reafirmou seu compromisso com a excelência em serviços técnicos. Apresentou sua plataforma de suporte que inclui treinamentos especializados, visitas técnicas, transferência de tecnologia e ajustes de formulações, garantindo inovação contínua e suporte personalizado para os clientes na indústria de poliuretanos.

Já o Grupo Flexível esteve presente na Feiplar & Feipur apresentando suas soluções em um estande com 180m<sup>2</sup> e contando com o time de especialistas.

Além das formulações personalizadas para indústrias de diferentes segmentos, neste ano a empresa divulgou o lançamento dos sistemas contendo fontes renováveis, mais especificamente, o novo polioli de fontes renováveis. Outra novidade foi a presença da marca Polivedo, fabricante de selantes, adesivos e impermeabilizantes. Parte integrante do portfólio do Grupo Flexível, a marca atende ao setor de construção civil e indústria.

Segundo a direção do Grupo Flexível, a edição de 2024 foi um sucesso, com grande participação dos clientes, que visitaram a estrutura high tech do estande, com pegada sustentável e inovadora, e que celebrou os 25 anos de história da empresa. “De tudo isso, surgiram novos negócios e trocas incríveis com clientes parceiros do setor neste que é o maior evento da América do Sul dedicado ao universo do poliuretano”, afirma a direção.

Entre diversas novidades da Feiplar & Feipur, a grade de eventos simultâneos, com palestras e painéis sobre composites, poliuretano, compostos termoplásticos, plásticos de engenharia, materiais 2D, nanotecnologia, materiais híbridos e elastômeros, foi um dos atrativos.

O que mais atraiu o segmento colchoeiro foi o Painel Espumas Flexíveis, que apresentou novas soluções, aplicações, recomendações técnicas e visão de mercado.

A Purcom apresentou os polióis de fonte renovável e falou sobre reciclagem química das espumas flexíveis; a Química Anastacio abordou a excelência em serviços técnicos para a indústria de espumas de poliuretano; Univar/Dow apresentaram uma visão sobre aditivos de silicone



A Química Anastacio reforçou sua liderança e compromisso com a inovação na indústria de poliuretanos



O Grupo Flexível apresentou as novidades em estande high tech de 180 metros



Uma grade diversificada de palestras e painéis atraiu grande público



Espaço Abicol Connection foi uma das novidades da Feiplar & Feipur

para espumas do setor de colchões e móveis; LEAF Polyol/Castor apresentam o primeiro travesseiro da nova categoria Biovisco; Zanathane falou sobre como o poliuretano flexível pode revolucionar a indústria; a Abicol falou sobre a importância do associativismo, destacando a entidade como um case de sucesso; Evonik tratou das inovações da marca para as novas demandas de mercado; já o Instituto Impulso, mantido pela revista Móveis de Valor, aproveitou seu espaço de fala com a palestra Liderança ESG: criando possibilidades com governança e pessoas para um futuro sustentável.

#### **ABICOL CONNECTION**

Durante a Feiplar & Feipur 2024, a Associação Brasileira da Indústria de Colchões apresentou o Abicol Connection, um espaço dedicado à promo-

ção de conexões valiosas e ao fortalecimento de parcerias no setor colchoeiro. O projeto inclui estandes em feiras e um podcast voltado para discutir temas relevantes e atuais da indústria.

O lançamento aconteceu no estande exclusivo da Abicol na feira, e o próximo evento será na IBIA EXPO 2024, em Istambul, na Turquia. Durante a Feiplar & Feipur 2024, foram realizadas conversas com importantes figuras do setor, cujas entrevistas serão divulgadas nas redes sociais da Abicol.

Entre os entrevistados estão Rodolpho Heck Ramazzini, presidente do Observatório do Colchão e especialista em combate à fraude, falsificação, contrabando e concorrência desleal; Marcos Heleno Guerson de Oliveira Junior, superintendente do Ipem-SP e ex-presidente do Inmetro, com ampla experiência em tecnologia e regulação de mercado; e Débora Irie, especialista em sustentabilidade e coordenadora do curso em parceria com a Abicol e o Instituto Impulso, “Trilha de Aprendizado ESG: um caminho sem volta”.

Essas entrevistas visam oferecer conteúdo qualificado e insights estratégicos para o desenvolvimento da indústria, refletindo o compromisso da Abicol com a atualização e o avanço contínuo do setor.

No estande da Abicol na Feiplar & Feipur 2024, foi disponibilizado um ambiente totalmente dedicado a encontros e trocas de ideias, além de um espaço reservado para reuniões. Durante os dias da feira, o estande recebeu a visita de diversos associados e não associados.

No dia 22 de agosto, a Abicol marcou presença em uma das salas de palestras da feira com a apresentação “A importância do Associativismo: Abicol, um case de sucesso”, ministrada pela diretora executiva, Adriana Pierini, pelo coordenador da Comissão de Combate à Fraude, Cristian Burigo, e pela professora Débora Irie.


O estande da Abicol Connection foi um ponto de encontro vibrante e produtivo, consolidando ainda mais a presença da associação na Feiplar & Feipur 2024 e evidenciando o impacto positivo de um espaço de conexões para o setor. ■

# MICROPET ALCANÇA NOVOS MERCADOS!

Agora, nossos produtos chegam a diversos países da América do Sul, levando excelência em PET micronizado para o segmento de espumas flexíveis.



 [micropet.com.br](http://micropet.com.br)

 Fone: (11) 4544-1252

 [contato@micropet.com.br](mailto:contato@micropet.com.br)



## Micropet vive um momento especial

A EMPRESA SE APRESENTOU NA FEIPLAR & FEIPUR COM GRANDE VISIBILIDADE EM SUSTENTABILIDADE. NA OCASIÃO RECEBEU AS CERTIFICAÇÕES ODS, PELO INSTITUTO IMPULSO, E DE ASSOCIADO À ABICOL, ALÉM DE APRESENTAR OS SELOS ESG E VERDE (PRODUTO ECOLOGICAMENTE CORRETO), DO INSTITUTO CHICO MENDES

**H**á mais de duas décadas, a Micropet vem promovendo uma revolução no setor colchoeiro ao transformar garrafas PET em Pet Micronizado, um aditivo utilizado na formulação de espumas flexíveis de poliuretano. Além da redução de custo, mantendo as propriedades físicas da espuma, o produto contribui com a preservação do meio ambiente. “Mais de 95 milhões de garrafas pet já foram retiradas do meio ambiente e transformadas em Pet Micronizado”, destaca Carlos Lorencetto, diretor da Micropet.

Segundo ele, ao longo dos anos, a empresa vem evoluindo, investindo em novas tecnologias e equipamentos, além da melhora dos seus processos de venda e pós-venda. Afirma, que este momento da Micropet é particularmente especial. “Além da certificação ISO 9001, já con-

quistada há 10 anos, investimos em consultoria recente para a conquista da Certificação ODS (Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, da ONU), recebemos os Selos: ESG e Produto Ecologicamente Correto, concedido pelo Instituto Chico Mendes.

### PRESENÇA NA FEIPLAR & FEIPUR

Depois de 12 anos sem participar de feiras, a Micropet retornou à Feiplar Composites e Plástico de Engenharia & Feipur Poliuretano, Tecnologia e Aplicações, realizadas em agosto, no São Paulo Expo. Em um estande de quase 100 m<sup>2</sup> e



Pet Micronizado, aditivo usado na formulação de espumas flexíveis de poliuretano

grande visibilidade, a empresa apresentou seus produtos e recebeu clientes e parceiros.

Foi também durante a feira que a Micropet recebeu a certificação ODS, chancelada pelo Impulso – Instituto Pró-Desenvolvimento Econômico e Social do Setor Moveleiro. A auditoria para a certificação foi realizada pela especialista em ESG Débora Irie, que também atua na certificação de empresas do setor de móveis e colchões.

Essa certificação oferecida pelo Impulso é um diferencial que fortalece ecossistemas empresariais, atendendo aos requisitos dos stakeholders.

Portanto, a Micropet passou por uma auditoria in company, com certificação e metodologia exclusiva e personalizada de acordo com os objetivos estratégicos da empresa. Entre as atividades desenvolvidas estão o mapeamento das ações relacionadas aos ODS e ESG em diferentes áreas da empresa; integração dos ODS no negócio em consonância com ESG; reconhecimento de boas práticas empresariais alinhadas aos ODS, além da proposição de ações de melhoria.

Para Carlos Lorenceto, a certificação ODS, assim como o Selo Verde, concedido pelo Instituto Chico Mendes, reafirmam o DNA sustentável da Micropet. “Nascemos com o propósito de transformar resíduos que iriam poluir o planeta em produtos que agregam valor para a sociedade. Ao longo dos anos esse conceito vem sendo ampliado e isso fica evidente nas certificações que conquistamos”, afirma.

Para ele, outra grande conquista recente é a associação à Abicol. “Entendemos que podemos somar ainda mais com o setor colchoeiro rumo a sustentabilidade, através de nossos produtos e serviços”, acrescenta.

“E vem mais novidade”, antecipa o diretor da Micropet ao se referir a um projeto em parceria com a OMA – Ativos Ambientais para comercialização de créditos de plástico, a exemplo do crédito de carbono. ■



Os sócios da Micropet: Leon Damo, Valdir Damo, Wagner Damo, Carlos Lorenceto e Lene Martin



Equipe da Micropet no estande da Feiplar & Feipur



Débora Irie entrega o Certificado ODS a Carlos Lorenceto



Adriana Pierini, diretora executiva, entrega certificado de Associado à Abicol ao diretor da Micropet



O projeto do Yes Varejo Summit foi apresentado em São Paulo ano passado

## Yes Varejo Summit reúne time de especialistas no Recife

ENCONTRO SERÁ REALIZADO DIAS 16 E 17 DE OUTUBRO NO RECIFE EXPO CENTER E CONTARÁ COM A PRESENÇA DE PROFISSIONAIS QUE LEVARÃO TEMAS ATUALIZADOS SOBRE TENDÊNCIAS E INOVAÇÕES DO VAREJO

Primeiro espaço para feiras e convenções de Recife (PE) situado no Cais de Santa Rita – que faz parte do Complexo Porto Novo Recife, na área central da cidade – o Recife Expo Center será o local da Yes Varejo Summit, que acontecerá nos dias 16 e 17 de outubro, com uma programação repleta de palestras e workshops conduzidos por renomados especialistas. Os participantes terão a oportunidade de aprofundar seus conhecimentos sobre as tendências e inovações que estão moldando o futuro do varejo.

“Além de cases de sucesso e experiências práticas”, acrescenta Lorenzo Migliori, diretor da Yes, confirmando que o evento será imperdível ao oferecer uma valiosa oportunidade de networking e troca de experiências. Ele conclama: “Prepare-se para se conectar, aprender e se inspirar no Yes Varejo Summit”. O site do Recife

Expo Center divulga um auditório com capacidade para receber 1,5 mil pessoas.

Conforme Lorenzo, a capital pernambucana é um importante centro econômico para o Nordeste e para o Brasil. Atualmente, a cidade se destaca como a terceira capital da região Norte-Nordeste com o maior PIB per capita. “O mercado varejista local vem crescendo de forma exponencial, e grandes redes de varejo têm escolhido Recife como sede de suas operações. Realizar um evento no eixo do varejo do Nordeste foi, sem dúvida, uma decisão estratégica”, ressalta o executivo.

Os participantes, segundo ele, vão desfrutar de uma rica experiência de networking, onde terão a oportunidade de se conectar com profissionais e líderes do varejo. Além disso, o evento oferecerá conteúdos relevantes e atualizados sobre as

mais recentes tendências e inovações, proporcionando um ambiente ideal para troca de ideias e desenvolvimento de parcerias estratégicas. Lorenzo está convencido de que “trazer um evento desse porte e relevância para a cidade reforça o compromisso da Yes com a construção de valor para a nossa comunidade varejista”.

## NOVIDADES

O executivo recorda que a primeira edição, realizada em São Paulo em 2023, foi um grande sucesso, gerando excelentes oportunidades de networking. “Para este ano, estamos trazendo melhorias significativas, como novos formatos de interação, dois dias de evento, em um novo espaço, conteúdos ainda mais relevantes e a participação dos mais notáveis especialistas do varejo. Estamos comprometidos em oferecer uma experiência ainda mais enriquecedora e dinâmica para todos os participantes”, faz questão de ressaltar.

Em relação ao perfil dos participantes, o diretor da Yes comenta que é composto por empresários e empreendedores do varejo, incluindo tanto gestores de negócios estabelecidos quanto novos empreendedores em busca de inovação e oportunidades de crescimento. “Eles buscam insights valiosos e atualizações sobre as tendências do mercado”, reforça Lorenzo, complementando que a escolha dos palestrantes está alinhada com o perfil do público.

“Selecionamos especialistas que abordam temas relevantes e atuais, focando nas principais dores e soluções que os varejistas enfrentam no seu dia a dia. Essa curadoria garante que os conteúdos sejam práticos e aplicáveis, proporcionando aos participantes insights valiosos para impulsionar seus negócios”, diz o executivo, chamando a atenção para outro ponto importante, que são os temas a serem abordados – e relevantes para o segmento – como logística, vendas, e-commerce e soluções inovadoras para o varejo. “Vale ressaltar que as palestras incluirão cases inspiradores que ilustram práticas bem-sucedidas e experiências transformadoras que, com certeza, proporcionarão insights valiosos que poderão ser aplicados diretamente em seus negócios”, conclui o diretor da Yes. ■



Lorenzo Migliori, diretor da Yes



O Recife Expo Center será o local da Yes Varejo Summit

### Serviço:

**Yes Varejo Summit**

**Data:** 16 e 17 de outubro

**Horário:** 8h às 19h

**Local:** Recife Expo Center, Recife (PE)

**Informações:** <https://yesvarejosummit.com.br/inscricao-yvs>

TRILHA DE  
APRENDIZADO  
**ESG**  
um caminho sem volta

## Seja agente de desenvolvimento em gestão ESG para impulsionar a sustentabilidade na sua empresa

Aprenda como integrar práticas de ESG e as plataformas da ONU, Pacto Global e os objetivos de desenvolvimento sustentável (ODS) nos negócios.

A sustentabilidade é uma preocupação agora. Para prosperar, as empresas precisam comprometer-se com a sustentabilidade, adaptando-se às mudanças, às leis e às demandas competitivas do mercado.

A integração dos critérios ESG (Meio Ambiente, Social e Governança) é fundamental para garantir um futuro próspero para todos. ESG é um caminho sem volta!

**TRILHA DE APRENDIZADO ESG** proporciona conhecimento sobre os princípios da sustentabilidade com exemplos práticos relacionados às plataformas da ONU e ao ESG Environmental, Social and Governance.

**Investimento**

**R\$ 699,00**

(Até 3 parcelas mensais de R\$ 233,00)

**COMECE JÁ A TRILHA DO APRENDIZADO ESG**

## Curso administrado por Débora Irie:

- Consultora associada da Geração Social - Ecosistema Great People GPTW.
- Partner GPTW Great Place To Work.
- Coordenadora do livro internacional ODS em Prol de Uma Cidadania Planetária.
- Articuladora do CPCE - Conselho paranaense de cidadania empresarial da FIEP, liderou em Maringá campanhas de adesão ao Pacto Global e aos ODS - objetivos de desenvolvimento sustentável e ações de responsabilidade social corporativa.
- Docente no ensino superior no Grupo Vitru Unicesumar, com experiência na tutoria de projetos de extensão comunitária universitária.
- Palestrante e Educadora humanista.
- Profissional nexialista.
- Embaixadora da Integral Woman Global.



### Para quem é a Trilha ESG:

- Profissionais com interesse em contribuir para um futuro mais sustentável e responsável, de áreas como: SSMA saúde, segurança e meio ambiente, responsabilidade social, recursos humanos, administração, operacional, marketing, comunicação e outros.
- Quem quer aprimorar as chances de manter-se em um mercado mais exigente em relação à sustentabilidade.

### Vantagens das práticas ESG:

- Diferencial competitivo e atrativo no mercado.
- Fortalecimento da reputação da empresa.
- Preparação para atender critérios de parceiros estratégicos.
- Implementação de práticas ESG é investimento que gera benefícios para a perenidade da empresa, a sociedade e o planeta.

**Inscriva-se agora e dê o primeiro passo para um futuro mais sustentável. ESG é um caminho sem volta!**

#### Realização Instituto Impulso

Organização criada para desenvolver a competitividade das empresas do setor moveleiro.

#### Apoio Abicol

A Associação Brasileira da Indústria de Colchões (Abicol)

#### Mais informações aqui:





# Mais de seis décadas criando e produzindo bons momentos

PRESTES A COMPLETAR 65 ANOS DE ATUAÇÃO NO SETOR, A SANTOS ANDIRÁ SE ESPECIALIZA CADA VEZ MAIS NA PRODUÇÃO DE MÓVEIS PARA DORMITÓRIOS

UMA DAS MAIORES FÁBRICAS DO BRASIL, A EMPRESA CONTA COM 450 COLABORADORES E CAPACIDADE PRODUTIVA DE 480 MIL DORMITÓRIOS/ANO

COM CLIENTES EM TODO O BRASIL E NO EXTERIOR, A SANTOS ANDIRÁ EMBASA SUA ATUAÇÃO NO SLOGAN "O MÓVEL DOS SEUS MELHORES MOMENTOS"

O número de empresas do setor com mais de 60 anos de história não passa de dois dígitos e aquelas que chegam a esta marca, como a Santos Andirá, da cidade que lhe dá o nome, no Paraná, contabilizam muitos desafios e superações. "Já passamos por diversas crises econômicas, com congelamento de preços, trocas de moedas e hiperinflação. Também vimos clientes importantes deixarem o mercado de maneira brusca", afirma José Roberto (Tim) dos Santos, diretor da empresa, elencando também a crise sanitária de Covid. "Vivemos momentos jamais experimentados,

não apenas como empresários, mas como seres humanos", acrescenta.

Tim destaca que o mercado está vivendo mais uma crise, desta vez a escassez de matérias-primas. "Isso nos coloca em xeque todos os dias", lamenta, emendando que acredita na superação. Aliás, o diretor da Santos Andirá revela seu lado otimista quando fala das conquistas da empresa, enfatizando que elas são diárias e que no final da trajetória proporcionam grande satisfação. "Ser conhecido é muito bom, mas ser reconhecido

é melhor ainda. E isso se revela quando recebemos um feedback positivo de um cliente, uma parceria nova que realizamos ou quando um colaborador elogia uma ação. Tudo isso se soma à satisfação de um trabalho bem-feito”.

O crescimento da marca Santos Andirá também é uma conquista diária. E isso é medido através de pesquisas realizadas com os lojistas, revelando que a marca passa uma imagem de credibilidade, confiança, respeito e qualidade. Além disso, nos depoimentos, os lojistas enfatizam a satisfação de trabalhar com a marca e os produtos Santos Andirá. E isso se traduz no prêmio TOP 20 conquistado nos últimos três anos.

Em relação ao desempenho do mercado, o diretor da Santos Andirá afirma que o ano começou muito bem. “Conseguimos ingressar em clientes que há tempos estavam sendo trabalhados, o que nos deixou muito orgulhosos com o trabalho realizado. Na exportação, que é um dos nossos focos comerciais, também alcançamos números satisfatórios, com grandes resultados”, acrescenta, pontuando que para o final do ano já estão com programações pré-estabelecidas. Mas lembra que o grande desafio agora é a manutenção do recebimento de matérias-primas para conclusão dessas ações.

“Precisamos desta definição também para fazer o planejamento para 2025. Esperamos que até abril esta instabilidade tenha passado e que possamos voltar à normalidade. De toda forma, vamos fazer o planejamento acreditando na estabilidade, esperando que o próximo ano traga boas oportunidades de crescimento”, destaca o diretor da Santos Andirá.

Tim também conta que a Santos Andirá

se encontra em uma nova fase, com objetivos revitalizados e muitas ações voltadas à governança, que passam por mais valorização dos colaboradores. “Estamos sendo avaliado pela GPTW, buscando estar entre as Melhores Empresas para se Trabalhar”, destaca, acrescentando que muitos investimentos são feitos em ações como o novo Espaço Saúde para atendimento médico diário aos colaboradores e seus familiares e a nova área do Espaço Refeições.

Em 2025 a empresa vai implementar o projeto do novo escritório, com mais



José Roberto (Tim) dos Santos, diretor da Santos Andirá



A linha Doce Vida Personalize é reconhecida como diferenciada e inovadora pelo mercado



Produtos da linha juvenil New Conect

## Conheça mais sobre a Santos Andirá



Fábrica da Santos Andirá, localizada em Andirá, norte do Paraná

Uma empresa familiar, fundada em 1961, a Santos Andirá está próxima de completar 65 anos no mercado moveleiro, se especializando cada vez mais no segmento de dormitórios. Hoje sua capacidade fabril é de 480 mil dormitórios/ano, contando com aproximadamente 450 colaboradores diretos. Atualmente ocupa uma área de 120 mil m<sup>2</sup>, sendo 58 mil metros de área construída em uma das plantas mais modernas do Brasil. Atende clientes em todo o País e exporta para diversos países.

conforto aos colaboradores. E, com os investimentos no processo produtivo e aumento da produtividade com a compra de máquinas mais modernas e ágeis, a empresa entende que também está investindo no conforto dos colaboradores. “Sabemos que quando cuidamos bem dos colaboradores, eles nos ajudam a cuidar bem dos parceiros”, ensina Tim, emendando que outro importante investimento foi na construção do showroom, para melhorar a experiência dos clientes que visitam a fábrica e podem interagir mais com os produtos.

### PRODUTOS INOVADORES

Especialista em móveis para dormitórios, a Santos Andirá pesquisa e ouve os clientes para desenvolver novas linhas que atendam as necessidades do mercado e, especialmente, dos consumidores. “Todos os produtos que lançamos em 2024 atendem as expectativas, e a linha Doce Vida Personalize é reconhecida como diferenciada e inovadora pelo mercado”, afirma.

Tim destaca que os profissionais de desenvolvimento da empresa estão sempre atentos às cores, aos movimentos de design e às medidas e formatos que melhor convém ao consumidor. “Desta forma, os produtos são mais assertivos”, acredita, adiantando que os lançamentos para 2025 já estão sendo pensados, inclusive com alternativas em materiais para oferecer as melhores soluções ao mercado.

Para apresentar as novidades e estar sempre próximo aos clientes, a Santos Andirá tem entre suas estratégias a participação em eventos. E, com o formato adotado por algumas organizadoras, com custo mais acessível, a empresa intensificou sua participação em feiras. A presença próxima aos clientes de diversas regiões tem gerado a abertura de novos clientes e ampliação de mix nos clientes atuais. “Por conta disso, a estratégia deve ser mantida em 2025”, finaliza José Roberto (Tim) dos Santos. ■



## GRANDES SOLUÇÕES QUE CABEM NO BOLSO.

A Kisafix tem **diversas opções** de adesivos, selantes e auxiliares **em pequenas embalagens**. É mais produtividade para o profissional marceneiro e praticidade para o lojista. A **mesma qualidade** e desempenho que você já conhece com **mais facilidade** para pequenas aplicações.

Kisafix. **Cola com a gente.**

### FIXA TUDO

- Uso interno e externo;
- Cola até debaixo d'água\*;
- Não mancha.

\*Indicado somente para reparos.

### ADESIVO DE CONTATO

- Adesivos de alto desempenho que garantem uma colagem rápida e segura;
- Excelente aplicação, secagem e rendimento;
- Adesivos versáteis com tack e tempo em aberto.

### KISABOND

- Colagem instantânea de alta resistência;
- Média viscosidade.

# CILAX impulsiona o mercado de adesivos industriais

DESDE 2021 EMPRESA DO DEVISA GROUP ATUA NA ÁREA DE SOLUÇÕES ADESIVAS HOT MELT PARA A INDÚSTRIA MOVELEIRA E COLCHOEIRA

**A** CILAX é uma marca do Devisa Group e surgiu com o propósito de gerar empregos e minimizar o impacto da pandemia na comunidade próxima à Depimiel do Brasil, em Colombo (PR). “Estamos presentes na região há mais de duas décadas, muitas das famílias do entorno nasceram e cresceram conosco, precisávamos agir. Sabíamos que a Depimiel Florestal, na Argentina, estava produzindo resina natural suficiente para atender as fábricas de produtos depilatórios do grupo e o excedente estava sendo exportado para Ásia-Pacífico, América do Norte, Europa, América do Sul, Oriente Médio e África. Então decidimos que, ao invés de simplesmente vender a matéria-prima extra que tínhamos, iríamos explorar o seu potencial de criar valor, investindo na abertura de novos negócios”, recorda Agustin Villanueva, CEO do grupo.

Assim, em 2021 a CILAX inicia suas atividades. “Começamos aplicando nossa experiência em formulações, visto que somos especialistas em desenvolver e produzir depilatórios, para fabricar soluções adesivas hot melt para a indústria moveleira e colchoeira: o HM CILAWOOD para colagem dos mais diferentes tipos de bordas e substratos, o HM CILAMATT 300 para a fabricação de colchões e estofados e o HM CILAMATT 320 para a produção de molas ensacadas”.

Ele prossegue: “Contudo, à medida que avançávamos com o projeto CILAX, sentíamos que era possível ir além. Por isso, adquirimos novas máquinas, expandimos a produção para um segundo galpão e passamos a produzir em larga escala. Hoje



forneçamos tecnologia para os segmentos de papel e embalagens, gráfico, rotulagem, calçadista, automotivo e estamos preparando lançamentos para o ano de 2025”.

O CEO do Devisa Group tem certeza de que a CILAX tem uma longa jornada pela frente, mas acredita que será uma trajetória de sucesso. “Porque fortalecemos o capital humano, investimos em P&D, valorizamos as parcerias com instituições de pesquisa que possam nos oferecer tecnologias inovadoras, produzimos com excelência e, principalmente, porque estamos trabalhando para que isso aconteça. Gosto de citar uma frase, que não é de minha autoria, mas que expressa a nossa visão: o único lugar em que o sucesso vem antes do trabalho é no dicionário”, conclui.

Além do mercado de adesivos industriais, o Devisa Group atua no setor de manejo florestal sustentável e reflorestamento, na produção de linhas para a indústria têxtil e na fabricação de produtos e equipamentos para higiene pessoal e cosméticos. São empresas independentes, mas que operam em sinergia, formando uma base empresarial sólida, capaz de promover o crescimento econômico sustentável nas localidades em que estão instaladas. ■

As melhores soluções  
em tecidos para colchão.  
**Qualidade Belga, fabricada no Brasil.**

# Cashmere™

**REGULAÇÃO TÉRMICA** A caxemira tem excelentes propriedades reguladoras de umidade e calor. Este tipo de lã pode absorver grandes quantidades de umidade do ar (até 40%) sem a sensação de umidade. As propriedades da fibra permanecem inalteradas até um teor de umidade de 17%.

**ISOLAMENTO** A lã de caxemira isola muito bem contra o frio. Isso ocorre porque as fibras firmemente enroladas prendem o ar. Essa camada natural de ar é a melhor forma de isolamento natural.

**ELASTICIDADE** A lã de caxemira é naturalmente muito resiliente; a razão pela qual os tecidos de caxemira são tão macios. A fibra de caxemira também é extremamente elástica e pode ser esticada de 30 a 40% sem romper.



**BEKAERT DESLEE**

[BEKAERTDESLEE.COM](http://BEKAERTDESLEE.COM)

Close to you

[@BEKAERTDESLEEBRASIL](https://www.instagram.com/BEKAERTDESLEEBRASIL)

**COLOQUE A VENDA  
DE COLCHÕES DE SUA  
LOJA NAS ALTURAS**





Já imaginou aumentar a taxa de conversão em vendas no mínimo em 20%?

E aumentar o ticket médio de venda de colchão em pelo menos 305%?

Isso é possível e já foi comprovado pelas lojas que adquiriram o curso **EXPERT EM VENDA DE COLCHÃO** para seus vendedores e gerentes.

Aproveite a promoção exclusiva para os 200 primeiros compradores!



Dicas exclusivas de Iris Gelbcke  
Maior vendedor de colchões do Brasil



Ligue para saber mais: (41) 9 9912-9877  
e fale com Juliana.

[contato@expertemvendadecolchao.com.br](mailto:contato@expertemvendadecolchao.com.br)  
[expertemvendadecolchao.com.br](http://expertemvendadecolchao.com.br)

Realização:

Móveis  
de  
valor

Curadoria:





## C-CORE inaugura laboratório em parceria com a UFMG

**ESPAÇO VIABILIZA DESENVOLVIMENTO DE PESQUISAS QUE COMPROVAM A EFICIÊNCIA DO MATERIAL NA PREVENÇÃO DE LESÕES POR PRESSÃO EM PACIENTES ACAMADOS**

Uma das grandes inovações do setor de colchões nos últimos anos, o C-CORE acaba de escrever mais um capítulo em sua história de 8 anos no Brasil. O material, que pode substituir a espuma de poliuretano em diversas aplicações, tem amplo uso hospitalar em seu país de origem, o Japão.

Juliano Carlos, CEO da C-CORE Brasil, destaca que o produto já ultrapassou a barreira da introdução de mercado e agora está na fase de maturidade, com inúmeras aplicações em diferentes setores. “No segmento hospitalar avançamos muito com a inauguração do Labtec C-CORE/UFMG, uma parceria público/privada, que vai desenvolver novas tecnologias para a prevenção de lesões por pressão”, afirma, se referindo a inauguração realizada no dia 27 agosto nas dependências da Escola de Enfermagem da UFMG (Universidade Federal de Minas Gerais).

A inauguração do Labtec C-CORE/UFMG contou com a presença dos representantes da empresa e da universidade, além da diretora executiva da Abicol (Associação Brasileira da Indústria de Colchões), imprensa e convidados.

Para o empresário Tiago Temponi, investidor do projeto, além de desenvolver novas tecnologias com o uso do C-CORE e de realizar pesquisas que validem o uso do produto no âmbito hospitalar, o laboratório é um marco no avanço da ciência, pois o projeto terá grandes impactos ao mitigar consideravelmente os problemas de saúde pública gerados pelas lesões por pressão.

Para ele, o laboratório também mostra a importância da colaboração entre indústria e instituições acadêmicas. “O objetivo é fazer com que a indústria se beneficie daquilo que está sendo estudado e pesquisado nas universidades, assim como essas instituições possam ver seus estudos colocados em prática, trazendo soluções para problemas enfrentados pela população”, destaca Temponi.

Os primeiros testes foram feitos com o colchão C-CORE Med, composto de filamento de polietileno de estrutura tridimensional, e teve sua eficácia comprovada pelas pesquisas coordenadas pela professora titular da UFMG, Dra. Eline Lima Borges, e pela enfermeira Ms. Perla Oliveira Soares de

Souza. “O colchão é capaz de reduzir a pressão nas proeminências ósseas contribuindo para a prevenção de lesão por pressão. Esta lesão representa um desafio significativo para pacientes acamados ou com mobilidade reduzida, e a escolha adequada de um colchão pode desempenhar um papel fundamental na redução do risco dessas lesões”, destaca a professora Eline.

Segundo ela, foram realizadas 1.798 avaliações com as pessoas na posição dorsal, lateral e ventral (prona) e foi mensurada a pressão nas diversas proeminências ósseas. Na comparação com o colchão de espuma viscoelástica, até então considerado a melhor solução para a prevenção de lesão por pressão, o C-CORE Med é capaz de reduzir a pressão em 963 mmHg na proeminência óssea, que corresponde a 89% de redução da pressão.

“Os benefícios do colchão C-CORE Med compreendem a redistribuição da pressão, a promoção da circulação sanguínea, o alívio dos pontos de pressão e o controle do microclima. Além disso, reduz o risco de complicações associadas a imobilidade, aumenta a satisfação do paciente e da equipe de saúde, sendo composto por material facilmente lavável, reduzindo a possibilidade de substituição, acarretando melhor custo-benefício em longo prazo”, enfatiza a professora Eline, acrescentando mais um benefício: “O C-CORE Med é composto por material 100% reciclável, portanto, contribui para a preservação ambiental”. ■

## Vantagens do C-CORE



C-CORE é uma estrutura tridimensional formada por polietileno de alta densidade e as placas feitas deste material substituem a espuma de poliuretano

em praticamente todas as suas aplicações industriais. Além de manter o nível de conforto em colchões hospitalares, residenciais, móveis para área externa, área náutica, segmento pet, entre outros.

Entre as vantagens do produto estão o fato de ser 100% reciclável, não deforma com o uso, adapta-se completamente ao corpo, previne lesões por pressão, conta com tecnologia termorreguladora, é lavável, seca instantaneamente, tem longa durabilidade, é antifungo e não prolifera ácaros e bactérias.



O empresário Tiago Temponi, professora Eline Lima Borges, e o CEO da C-CORE, Juliano Carlos



Tiago Temponi, Adriana Pierini, diretora executiva da Abicol, e Juliano Carlos



Juliano Carlos, Inalva Corsi e Ari Bruno Lorandi



O Labtec C-CORE/UFGM permite a realização de pesquisas que validam a eficiência do material



## Feira na Turquia atrai fabricantes brasileiros

UMA DELEGAÇÃO DE FABRICANTES DE COLCHÕES VAI PARTICIPAR DA IBIA EXPO, QUE ACONTECE EM ISTAMBUL, NO FINAL DE SETEMBRO

Cerca de 30 empresários brasileiros já confirmaram presença na IBIA Expo 2024, que acontece de 25 a 28 de setembro, em Istambul, na Turquia. A comitiva conta com organização da Abicol – Associação Brasileira da Indústria de Colchões, mas está aberta a adesão de não associados.

Ümit Vural, representante da IBIA Expo, destaca que a feira está na terceira edição e é um dos eventos mais abrangentes e prestigiados da indústria de fabricação de colchões. “Este evento tão aguardado tem como objetivo unir fabricantes de colchões e profissionais da indústria de fornecimento, apresentando novidades, inovações e tecnologias que estão moldando o futuro da produção de colchões”, afirma.

Segundo ele, os bons resultados da feira do ano passado aumentaram a procura de expositores e visitantes para a feira deste ano. “No ano passado, realizamos a feira em uma área líquida de exposição de 15 mil metros quadrados composta por três pavilhões. A maioria das empresas fornecedoras da indústria de colchões da Turquia volta a participar da feira este ano. No total teremos um crescimento de 25% no número de expositores, em especial com incremento de empresas do exterior”, afirma Ümit Vural, lembrando que em 2023, a IBIA Expo contou com a participação de 140 empresas e mais de 300 marcas líderes. “Reunimos mais de 9 mil compradores nacionais e estrangeiros de 97 países”, acrescenta.

## EXPECTATIVAS PARA A IBIA EXPO 2024

Para a edição deste ano a expectativa dos organizadores é que o número de visitantes cresça, já que foram organizadas delegações com representantes de países como Brasil, Polónia, Índia, Holanda, Alemanha, Rússia, Macedónia, Bulgária e Romênia.

“Como a Turquia é um player importante na indústria de fornecimento de insumos para colchões, a visita de compradores da Europa, Oriente Médio, Arábia Saudita, Repúblicas Turcas e Norte da África já é tradição”, afirma Ümit Vural.

Em relação à delegação do Brasil, o representante da feira destaca que por conta da importância da indústria de colchões do País, a IBIA Expo firmou parceria com a Abicol para estreitar as relações entre fabricantes brasileiros e os fornecedores turcos. Inclusive fornecendo hotel no período da feira para os integrantes da delegação, além de um estande para a Abicol.

Ümit Vural ainda enfatiza que a IBIA Expo 2024 será uma vitrine para apresentação das soluções mais avançadas e inovadoras para a produção de colchões. “Tecidos, molas, espuma, fibras e máquinas com tecnologia de última geração estarão expostos na feira, perfazendo uma ampla gama de soluções para quem busca inovar na produção de colchões”, finaliza.

## ABICOL TERÁ ESTANDE NA IBIA EXPO

Por conta da parceria firmada, a Abicol terá um estande para receber os brasileiros na IBIA Expo 2024. O espaço Abicol Connection estará à disposição dos empresários para que possam fortalecer suas conexões e concretizar novos negócios.

O cônsul-geral do Brasil em Istambul, Ruy Pacheco de Azevedo Amaral, acompanhará a comitiva da Abicol na cerimônia de abertura da IBIA Expo 2024, que será realizada no dia 25 de setembro, às 10h, no Pavilhão de Exposições. A presença do cônsul-geral foi confirmada pela Seção de Comércio e Investimentos do Consulado Brasileiro na



Ümit Vural, representante da IBIA Expo

Turquia, destacando a importância do setor colchoeiro brasileiro e o reconhecimento do governo pela crescente representatividade que a indústria de colchões vem conquistando ao longo dos anos.

Em sua terceira edição, a IBIA Expo – Feira da Indústria e Tecnologia de Fornecimento de Colchões, focada em tecnologia e inovação, ocorrerá de 25 a 28 de setembro de 2024, em Istambul, Turquia. O evento é organizado pela IBIA – Associação Internacional da Indústria de Colchões.

A editora da revista Móveis de Valor, Inalva Corsi, vai visitar o evento e trará a cobertura completa na edição de outubro. ■



## Plumatex comemora 40 anos com clientes do Norte e Nordeste

UMA DAS MAIORES FABRICANTES DO BRASIL DESTACOU NA COMEMORAÇÃO A INOVAÇÃO E O COMPROMISSO COM A QUALIDADE DOS COLCHÕES QUE PRODUZ EM SUAS CINCO UNIDADES FABRIS

**A** Plumatex reuniu, dia 21 de agosto, em Imperatriz (MA), clientes do Norte e Nordeste para comemorar os 40 anos de atuação da marca na produção de colchões. A empresa,

fundada em outubro de 1984, se consolidou como uma das líderes no mercado de colchões do Brasil, oferecendo produtos de alta qualidade e inovação para todo o território nacional.



Rodrigo de Melo, CEO da Plumatex, e Moacir de Melo, fundador da empresa

Com uma frota própria de caminhões e unidades fabris em Goiás, Bahia, Maranhão, Paraíba e Rio de Janeiro, a Plumatex garante entregas ágeis e eficientes, contribuindo para a competitividade e satisfação dos clientes.

Além disso, conta com um portfólio de quatro marcas bem-posicionadas, incluindo a renomada Sealy, a maior empresa de colchões do mundo da qual a Plumatex é licenciada há mais de uma década. As marcas Unique, Plumatex e Smart completam o portfólio com

produtos para todos os gostos e bolsos, sempre com produtos pautados pela excelência em qualidade e inovação. As marcas da Plumatex são cuidadosamente distribuídas em canais específicos, atendendo às diversas necessidades dos consumidores e reforçando a presença da empresa no mercado.

## INOVAÇÃO E SUSTENTABILIDADE

A Plumatex está sempre em movimento, trazendo inovações que definem o mercado colchoeiro nacional. Um dos destaques é a espuma "verde" Eco Foam, que reduz em 50% a dependência de matéria-prima fóssil na produção, alinhando-se ao compromisso da empresa com a sustentabilidade e a redução do impacto ambiental. Além disso, a empresa investe constantemente em pesquisa e desenvolvimento para aprimorar seus produtos e processos, assegurando que estejam na vanguarda das tendências e necessidades do setor. Mostrando que sua preocupação não é apenas com a qualidade dos seus produtos, mas também com a proteção ambiental, implementando práticas que minimizam o impacto ecológico e promovem o uso responsável dos recursos. Este compromisso é um pilar central da empresa, refletindo sua visão de um futuro sustentável e inovador.

## O FUTURO DA PLUMATEX

À medida que a Plumatex avança para o futuro, o desafio é manter o crescimento contínuo enquanto preserva o alto padrão de qualidade que caracteriza suas marcas. A empresa está focada em consolidar sua posição no competitivo mercado brasileiro, aproveitando sua experiência, infraestrutura e compromisso com a inovação para oferecer produtos cada vez mais valorizados pelos consumidores.

Com uma trajetória marcada pela excelência e uma visão voltada para o futuro, a Plumatex reafirma seu papel como referência no setor de colchões, sempre em busca do melhor para seus clientes e para o meio ambiente. ■



*Confira mais fotos do evento.*



O CEO da Plumatex recebeu clientes do Norte e Nordeste



## Colchões Castor torna-se signatária do Pacto Global das Nações Unidas

COM ENFOQUE NA SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL E NO BEM-ESTAR SOCIAL, EMPRESA DESENVOLVEU DIVERSAS INICIATIVAS DE APOIO ÀS COMUNIDADES LOCAIS

Com tantas discussões recentes sobre ESG, principalmente com foco em ações e implementações de políticas que seguem esses conceitos dentro de grandes empresas, a Colchões Castor é uma das primeiras indústrias dos ramos moveleiro e colchoeiro a se tornar signatária do Pacto Global da Organização das Nações Unidas (ONU). A novidade foi anunciada no início desse mês de setembro e faz parte de uma sequência de ações que mostram o comprometimento da marca com um futuro mais sustentável.

De acordo com a nota da Castor, este feito aliado à recente certificação ESG, evidencia o compromisso contínuo da empresa com a sustentabili-

dade e a responsabilidade social, consolidando-a como referência em práticas empresariais responsáveis. Ao aderir aos dez princípios do Pacto, que englobam áreas cruciais como direitos humanos, condições de trabalho, proteção ambiental e combate à corrupção, a Castor reforça seu compromisso de liderar o setor em direção a um futuro mais sustentável e ético.

O Pacto Global foi lançado pela ONU, em 2000, com o objetivo de criar um chamado para as empresas de todo o mundo para alinharem suas operações estratégicas aos Dez Princípios Universais nas áreas de Direitos Humanos, Trabalho, Meio Ambiente e Anticorrupção e

desenvolverem ações que contribuam para o enfrentamento dos desafios da sociedade.

Segundo consta no próprio site da ONU, o Pacto é, atualmente, a maior iniciativa de sustentabilidade corporativa do mundo, com mais de 25 mil participantes, entre empresas e organizações, distribuídos em mais de 67 redes locais, com abrangência e engajamento em todos os continentes.

No Brasil foi criada em 2003 uma rede local do Pacto Global, que se transformou na segunda maior do mundo, com mais de 1.900 participantes. Por isso, fica fácil entender a felicidade da Castor em fazer parte do grupo de signatários. "A adesão ao Pacto Global da ONU é um marco para a Castor. Isso mostra que estamos alinhados com os melhores padrões de sustentabilidade e responsabilidade social. Reflete nosso compromisso de sempre fazer o melhor pelo planeta e pelas pessoas", afirma Helio Antonio Silva, CEO da companhia.

Exemplo dos investimentos da empresa em ações sustentáveis é a criação do processo AG de reutilização para as fábricas. Na prática, a marca reutiliza espumas selecionadas e desenvolve uma nova espuma, mais resiliente e resistente que a inicial. Com isso, a empresa teve resultados positivos como a redução do desperdício de materiais, e retorno positivo de clientes e parceiros que apoiaram a iniciativa.

Com um enfoque na sustentabilidade ambiental e no bem-estar social, a Castor também desenvolveu iniciativas de apoio às comunidades locais, além de fazer parcerias com institutos.

"Estamos comprometidos com os Dez Princípios do Pacto, que incluem direitos humanos, trabalho, meio ambiente e anticorrupção. Queremos fazer a diferença e inspirar outras empresas do setor a fazerem o mesmo", afirma o executivo.

Para o CEO, um dos desafios encontrados pela marca na implementação das ações ESG foi a adaptação de toda a cadeia de produção às novas práticas sustentáveis. Para superar isso, a empresa investiu em treinamento e capacitação para os colaboradores e parceiros. "Além dos treinamentos, vamos monitorar e reportar todo o progresso em relação aos princípios do Pacto Global com



relatórios detalhados e auditorias externas para garantir que a empresa está no caminho certo e que as práticas estão de acordo com o Pacto", revela.

### CERTIFICAÇÃO ESG: UM MARCO DE RESPONSABILIDADE

Paralelamente à adesão ao Pacto Global, a Colchões Castor também celebra a obtenção da certificação ESG (Environmental, Social, and Governance), uma



importante validação das práticas sustentáveis e da governança responsável que a empresa tem implementado. Este reconhecimento destaca a eficiência com que a Castor tem integrado os critérios ESG em suas operações, desde a seleção de materiais até a governança corporativa. Essa certificação foi obtida por meio de um instituto qualificado para analisar as ações praticadas pelas empresas.

## PRÓXIMOS PASSOS

Por meio de ações estratégicas, com foco no crescimento sustentável, a Castor tem como objetivo reduzir a pegada de carbono e aumentar o uso de materiais recicláveis, garantindo que 100%

dos produtos sejam produzidos de forma sustentável. Para isso, a empresa está investindo em tecnologias e parcerias estratégicas. "Esperamos aumentar nossa eficiência operacional, reduzir custos a longo prazo e fortalecer nossa marca no mercado. Além disso, acreditamos que essas práticas nos ajudarão a atrair e reter talentos, além de abrir novas oportunidades de negócios", conclui Helio Silva.

Os próximos passos, de acordo com o empresário, são a implementação de novos projetos de sustentabilidade, ampliação das nossas ações sociais e a continuidade do monitoramento e melhoria dos nossos processos internos. ■

## Você sabe a diferença entre certificação ESG e assinatura do Pacto Global da ONU?

Para esclarecer melhor a diferença entre essas duas ações citadas pela Colchões Castor, conversamos com Débora Irie, especialista em ESG e que atua na certificação ODS (objetivos do desenvolvimento sustentável) de empresas do setor em parceria com o Instituto Impulso.

Inicialmente, Débora conta que para uma empresa se tornar signatária do Pacto Global da ONU ela precisa enviar uma carta à Nações Unidas sobre sua intenção de fazer parte da rede Brasil do Pacto. "Nesta carta, o presidente da empresa assume o compromisso de colocar em prática os Dez Princípios estabelecidos pela ONU. Depois a empresa tem um ano para se organizar e mostrar o que já foi feito. Os signatários têm o compromisso de apresentar um relatório de comunicação de progresso, assim como fazer uma contribuição financeira de acordo com o faturamento da empresa – isso acontece anualmente".

Débora lembra que a assinatura do Pacto Global não é equivalente a uma certificação ESG, mas um compromisso público formalizado sobre o seguimento dos Dez Princípios. "Isso não significa que a empresa não possa buscar sua certificação ESG por meio de institutos qualificados para fazer a análise das ações dessa empresa."

"Falando um pouco sobre o trabalho que realizo como certificadora parceira do Insti-

tuto Impulso, vou até a empresa para fazer a auditoria e checagem pessoalmente e, depois de constatadas as ações, certificá-la", explica.

Inclusive, a especialista em ESG afirma que a certificação é muito importante. "Clientes às vezes pressionam as indústrias para saber se elas possuem uma comprovação das ações ESG", destaca. "Os certificados requerem que as empresas assumam um compromisso público, divulgando informações sobre suas práticas, aumentando a transparência e a accountability. Além disso, os processos de certificação estimulam a melhoria contínua das práticas da empresa e posicionamento de mercado, levando consequentemente à diferenciação competitiva", acrescenta.

Débora Irie se mostra contente em saber que grandes empresas como a Castor estão se movimentando nesse sentido. "Esse movimento e empenho da indústria colchoeira em relação a melhorar suas práticas ESG demonstra a seriedade e compromisso do setor com as pessoas, com a inovação e com a sustentabilidade. Certificações relacionadas às temáticas dos ODS são importantes porque comprovam e reforçam a credibilidade às práticas ESG da empresa, demonstrando que elas foram avaliadas e aprovadas por auditoria externa", reforça.



Débora Irie, especialista em ESG

# Novaya inicia nova fase no mercado brasileiro

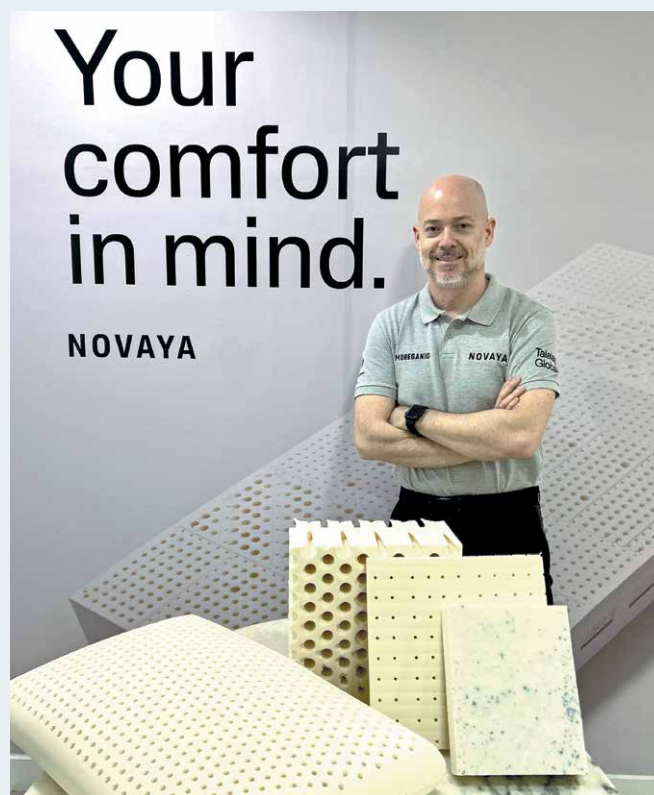
RESULTADO DA UNIÃO ENTRE LATEXCO E ARTILAT, A EMPRESA DIVERSIFICOU SEUS PRODUTOS E PASSA A OFERECER AO SETOR DE COLCHÕES OS SISTEMAS DUNLOP, PULSE E TALALAY

**N**ascida da união entre Latexco e Artilat, duas das maiores fornecedoras de produtos em látex para o descanso do mercado mundial, a Novaya reforçará sua nova trajetória no Brasil, após 15 anos de forte atuação no setor de colchões, sendo uma empresa com mais de um século de experiência no setor.

A empresa, integrante do grupo Love Home Fabrics, um dos maiores conglomerados no fornecimento de matérias-primas para o setor colchoeiro no mundo, será a única no mercado brasileiro a poder oferecer, já neste ano, as três tecnologias disponíveis para produzir látex para descanso: sistema Dunlop, Pulse e sistema Talalay.

Os clientes atuais e novos poderão optar pela tecnologia de produção de látex que melhor se adapte às suas linhas e objetivos, escolhendo entre as opções do mais democrático ao mais premium de todos.

O diretor comercial da Novaya para a América Latina, Anthony Wittich, fala sobre este novo momento, destacando que após longos 15 anos de atuação no mercado latino e em especial no Brasil, está muito animado com a nova fase e com a expansão. “Poder oferecer, de forma exclusiva, uma ampla gama de produtos, os quais nossos clientes na região ainda não tinham acesso, nos tornará únicos”, destaca, elencando a oferta de produtos oriundos de materiais reciclados, como mantas de látex, travesseiros e colchões produzidos no sistema Dunlop e Pulse, além das linhas de látex Talalay. “Esse produto é muito apreciado no mercado e vai reforçar nossa liderança na região, nos possibilitando atender as mais diversas demandas e ainda mais agora com essa ampla linha”, pontua.



Anthony Wittich, diretor comercial da Novaya para a América Latina

Segundo Anthony, a matriz continuará investindo fortemente na região com ações de marketing e treinamentos, a exemplo do que sempre fez. “Reforçaremos ao mercado os conceitos do látex como única matéria-prima que pode ser considerada de origem natural e de fonte renovável. Manteremos foco total nessa maravilhosa fonte da natureza”, garante o diretor comercial da Novaya.

Com isso tudo, a Novaya tem a certeza de que seguirá forte no seu desafio de tornar o látex cada vez mais conhecido no mercado, e que seja considerada a superfície mais confortável e durável do setor de descanso. ■

# Riscos de ergonomia: sua fábrica realmente tem feito a lição de casa?

Tive a oportunidade de trabalhar na primeira fábrica no flip/no lift (sem levantamento/tombamento etc.) do Canadá, onde ao longo de 2017 houve uma transformação forte em termos de exigências na erradicação de riscos ergonômicos. O termo no flip/no lift literalmente significa que nenhum funcionário realiza operações com esforços anti-ergonômicos.

Infelizmente no Brasil, e principalmente na indústria de colchões e espumas, estamos bem distantes da aderência à NR17 nos seus três espectros: a física, a organizacional e a mental.

Algumas empresas até contratam consultorias em ergonomia para obter os laudos, o que é bom, mas não ótimo – parafraseando o autor Jim Collins – contudo não se vê na prática soluções robustas para traduzir os laudos em ações de erradicação dos riscos.

## Exemplos de assessment ergonômico com uso de tecnologia

Estima-se que temos, somente na indústria de colchões e espumas industriais, um COPE, ou custo da não-ergonomia, superior a R\$ 1,3 bilhão, isso mesmo. Outrossim, tenho uma pesquisa informal de todas as minhas visitas à fábricas pelo Brasil, onde questiono os operadores submetidos a trabalhos repetitivos, com levantamento, tombamento, flexão e/ou torção do corpo quanto a terem algum tipo de dor lombar e/ou ombros

e/ou outros membros e/ou tendinites, e 100% das pessoas confessaram ter algum tipo de dor.

## O QUE FAZER ENTÃO?

Realizar laudo ergonômico com um especialista em NR17, preferencialmente um ergonomista; Realizar uma auditoria completa, com fotos, mapeando as operações de riscos, funcionários que trabalham mais de 80% do tempo de pé, com eventual de tecnologia para corroborar com os investimentos que serão necessários; Elaborar planilha de riscos mapeados x investimentos necessários x COPE erradicado para submissão à aprovação; Implementar e treinar os funcionários, pois há a exigência da mudança cultural; Passar a realizar gamba walks diários para monitoramento.

O custo da implementação de soluções de prevenção é baixíssimo vis-à-vis o retorno que sua empresa terá, que contemplará, entre outras coisas, um maior engajamento da sua mão de obra. ■

*Com base em soluções implementadas e testadas, podemos ajudar sua empresa a tornar-se no flip/no lift. Quer saber mais, contate-nos. (11) 93423 8276 ou rselvidaniel70@hotmail.com.*



Roberto A. S. Daniel, Sócio-fundador da RD consulting business advisory



Linhas vermelhas e roxas refletem riscos iminentes de lesões

Conheça o nosso mix de produtos acessando o site ou solicite a visita de um representante:  
[www.colchaoonix.com.br](http://www.colchaoonix.com.br)



Manchester  
President  
Lotus  
Del Faro  
Manhattan

# NEW YORK

## TECNOLOGIA INTERNACIONAL COM TOQUE BRASILEIRO



CONHEÇA MAIS ACESSANDO  
AQUI. APONTE SUA CÂMERA



Av. Pedro Freitas, 4000, Tabuleta  
CEP: 64019-734 - Teresina - PI  
VENDAS: 86 3131.6300 3131.6427 (FAX)  
E-mail: [vendas@socimol.com.br](mailto:vendas@socimol.com.br)



**COLCHÃO**  
**Onix**

Tradição em colchões desde 1976.

## FORESIGHT PARA ELEVAR COMPETITIVIDADE DE POLO MOVELEIRO

Uma iniciativa inovadora, destinada a elevar a competitividade das empresas do polo moveleiro de Santa Catarina e proporcionar acesso a novos mercados, com produtos de alto valor agregado. Esse é o projeto Foresight, lançado oficialmente dia 27 de agosto em São Bento do Sul e dia 28 em Rio Negrinho. O projeto Foresight trabalha na construção de uma visão de futuro, trazendo nova abordagem das cadeias de valor. Ganham destaque a sustentabilidade e a economia circular, um modelo de produção e consumo com o máximo reaproveitamento de materiais.

## EXPLOSÃO EM SILO DE SERRAGEM CAUSA INCÊNDIO EM INDÚSTRIA MINEIRA

No dia 12 de setembro ocorreu uma forte explosão em um silo de serragem na indústria de móveis Bom Pastor, em Visconde do Rio Branco (MG). Como resultado, irrompeu um incêndio que acabou sendo debelado pela brigada de incêndios da própria empresa. Três funcionários ficaram feridos e foram conduzidos ao hospital. A origem da explosão pode ter sido em razão do forte calor que se abate sobre a região. A temperatura na hora do sinistro era de 33 graus.



## PIB NO 2º TRIMESTRE MOSTRA AUMENTO DO CONSUMO DAS FAMÍLIAS

O PIB totalizou R\$ 2,9 trilhões no segundo trimestre de 2024. No mesmo período, a taxa de investimento foi de 16,8% do PIB, acima dos 16,4% registrados no segundo trimestre de 2023. Já a taxa de poupança foi de 16,0%, abaixo dos 16,8% do mesmo trimestre de 2023. Em relação ao 2º trimestre de 2023, o PIB avançou 3,3%. A Indústria (3,9%) e os Serviços (3,5%) cresceram no período, enquanto a Agropecuária (-2,9%) recuou. Pela ótica da despesa, a Despesa de Consumo das Famílias aumentou 1,3%.

Período de comparação	Indicadores						
	PIB	AGROP	INDUS	SERV	FBCF	CONS. FAM	CONS. GOV
Trimestre / trimestre imediatamente anterior (com ajuste sazonal)	1,4%	-2,3%	1,8%	1,0%	2,1%	1,3%	1,3%
Trimestre / mesmo trimestre do ano anterior (sem ajuste sazonal)	3,3%	-2,9%	3,9%	3,5%	5,7%	4,9%	3,1%
Acumulado em quatro trimestres / mesmo período do ano anterior (sem ajuste sazonal)	2,5%	0,0%	2,6%	2,6%	-0,9%	3,7%	2,4%
Valores correntes no 2º trimestre (R\$)	2,9 trilhões	199,9 bilhões	619,7 bilhões	1,7 trilhão	484,4 bilhões	1,8 trilhão	532,8 bilhões
<b>Taxa de investimento (FBCF/PIB) no 2º trimestre de 2024 = 16,8%</b>							
<b>Taxa de Poupança (POUP/FBCF) no 2º trimestre de 2024 = 16,0%</b>							

## PRODUÇÃO DE MÓVEIS SOBE 4% EM JULHO E ALTA NO ANO É DE 9,2%

A previsão inicial do Mapa do Mercado, pesquisa de consumo do Instituto Impulso, está sendo superada este ano. Até julho a alta é de 9,2% e nos últimos 12 meses bate em 5%. Os números levantados pelo IBGE nos primeiros sete meses do ano permitem projetar alta de dois dígitos até dezembro, índice que só foi alcançado em 2010 quando a alta na produção alcançou 12,3%. A variação da produção em julho foi de 4% na comparação com o mês anterior, e de 26,9% em relação a igual mês do ano anterior.

### Produção Física Industrial de Móveis no período julho/23 e julho/24

#### Varição acumulada no ano (em relação ao mesmo período do ano anterior) (%)

Brasil e Ufs	jul/23	ago/23	set/23	out/23	nov/23	dez/23	jan/24	fev/24	mar/24	abr/24	mai/24	jun/24	jul/24
Brasil	-2,5	-2,3	-2,5	-1,4	-1,2	-1,5	0,8	3,0	-0,7	4,0	4,7	6,2	9,2
Paraná	3,3	2,9	2,6	3,0	2,7	2,2	0,9	5,8	1,1	6,2	6,3	7,6	...
Santa Catarina	-16,8	-17,8	-18,9	-17,5	-17,2	-16,6	-2,7	-15,1	-18,3	-14,8	-14,9	-14,4	...
Rio G. do Sul	-4,1	-4,3	-4,3	-3,1	-2,9	-3,3	1,7	3,7	1,0	6,5	7,2	10,4	...

Fonte: IBGE - Pesquisa Industrial Mensal - Produção Física

# Pedras



**Cachoeiro Stone Fair mostra a força do Brasil no mercado mundial de rochas**

## Móveis de Luxo 2024

## Crescimento em Mercados Emergentes e Foco em Soluções Sustentáveis e Personalizadas



O tamanho do mercado global de móveis de luxo atingiu US\$ 24,4 bilhões em 2023. Olhando para o futuro, se espera que o mercado alcance US\$ 36,0 bilhões até 2032, exibindo uma taxa de crescimento (CAGR) de 4,4% durante 2023-2032.

O mercado está experimentando um crescimento moderado impulsionado pela crescente urbanização, tendências emergentes de design de interiores, expansão do turismo de luxo global e setores imobiliários de luxo, inflando a renda disponível do consumidor e aumentando a preferência por uma vida opulenta.

O aumento da renda disponível desempenha um papel fundamental em impulsionar o mercado de móveis de luxo para a frente. À medida que os consumidores experimentam um aumento na afluência e maiores rendas disponíveis, houve uma inclinação maior para investir em móveis de alta qualidade e decoração para casa. Com maiores recursos financeiros à disposição, indivíduos e famílias estão cada vez mais dispostos a alocar

uma parte de seus orçamentos para adquirir peças de mobiliário premium e exclusivas.

Essa mudança em direção a móveis de luxo é motivada pela aspiração de criar ambientes de vida esteticamente agradáveis e elegantes que reflitam sua nova riqueza.

Fabricantes e varejistas na indústria de móveis de luxo estão bem posicionados para atender a essa crescente demanda, oferecendo uma gama de designs e artesanato requintados que se alinham com os gostos e preferências em evolução dos consumidores ricos. Como resultado, o aumento da renda disponível dos consumidores é um fator significativo que impulsiona o crescimento no mercado de móveis de luxo, promovendo um ecossistema próspero de luxo e elegância em móveis de interior.

**ASPIRAÇÕES CRESCENTES DE ESTILO DE VIDA**

O fascínio de um estilo de vida luxuoso e elegante é uma grande força motriz por trás da demanda robusta por móveis de luxo. Os consumidores hoje aspiram criar espaços de vida opulentos e es-

teticamente agradáveis que reflitam seus desejos de sofisticação e grandeza.

Essa aspiração se reflete em sua escolha de móveis de alta qualidade e decoração para casa que aprimoram a estética de seus arredores e elevam sua experiência geral de vida.

O desejo de exibir um estilo de vida refinado e de alto padrão geralmente leva os consumidores a investirem em peças de mobiliário exclusivas e premium, que exalam opulência e exclusividade.

Em resposta a essas aspirações, o mercado de móveis de luxo evolui continuamente, oferecendo uma ampla gama de designs, materiais e acabamentos que atendem aos gostos e preferências em constante mudança de consumidores exigentes.

Como resultado, a busca por um estilo de vida luxuoso e elegante continua sendo um impulsor significativo na propulsão da demanda por móveis de luxo, transformando casas em santuários luxuosos de conforto e estilo.

### **TENDÊNCIAS EMERGENTES DE DESIGN DE INTERIORES**

As tendências em evolução do design de interiores são fundamentais para moldar o mercado de móveis de luxo, impulsionando a demanda do consumidor por móveis exclusivos e premium.

As tendências contemporâneas de design de interiores são caracterizadas por uma abordagem multifacetada, enfatizando a estética, a funcionalidade e a integração de peças de destaque exclusivas.

Os consumidores são cada vez mais atraídos por móveis de luxo que atendem a propósitos práticos e servem como obras de arte em seus espaços de vida. Essa ênfase na estética se reflete na demanda por móveis com artesanato excepcional, designs inovadores e materiais de alta qualidade.

Além disso, a funcionalidade continua sendo uma consideração essencial, com móveis de luxo frequentemente projetados para maximizar a utilidade sem comprometer o estilo. Esses itens exclusivos e atraentes aumentam o apelo visual de um espaço e transmitem a individualidade e o gosto do proprietário. À medida que as tendências de design de interiores continuam a evoluir, o mercado de móveis de luxo



Turri Srl



Turri Srl



Naurelle



Scavolini

se adapta ao oferecer uma gama diversificada de produtos que se alinham com essas preferências em mudança, estimulando ainda mais o investimento do consumidor em móveis premium e exclusivos.

### ANÁLISE DE MERCADO DE MÓVEIS DE LUXO



**Crescimento e tamanho do mercado:** O mercado está

testemunhando um crescimento estável, impulsionado pelo aumento da renda disponível e pelo desejo por experiências de vida premium.



**Urbanização rápida:** a tendência atual

de urbanização rápida é um fator significativo, pois os moradores urbanos buscam móveis luxuosos e bem projetados para seus espaços de vida modernos.



**Aplicações na indústria:** O mercado está enfrentando alta demanda de diversos setores, incluindo imobiliário, hotelaria e design de interiores, demonstrando sua versatilidade e amplo alcance de mercado.



**Tendências geográficas:** A Europa lidera o mercado, impulsionada por sua rica herança de artesanato e uma forte cultura de vida luxuosa, tornando-se um centro de consumo de móveis de alta qualidade.



**Cenário competitivo:** O mercado é caracterizado por uma competição intensa, com os principais participantes se concentrando em inovação e habilidade para manter sua presença no mercado e oferecer produtos exclusivos e de alta qualidade.



**Desafios e oportunidades:** embora o mercado enfrente desafios, como o aumento dos custos das matérias-primas, ele também oferece oportunidades para expandir a conscientização do consumidor sobre opções de móveis de luxo sustentáveis e personalizáveis.



**Perspectivas futuras:** O futuro do mercado de móveis de luxo parece promissor, com potencial de crescimento em mercados emergentes e um foco crescente em soluções de móveis de luxo sustentáveis e personalizadas, atendendo às preferências em evolução dos consumidores. ■



Scavolini



Maralunga

# Novos AVENTOS top

Design inovador, montagem e ajustes ainda mais simplificados.



Profissional de Valor

# Anima faz design com alma



**DURANTE A PANDEMIA OS AMIGOS LÉO FRAGOSO E WELISON SANTOS DESCOBRIRAM QUE TINHAM UM SONHO EM COMUM: ABRIR UM ESTÚDIO PARA PRODUIR MÓVEIS AUTÊNTICOS**

**A IDEIA SAIU DO PAPEL EM 2022 E RECEBEU O NOME DE ANIMA, QUE SIGNIFICA ALMA, SINTETIZANDO O PROPÓSITO DO ESTÚDIO DE DESENVOLVER PEÇAS COM CONEXÕES EMOCIONAIS**

**DENTRE AS PEÇAS DE MAIOR DESTAQUE DOS DESIGNERS ESTÁ A MESA ANITA, LANÇADA NO SALONE DEL MOBILE EM MILÃO E RECONHECIDA PELO PRÊMIO ADRIANA ADAM DE DESIGN**

Léo Fragoso, Welison Santos e Sharon Abdalla são os designers que estão por trás do Estúdio Anima

**A** pandemia afastou as pessoas fisicamente, mas aproximou emocionalmente. E, em meio aos tantos desafios trazidos pelo Covid-19, esse momento de introspecção também fez com que muitos profissionais se reinventassem e tivessem novas ideias. Foi o que aconteceu com Léo Fragoso e Welison Santos. Os dois amigos de longa data passaram a trocar mensagens diárias durante o período de isolamento social e, nessas trocas, nasceu a ideia de abrir um estúdio juntos.

“Em 2020, me mudei para Brasília, em plena pandemia, uma época desafiadora. Mesmo à distância, eu e Welison mantínhamos contato constante, trocando ideias e experiências por vídeo chamadas e mensagens”, relembra o designer e arquiteto Léo Fragoso. “Em uma dessas conversas, começamos a compartilhar nossos esboços e ideias de mobiliário. Foi nesse momento que passamos a discutir o processo criativo de cada um — como os

conceitos nasciam e evoluíam até se tornarem produtos”, continua o designer. “Foi assim que decidimos criar o estúdio Anima, com o foco em mobiliário e com o propósito de enaltecer ainda mais a cultura brasileira”, conta Léo.

Apesar da ideia ter surgido em 2020, o estúdio só saiu do papel em 2022, quando os dois sócios decidiram que era a hora de colocar seus projetos em prática. “Anima vem do Latim e significa alma. E a alma está presente em tudo, na natureza, na mente dos criativos, nas matérias-primas, em todas as mãos que participam do processo de criação de uma nova peça, na história que um móvel conta ao fazer parte de um ambiente, de uma vida”, comenta Léo, explicando como surgiu o nome do estúdio

Desde o início a ideia era desenvolver um design afetivo, ou seja, ir além de buscar um conceito ou simplesmente criar por criar. “O design afetivo é fruto de vivências, experiências e trocas. O grande diferencial está em resgatar memórias e histórias pessoais durante o processo criativo”, observa o designer. “No final, o resultado é um produto com alma, carregado de significados e de histórias que tocam profundamente quem o vê e o utiliza”, destaca Léo.

Ainda segundo ele, trabalhar com mobiliário foi algo muito natural tanto para ele, quanto para Welison. Isso porque os dois sempre estiveram imersos nesse universo. “Ainda assim, sentíamos a necessidade de compreender mais a fundo todo o processo criativo, desde a concepção até o porquê de cada detalhe acrescentado a um móvel”, relembra o designer, enfatizando que o fato de os dois serem bons questionadores fez com que eles decidissem criar algo que fosse além do que o mercado tradicional oferece, algo inovador e com personalidade própria.

“Nosso processo criativo começa com o resgate de memórias, experiências e, claro, uma profunda exploração da nossa cultura. A partir desse ponto, construímos o conceito. Em seguida, criamos moodboards e desenvolvemos os primeiros croquis, até chegarmos à ideia final do produto”, explica Léo. Nesse processo,



Banco Manguê, do Estúdio Anima



Poltrona Tarsila, um bom exemplo de mobiliário com alma



Mesa de apoio Sertão, uma peça que valoriza a excentricidade do sertão brasileiro



Mesa Ópera

as principais matérias-primas utilizadas no estúdio são madeira, metal, couro e tecidos. “Cada um desses materiais carrega uma história e contribui para a criação de peças que vão além da funcionalidade, expressando identidade e emoção”, enfatiza.

Entre as criações do Estúdio Anima algumas peças se destacam devido ao simbolismo que carregam, é o caso da mesa de centro Anita, por exemplo, que homenageia a artista Anita Malfatti que faz parte da coleção 22, inspirada na Semana de Arte Moderna de 1922, que celebrou seu centenário em 2022. Outra peça é a mesa de apoio Sertão, o primeiro mobiliário do Brasil feito a partir de cogumelos. E as inovações não param por aí. Os designers também desenvolveram a poltrona 308, que traz referências da Igreja Nossa Senhora de Fátima, localizada na SQS 308, a superquadra modelo de Brasília.



Premiada Mesa Anita, do Estúdio Anima

Todas essas peças reforçam o propósito do estúdio de fortalecer a cultura nacional e valorizar referências brasileiras. Essa autenticidade rendeu ao Anima o terceiro lugar no Prêmio Adriana Adam de Design, o que garantiu aos designers uma participação no Salão Satélite, em 2022. “Foi esse reconhecimento que deu força ao estúdio e fez as coisas acontecerem de verdade”, se orgulha Léo.



Poltrona 308, um dos lançamentos mais recentes do estúdio

Para o futuro, os planos de Léo, Welison e Sharon Abdalla, que recentemente se juntou a eles, são de continuar levando a autenticidade do seu design para os lares das pessoas e promovendo conexões emocionais com as peças. “Nosso objetivo é crescer ainda mais aqui no Brasil e espalhar o conceito de design com alma por todo o país”, finaliza o designer. ■

(Por Gabrielly Zem, jornalista)



# PARTICIPE

 **XI CONGRESSO NACIONAL MOVELEIRO**  
O SUMMIT DA MOVELARIA BRASILEIRA

## ESPERAMOS POR VOCÊ

O XI Congresso Nacional Moveleiro acontece nos dias 01 e 02 de outubro, organizado pela Federação das Indústrias do Paraná (Fiep) em parceria com a Associação Brasileira das Indústrias do Mobiliário (ABIMÓVEL).

O summit da movelaria brasileira tem uma programação dinâmica de palestras e painéis e as inscrições são gratuitas e acontece no Centro de eventos FIEP, em Curitiba - PR.

Inscrições e detalhes sobre a programação estão disponíveis no nosso site:  
[www.congressomoveleiro.com.br](http://www.congressomoveleiro.com.br)

### CONFIRA ALGUNS DOS PALESTRANTES DO EVENTO



**CARLOS FERREIRINHA**



**MARCOS BATISTA**



**DANNI SUSUKI**

PROMOÇÃO E REALIZAÇÃO DO CONGRESSO

Sistema Fiep **FIEP**

ORGANIZAÇÃO E REALIZAÇÃO DO PRÊMIO DESIGN

**abimóvel**

CORREALIZAÇÃO DO PRÊMIO DESIGN

**apexBrasil**

CORREALIZAÇÃO DO PRÊMIO DESIGN

**SEBRAE**

Por Natalia Concentino, jornalista

# Cachoeiro Stone Fair dá destaque ao mobiliário em pedra



**FEIRA REALIZADA HÁ 35 ANOS EM CACHOEIRO DO ITAPEMIRIM (ES) EXIBIU VÁRIAS MESAS, POLTRONAS E ARMÁRIOS FEITOS EM ROCHAS NATURAIS**

**EVENTO MOSTRA A FORÇA DO MERCADO BRASILEIRO DE PEDRAS NATURAIS, QUE É O QUARTO MAIOR PRODUTOR MUNDIAL E LÍDER EM EXPORTAÇÕES PARA OS ESTADOS UNIDOS**

**CENTROROCHAS, UM DOS ORGANIZADORES DA FEIRA, QUER SE APROXIMAR MAIS DAS INDÚSTRIAS DE MOBILIÁRIO PARA QUE UTILIZEM AS ROCHAS COMO INSUMO NOS MÓVEIS**

**R**ealizada na última semana do mês de agosto, a 35ª edição da Cachoeiro Stone Fair recebeu 18 mil visitantes brasileiros e estrangeiros, reforçando a sua relevância como um dos maiores eventos do setor de pedras naturais do país e uma das principais vitrines de negócios da América Latina. A cidade de Cachoeiro de Itapemirim (ES) apresentou ao público uma grande variedade de rochas naturais e proporcionou o networking entre as marcas nacionais e profissionais de arquitetura, design e distribuidores brasileiros e de mais 25 países.

O maior número de visitantes estrangeiros veio dos EUA, China, Itália, Argentina, Espanha, Índia, Portugal e Coreia do Sul. Segundo dados do Centrorochas, um dos organizadores do evento, o Brasil é o 4º maior produtor mundial de rochas ornamentais e o 5º maior exportador, sendo líder em exportações para os Estados Unidos. “Esses eventos são extremamente importantes para o trabalho de posicionamento das empresas brasileiras no mercado de design

e arte. Contamos com um número maior de arquitetos, designers e compradores nos estandes das fábricas”, comemora Fabio Cruz, vice-presidente do Centrorochas.

Fabio chama atenção para as empresas que estão se estruturando para colocar mais móveis feitos em pedras naturais nos estandes. “O setor de rochas aqui no Brasil ficou preso à venda das chapas e blocos por décadas, mas agora os empresários entenderam que existe um nicho que pode ser explorado, que é o dos móveis. Portanto, nossa ideia é influenciar o mercado a usar as rochas como insumo na produção de mobiliário”, esclarece.

Ele pontua que, de maneira geral, as empresas brasileiras ainda não enxergam móveis acabados como um mercado, mas gostam de apresentá-los como uma forma de influenciar os visitantes da feira e criar em mais afinidade com os profissionais. “Algumas empresas aqui do Espírito Santo trabalham com móveis prontos, porém o intuito é que os arquitetos e designers conheçam a capacidade das empresas, provendo conexão e negócios. Inclusive, nós sabemos que a maioria dos negócios é feita depois da feira”, explica.

Fabio Cruz conta que as pessoas gostam muito quando veem as pedras sendo usadas na decoração e em peças de mobiliário. “As indústrias têm um trabalho forte de desconstruir algumas narrativas sobre o uso de rochas. Quando conseguimos inspirar os visitantes, temos a oportunidade de falar sobre sustentabilidade e tentar mudar a percepção que as pessoas têm de que a pedra danifica a natureza, mas já sabemos que o impacto ambiental da retirada das pedras é menor que de outros materiais”, enfatiza.

“Por isso mesmo que estamos querendo nos aproximar do setor de móveis e incentivar seu uso.



Fabio Cruz, vice-presidente do Centrorochas



A cada edição as empresas estão investindo mais em seus estandes, mostrando a diversidade do uso das pedras





Nos últimos dois anos nós fizemos uma aproximação estratégica com a Abimóvel (Associação Brasileira das Indústrias do Mobiliário) com o objetivo de inserir as pedras naturais no mobiliário, transformando-as em um insumo comum na criação de móveis”, conta o vice-presidente do Centrorochas, acrescentando que ainda não fizeram nenhum projeto específico para isso, mas que pretendem criar alguma ação em breve.

Ele lembra que depois do sucesso das exportações, as empresas que trabalham com as rochas passaram a olhar mais para o mercado nacional. “O consumidor está disposto a usar mais cores e pedras exóticas, existe um certo interesse misturado com um pouco de desconhecimento. A gente costuma ver madeira e cerâmica imitando as pedras naturais, então, percebemos que as pessoas gostam dessa aparência. Só que a pedra natural tem um impacto diferente no acabamento e existem opções disponíveis para todos os bolsos”.

Inclusive, Fabio lembra que o quartzito é a “bola da vez”. “O Brasil é o país com maior diversidade e produção dessa pedra, que se parece com mármore, mas possui uma dureza maior que o granito. E só temos condições de produzir essa pedra, que tem muitas aplicabilidades, porque houve um bom investimento tecnológico no setor nos últimos dez anos”, observa.

#### **DESTAQUES DA CACHOEIRO STONE FAIR**

Até mesmo uma mesa de pebolim foi feita em pedra natural, mostrando que o uso desse material é bastante diversificado. E a mesa é totalmente funcional!

Mesas, adegas, poltronas, bancos, objetos de decoração, revestimentos... as rochas brasileiras possuem muitas utilidades e a Cachoeiro Stone Fair está a cada edição apresentando mais objetos artísticos e mobiliários. ■



**MO52**

SAYERSYSTEM CORES





MAIS DE 8 MIL CORES EXPANDEM A ESSÊNCIA DA NATUREZA!

Num mundo onde a natureza pinta cada detalhe com suas nuances, as cores assumem um papel fundamental, diferenciando e refletindo uma identidade única em cada projeto. A Sayerlack reproduz infinitas cores e tonalidades, utilizando as mais diversas tecnologias para toda a indústria moveleira. Através do Sayersystem, um avançado sistema tintométrico totalmente automatizado e comprovadamente eficiente, disponibiliza diversas opções que transcendem o comum e agregam valor ao mobiliário.

0800 702 6666

[sayerlack.com.br](http://sayerlack.com.br)

  @rennersayerlack



# Spazio

É tudo o que você  
sempre quis.  
Até sapateira.



Pela quinta vez consecutiva:  
2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023

Imagine um móvel versátil.  
Imagine um móvel moderno.  
Imagine um móvel lindo.  
Imagine um móvel prático.

Pronto, você encontrou Spazio.  
Agora imagine Spazio na sua loja.  
É expor e vender.

Spazio é Patrimar.

**Patrimar**   
móveis

[patrimarmoveis.com.br](http://patrimarmoveis.com.br)

 [patrimarmoveis](https://www.facebook.com/patrimarmoveis)

 [@patrimarmoveis](https://www.instagram.com/patrimarmoveis)

17 3283.9200