

# Móveis de Valor

Norte & Nordeste

@moveisdevalor moveisdevalor.com.br

## QUAL A MELHOR RECEITA PARA 2023

O setor moveleiro é uma verdadeira gangorra e quando se acredita que “agora vai”, surge algum imprevisto e voltamos ao ponto de partida e, às vezes, até antes dele

Edição 32 | Outubro • Novembro • Dezembro de 2022



### TOP 20

Clientes consagram indústria e fornecedor

### GESTÃO

Sem uma boa estratégia qualquer resultado serve

### MERCADO

Airbnb's são uma boa oportunidade à moveleiras

### TECNOLOGIA

Como o 5G pode ajudar na produção de móveis

**TUBOARTE**<sup>®</sup>  
móveis

MAIS QUE UMA INDÚSTRIA  
DE MÓVEIS, UMA FÁBRICA DE

*Sonhos*



»» **Missão**

Oferecer ao mercado produtos e serviços diversificados, com foco na qualidade, buscando a satisfação e a fidelização do cliente.

»» **Visão**

Ser uma empresa inovadora e comprometida com as responsabilidades sociais, econômicas ambientais.

»» **Objetivos**

Agir com ética e honestidade, reconhecendo a contribuição dos seus colaboradores, clientes e fornecedores.

## MÓVEIS FABRICADOS 100% COM ENERGIA SOLAR

Produzimos energia limpa tornando-se autossustentáveis, além de reduzirmos os impactos causados ao meio ambiente atuando de forma ecologicamente correta.



## LOCALIZAÇÃO

Nossa empresa está instalada na Região Nordeste, no interior do Estado do Ceará, na cidade de Jaguaribe, à 300 km da capital, para ser mais preciso.

Fundada há 29 anos, nasceu com o propósito de inovar sempre no mercado moveleiro. A Tuboarte Móveis possui um parque industrial moderno, com máquinas de última geração e inovações tecnológicas empregadas na sua produção, tornando-se referência no setor moveleiro e nas residências de todo o Brasil.

## PALAVRA DA EDITORA

Chegamos ao final de mais um ano. E um ano especialmente turbulento, cheio de fortes emoções e imensos desafios para o setor moveleiro. Mas tudo isso não é novidade.

Na coluna Cá entre Nós, nosso CEO, Ari Bruno Lorandi, analisa a produção de móveis brasileira no período entre 2003 e 2022 e mostra uma verdadeira gangorra. A mensagem que fica é que independente de governo, o setor segue sua dinâmica e não deverá ser melhor nem pior no novo governo que começa em janeiro. Aliás, os números apontam para estagnação do potencial de consumo em 2023.

Mas o setor não é linear e, tanto no varejo quanto na indústria, há exemplos fora da curva. Nesta edição mostramos o case da loja Padre Cícero Móveis, de Pernambuco, que, com criatividade e uso da tecnologia, manteve as vendas aquecidas na pandemia e fora dela também. E o Magalu aposta na região Norte, com a abertura de um CD sustentável no Pará.

Na ponta da indústria também temos exemplos de investimentos, como o Grupo K1, que acaba de inaugurar unidade fabril na Paraíba. E a Magno Móveis, também de Pernambuco, que reformulou a linha de produtos e já antecipa lançamentos da coleção 2023.

Por seu lado, os organizadores de feiras também apostam nos eventos para fomentar negócios, tanto que o calendário já conta com sete encontros nas regiões Norte e Nordeste em 2023.



Mas esta edição tem mais conteúdo interessante, como a relação das marcas vencedoras do TOP 20, que este ano também elencou os 20 fornecedores da indústria de móveis e colchões mais bem avaliados pelos clientes.

Também evidenciamos a importância de definir e seguir o planejamento estratégico; mostramos como a tecnologia 5G pode impulsionar a produção inteligente de móveis, assim como as vendas no e-commerce; destacamos que fazer móveis para unidades destinadas a Airbnb's, assim como para os portadores de necessidades especiais, pode ser um mercado muito atrativo para a indústria.

Aproveite a leitura, planeje muito bem seu negócio em 2023 e seja um ponto fora curva. Sempre juntos, sempre em frente!

*Inalva*  
Publisher



Acesse a versão digital da revista

Acompanhe a Móveis de Valor também em nossas redes sociais

   @moveisdevalor

## EXPEDIENTE

### Redação e Administração

Rua Dep. Estefano Mikilita, 125 3º andar  
Portão • Curitiba • PR • Brasil • CEP 81070-430  
(41) 3025-8829  
[moveisdevalor.com.br](http://moveisdevalor.com.br)

### Diretores

Ari Bruno Lorandi  
[aribruno@moveisdevalor.com.br](mailto:aribruno@moveisdevalor.com.br)

Inalva Corsi  
[inalvacorsi@moveisdevalor.com.br](mailto:inalvacorsi@moveisdevalor.com.br)

### Administração e Finanças

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

### Redação

Inalva Corsi | 3035 PR  
Jornalista Responsável  
[redacao@moveisdevalor.com.br](mailto:redacao@moveisdevalor.com.br)

Natalia Concentino | 10431 PR  
[natalia@moveisdevalor.com.br](mailto:natalia@moveisdevalor.com.br)

Gabrielly Zem  
[redacao@moveisdevalor.com.br](mailto:redacao@moveisdevalor.com.br)

### Executiva Comercial | Sul

Inalva Corsi  
(41) 3025-8824 | 99991-2974  
[inalvacorsi@moveisdevalor.com.br](mailto:inalvacorsi@moveisdevalor.com.br)

### Executiva Comercial | Sudeste e Nordeste

Cidinha Leal  
(17) 98114-3666  
[cidinha@moveisdevalor.com.br](mailto:cidinha@moveisdevalor.com.br)

### Projeto Gráfico, Diagramação e

**Direção de Arte**  
Letícia Paes Carvalho  
[arte@moveisdevalor.com.br](mailto:arte@moveisdevalor.com.br)

### Assinaturas e Circulação

Beatriz Parize  
(41) 3025-8829 | 0800 645 4510  
[assina@moveisdevalor.com.br](mailto:assina@moveisdevalor.com.br)

### Apoiam esta publicação

**Sindmóveis/PE** • Sindicato das Indústrias de Móveis de Pernambuco  
Presidente: Vikentios Kakakis  
(81) 3338-1370

**Sindimir** • Sindicato das Indústrias de Madeira de Imperatriz e Região  
Presidente: Manoel Messias Nunes Sarmiento  
(99) 3524-8624

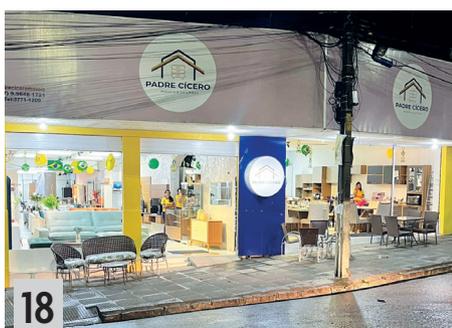
**Sindmóveis/CE** • Sindicato das Indústrias do Mobiliário no Estado do Ceará  
Presidente: Osterno Junior  
(85) 3261-9769

Móveis  
de  
Valor  
Norte & Nordeste

A revista **Móveis de Valor Norte & Nordeste** é uma publicação trimestral de responsabilidade do Intelligence Group e que conta com o apoio dos sindicatos e entidades de classe do Norte e Nordeste. Tem como objetivo a divulgação e promoção exclusiva da indústria e do varejo de móveis destas regiões.



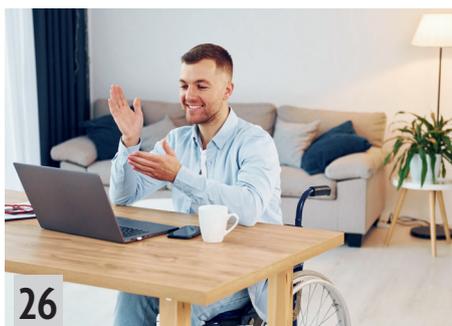
**14** Pêmio TOP 20, realizado pela revista Móveis de Valor, elegeu os melhores fornecedores e as melhores indústrias de móveis e colchões



**18** Loja Padre Cícero Móveis (PE), alia a tecnologia à visão empreendedora da proprietária e supera desafios durante e pós pandemia



**22** Kappesberg inaugura filial na Paraíba, para produzir móveis, utilidades e colchões, e expandir sua atuação na região Nordeste



**26** Móveis adaptados às pessoas portadoras de necessidades especiais são bom nicho para as indústrias moveleiras

## SUMÁRIO

- 06 CÁ ENTRE NÓS
- 08 QUAL A MELHOR RECEITA PARA 2023?
- 12 EMPRESAS NORDESTINAS REGULARIZARAM DÍVIDAS
- 14 TOP 20 CONSAGRA INDÚSTRIAS DE MÓVEIS E FORNECEDORES
- 18 PADRE CÍCERO APOSTA NA TECNOLOGIA E EMPREENDEDORISMO
- 20 MAGALU INAUGURA CD SUSTENTÁVEL NO PARÁ
- 22 PARAÍBA É PORTA DE ENTRADA PARA EXPANSÃO DA KAPPESBERG
- 24 MAGNO MÓVEIS ANTECIPA LANÇAMENTOS DA COLEÇÃO 2023
- 26 MÓVEIS ADAPTÁVEIS SÃO FORTE OPORTUNIDADE DE MERCADO
- 32 AIRBNB É UMA TENDÊNCIA E OPORTUNIDADE PARA MOVELEIRAS
- 36 SEM ESTRATÉGIA QUALQUER RESULTADO SERVE
- 40 5G PODE IMPULSIONAR A PRODUÇÃO DE MÓVEIS INTELIGENTES
- 44 2023 TEM CALENDÁRIO DE FEIRAS CHEIO NO NORTE E NORDESTE
- 48 NOTAS
- 50 INMETRO RETIFICA DUAS PORTARIAS DE COLCHÕES

# CÁ ENTRE NÓS

ARI BRUNO LORANDI



## TEMOS RAZÕES PARA PREOCUPAÇÃO COM O FUTURO GOVERNO?

Se para você também o resultado das eleições causou decepção, neste barco está metade da população brasileira, para dizer o mínimo.

Mas não é demais lembrar de que atravessamos períodos muito difíceis nas últimas duas décadas, e apesar dos políticos, conseguimos superar grandes desafios. Você conseguiu superar, orientando (ou reorientando) seu negócio para enfrentar os problemas. E não vai ser um governo qualquer que vai tirar o seu negócio dos trilhos.

Vou explicar melhor sobre o que me leva a ter esta convicção. Vamos avaliar o comportamento da indústria moveleira desde 2003 até 2022, usando dados do IBGE, que são os mais confiáveis.

Neste período sobrevivemos a três presidentes, antes de Bolsonaro, claro. Lembrando os oito anos de Lula a partir de 2003, os seis anos de Dilma a partir de 2011 e os dois anos de Temer, a partir de 2017. E agora estamos completando os quatro anos de Bolsonaro.

A produção física de móveis é uma verdadeira gangorra. Basta olhar para o gráfico. Analisando a situação, sem paixões, pode-

mos tirar algumas conclusões bem interessantes. A primeira é que nos dois mandatos de Lula tivemos cinco anos positivos e três anos negativos, especialmente o ano da “marolinha” de 2008. Mas recuperamos tudo e mais um pouco em 2010, quando o mundo emergiu da crise.

Entramos no governo Dilma no azul, mas graças às trapalhadas do poste do Lula, a produção foi ladeira abaixo nos últimos três anos de seu desgoverno, até o impeachment em 2016. Temer chegou e saiu sem que a situação se alterasse profundamente. E, por conta da pandemia, quando se imaginava que a economia brasileira iria decolar, as indústrias de móveis amargaram três anos difíceis. Se tem algo positivo do “fique em casa” foi o fato de as pessoas perceberem que precisavam comprar móveis.

Temos que admitir que vamos fechar 2022 com o maior tombo das últimas duas décadas. Nossa projeção indica recuo de 15,1%, no mínimo, na produção de móveis até dezembro. Então, tenho razão para expressar minha convicção sobre o futuro das indústrias moveleiras? Claro que sim. E, como vimos no gráfico, sai governo entra governo e a gangorra continua. O que faz diferença é o comportamento do mercado, que sofre oscilações, muitas vezes independente da interferência ou da vontade dos governos.

Cá entre nós: Precisamos agora de mais união, afinal somos resilientes. Acredito nisso. Assim como acredito que um problema de décadas, que devemos aproveitar a oportunidade para solucionar, é o atraso do varejo em relação a capacidade de vender móveis. A eficiência dos pontos de venda pode alargar o tamanho do mercado que até agora cresce apenas organicamente.

Então, sempre juntos e sempre em frente!

### DESEMPENHO DA PRODUÇÃO DE MÓVEIS 2003-2022\* (%)



Fonte: IBGE

\*Projeção

# MESA ATINS



**A** Mesa Atins combina com todos os ambientes para as mais variadas ocasiões, desenvolvido pensando em aliar desde um jantar entre amigos até uma comemoração a dois. Seu destaque fica por conta das laterais com aplique decorativo super moderno, possuindo também tampo curvo em forma de barril com borda arredondada e vidro laminado, garantindo maior qualidade e durabilidade ao produto. Este móvel possui espaço ideal que facilita a acomodação, além de deixar a sua casa com um toque de elegância e sofisticação. Produto vendido em 2 tamanhos: 163cm e 182cm; ambos para até 6 cadeiras.

## Cadeiras Linha Elite



**ELITE  
MONTANA**



**ELITE  
FLORIDA**

**A** Cadeira Elite é funcional e perfeita para compor os ambientes gourmet da casa, pois são produtos que pedem uma estrutura aconchegante e design lindo, e é isso que você encontra nas cadeiras da linha elite, com encosto curvo feito em prensa, ela ganha um design muito sofisticado e garante conforto sem igual, o assento e o encosto da cadeira é estofado com espuma D20 selada e revestido com tecido de alta qualidade e macio ao toque, a cadeira elite conta com 2 tipos de cordados e com 6 opções de cores de tecido, para facilitar a harmonização com o restante do mobiliário. Tudo isso contribui para que você possa curtir muito mais com seus amigos e familiares, desfrutando de um home-style cativante.

crédito Foto: Depositphotos



## QUAL É A MELHOR RECEITA PARA 2023?

Na minha seção Cá Entre Nós desta edição faço uma análise sem paixões sobre qual a real importância de cada governo, desde 2003, para o desempenho da indústria moveleira. A partir disso, respondendo ao título desta matéria, diria que cautela e caldo de galinha nunca fazem mal a ninguém. E isso se aplica não apenas para o próximo ano, mas tem sido assim ao longo do tempo. O setor moveleiro é uma verdadeira gangorra e quando se acredita que "agora vai", surge algum imprevisto e voltamos ao ponto de partida e, às vezes, até antes dele. Uma rápida avaliação do comportamento do setor de móveis nas regiões Norte e Nordeste

em 2022, a partir do desempenho do varejo e da variação dos preços, confirma, de maneira definitiva, as nossas colocações acima. Senão, vejamos: a média de alta do IPCA, considerando os estados do Pará, Pernambuco, Ceará e Bahia, entre janeiro e outubro, é de 6% (no quadro abaixo é possível acompanhar a evolução mensal).

Portanto, seria recomendável que os preços no varejo pelo menos alcançassem este índice para recompor os custos das indústrias. Porém, não só não houve reajuste como, se-

IPCA - Variação Mensal do IPCA de Móveis de jan-out 2022 (%)										
Brasil	2,41	2,43	1,81	1,60	1,49	1,21	1,10	1,60	0,82	1,41
Belém (PA)	1,99	1,14	1,11	0,99	0,54	1,00	1,22	0,20	-0,70	-0,31
Fortaleza (CE)	1,29	2,85	0,23	1,58	-1,12	1,01	2,79	1,52	1,34	0,93
Recife (PE)	3,49	2,77	2,91	2,04	2,00	1,25	-0,07	0,70	0,60	0,05
Salvador (BA)	3,89	2,20	1,41	0,58	1,63	0,73	-0,42	1,29	1,10	-0,03

Fonte: IBGE - Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo

gundo a pesquisa do IBGE, ocorreu queda de 8,1% na receita nominal de venda de móveis nestes quatro estados. O que anima um pouco é a relação receita x volume. A pesquisa aponta recuo de 20,3% no volume vendido pelo varejo, o que minimiza o prejuízo, considerando um percentual maior na queda de volume em relação à receita nominal.

## NÚMEROS PREJUDICAM EXPECTATIVA

Os números apontados acima projetam uma estagnação nos recursos que as pessoas utilizarão para a compra de móveis em 2023 em todos os estados do Norte e Nordeste. Na melhor hipótese se conseguirá fechar o próximo ano com receita nominal com algum índice positivo, mas com certeza o volume ainda permanecerá em terreno negativo. Esperamos que bem menos do que os 20,3% de 2022.

Mas, convenhamos que R\$ 15,7 bilhões disponíveis para a compra de móveis não é pouco, principalmente considerando que este volume não foi alcançado em 2022. Portanto, com mais eficiência do varejo (e um pouco de sorte com a economia) o varejo terá quase R\$ 1,3 bilhão para buscar além do que foi obtido este ano.

## A DISTRIBUIÇÃO GEOGRÁFICA DO CONSUMO

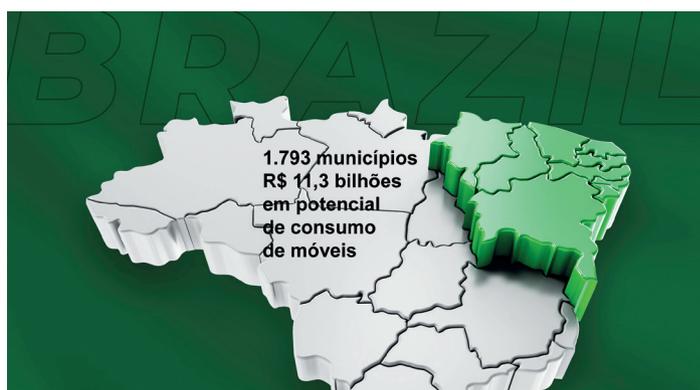
É importante notar que as regiões Norte e Nordeste concentram mais o consumo do que a região Sudeste, por exemplo. Considerando os dez maiores de cada estado, portanto, 160 municípios das duas regiões, a representatividade chega a 57% do total. Os demais 2.083 respondem por 43% do consumo, embora signifiquem 93% dos municípios das duas regiões.■

### REGIÃO NORDESTE R\$ 11.3 bilhões

ESTADO	TOTAL	CLASSE A	CLASSE B	CLASSE C	CLASSE D/E
Alagoas	628	78	248	233	67
Bahia	3.190	399	1.263	1.187	341
Ceará	1.756	220	696	653	188
Maranhão	1.063	133	421	396	114
Paraíba	740	93	293	275	79
Pernambuco	2.156	270	854	802	231
Piauí	539	67	213	200	58
Rio G. do Norte	764	95	302	284	82
Sergipe	483	60	191	180	51

### REGIÃO NORTE R\$ 4.3 bilhões

ESTADO	TOTAL	CLASSE A	CLASSE B	CLASSE C	CLASSE D/E
Acre	169	21	67	63	18
Amazonas	1.107	138	438	412	118
Amapá	184	23	73	68	20
Pará	1.843	230	730	686	197
Rondônia	517	65	205	192	55
Roraima	144	18	57	53	15
Tocantins	405	50	160	151	43



## Potencial de Consumo de Móveis 10 maiores municípios da região Nordeste 2023

UF	Nome do Município	Potencial de Compra 2023
AL	Maceió	259.251.286
AL	Arapiraca	48.707.487
AL	Marechal Deodoro	22.570.285
AL	Coruripe	16.369.996
AL	Rio Largo	12.120.973
AL	São Miguel dos Campos	11.629.777
AL	União dos Palmares	11.100.833
AL	Penedo	10.669.622
AL	Santana do Mundaú9	.585.261
AL	Palmeira dos Índios	9.247.594
	<b>Total dos 10 maiores</b>	<b>411.253.115</b>
	<b>Total de Alagoas</b>	<b>627.624.584</b>
BA	Salvador	744.898.770
BA	Camaçari	274.398.218
BA	Feira de Santana	162.208.395
BA	São Francisco do Conde	121.284.650
BA	Vitória da Conquista	76.994.917
BA	Lauro de Freitas	74.668.204
BA	Simões Filho	63.210.476
BA	Luís Eduardo Magalhães	57.066.018
BA	Itabuna	47.319.054
BA	Barreiras	46.201.156
	<b>Total dos 10 maiores</b>	<b>1.668.249.858</b>
	<b>Total de Rondonia3</b>	<b>.190.898.596</b>
CE	Fortaleza	731.381.732
CE	Maracanaú	101.401.370
CE	Caucaia	69.603.913
CE	Sobral	52.920.946
CE	Juazeiro do Norte	52.585.946
CE	São Gonçalo do Amarante	36.597.643
CE	Eusébio	35.105.611
CE	Aquiraz	26.193.219
CE	Horizonte1	8.965.354
CE	Itapipoca	18.528.973
	<b>Total dos 10 maiores</b>	<b>1.143.284.707</b>
	<b>Total do Ceará</b>	<b>1.756.501.774</b>
MA	São Luís	353.076.824
MA	Imperatriz	78.383.393
MA	Balsas	36.182.402
MA	Açailândia	26.156.676
MA	São José de Ribamar	23.709.019
MA	Timon	21.410.215
MA	Caxias	20.358.327
MA	Santo Antônio dos Lopes	19.163.059
MA	Santa Inês	14.551.995
MA	Bacabal	13.516.028
	<b>Total dos 10 maiores</b>	<b>606.507.936</b>
	<b>Total de Maranhão</b>	<b>1.063.283.324</b>

PB	João Pessoa	234.428.253
PB	Campina Grande	102.720.929
PB	Cabedelo	34.386.716
PB	Santa Rita	26.395.069
PB	Patos	20.333.303
PB	Bayeux	16.102.381
PB	Alhandra	13.170.206
PB	Cajazeiras	13.017.024
PB	Sousa	12.892.290
PB	Guarabira	11.250.005
	<b>Total dos 10 maiores</b>	<b>484.696.177</b>
	<b>Total da Paraíba</b>	<b>740.971.067</b>

PE	Recife	615.939.349
PE	Jaboatão dos Guararapes	160.881.417
PE	Ipojuca	129.219.216
PE	Cabo de Santo Agostinho	118.347.698
PE	Goiana	108.637.730
PE	Caruaru	81.680.951
PE	Petrolina	71.152.079
PE	Olinda	64.595.612
PE	Paulista	47.735.656
PE	Vitória de Santo Antão	43.849.395
	<b>Total dos 10 maiores1</b>	<b>.442.039.102</b>
	<b>Total de Pernambuco</b>	<b>2.156.286.294</b>

PI	Teresina	227.016.415
PI	Parnaíba	24.199.967
PI	Picos	16.931.756
PI	Uruçuí	14.980.425
PI	Floriano	12.106.081
PI	Bom Jesus	10.376.699
PI	Baixa Grande do Ribeiro	8.842.986
PI	Piripiri	7.805.128
PI	Campo Maior6	.465.229
PI	Guadalupe6	.345.856
	<b>Total dos 10 maiores</b>	<b>335.070.543</b>
	<b>Total de Piauí</b>	<b>538.726.605</b>

RN	Natal	278.572.469
RN	Mossoró	73.235.311
RN	Parnamirim	59.657.166
RN	Guamaré	19.295.630
RN	Macaíba	17.569.060
RN	São Gonçalo do Amarante	16.797.669
RN	Caicó	13.600.287
RN	João Câmara	12.426.690
RN	Açu	10.617.766
RN	Ceará-Mirim	9.604.046
	<b>Total dos 10 maiores</b>	<b>511.376.093</b>
	<b>Total do Rio Grande do Norte</b>	<b>763.629.630</b>

SE	Aracaju	194.466.288
SE	Nossa Senhora do Socorro	30.848.147
SE	Itabaiana	21.438.927
SE	Estância	19.405.653
SE	Canindé de São Francisco	19.388.523
SE	Lagarto	17.876.784
SE	Itaporanga d'Ajuda	12.266.520
SE	Laranjeiras	11.000.732
SE	São Cristóvão	10.806.433
SE	Simão Dias	6.627.034
	<b>Total dos 10 maiores</b>	<b>344.125.041</b>
	<b>Total de Sergipe</b>	<b>483.440.718</b>

## Potencial de Consumo de Móveis 10 maiores municípios da região Norte 2023

Sigla UF	Nome do Município	Potencial de Compra 2023
AC	Rio Branco	96.815.708
AC	Cruzeiro do Sul1	5.294.341
AC	Sena Madureira	5.944.609
AC	Tarauacá	5.592.168
AC	Epitaciolândia	5.177.336
AC	Brasiléia4	.607.236
AC	Senador Guimard	4.272.870
AC	Feijó4	.167.304
AC	Plácido de Castro2	.864.725
AC	Xapuri	2.747.127
	<b>Total dos 10 maiores</b>	<b>147.483.424</b>
	<b>Total do Acre</b>	<b>169.498.149</b>

AM	Manaus	869.419.769
AM	Itacoatiara	23.502.490
AM	Manacapuru	18.114.465
AM	Coari	15.685.089
AM	Parintins	12.970.832
AM	Tefé	8.846.023
AM	Iranduba8	.365.825
AM	Humaitá6	.594.259
AM	Manicoré	5.890.330
AM	Lábrea	5.878.576
	<b>Total dos 10 maiores</b>	<b>975.267.659</b>
	<b>Total do Amazonas1</b>	<b>.106.990.771</b>

AP	Macapá	118.709.670
AP	Santana	22.683.499
AP	Laranjal do Jari	10.101.697
AP	Ferreira Gomes5	.936.399
AP	Oiapoque	4.685.494
AP	Porto Grande	3.942.980
AP	Pedra Branca do Amapari	3.337.352
AP	Mazagão2	.906.471
AP	Tartarugalzinho2	.399.210
AP	Vitória do Jari	2.190.640
	<b>Total dos 10 maiores</b>	<b>176.893.413</b>
	<b>Total do Amapa</b>	<b>183.855.390</b>

PA	Belém	359.144.026
PA	Parauapebas	218.916.675
PA	Marabá	102.095.137
PA	Ananindeua	82.891.545
PA	Tucuruí	76.728.378
PA	Santarém	57.427.773
PA	Barcarena	57.190.308
PA	Canaã dos Carajás	48.547.826
PA	Castanhal	44.623.968
PA	Vitória do Xingu	36.676.873
	<b>Total dos 10 maiores1</b>	<b>.084.242.509</b>
	<b>Total do Pará</b>	<b>1.843.263.382</b>

RO	Porto Velho	196.143.982
RO	Ji-Paraná	35.948.969
RO	Vilhena	30.352.778
RO	Ariquemes	27.270.585
RO	Cacoal	25.268.703
RO	Jaru	16.789.736
RO	Rolim de Moura	15.410.769
RO	Pimenta Bueno	12.784.586
RO	Guajará-Mirim	9.555.915
RO	Ouro Preto do Oeste	2.36.943
<b>Total dos 10 maiores</b>		<b>378.762.966</b>
<b>Total de Rondonia</b>		<b>516.728.920</b>

RR	Boa Vista	106.172.729
RR	Rorainópolis	6.311.027
RR	Caracarái	4.164.727
RR	Mucajá	3.563.548
RR	Alto Alegre	302.813
RR	Bonfim	3.172.209
RR	Cantá	943.576
RR	Pacaraima	104.165
RR	Amajari	1.938.572
RR	Caroebe	936.532
<b>Total dos 10 maiores</b>		<b>135.545.898</b>
<b>Total de Roraima</b>		<b>143.750.760</b>

TO	Palmas	97.941.413
TO	Araguaína	47.669.876
TO	Porto Nacional	31.208.186
TO	Gurupi	25.606.828
TO	Paraíso do Tocantins	14.209.146
TO	Pedro Afonso	7.911.497
TO	Colinas do Tocantins	7.812.969
TO	Guaraí	6.947.158
TO	Peixe	402.485
TO	Miracema do Tocantins	6.182.429
<b>Total dos 10 maiores</b>		<b>251.891.986</b>
<b>Total do Tocantins</b>		<b>405.027.491</b>
<b>Total Nordeste / Norte</b>		<b>15.690.477.455</b>
<b>Total Brasil</b>		<b>78.190.417.684</b>

## Potencial de Consumo de Móveis nas regiões Norte & Nordeste 2023

Sigla UF	Potencial de Compras 2023	Potencial da Classe A	Potencial da Classe B	Potencial da Classe C	Potencial da Classe D/E
Alagoas	627.624.584	78.453.073	248.539.335	233.476.345	67.155.830
Bahia	3.190.898.596	398.862.325	1.263.595.844	187.014.278	341.426.150
Ceará	1.756.501.774	219.562.722	695.574.703	653.418.660	187.945.690
Maranhão	1.063.283.324	132.910.415	421.060.196	395.541.396	113.771.316
Paraíba	740.971.067	92.621.383	293.424.543	275.641.237	79.283.904
Pernambuco	2.156.286.294	269.535.787	853.889.372	802.138.501	230.722.633
Piauí	538.726.605	67.340.826	213.335.736	200.406.297	57.643.747
Rio Grande do Norte	763.629.630	95.453.704	302.397.333	284.070.222	81.708.370
Sergipe	483.440.718	60.430.090	191.442.524	179.839.947	51.728.157
Acre	169.498.149	21.187.269	67.121.267	63.053.312	18.136.302
Amapá	1.106.990.771	138.373.846	438.368.345	411.800.567	118.448.012
Amazonas	183.855.390	22.981.924	72.806.734	68.394.205	19.672.527
Pará	1.843.263.382	230.407.923	729.932.299	685.693.978	197.229.182
Rondônia	516.728.920	64.591.115	204.624.652	192.223.158	55.289.994
Roraima	143.750.760	17.968.845	56.925.301	53.475.283	15.381.331
Tocantins	405.027.491	50.628.436	160.390.887	150.670.227	43.337.942
<b>Total NE / N</b>	<b>15.690.477.455</b>	<b>1.961.309.682</b>	<b>6.213.429.072</b>	<b>5.836.857.613</b>	<b>1.678.881.088</b>
<b>Total Brasil</b>	<b>78.190.417.684</b>	<b>9.773.802.211</b>	<b>30.963.405.403</b>	<b>29.086.835.379</b>	<b>3.366.374.692</b>

Fonte: Mapa de Mercado / Intelligence Group

## RADIOGRAFIA EM RELAÇÃO AO PAÍS E PARTICIPAÇÃO DE CADA REGIÃO

	NÚMERO TOTAL DE HABITANTES	POTENCIAL DE COMPRAS EM 2022 - EM R\$ BILHÕES	ÁREA TERRITORIAL EM KM <sup>2</sup>
<b>NORTE &amp; NORDESTE</b>	79.829.930	15.690.477.455	5.428.000
<b>BRASIL</b>	213.277.639	78.190.417.684	8.516.000
<b>NORTE</b>	18.866.962	11.321.362.593	3.870.000
<b>NORDESTE</b>	60.962.968	4.369.1134.863	1.558.000





# EMPRESAS NORDESTINAS SÃO AS QUE MAIS REGULARIZARAM DÍVIDAS

Os nove estados da região marcaram percentuais acima da média nacional de recuperação no primeiro semestre, que foi de 44,4%

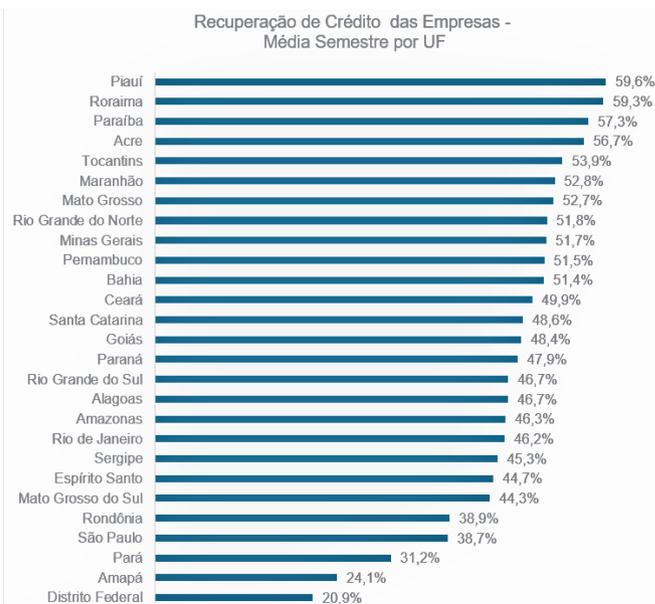
Entre janeiro e junho deste ano, a média de dívidas recuperadas em até 60 dias de negativação por empresas inadimplentes do Nordeste foi de 51,8% segundo o Indicador de Recuperação de Crédito da Serasa Experian. Todos os Estados da região marcaram percentuais de recuperação acima da média nacional (44,4%), com destaque para o Piauí, que alcançou 59,6%. Os empreendimentos do Sul do país também performaram bem, com 47,7% das contas em vermelho regularizadas. Em sequência ficaram o Sudeste (42,6%), Centro-Oeste (38,7%) e Norte (37,8%). Veja no gráfico ao lado as informações de todas as unidades federativas (UFs) do país. Ainda na análise da média semestral, que considera to-

das as regiões do país, o número nacional alcançou percentual de 44,4%.

Feita a comparação com o mesmo período do ano anterior foi registrada uma queda, pois de janeiro a junho de 2021 o índice atingiu média de 47,2%. De acordo com o economista da Serasa Experian, Luiz Rabi, “os recursos governamentais destinados ao combate da pandemia no ano anterior foram de grande auxílio para que as empresas colocassem as contas em dia. Além disso, se olharmos para o comparativo dos setores vemos que no primeiro semestre

de 2021 as contas mais ressarcidas foram de Utilities, que são serviços básicos e podem ter custos mais leves. Nos primeiros seis meses deste ano, já com a economia mais estabilizada, os fornecedores e indústrias conseguiram recuperar mais dívidas inadimplentes com a queda da necessidade de renegociação, já que provavelmente os empresários tiveram melhor desempenho em seus fluxos de caixa e conseguiram honrar com os compromissos financeiros acordados com esses parceiros”.

O setor que mais recuperou dívidas negativadas de empresas inadimplentes foi aquele intitulado de “Outros”, que engloba fornecedores e indústrias, marcando percentual de 52,1%. A seguir estava o Varejo (50,5%), o segmento de Utilities (50,0%) e o de Bancos e Cartões (44,3%). Confira na tabela a seguir a comparação semestral da quitação de contas. ■



Fonte: Serasa Experian

Percentual de Recuperação de Crédito das Empresas		
Sector da dívida	1º semestre 2021	1º semestre 2022
Outros	54,1%	52,1%
Varejo	47,6%	50,5%
Utilities	58,2%	50,0%
Bancos e Cartões	48,1%	44,3%
Financeiras	35,7%	44,3%
Serviços	35,8%	32,4%
Securizadoras	46,7%	14,3%
Telefonia	13,2%	13,5%

Fonte: Serasa Experian



O Natal é uma data comemorada no mundo todo, mas os brasileiros conseguem dar aquele jeitinho de tornar o que já é bom, em algo ainda melhor.

Aqui, a gente não tem só amigo secreto, temos o amigo da onça e amigo chocolate; tem uva passa no arroz, variedade de recheio no panetone, farofa e o melhor: uma baita reunião de família, com forró, pagode, funk, música internacional e o famoso especial do Rei no final do ano.

E, claro, que também tem um ambiente todo decorado para a concentração mais importante do ano, a família ao redor da mesa.

Nesse momento, conte com a qualidade e o design da MSC, que tem tradição na criação de móveis para sua casa.

Desejamos um Feliz Natal e boas festas a todos!!

Consulte nossos canais de vendas:  
E-commerce: [moveissaocarlos.com.br](http://moveissaocarlos.com.br)  
Instagram: [@moveissaocarlos](https://www.instagram.com/moveissaocarlos)  
Telefone: (87) 3838-1279  
[moveissaocarlos.com.br](http://moveissaocarlos.com.br)

  
Móveis  
São Carlos  
O design da sua casa



## TOP 20 CONSAGRA INDÚSTRIAS DE MÓVEIS E FORNECEDORES DE EXCELÊNCIA

Neste ano lojistas e fabricantes de móveis puderam votar em duas categorias diferentes, escolhendo as 20 melhores marcas de móveis e colchões e os 20 melhores fornecedores

Mais uma edição do TOP 20 se encerra e novamente os lojistas reconhecem os esforços das melhores indústrias de móveis do País. É o que sempre reforçamos, esse reconhecimento diz muito do que a marca vem realizando junto aos seus clientes. E, mais importante é o fato de que nossa promoção é espontânea, o lojista é livre para votar e atribuir nota, o que torna a pesquisa muito mais relevante.

Este é o quarto ano em que a premiação é realizada, e observamos um aumento de 4% no número de lojistas votantes, subindo para 2.175 até o dia 10 de novembro. Já o número de marcas que receberam votos se estabilizou na casa de 600 nesta edição, o que pode indicar a consolidação da redução no número de fornecedores após

a pandemia. Como cada lojista pode votar em até 5 marcas, a média de empresas indicadas por lojista também se manteve na casa de 4 este ano.

Ari Bruno Lorandi, CEO do Intelligente Group e criador do TOP 20, lembra a concepção do prêmio e seus objetivos. "Percebemos que faltava no setor uma forma mais democrática e participativa de reconhecimento do trabalho de muitas empresas que se diferenciam do todo. São empresários comprometidos com resultados para seus clientes e, em última análise, com os consumidores de móveis e colchões. E a maneira que escolhemos foi através do voto direto dos clientes das marcas, ou seja, o lojista deveria reconhecer as melhores marcas através de critérios claros e objetivos".

Lorandi prossegue ressaltando os quesitos que são avaliados pelos votantes. “Estabelecemos que o lojista, ao votar, deveria avaliar a qualidade dos produtos, dos serviços, do atendimento, da assistência pós-venda e da parceria em marketing e comunicação”, explica. E, considerando que o prêmio visa o reconhecimento de 20 marcas que atendem a todos os requisitos do certame, o TOP não classifica por ordem de votos e desta forma evita uma concorrência desnecessária entre as 20 TOP.

Outro aspecto destacado pelo criador do TOP 20 é o fato de que quase um terço das marcas fizeram parte de todas as edições. “Isso é relevante porque demonstra que são empresas com uma cultura consolidada de excelência em produtos e serviços”. Lorandi observa também que este ano três novas, que ainda não haviam sido contempladas com o TOP 20, fazem parte do ranking. “Isso é importante na medida em que o prêmio visa exatamente alargar a base de empresas de excelência na opinião de seus clientes. Quanto mais marcas destacadas melhor para o setor”, conclui.

Neste ano o ranking da indústria contempla marcas de nove estados brasileiros, sendo 5 do Paraná; 5 de São Paulo; 2 de Santa Catarina; 2 do Rio Grande do Sul; 2 de Minas Gerais; 1 do Espírito Santo; 1 de Goiás; 1 do Mato Grosso e 1 do Rio de Janeiro. Isso mostra que o resultado não se concentrou apenas nos principais polos moveleiros. Aliás, os gaúchos tiveram uma participação tímida no ranking.

Essa edição do TOP 20 voltou a consagrar algumas marcas que conseguiram conquistar o prêmio em todas as edições, caso da Castor, Ecoflex, Matic, Herval, Kappesberg, DJ Móveis e Patrimar. Porém, também identificamos novidades nos

eleitos em 2022, como a Eko'7 Colchões, JCM Moveleira e Móveis Artely que fazem suas estreias no TOP 20.

Inclusive, as três estreantes comemoram bastante a entrada no ranking. Elaine Duarte Durante, comercial da Artely, não escondeu a felicidade ao ser comunicada sobre a presença da Artely no TOP 20. “É uma ótima notícia sabermos que estamos no TOP 20! Agradecemos a oportunidade e vamos divulgar bastante essa conquista”.

“É com sentimento de imensa alegria e gratidão que recebemos o certificado TOP 20 da Móveis de Valor. No ano em que a JCM Moveleira completa 30 anos de existência, esse reconhecimento veio para coroar toda essa jornada de muito trabalho e dedicação, tanto do corpo diretor quanto dos colaboradores”, disse Wallace dos Santos Costa, coordena-



Ari Bruno Lorandi, CEO do Itelligence Group e idealizador do prêmio TOP 20

dor de marketing e e-commerce.

Douglas Camara, gerente de marketing do Grupo Eko'7 Brasil, também repercutiu a entrada da empresa no TOP 20. “Receber o prêmio TOP 20 Indústria pela Móveis de Valor coroa todo o nosso comprometimento em proporcionar integralmente a melhor experiência em qualidade de vida através do desenvolvimento sustentável de nossos produtos”.

RELAÇÃO DO TOP 20 INDÚSTRIA, POR ORDEM ALFABÉTICA:		
<b>Artely</b> .....		<b>PR</b>
<b>Bechara</b> .....		<b>SP</b>
<b>Castor</b> .....		<b>SP</b>
<b>DJ Móveis</b> .....		<b>PR</b>
<b>Ecoflex</b> .....		<b>SC</b>
<b>EKO'7</b> .....		<b>SC</b>
<b>FA Colchões</b> .....		<b>PR</b>
<b>Herval</b> .....		<b>RS</b>
<b>Imcal</b> .....		<b>SP</b>
<b>JCM Moveleira</b> .....		<b>MG</b>
<b>Kappesberg</b> .....		<b>RS</b>
<b>Matic</b> .....		<b>SP</b>
<b>Moval</b> .....		<b>PR</b>
<b>Ortobom</b> .....		<b>RJ</b>
<b>Patrimar</b> .....		<b>SP</b>
<b>Plumatex</b> .....		<b>GO</b>
<b>Probel</b> .....		<b>MT</b>
<b>Rimo</b> .....		<b>ES</b>
<b>Santos Andirá</b> .....		<b>PR</b>
<b>Valdemóveis</b> .....		<b>MG</b>

**RELAÇÃO DA TOP 20 FORNECEDOR, POR ORDEM ALFABÉTICA:**

<b>Alpha Motion</b> .....	<b>MT</b>
<b>Arauco</b> .....	<b>PR</b>
<b>Bekaert Deslee</b> .....	<b>SP</b>
<b>Berneck</b> .....	<b>PR</b>
<b>Bigfer</b> .....	<b>RS</b>
<b>Branyl</b> .....	<b>SP</b>
<b>Brasmacol</b> .....	<b>SC</b>
<b>CBP Espumas</b> .....	<b>SP</b>
<b>Corttex</b> .....	<b>SP</b>
<b>Crippa</b> .....	<b>SP</b>
<b>Dohler</b> .....	<b>SC</b>
<b>Duratex</b> .....	<b>SP</b>
<b>Farben</b> .....	<b>SC</b>
<b>Greenplac</b> .....	<b>MS</b>
<b>J. Serrano</b> .....	<b>SP</b>
<b>Killing</b> .....	<b>RS</b>
<b>Leggett &amp; Platt</b> .....	<b>SP</b>
<b>Sanko Espumas</b> .....	<b>SP</b>
<b>Sayerlack</b> .....	<b>SP</b>
<b>SCM Tecmatic</b> .....	<b>SC</b>

## AGORA A INDÚSTRIA ELEGE FORNECEDOR TOP 20

“O sucesso do TOP 20 Indústria nos levou a abrir a possibilidade de o fabricante de móveis e de colchões também poder escolher as melhores marcas entre seus fornecedores. Este ano lançamos o FORNECEDOR TOP 20. Afinal, os fornecedores são também responsáveis pela qualidade dos produtos que irão para o mercado”, comenta Lorandi. E completa afirmando que “foi uma grata surpresa a participação de mais de 600 fabricantes votando neste primeiro certame”. Confira a cima a lista dos 20 fornecedores que levam o TOP 20, segundo a escolha de fabricantes de móveis e colchões.

Marcelo Cenacchi, diretor geral da Sayerlack, foi um dos primeiros a se manifestar, exaltando a felicidade

pelo reconhecimento dos clientes que elegeram a Sayerlack como TOP 20 Fornecedor. “Com certeza isto nos dá ainda mais ânimo e incentivo para continuarmos atuando de forma responsável, aportando tecnologias

novas e com isto auxiliando nossos clientes a serem mais competitivos, inovadores e agregarem diferenciação e qualidade ao mobiliário que produzem”, afirmou. Quem também ficou entre os 20 fornecedores mais votados foi a Killing. “Que notícia boa! Ficamos muito contentes com este reconhecimento”, comentou Andrey Reis, marketing da Killing, ao receber a notícia. Vale lembrar que tanto as indústrias quanto os fornecedores vencedores poderão utilizar o selo TOP 20 em suas publicações e campanhas. Ele serve também como uma demonstração de credibilidade e qualidade. Cada marca vencedora também recebe um Certificado assinado pela Móveis de Valor e Blu plataforma de soluções.

## BLU APOIA O TOP 20

Novamente a Móveis de Valor contou com o apoio da Blu – plataforma de soluções que nasceu para beneficiar lojistas e industriais – na realização do TOP 20. “É importante destacar essa parceria que tivemos com a Blu, que tem se mostrado sempre presente no apoio a eventos que visem a promoção do setor moveleiro”, destaca Ari Bruno Lorandi.■





# BRASIL MOLEJOS

QUALIDADE QUE VOCÊ MERECE 🇧🇷

A **Brasil Molejos** é uma empresa genuinamente brasileira e como tal tem flexibilidade para atender as demandas do mercado com **qualidade e reconhecimento**.



Mola de Assento para Sofá



Molejo Ensacado 10 cm para Colchão e Assento



Molejo Ensacado Individualmente



Molejo Bonnel



Molejo Pró-lastic



Molejo Ensacado Mini Pillow



Molejo LFK



Molejo Ensacado para Assento



Molejo Fio Pró-Lastic



A Padre Cícero Móveis agora vive um momento mais ligado ao digital e conta com a forte presença de Marília Mota

## ABENÇOADOS OS QUE INVESTEM EM EMPREENDEDORISMO E TECNOLOGIA

A história da Padre Cícero Móveis passa por duas gerações, união e bom uso das redes sociais tem sido fundamentais para encarar a crise

Marília Mota é a empresária que está à frente da Padre Cícero Móveis, uma loja que conquistou muitos clientes por meio das redes sociais nos últimos anos, mas sua trajetória pessoal no varejo é bem longa e conta com o apoio, principalmente, de sua mãe – uma veterana do comércio pernambucano. Quem vê Marília nos vídeos do Instagram da loja nem imagina que ela é mãe de três filhos e abriu sua primeira loja de móveis com apenas 17 anos. “Na verdade, a marca Padre Cícero veio da loja que meus pais ti-

nham há mais de 20 anos e eu incorporei à minha loja de móveis e eletros que já foi concorrente da deles”, começa a contar a empresária.

Pois é, a mulher que leva o nome da Padre Cícero Móveis para o agitado universo virtual um dia já foi concorrente direta da loja na pequena cidade de Bom Conselho (PE). “Eu me casei muito jovem, aos 14 anos, e já estava grávida do meu primeiro filho. Alguns anos depois, meu marido acabou perdendo o emprego e eu havia acabado de terminar meus estudos, daí surgiu a necessidade de termos um meio de sobrevivência financeira”, lembra. Marília conta que, diante dessa situação, sua mãe lhe ofereceu uma quantia para que ela pudesse abrir seu próprio comércio e foi assim que

acabou entrando no ramo de móveis, seguindo os passos de seus pais.

Anos mais tarde, e já com experiência no varejo de móveis, Marília Mota comprou de sua mãe a loja Padre Cícero e, desde então, as lojas físicas da empresária passaram a ter o mesmo nome, que já era bem tradicional na cidade. Vamos combinar que Padre Cícero por si só já é um nome muito popular e marcante na cultura nordestina, o que ajuda a facilitar a lembrança da marca.

“Minha mãe é devota de Padre Cícero e resolveu fazer como o meu tio e usar seu nome na loja”, diz Marília. No caso do tio dela, a loja era de materiais de construção, ramo em que sua mãe está atuando desde que vendeu sua marca para a filha.

E foi assim que Marília virou uma referência de mulher empreendedora, chegando a dar até palestras sobre isso. “Quem sabe comece a participar mais de eventos e palestras daqui para frente”, projeta. A empresária ganhou muito reconhecimento tanto dos consumidores quanto de outros lojistas que passaram a acompanhar o trabalho feito por ela nas redes sociais, por isso os convites para palestras.

“Quando a pandemia começou eu percebi que estava há algum tempo na minha zona de conforto com as lojas e precisava fazer alguma coisa para reverter a situação, já que o comércio foi fechado e a situação econômica começou a se complicar. Foi assim que comecei a investir nas vendas feitas via WhatsApp, Instagram e Facebook, além de gravar vídeos sobre os produtos”, explica.

Inclusive, a empresária chega a refletir sobre a atuação das lojas, no geral, nas redes sociais. “Não sei como têm lojas sobrevivendo sem a presença digital?”, indaga. Ela conta que assim que começou a postar sobre os produtos vendidos os clientes já começaram a entrar em contato para comprá-los. “Costumo pesquisar sobre cada móvel que pretendo apresentar nos vídeos, entregando um conteúdo sobre suas características e funcionalidades. As pessoas se influenciam com esse tipo de conteúdo e, realmente, compram os produtos”. Marília fala que não consegue dizer precisamente qual o percentual das vendas realizadas pela internet, mas acredita que deve estar chegando a 50% de todas as vendas da empresa. “Levamos em consideração aqueles que compram produtos de menor valor agregado ao entrar em contato conosco via mensagem, assim como aqueles que veem as ofertas e vão até a loja ver o produto de perto, no caso daqueles que já possuem um

valor mais alto”, analisa.

Atualmente, a Padre Cícero não possui e-commerce próprio, fazendo algumas de suas vendas pelo marketplace do Magazine Luiza, mas Marília tem planos para o futuro. “Nós pretendemos criar nosso próprio canal de vendas online, inclusive, a ideia é fortalecer ainda mais a nossa presença digital ao invés de ficarmos abrindo lojas físicas em diferentes cidades, até porque eu tenho três filhos e quero continuar participando ativamente da criação deles, o que não aconteceria se tivesse que ficar viajando”.

Por enquanto, a presença no marketplace do Magalu serve não só para fazer as vendas como também para adquirir experiência nesse meio, entender as dinâmicas e poder abrir seu próprio canal com mais conhecimento. “No marketplace do Magalu nós vendemos eletros, pois eles não têm estrutura logística para fazer entrega de móveis para os vendedores que possuem loja no canal. E com o nosso e-commerce pretendemos superar essa barreira logística para vendermos todos os nossos produtos”, finaliza a empreendedora nata Marília Mota. ■



Marília Mota e sua mãe, a grande apoiadora de sua carreira, Maria José Vicente



Marília Mota investiu no digital e faz vídeos para divulgar todos os produtos vendidos e suas funções



# MAGALU INAUGURA CD SUSTENTÁVEL NO PARÁ

Centro de distribuição ocupa localização estratégica para logística e distribuição de produtos em lojas do Pará e Maranhão

O Magazine Luiza inaugurou no dia 07 de outubro um centro de distribuição em Benevides, na região metropolitana de Belém, no Pará. O novo CD, com 53.000 m<sup>2</sup> de área total, dobra a capacidade de armazenamento da empresa no estado, segue padrões de sustentabilidade ambiental e ocupa uma localização estratégica para a logística e distribuição de produtos, com acesso fácil à capital e interior.

Segundo a companhia, a inauguração contou com a presença de Luiza Helena Trajano, presidente do conselho de administração do Magalu, da prefeita de Benevides, Luziane Solon, e do governador do Pará, Helder Barbalho.

“O Pará tem um enorme potencial de vendas e demanda um serviço de

qualidade”, diz Décio Sonohara, diretor-executivo de logística do Magazine Luiza. “Esse investimento é estratégico para a companhia porque é também uma porta de saída para todos os estados da região norte do país.”

O novo CD, que atende 36 municípios e garante o abastecimento de 59 lojas físicas instaladas no Pará e de outras 26 no Maranhão, permitirá que o Magalu melhore a qualidade da entrega no estado. Atualmente, mais de 60% dos pedidos feitos no Pará são entregues no dia seguinte à compra, e quase 80% num prazo de 48 horas.

Ainda de acordo com a empresa, mais de 230 colaboradores do Magalu e 125 profissionais terceirizados trabalham no local. Além da área de armazenagem, o CD de Benevides conta com auditório e áreas de alimentação, lazer e descanso para os colaboradores. “Fizemos questão de criar uma área de desconpressão, com um ambiente agradável para todos os que trabalham no local”, diz Sonohara.

A empresa também afirma que as ins-

talações foram pensadas e construídas para garantir uma operação sustentável. A irrigação da grama e dos jardins é feita com uso de água de chuva. O aquecimento da água dos vestiários e do restaurante é realizado a partir de energia solar. Todo o restante da operação é alimentado por energia gerada de fonte 100% renovável. O tratamento do esgoto é feito por meio de um jardim filtrante, sem uso de qualquer produto químico.

Ainda segundo o Magalu, o e-commerce cresce de forma acelerada nos mercados do Norte do país. Para acompanhar essa expansão, até 2023, em todo o Brasil, a companhia contará com 2 milhões de m<sup>2</sup> de áreas de armazenagem, formadas por 450 hubs logísticos e centros de distribuição e por 1.680 lojas físicas, usadas como pontos de coleta e entrega de produtos da varejista e de seus mais de 200 mil sellers. Isso significa triplicar a estrutura logística no período de quatro anos.

(Com informações E-commerce Brasil)■



Mecanização e Automação Industrial

Somos uma empresa tradicional com tecnologia de ponta e know-how de 45 anos na fabricação de equipamentos para a indústria madeira. Para comprovar que confiamos na qualidade dos nossos equipamentos, estamos estendendo nossa garantia por até 5 ANOS.

## DESTOPADOR PNEUMÁTICO COM POSICIONADOR ELETRÔNICO



RÁPIDO E PRECISO... ...SEMPRE

### EQUIPAMENTO PARA CORTE TRANSVERSAL EM TÁBUAS E TOCOS DE MADEIRA

As medidas determinadas para o corte podem ser programadas diretamente em sua tela ou via rede. Tem programação fácil e linguagem amigável. Devido a sua grande flexibilidade, é possível a programação de até 54 CORTES COM MEDIDAS DIFERENTES na mesma tábua. Também há a possibilidade de OTIMIZAR os cortes para MELHOR APROVEITAMENTO da madeira e MENOR SOBRA possível. Sua produção é equivalente à de 4 DESTOPADORES convencionais, até 60 m<sup>3</sup> por turno, com a utilização de METADE da mão de obra e com apenas 1 MOTOR e 1 SERRA.



ESTENDIDA

ACOMPANHA  
1 SERRA

leitz

AS MELHORES MÁQUINAS  
COM AS MELHORES SERRAS

"Com setup rápido e de fácil manuseio, os destopadores pneumáticos da Rotteng flexibilizam e otimizam os cortes de madeiras, diminuindo o desperdício e aumentando a produção com mais qualidade e precisão nas medidas, além de atender as normas legais que garantem a segurança dos colaboradores. Esta parceria perdura há mais de 6 anos." 09/10/2019

**Marco Almeida de Souza**  
Diretor Industrial do Grupo Embalatec



"Com a destopadeira automática da Rotteng conseguimos melhorar a precisão nos cortes e temos um excelente aproveitamento das madeiras beneficiadas. O sistema é simples de manusear e oferece total segurança para os operadores, garantindo qualidade e agilidade sem desperdício no processo". 21/02/2019

**Rafael Armacolo Barros**  
Diretor Adjunto da Takei Estofados



"Os destopadores RottStop, da Rotteng, são máquinas robustas com sistemas confiáveis. Hoje estamos equipando todas as nossas fabricas com as destopadeiras RottStop, com isso conseguimos reduzir as percas em mais de 60%, sem contar a qualidade dos cortes e a segurança que a lei exige". 11/10/2021

**Rodrigo de Oliveira Novo**  
Pesquisa e Desenvolvimento de Máquinas e Equipamento (P&D) da Gazin Colchões



**NÃO ARRISQUE OS DEDOS DOS SEUS FUNCIONÁRIOS, O ROTTSTOP VAI PROTEGÊ-LOS**



☎ (19) 99781-8122 ▪ (19) 3441-2887 ▪ rotteng@rotteng.com.br ▪ [www.rotteng.com.br](http://www.rotteng.com.br)  
Rua Manoel David, 76 ▪ Jd. N. Sra. de Fátima ▪ Limeira | SP ▪ CEP 13.482-374



# PARAÍBA É PORTA DE ENTRADA PARA EXPANSÃO DA KAPPESBERG NO NORDESTE

Com uma unidade fabril instalada recentemente, a marca gaúcha pretende produzir móveis, utilidades e colchões para conquistar de vez o mercado nordestino

Santa Rita foi o município paraibano escolhido pelo Grupo K1 para aumentar sua presença na região Nordeste do Brasil. A fabricante gaúcha instalou recentemente uma unidade fabril de 8.254 m<sup>2</sup>, que também surgiu como oportunidade para geração de emprego e renda na região.

De acordo com a empresa, “apesar de a produção atual estar focada em estofados e cadeiras de sala de jantar, o objetivo é expandi-la para os demais produtos da marca, como móveis e utilidades. Além disso, a indústria de colchões nos abre um mercado totalmente novo no Nordeste, principalmente por ser um produto de produção e comercialização regional”.

Antes mesmo da instalação da fábrica, Celso Thiesen, vice-presidente do Grupo K1, já havia declarado que a empresa tinha levado em consideração a distância e a distribuição logística para os estados da região Nordeste ao escolher a cidade de Santa Rita, que está localizada há 30km de João Pessoa, capital do estado.

Ainda na metade do ano passado, o Grupo K1 começou a recrutar os primeiros colaboradores e os levou para um treinamento em sua sede, em Tupandi, no Rio Grande do Sul. E foi no segundo semestre de 2021 que a fábrica paraibana começou a funcionar. “Com 26 anos de mercado, o Nordeste foi uma das principais regiões responsáveis pelo crescimento e desenvolvimento do Grupo K1, e por isso, não poderíamos ter escolhido um lugar melhor para o início da nossa expansão. A região chegou a representar 35% do total de vendas do grupo em 2019, o que não é maior devido ao alto valor de frete, que impacta diretamente no preço final da mercadoria. Isso nos mostra um grande potencial

de crescimento, já que nossos produtos atendem ao mercado consumidor da região”, informou a Kappesberg por meio de nota.

A empresa também deixou claro que pretende contribuir para o desenvolvimento do município de Santa Rita e de todo estado da Paraíba. “[...] oportunizando trabalho e crescimento social, tendo em vista realizar a nossa missão: proporcionar que todos vivam no lar dos seus sonhos”.

## SOBRE O GRUPO K1

A companhia detentora das marcas Kappesberg, Uz Utilidades, Idéli Ambientes, My Home, Bartzen e Casa&Poesia, tem sede no município de Tupandi (RS) e conta com uma área fabril de mais de 200mil m<sup>2</sup>, com cerca de 1.900 funcionários. Presente em mais de 45 mil pontos de vendas, é hoje o maior grupo do segmento da América Latina.

A empresa tem forte atuação em todo o Brasil, além de exportar seus produtos para 47 países em todos os continentes.■

kappesberg.com.br

facebook.com/KappesbergOficial

youtube.com/MoveisKappesberg

@kappesberg\_oficial

# kappesberg



## Com Kappesberg, suas vendas serão outra história!

### **Nossos sofás são um sucesso de vendas.**

Isso é resultado de inovação constante, de cuidado com cada detalhe desde o design, tecidos, logística. Tudo é pensado para a satisfação de milhares de clientes.

### **Vitrine com Kappesberg brilha ainda mais.**



Aproveite e leve esses produtos para sua loja.  
Fale com seu representante para mais informações.



# MAGNO MÓVEIS ANTECIPA LANÇAMENTOS 2023

Empresa passou por uma reformulação e modernização da linha de móveis com lançamento de mais de 40 produtos

A Magno Móveis é uma empresa pernambucana de Afogados da Ingazeira que resolveu investir na reformulação e modernização da sua linha de móveis para 2023. Na edição passada da MV Norte & Nordeste ressaltamos a característica multiuso das novas peças e agora a marca apresenta alguns de seus mais importantes lançamentos para o próximo ano.

Já são mais de 40 anos atuando no mercado de móveis para diversos ambientes da casa, o que faz com que seu fundador, Alexandre Magno Barros de Brito, saiba da importância de fazer mudanças ao longo do tempo para sempre se manter em uma boa posição no setor. Com um moderno e tecnológico parque fabril, a Magno Móveis conseguiu criar mais de 40 novos produtos com foco na multifuncionalidade.

Um dos exemplos dessa multifuncionalidade é a cômoda multiuso Dália que, como o próprio nome já diz, pode assumir essa função de cômoda, mas também pode ser utilizada como penteadeira, painel para TV, sapateira, além de oferecer armazenamento para roupas e livros.

Outra novidade, ainda na linha de quarto, é a cabeceira Orquídea, que conta com regulagem e é adaptável a colchões de larguras diferentes, com design diferenciado e detalhe geométrico a laser. A marca ainda oferece ao cliente



Cômoda multiuso Dália possui 4 gavetas e porta com espelho

algumas combinações como cabeceira + dois criados-mudos, cabeceira + um criado-mudo e cabeceira sem criados, com acabamento nas cores branco, freijó-off-white e canela-off-white. Outro destaque é a linha de escritório Violeta, que possui móveis modulados

com peças individuais opcionais. Com isso, a Magno permite que o cliente monte o seu escritório de acordo com o espaço e necessidade de uso, além de poder usar algumas dessas peças como criados-mudos e espaços multiuso. ■



A cabeceira Orquídea oferece opções de design e peças de acompanhamento



Lançamento

Grafite com off white

## LINHA DE ESCRITÓRIO VIOLETA



Lançamento

Freijó com off white



Móveis  
modulados,  
com peças  
opcionais para  
que o cliente  
monte seu  
escritório de  
acordo com o  
espaço e a  
necessidade  
de uso.

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

@magnomoveis 

@magnomoveispe 

87 9-9908 0046 

Afogados da Ingazeira (PE)



## MÓVEIS ADAPTÁVEIS SÃO FORTE OPORTUNIDADE DE MERCADO

Mesmo o Brasil contando com mais de 17 milhões de pessoas com deficiência, o setor moveleiro ainda negligencia essa população

Diferente do que algumas marcas pensam, desenvolver móveis para PcDs não consiste em ação social, mas em oportunidade de mercado

Confira as dicas dos especialistas Carolina Danielian e Norton Mello sobre como desenvolver ambientes e mobiliários mais acessíveis

Um levantamento recente do IBGE apontou que 8,4% da população brasileira acima de dois anos (cerca de 17,3 milhões de pessoas) têm algum tipo de deficiência. Sendo quase metade dessa parcela (49,4%) preenchida por idosos. Além disso, a Pesquisa Nacional de Saúde (PNS) também revelou que, destas pessoas, 7,8 milhões apresentam deficiência física nos membros inferiores, enquanto 2,7% têm nos membros superiores. Já 3,4% dos brasileiros possuem deficiência visual e 1,1%, deficiência auditiva. Levando esses números em consideração, cabe questionar: será que a indústria moveleira entende a pro-

porção desse nicho e está preparada para atendê-lo?

É preciso aqui esclarecer que desenvolver itens para pessoas com deficiência não é ajuda social que sua marca está se propondo a fazer, mas sim buscar atender um grande nicho do mercado brasileiro que costuma ser esquecido pela maioria das empresas. Sendo assim, é preciso planejamento e estudo, antes de pensar em começar a produzir móveis adaptados, sabendo que atender esse nicho pode ser uma oportunidade de mercado bastante rentável para a empresa.

“Um ambiente projetado com olhar na acessibilidade é um ambiente que

recebe e acolhe não somente as pessoas com deficiência, mas todas as pessoas”, explica a arquiteta especialista em acessibilidade e ambientes saudáveis Carolina Danielian. “É urgente ouvir e compreender as necessidades das pessoas com deficiência, desenvolver produtos mais assertivos, para um mercado tão grande e expressivo e ainda com poucas opções”, continua Carolina.

Para a arquiteta, a primeira coisa que deve ser feita para que as marcas possam começar a atender esse nicho de mercado é ouvir esse público, entender suas dores e necessidades e, a partir deste ponto, desenvolver junto aos designers soluções que aliam estética à função. “É preciso pensar em produtos que contemplem consumidores plurais, com diferentes necessidades e, para isso, utilizar os conceitos do Desenho Universal é fundamental. Só assim o setor moveleiro produzirá peças que promovam mais acessibilidade de fato”, destaca Carolina.

Entretanto, ainda de acordo com a arquiteta, desenvolver ambientes acessíveis para pessoas com deficiência pode ser um desafio maior do que as marcas imaginam. “No início nos deparamos com a falta de especificação de produtos e materiais que atendam os ambientes adaptados”, afirma Carolina, e quando entramos na questão de mobiliário encontramos mais algumas dificuldades. “Nas lojas temos pouquíssimas opções e, quando encontramos, o design das peças deixa muito a desejar”, analisa a especialista, pontuando ainda que isso reforça a necessidade de desenvolver móveis para cada cliente sob medida, atendendo suas especificidades de maneira harmônica.

Outro ponto destacado por Carolina é a importância de pensar nas adaptações do ambiente ainda na fase



Mais de sete milhões de pessoas apresentam deficiência motora no Brasil



Carolina Danielian, arquiteta especialista em acessibilidade e ambientes saudáveis



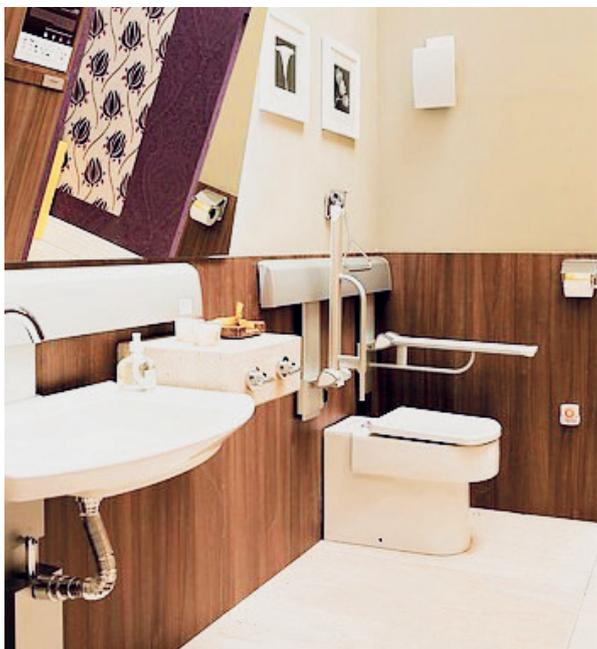
Para desenvolver espaços mais acessíveis é preciso pensar em um design universal



Um banheiro acessível precisa ter piso antiderrapante, barras junto ao sanitário e no box, bancada mais baixa e sem mobílias embaixo

do projeto, visto que, ao pensar na acessibilidade desde o início, o resultado final acaba tendo um custo menor. “Quando as adaptações são pensadas na fase de projeto, durante a obra, o custo aumenta em torno de 3%. Já na reforma esse aumento pode chegar a 25%”, explica a arquiteta, defendendo que isso acontece porque durante a obra os ambientes já são pensados levando em consideração os espaços e medidas adequadas, enquanto na reforma as adaptações exigem maiores alterações dos espaços. “Por isso, projetar todos os ambientes contemplando acessibilidade, além de permitir o acesso e a permanência de todas as pessoas, evita a necessidade de grandes reformas quando esse ambiente precisar de adaptações mais específicas”, enfatiza Carolina.

Para a arquiteta, a solução para tornar os ambientes mais adaptados está em utilizar a tecnologia como aliada. “Para pessoas que



Banheiro acessível desenvolvido pela arquiteta Carolina Danielian

apresentam deficiência motora podemos utilizar nos móveis sistemas elétricos de regulagem de altura, que proporcionam ao usuário adequação com conforto, de acordo a sua necessidade, de maneira fácil, prática, segura e permitindo autonomia”, exemplifica Carolina, observando que hoje esses sistemas já estão presentes em mesas de trabalho, bancadas de banheiro, bancadas e armários de cozinha, dormitórios e salas. “Já para pessoas cegas ou com baixa visão trabalhamos muito com os acabamentos utilizando contraste de texturas e cores que atribuem aos móveis também a função de sinalizadores, que visam localizar e informar as pessoas com deficiência visual sobre o ambiente ao seu redor”, destaca a arquiteta.

O engenheiro civil e CEO da BioEng projetos, Norton Mello, concorda com Carolina. Especialista no desenvolvimento de projetos para residências, ambientes de trabalho e clínicas acessíveis para pessoas com deficiência, ele defende que o fundamental é entender as necessidades de cada pessoa. “A gente tem que pensar em adaptar os espaços para que eles possam não só acolher, mas também compensar qualquer tipo de limitação”, enfatiza Mello. “Se a pessoa tem um decréscimo de acuidade visual, então eu vou aumentar a luminosidade dos ambientes. Já se a pessoa tem deficiência motora eu vou aumentar a largura e modificar o sentido de abertura das portas e trocar até mesmo a maçaneta para uma de alavanca, ao invés de uma redonda”, exemplifica o especialista.

Para Mello, o setor moveleiro precisa observar que existem várias deficiências e que devem ser supridas ou compensadas por modelos de mobiliário. “Por exemplo, uma pessoa idosa precisa de braços em cadeiras,

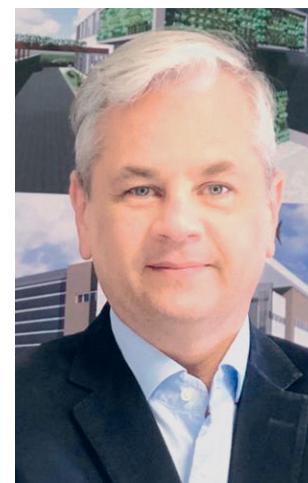
poltronas e sofás para que ela possa se apoiar na hora de se sentar e levantar. Nesse caso, a altura do assento também deve ser observada”, explica o engenheiro. “Há uma infinidade de possibilidades de adaptações. É preciso pensar em móveis que não tenham cantos vivos e mesas com bordas mais elevadas para, se acontecer a queda de algum líquido ele não chegue até o chão e não deixe o ambiente escorregadio”, indica Mello, acrescentando que a automação e a mecanização dos móveis também é essencial.

“No caso das cozinhas é preciso pensar em armários mecanizados, que permitam que a pessoa aperte um botão e esse armário desça até um nível no qual a pessoa possa utilizá-lo, sem precisar subir em bancos ou escadas”, continua o CEO. “Já nos quartos, hoje trabalhamos com camas articuladas com a mecatrônica, que auxiliam a pessoa a se deitar e a se levantar”, completa Mello, adicionando que há uma série de elementos que podem ser implementados com o apoio da bioengenharia aplicada no setor moveleiro para trazer maior acessibilidade para esse público.

Atualmente Mello trabalha também com robôs de telepresença, desenvolvidos para automatizar residências através de comandos de voz. Essa nova tecnologia permite a realização de videochamadas com familiares, amigos e até mesmo teleconsultas. Além disso, esses robôs conseguem medir a temperatura corporal, a glicemia e a pressão do indivíduo que o utiliza. Outro diferencial é que eles também podem ser interligados com um smartwatch para verificar batimentos cardíacos e saturação, por exemplo. “O robô é um assistente pessoal polivalente que aumenta ainda mais a autonomia e a independência das pessoas. Já estamos aplicando

essa tecnologia em hospitais e em residências para pessoas idosas e tem sido bastante aceita pelo mercado”, comenta o engenheiro.

Depois de tantas ideias e possibilidades de adaptações de ambientes, é preciso trazer essa conversa para a realidade do setor moveleiro em relação à acessibilidade. E, nesse ponto, Mello enfatiza que tanto o varejo quanto as indústrias ainda estão despreparados para atender esse nicho da população. “Infelizmente não temos nas lojas nem nas indústrias, móveis de série disponíveis



Norton Mello, engenheiro civil e CEO da BIOENG projetos



Para uma casa se tornar acessível é preciso pensar nas necessidades específicas dos moradores

para pessoas com deficiência, então, normalmente precisamos pedir para designers desenvolverem móveis planejados para atender essa necessidade”, conta o engenheiro.

“O maior problema do despreparo das indústrias e do varejo moveleiro é que isso torna os projetos muito mais caros. Se tivéssemos uma gama maior de



Robio, um robô de telepresença desenvolvido para automatizar residências

possibilidades já prontas nas lojas, feitas em grande escala, os custos dessas soluções seriam menores”, explica Mello. “O ideal é que a gente tivesse mais móveis produzidos em escala para atender essa população, mas com base em um design universal, ou seja, um móvel que sirva para todos, não apenas para pessoas obesas, ou pessoas cegas ou cadeirantes, mas sim móveis que possam atender a todos”, defende o CEO. Por fim, Mello reforça a importância do mercado em ter uma visão mais empática com relação a todos esses elementos que envolvem a acessibilidade e a adaptabilidade dos ambientes e do mobiliário. “Precisamos pensar em ambientes que todas as pessoas possam utilizar e focar em um design universal, lembrando que existem premissas para que esse design universal aconteça”, afirma o especialista. “Nesse ponto, a experiência do usuário deve ser exaltada e nós (arquitetos, engenheiros, designers de interiores, varejistas e fabricantes do setor moveleiro) devemos nos atentar cada dia mais para acolher e abrigar essas pessoas de forma a promover uma convivência mais humanizada”, finaliza. ■

## CONFIRA O PROJETO DE CASA ACESSÍVEL DESENVOLVIDO PELA ARQUITETA CAROLINA DANIELIAN PARA O GUIA DE RODAS



Ao desenvolver os ambientes de uma casa para pessoas com deficiência, alguns pontos precisam ser pensados. É fato que para tornar uma residência verdadeiramente acessível é necessária uma análise mais profunda dos hábitos e necessidades individuais dos moradores. E, a partir disso, é preciso desenvolver soluções que adequem os espaços de maneira mais assertiva, proporcionando mais autonomia, conforto e segurança nas atividades diárias. No entanto, de acordo com a arquiteta Carolina Danielian, há alguns tópicos que não podem faltar na lista quando o assunto é acessibilidade de ambientes. Confira quais são eles:

1. Espaço para circulação: os espaços precisam ser adequados com portas e corredores largos, além de móveis bem posicionados de maneira a se ter uma boa área de circulação;
2. Nivelamento de piso: evitar desnível entre os cômodos também é fundamental para proporcionar mais segurança e autonomia, assim como evitar carpetes que dificultam a locomoção e tapetes que podem causar acidentes;
3. Piso antiderrapante: utilizar em toda casa, mas principalmente em áreas molhadas como banheiro e cozinha;
4. Móveis com altura adequada: o mobiliário deve ser projetado com altura que ofereça mais autonomia, conforto e segurança para as atividades do dia a dia, levando em consideração os acabamentos, evitando as quinas e elementos que possam causar acidentes;
5. Banheiro confortável: esse ambiente precisa de uma atenção especial. O banheiro tem alguns itens indispensáveis para garantir segurança, autonomia e conforto a usuários: além do piso antiderrapante, as barras junto ao sanitário e no box são essenciais. A altura da bancada da pia deve ter uma atenção especial, assim como a remoção da mobília embaixo da bancada, para permitir a aproximação da cadeira de rodas;
6. Iluminação: não esqueça que uma boa iluminação é um item que não pode ser deixado de lado na hora de desenvolver um ambiente com mais acessibilidade.

# EXTREME

Colchão com Duplo Molejo e Box Sommier

MOLAS ENSACADAS



MOLAS FIO CONTÍNUO

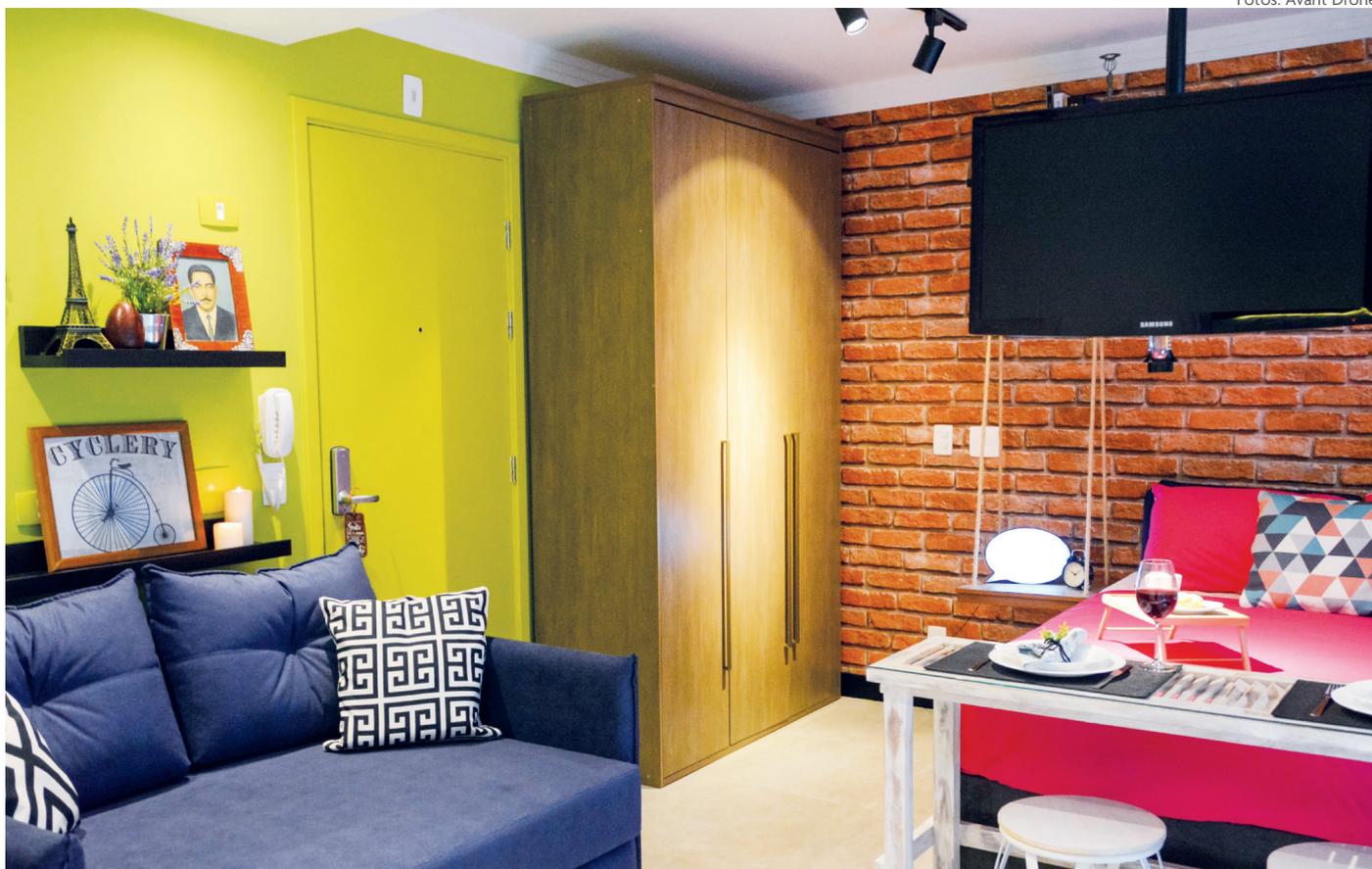
  **colchaoonix**

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

 **COLCHÃO**®  
**ONIX**



Fotos: Avant Drones



# AIRBNB'S SÃO UMA TENDÊNCIA E OPORTUNIDADE PARA MOVELEIRAS

Com mais de 100 mil reservas em apenas 3 meses, a plataforma digital de aluguel de imóveis tem batido recordes e se consolidado no mercado

Os imóveis de locação por temporada tem sido cada vez mais procurados, trazendo uma grande oportunidade para o setor moveleiro

No entanto, mobiliar imóveis de alta rotatividade pode ser mais desafiador do que parece, mas o mercado está preparado para isso?

No segundo trimestre de 2022 a plataforma de alugueis por temporada Airbnb registrou o maior recorde de sua história. As reservas realizadas nesse período subiram 24% na comparação com o segundo trimestre de 2019 (antes da pandemia), chegando em 103,7 milhões. Além disso, a plataforma também observou que as estadias de longa duração (28 dias ou mais) permaneceram como a categoria de crescimento mais rápido, aumentando 25% em relação ao ano anterior e quase 90% em relação a 2019. Com esse crescimento exponencial, pensar nas demandas exigidas



Luiza Altma, arquiteta

pelos imóveis de locação por temporada passou a ser uma excelente oportunidade de mercado. Mas será que as indústrias e o varejo moveleiro já se atentaram para isso? Para começar, é preciso entender quais características não podem faltar em móveis para Airbnb's. E, nesse ponto, a arquiteta Luiza Altman, especialista em projetos para imóveis de locação por temporada, revela que durabilidade, praticidade e facilidade de manutenção, aliados a conforto e beleza são os principais itens que precisam estar presentes nos móveis de um Airbnb. "O que os anfitriões mais procuram é que os móveis sejam de fácil manutenção e com custo-benefício atraente, e que possuam qualidade o suficiente para resistir a alta rotatividade dos hóspedes", conta a arquiteta. "Além disso, outros dois desafios que enfrentamos ao mobiliar Airbnb's são o tamanho dos imóveis, que costumam ser pequenos, dificultando o encaixe das mobílias e o custo de manutenção dos móveis", continua Luiza. Ainda de acordo com a arquiteta, os imóveis de Airbnb querem se diferenciar cada vez mais e, para isso, os anfitriões têm apostado em temas e cores, para que o espaço se destaque na hora de ser anunciado na plataforma digital. "Um imóvel com temática própria proporciona uma experiência única ao hóspede e isso faz com que esse local seja muito mais procurado do que um que se assemelhe a um quarto de hotel", exemplifica Luiza, acrescentando que cores neutras nas bases (como sofás e paredes) e cores mais fortes nos objetos de decoração e acessórios sempre asseguram uma boa decoração. Responsável por mobiliar e decorar cerca de 20 imóveis para Airbnb's por

todo o Brasil, a arquiteta Gabriela Stefanelli também cita a durabilidade e a resistência como pré-requisitos para os móveis de um apartamento de aluguel por temporada. No entanto, ela acrescenta mais alguns tópicos importantes: a funcionalidade, a ergonomia e a atemporalidade dos móveis. "Além de pensar nesses pontos, também é importante lembrar que as superfícies dessas mobílias devem ser fáceis de limpar e de se manterem limpas, pois a limpeza do imóvel é um dos principais pontos levados em consideração pelos hóspedes ao escolher seu destino", comenta a especialista, acrescentando que móveis compactos e multifuncionais são muito utilizados em Airbnb's. "Os anfitriões normalmente têm um orçamento limitado para a montagem dos imóveis, portanto essa é a principal questão, conseguir móveis duráveis, resistentes, confortáveis e bonitos dentro do orçamento", conta Gabriela, enfatizando que esse é um dos maiores desafios que ela enfrenta ao mobiliar um imóvel para locação. "Outra prática que tem crescido é o reaproveitamento dos móveis em outros imóveis, isso ocorre quando os anfitriões possuem vários imóveis para alugar", explica a arquiteta. Quando o assunto é quanto o varejo e a



Airbnb mobiliado pela arquiteta Luiza Altman



Quarto de Airbnb projetado por Luiza Altman



Gabriela Stefanelli, arquiteta

indústria moveleira do Brasil estão preparados para oferecer móveis com os pré-requisitos exigidos pelos Airbnb's, Gabriela acredita que ambos ainda não estão se atentando para as demandas dos imóveis para locação de temporada. "Os móveis planejados (encontrados no varejo) que estão normalmente dentro do orçamento do cliente, não possuem a durabilidade desejada, são mais simples e com material menos resistente", comenta a especialista. "Outros pontos a serem levados em consideração são os prazos de entrega, que normalmente são extensos, e as poucas possibilidades de customização", continua Gabriela, destacando que geralmente os imóveis destinados ao aluguel de temporada possuem dimensões reduzidas e precisam ter seus espaços melhor aproveitados. "No caso dos móveis planejados, isso não é possível, pois são módulos com medidas padrão", afirma a arquiteta.



Ambiente projetado por Gabriela Stefanelli



A decoração dos Airbnb's projetados por Gabriela Stefanelli trazem referências das cidades onde estão localizados

imóveis, também é desafiador", enfatiza a especialista. "Devemos pensar os espaços para atender as necessidades e o conforto dos hóspedes, não esquecendo a facilidade de limpeza e a manutenção dos móveis e objetos utilizados". Ainda segundo Gabriela, outro ponto importante é o projeto em si. "Eu proponho sempre que possível que o projeto tenha uma relação com a cidade ou local onde se encontra. Por exemplo, em um projeto que fiz em Salvador (BA), utilizamos cores, móveis e objetos de decoração com traços étnicos africanos, já que é a cidade com mais afrodescendentes do Brasil", indica a arquiteta, acrescentando que, dessa forma, o hóspede pode se conectar um pouco mais com seu entorno e a cultura local. "Se é um imóvel de praia, os móveis podem ser mais informais, muitas vezes revestidos com tecidos resistentes à água, para que o usuário fique bem à vontade e aproveite o ambiente", exemplifica, destacando que a escolha dos móveis para cada imóvel, deve levar em consideração suas peculiaridades. "Um dos principais fatores que leva ao sucesso de locação dos imóveis de Airbnb é o encantamento dos hóspedes. Por isso o espaço deve ser bem pensado, com funcionalidade, bonito e aconchegante", enfatiza Gabriela. "Pequenos detalhes fazem a diferença quando o hóspede está escolhendo seu destino", observa a arquiteta, exemplificando que uma família com crianças certamente escolheria um imóvel com redes de proteção, uma banheira infantil e brinquedos disponíveis, em detrimento de outro que não contemple esses detalhes. "São coisas simples que podem ser cruciais na decisão do usuário", conclui. Para o anfitrião Vinícius Fantin, o segredo para tornar um Airbnb um lugar

## OS DESAFIOS DE OFERECER UMA EXPERIÊNCIA

"Definir o público-alvo é o primeiro desafio", conta Gabriela. "Fazer um projeto moderno, funcional e aconchegante, levando em consideração o orçamento do cliente e o tamanho dos

que proporcione uma verdadeira experiência aos hóspedes é preciso investir na “personalidade” dos imóveis. “Nesse ponto, podemos usar desde a história, até a localização, as características arquitetônicas e a personalidade de seus moradores/proprietários para trazer mais identidade aos espaços”, explica o anfitrião. “O grande desafio é trazer essas características à tona, pois assim como um ser humano, uma residência também é única e a partir disso a locação se torna a experiência de imersão naquela personalidade”, continua Vinícius. O anfitrião também pontua a importância de os imóveis suprirem as necessidades de cada hóspede. “O Airbnb deve ser um lugar prático, que atenda a pessoas que queiram tanto curtir, descansar como trabalhar”, explica Vinícius. “Recebo pessoas que estão a passeio como as que estão a trabalho e todos encontram no lugar atendimento para suas necessidades, sem deixar de lado a imersão sensível que existe na personalidade do local”, conta, acrescentando que a locação por temporada é uma oportunidade de integração cultural, de conhecer pessoas, de fazer amigos e ouvir os relatos das pessoas sobre suas próprias regiões.

## TENDÊNCIA QUE CHEGOU PARA FICAR

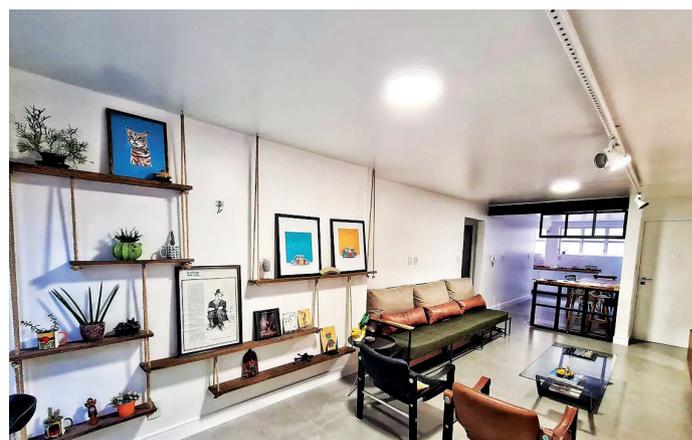
Quando o tema é o futuro dos Airbnb’s, a arquiteta Luiza Altman acredita que, especialmente com a ascensão do home office, que permitiu as pessoas trabalharem de onde elas quiserem, optar por passar temporadas em Airbnb’s tornou-se ainda mais vantajoso e será uma prática cada vez mais comum. “Alugar imóveis por temporada permite maior flexibilidade de morar e viver em qualquer lugar do mundo”, comenta a arquiteta.

“Além disso, dependendo do propósito financeiro e de vida, é muito mais vantajoso e prático deixar o valor de um imóvel em um investimento financeiro do que imobilizado em um apartamento”, exemplifica Luiza, adicionando que o estilo de vida dos jovens adultos caminha cada vez mais para buscar a experiência do imóvel e tudo que ele pode oferecer em termos de serviços do que para obter a posse dele. Em relação às tendências de móveis e decoração, que podem ser esperadas nos Airbnb’s nos próximos anos, a arquiteta Gabriela Stefanelli aponta que devem seguir o estilo proposto no projeto, seja para um ambiente moderno, mais rústico ou até temático. “Móveis com medidas reduzidas e materiais resistentes serão cada vez mais procurados”, pontua a especialista. “No geral, nos grandes centros urbanos, o que mais iremos

ver serão móveis que possuem linhas mais retas e cores neutras. Já na decoração, mais cores e texturas, mais fáceis de renovar em curtos espaços de tempo”, observa Gabriela. “Móveis multifuncionais como um puff que vira mesa de apoio, ou uma mesa de cabeceira que também é mesa de trabalho, por exemplo, estão cada vez mais em alta”, finaliza a arquiteta. ■



Vinícius Fantin, anfitrião em Bento Gonçalves (RS)



Vinicius acredita em investir na personalidade dos imóveis



a locação por temporada é uma oportunidade de integração cultural, acredita o anfitrião



## SEM UMA ESTRATÉGIA, QUALQUER RESULTADO SERVE

ESSA É A FASE MAIS SENSÍVEL DE UM PLANEJAMENTO E CAPAZ DE IMPEDIR QUE OS OBJETIVOS DO NEGÓCIO SEJAM LEVADOS ADIANTE

DE CERCA DE 80% DAS EMPRESAS BRASILEIRAS QUE CRIAM ESTRATÉGIAS, APENAS 4%, EFETIVAMENTE, EXECUTAM AS AÇÕES PROPOSTAS

COMPREENSÃO DO MERCADO E CONDIÇÕES PARA ENFRENTAR TEMPOS DIFÍCEIS SÃO BENEFÍCIOS PARA MUDAR DE PATAMAR DE UM JEITO MAIS FÁCIL

Uma reação habitual diante de qualquer proposta de mudança é a de insegurança. É o medo do novo, e isso atinge todos os níveis hierárquicos de uma empresa. Nessa hora, erguem-se barreiras para que a transformação não aconteça. Essa atitude aparece de forma clara em um estudo feito pela Harvard Business Review, ao apontar que de 80% dos estabelecimentos brasileiros que criam estratégias, apenas 14% se preocupam com a sua implementação e 4%, efetivamente, executam. É sabido que a esmagadora maioria das empresas adota receitas caseiras e que, mesmo por linhas tortas, elas entregam resultados. Não há como negar o mérito dos nossos empreen-

dedores, mas é comprovado também que com estratégia a tarefa de mudar de patamar fica mais fácil e corre-se menos riscos. Basta que sejam cumpridas duas condições: ser construída pela diretoria e equipe, e que haja comprometimento de ambos. Dificilmente haverá êxito se a iniciativa partir exclusivamente de um dos lados. Pedro Gonçalves Júnior, diretor de negócios da Partner Consultoria, de Curitiba associa planejamento estratégico a um mapa. "Imagina viajar de Curitiba a Salvador de carro. Com planejamento você traça meios alternativos caso haja imprevistos. A BR-101 está fechada? Posso escolher a BR-116, ou ir de barco, ou de avião, porque as opções

foram previamente inseridas no arcabouço”, observa ele. “Empresa sem planejamento é empresa sem mapa”, resume.

## VISÃO DO NEGÓCIO

Estratégia no mundo empresarial pode ser interpretada como uma ação (ou várias) de combate que visam atingir objetivos propostos no planejamento. Não há concórdia em torno de uma definição única sobre o tema. Há várias que se cruzam com visões acadêmicas. Qual é o objetivo de uma empresa, pergunta Martin Ricardo Schulz, mestre em Gestão de Negócios na França, EUA e Brasil, e professor da FGV. “Preservar a visão de futuro. Isso é planejamento. Estratégia é o desdobramento”, explica. Planejamento Estratégico é uma atividade que congrega, a partir de uma visão de futuro, valores que a empresa carrega, acredita e persegue. “A visão do negócio define a empresa no aspecto estratégico. Usando uma árvore como metáfora, ela fica na raiz, não costuma ser vista”, compara Martin. “Planejamento Estratégico reúne todas estas forças que se desdobram em objetivos que, por sua vez, servem de base para a elaboração das estratégias”, ensina. O segredo é definir um número reduzido de estratégias por objetivo. “É recomendável selecionar no máximo três objetivos por ciclo estratégico para priorizar o que, de fato, é prioridade – desculpe a redundância”, diz Martin. “Não pode fazer tudo ao mesmo tempo. Escolha os mais facilmente atingíveis, financeiramente viáveis e que exigem menos alocação de esforços internos para poder continuar com a operação. Concluídos os objetivos, se faz avaliações para ver se a empresa atingiu outro patamar”, clarifica.

Planejamento estratégico funciona para toda empresa e não para áreas específicas, embora todas tenham representatividade no planejamento. “Não se faz para uma em detrimento das outras, e isso acontece com frequência. Precisa ter conectividade”, destaca Martin. É comum ouvir falar em planejamento estratégico de marketing, mas no fundo se trata de um plano, um plano de marketing”, desvenda. “E outra coisa: estratégia de marketing não mede o ROI dessas ações”. Implementação, o ponto nevrálgico Uma etapa fundamental para a formação do planejamento estratégico é identificar cenários, utilizando alguns instrumentos de avaliação, como a matriz SWOT, que coleta dados a partir de informações sobre oportunidades, ameaças, forças e fraquezas, dentro e fora da empresa. “É importante ter em mãos bons estudos para ter uma base confiável para desenhar a estratégia”, chama a atenção Pedro Júnior, lembrando que alguns temas costumam ficar de fora dessa análise, como ambiente jurídico, sustentabilidade, inovação, transformação digital e pessoas, entre outros. A partir daí são desenvolvidos os objetivos estratégicos para capitalizar oportunidades e minimizar ameaças. Pontos fortes exigem estratégias que as melhorem ainda mais e as fraquezas são tentadas a serem superadas. A etapa seguinte é a avaliação e seleção de estratégias adequadas para atender os objetivos de longo prazo. Na eventualidade de mudança externa – alteração de legislações ou condições de mercado – é empregado um plano de contingência.



Pedro Gonçalves Jr.,  
diretor da Patner



Martin Ricardo Schulz,  
professor da FGV



Estratégia boa é a que pode ser executada para se alcançar o objetivo



Não acontece nada sem pessoas preparadas para seguir a estratégia

Mas não adianta ter um plano ou uma estratégia bem definida se não tiver a estrutura preparada para executar, ou mesmo, acompanhar. Esse é um ponto mais vulnerável no Brasil quando se pensa em ter um planejamento estratégico. “Somos muito bons para criar princípios estratégicos e péssimos para fazer o acompanhamento. Você motiva o público interno, mas não dá feedback e isso acaba desmotivando o grupo”, alerta Martin.

A fase seguinte é o monitoramento, ou melhor, um bom acompanhamento das ações. Nada disso acontece se não tiver pessoas preparadas. “Essa é a chave. Caso contrário, vira um book. O trabalho de compreensão da organização deve contar com o apoio incondicional dos líderes e envolvimento dos colaboradores”, reforça Martin.

Lidar com estratégia é lidar com incertezas. No Rally de Portugal, Michèle Mouton fez uma aposta e, certamente, fez os cálculos dos riscos que podia acontecer no percurso. Um desastre, por exemplo. Mas se ela estudou bem a pista e tinha total certeza do trabalho efetuado previamente, poderia tentar e se dar bem.

Daí, a decisão de enfrentar as adversidades. “Precisamos de muitas Micheles debatendo esse tema nas empresas”, postula o consultor Martin Schulz. Pista de corrida e mercado tem similaridades - os concorrentes estão em permanente movimentação. Com certeza, o mercado nem sempre é o mesmo. É, sim, um ambiente dinâmico que desafia o acompanhamento das ações, pois a todo momento existe a possibilidade de encontrar um novo cenário. “O segredo é aprender com os movimentos do mercado e saber

ajustar a estratégia”, avisa Martin.

Empresa sem estratégia é como um destino que se quer seguir sem ter um roteiro. Sabemos para onde queremos ir, mas não temos ideia de como vamos fazer isso. Ou, como a genial metáfora que o jornalista americano Gay Talese usou para descrever Frank Sinatra adoentado: “Sinatra resfriado é como Picasso sem tinta, uma Ferrari sem combustível – ou pior”. Se sua empresa está gripada este é o momento para procurar ajuda. ■

### VANTAGENS DE SE TER ESTRATÉGIA DE NEGÓCIOS

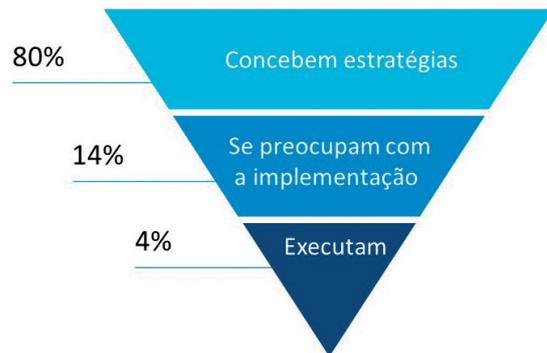
É um conjunto de planos, ações e metas que diz como a empresa competirá em um determinado mercado ou mercados.

Leva em conta o mercado, concorrentes, ambiente de negócios e estrutura da empresa.

Ajuda tomar decisões sobre previsões de longo prazo, e enfrentar a concorrência de maneira eficaz

Tem flexibilidade para atender mudanças imprevistas e clareza de direção para alcançar os objetivos.

### DO TOTAL DAS EMPRESAS BRASILEIRAS...



Fonte: Schulz Consultoria/Harvard Business Review.

### PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO - PASSO A PASSO



## ENTENDA A DIFERENÇA ENTRE PLANEJAMENTO E ESTRATÉGIA

Em março de 1982, em uma das etapas do Rally de Portugal na região de Arganil, o dia amanheceu com forte neblina. Após discussões acaloradas sobre os perigos de largar naquelas condições, a francesa Michèle Mouton, considerada a maior piloto feminina de todos os tempos, venceu, imprimindo velocidades altíssimas por estradas sinuosas entre as Serra da Lousã e Serra do Açor, com uma vantagem de 13 minutos sobre a dupla segunda colocada. Qual foi o segredo de Michèle?

A chave foi sua navegadora, Fabrizia Pons, que fez o mapeamento minucioso e perfeito de todo percurso dias antes do início da disputa. Descrever o roteiro no papel e passar as coordenadas para a piloto foi fundamental para Michèle acelerar seu Audi a mais de 150 km/h. De forma resumida, tudo o que aconteceu antes da largada

foi planejamento. E o fato de Michèle pilotar “as cegas”, correr riscos mais do que deveria e confiar nas anotações, foi a estratégia.

Agora pense na Guerra de Troia, escrita pelo poeta Homero, no livro *Ilíada*, cerca de 1.300 a.C. Ela esconde uma pegadinha. Levar Helena de volta para Grécia, de onde foi raptada pelo príncipe de Troia, era difícil porque a cidade era cercada por uma imensa muralha. O soldado grego Odisseu, sugeriu enviar um cavalo de madeira de presente no qual, no seu interior, colocou soldados que, à noite, saíram para atacar. Se respondeu que investir na construção de um cavalo longe do campo de visão dos troianos é a estratégia, errou. **É planejamento.** Colocar soldados gregos dentro do cavalo é que é a **estratégia.**

---

## ESTRATÉGIA SALVA EMPRESAS?

Contratado por um investidor para fazer o diagnóstico de uma empresa familiar que estava à venda, o consultor Martin Schulz identificou um número alto de prioridades, transformou-as em objetivos e na sequência desenhou o planejamento estratégico com base nas dificuldades no momento (março de 2021). “Tudo que aconselhava, era praticado porque a ideia foi ‘comprada’ pelo dono”, lembra Martin.

Junto com o planejamento, ele mudou o sistema da empresa. “Me tornei o médico do negócio, indicando os remédios necessários. Se a aposta desse errado, havia condições para fazer ajustes instantaneamente e não daqui a dois anos. Mas acertamos, porque tínhamos informações confiáveis na mão. Recompus toda a parte comercial e com os recursos que começaram a entrar foi possível movimentar a empresa”, aponta Martin. Aí, aconteceu uma virada.

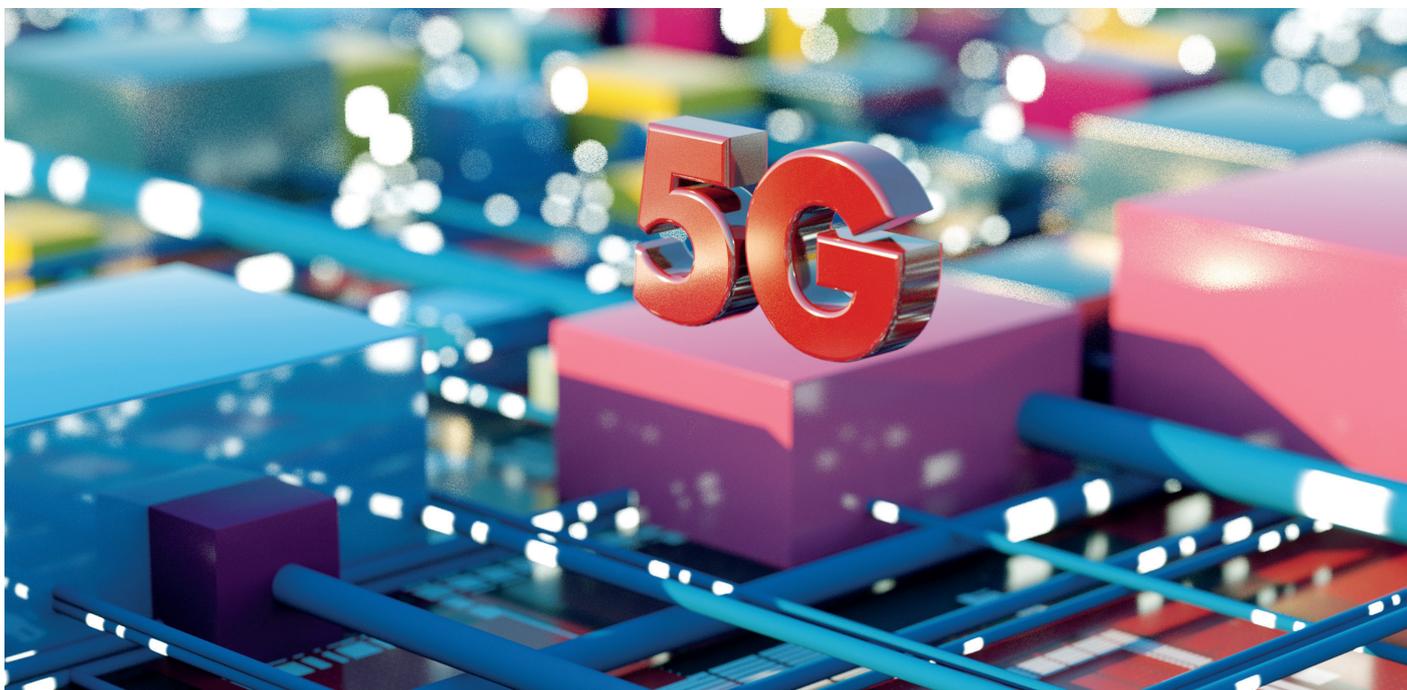
O proprietário o procurou para fazer uma oferta em tom de provocação, nos seguintes termos: já que você encontrou a solução para minha empresa, por que não termina de arrumá-la? “Respondi que sim, mas alertei que seria um trabalho de longo prazo, porque influenciaria a vida de muitas pessoas, incluindo diretores e empregados. Hoje, essa empresa não está mais a ven-

da”, ele conta. Baseado no conhecimento de quase três décadas do setor e de serviços prestados para empresas de porte, como Todeschini, Martin é categórico ao dizer que planejamento estratégico passa longe dos fabricantes de móveis. “As mudanças constantes que acontecem no mercado o pressionam a tomar decisões, e ele acaba desistindo de fazer planejamento. ‘Tenho tudo na cabeça’ justifica, valorizando sua intuição”, diz. “Nessa hora a empresa entra no modo sobrevivência”.

## ESPÍRITO DE SABOTAGEM

Planejamento é o conjunto de ideias e princípios que resguardam uma empresa. A partir dessas definições é que se determinam os objetivos, estratégias, planos e indicadores, utilizando linguagem clara. Daí para frente, o segredo é a preparação do terreno, a mobilização do público interno e assegurar recursos, tudo, acontecendo na mesma toada. É isso que faz o planejamento acontecer. Sem essa coesão de esforços tudo terá sido em vão.

“Já acompanhei casos de diretores que iniciaram o processo e no meio do caminho, simplesmente, sabotaram por medo de perder poder”, ilustra o consultor. Acontece com frequência em empresas em processo de sucessão familiar, complementa. “Outras vezes os líderes se questionam: ‘bem, ajudei a construir uma estratégia, mas como vou resguardar os meus interesses pessoais nesse crescimento’. Isso é um problema sério”, diz Schulz.



## 5G PODE CONTRIBUIR MUITO PARA A PRODUÇÃO INTELIGENTE DE MÓVEIS

Nova tecnologia é um avanço para a indústria manufatureira ao acelerar a automação e produzir com custos mais baixos

Oferece velocidades mais altas, latência ultrabaixa, maior confiabilidade e capacidade de rede massiva também são benefícios

A revolução aumentará a possibilidade de produção de itens cada vez mais customizados e personalizados, um objetivo do setor

Logo que a tecnologia 3G chegou ao Brasil, em 2001, eram necessárias 26 longas horas para baixar um filme com pouco mais de duas horas de duração. Caiu para seis minutos em 2012 com a chegada do 4G e agora, passada uma década, o mesmo filme precisará de insignificantes 3,6 segundos. O motivo é a rede 5G, tecnologia que disponibilizará cobertura maior e mais eficiente, número maior de conexão de dispositivos à internet, e velocidades de upload

e download até 100 vezes mais rápidas que a geração atual.

O mundo empresarial que vive a quarta revolução industrial está atento, pois o 5G será uma espécie de passaporte para um novo salto na chamada Indústria 4.0. Embora sejam necessários alguns suportes habilitadores – robótica, Inteligência Artificial, impressão 3D, integração de sistemas, Realidade Aumentada e virtual (Metaverso) – a curiosidade cresce na

### O QUE É O 5G

É a tecnologia que vai beneficiar residências, carros e empresas, substituindo conexões fixas com fio, o que significará processos de fabricação em níveis mais altos de inovação, em que médicos poderão controlar robôs cirúrgicos de forma remota por celular, além de drones em missões de resgate e máquinas conectadas a máquinas.

mesma proporção em que se buscam soluções para acelerar os processos e obter maior produtividade.

Na China já há fábrica de cerâmica inteligente, que opera usando robôs para detecção e controle de qualidade, além de usar robôs autônomos para transporte de objetos, que resulta em aumento na eficiência de produção, redução de custos, diminuição de gastos operacionais e de consumo de energia. Em casos de desastres naturais, a China Mobile possui uma estação operada por drones, que voando em baixa altitude em períodos críticos, reestabelecem a comunicação e facilita as operações de resgate. Tudo graças ao 5G.

O que a indústria deve levar em conta para ter 5G, sabendo que é uma tecnologia cara e nem sempre a melhor solução para todas as empresas e necessidades? Se é para os funcionários usarem a internet para trabalhar, ou algumas plataformas com dezenas ou centenas de usuários conectados, o 4G atende a demanda. Mas, se precisar da IoT (Internet das Coisas) para conectar todos os dispositivos e armazenar uma grande quantidade de informações simultaneamente, o 5G pode ser a solução. Cada caso deve ser analisado individualmente.

O uso do 5G compreende duas etapas. A primeira é o cronograma da Agência Nacional de Comunicações (Anatel) para cobertura de todo o território, que começou com as capitais e vai até dezembro de 2029 abrangendo municípios de até 30 mil habitantes – podendo sofrer alterações. A segunda é a indústria querer usufruir o 5G. Embora haja acesso, ela precisará se adaptar (o maquinário deve ser compatível com a tecnologia) e isso dependerá das exigências de cada uma.

Isabele Lima da Silva, consultora especializada em tecnologia do Senai São Paulo, conta que além de equi-

pamento compatível com a nova tecnologia, a indústria também precisará ter profissionais qualificados, não apenas para o uso do 5G, mas capacitados para operar outras tecnologias que o 5G irá desencadear. “Estamos falando de profissionais nas áreas de programação, arquitetura de banco de dados, cibersegurança, designers e desenvolvedores de softwares e arquitetos de ambientes virtuais”, ela enumera, prevendo grande procura de gente qualificada no mercado.

O setor moveleiro não fica para trás. Com a pandemia, o e-commerce foi uma adaptação urgente e necessária. Quem não fez migração tecnológica, ficou menos competitivo. “A logística e uma operação centralizada são colocadas em xeque, pois há outra maneira de o consumidor ter um produto que não seja o de massa: ele busca algo personalizado e customizado só para ele”, diz Isabele. Novas tecnologias também estão crescendo e sendo implementadas no setor, como o uso da Realidade Aumentada (RA) para que o cliente veja como o móvel ficará na sua casa, se caberá no espaço, e escolher o melhor local para posicioná-lo. Aqui entra o 5G.



Fábrica de cerâmica chinesa com tecnologia 5G

## BAIXA LATÊNCIA

Um dos grandes benefícios do 5G para a Indústria 4.0 é baixa latência na transmissão de dados, isto é, a propagação dos dados que trafegam do ponto A ao ponto B. No caso do 5G, a resposta é inferior a 10 milissegundos, o que significa 100% de conexão em tempo real. Menor latência juntamente com suporte para Time-Sensitive Networking (TSN) – que controla fluxos de dados em redes com fio – vai alavancar, ainda mais, a automação de processos sem fio – para a robótica, por exemplo. Fábricas inteligentes já vêm utilizando novas tecnologias para criar ecossistema coeso, adotando a automação nas operações, processos, e cadeias de suprimentos. No caso da indústria 4.0, conectividade é tudo, pois o mercado depende de máquinas com uso intensivo de dados e as velocidades bem

## 4 PREVISÕES SOBRE O 5G

4,4 bilhões

é a previsão de assinaturas 5G no mundo até 2027, cerca de 49% do total de assinaturas móveis globais, conforme Relatório de Mobilidade da Ericsson (2021)

1,8 bilhão

é a estimativa de crescimento de conexões 5G até 2025, liderados pela Ásia e Estados Unidos, segundo a GSMA Intelligence

1/4

da população mundial terá acesso a cobertura 5G até 2030, revela estudo da McKinsey and Co.

75%

das indústrias consideram o 5G crítico em seus esforços de transformação digital, aponta relatório da CapGemini, consultoria especializada tecnologia da informação, com sede em Paris.



Isabele Lima da Silva, especialista em tecnologia, do Senai SP

mais altas. A baixa latência do 5G, portanto, é necessária para o uso eficaz de robôs automáticos, wearables (dispositivos tecnológicos usados como acessórios) e headsets (fones de ouvido) de Realidade Virtual (VR).

A Indústria 4.0 utilizará ainda mais dispositivos conectados com o avanço da Internet Industrial das Coisas (IIoT). “É a tecnologia que mais irá crescer. Possibi-

litará atuar de forma mais inteligente, coletando, armazenando e compartilhando dados de produção. Tratados de forma correta, resulta em otimização que, além de reduzir o tempo, identifica facilmente

manutenções preventivas, correção de falhas. Ou seja, melhora em todo o processo”, conta Isabele.

Atualmente, há 5.275 antenas de 5G standalone ativas, conhecidas como 5G “puro” por usar infraestrutura totalmente nova e dedicada, sem aproveitar a estrutura já existente do 4G. Essa quantidade é o dobro do mínimo estabelecido no leilão. Dentro de três anos, o número de estações deve chegar a 6.370, conforme compromisso assumido pelas empresas vencedoras.



Cobertura 5G total no Brasil só em 2029

A maior parte da indústria brasileira ainda não usufruiu de tecnologias mais avançadas. O 5G é uma delas e, por ser nova, vai demorar para que grande parte tenha acesso. Para diminuir esse tempo, alguns projetos são implantados gratuitamente, como a Jornada da Transformação Digital (FIESP, SENAI, SEBRAE). Outro exemplo recente foi a chamada dedicada ao fomento de tecnologias de uso do 5G feita pela Financiadora de Estudos e Projetos (FINEP). ■

## A NOVA REVOLUÇÃO CHINESA JÁ COMEÇOU



À medida que a transformação digital e a evolução fabril acontecem, combinada com a baixa latência, alta confiabilidade, conectividade em massa e ampla cobertura do 5G, a nova tecnologia capacitará plenamente a inteligência sem fio nas indústrias. Permitirá uma ampla gama de serviços, desde atender às necessidades do escritório e conectar equipamentos básicos, até o controle e a fabricação de precisão.

Atualmente, máquinas com defeitos desperdiçam muito tempo, dinheiro e materiais. Os problemas só são detectados, com certa regularidade, no final da linha de produção, quando produtos abaixo do padrão ideal são percebidos. Com máquinas habilitadas para 5G, isso pode ser evitado.

Parte desse “novo mundo” é realidade na China, com a indús-

tria assumindo a liderança do 5G. A gigante de telecomunicações Huawei, sozinha, está construindo aplicativos 5G para cerca de duas mil empresas de manufatura e 5,3 mil mineradoras do país. E está ampliando para outros setores, como fábricas de ferro e aço, automobilística, indústrias químicas, cimento e agrícola – nessa, as aplicações variam de morangos ao plantio de arroz.

A Valin Xiangtan Iron & Steel, com fábrica na província de Hunan, emprega o 5G e computação em nuvem para permitir a movimentação de pontes rolantes com uso de controle remoto. No passado, os operadores tinham que comandar os equipamentos sentados dentro da pequena sala, trabalho perigoso e pouco atraente que dificultava o recrutamento. A mesma Valin Xiangtan usa o 5G, nuvem e IA para detectar defeitos em superfícies de aço. Fotos tiradas por câmeras industriais são enviadas para a nuvem e os defeitos são identificados automaticamente por meio de visão baseada em IA.

Nos próximos cinco anos, o impacto na produtividade da quarta Revolução Industrial pode saltar do nível micro de eficiência empresarial para o nível macro.

# EXPO 2023

móvel Nordeste

COMECE O ANO COM  
GRANDES NEGÓCIOS  
NO NORDESTE.



DE 23 A 25  
MARÇO

POLO CARUARU | PERNAMBUCO

FEIRAS CONFIRMADAS PARA 2023

EXPO  
móvel São Luís - MA

DE 13 A 15  
ABRIL  
MULTICENTER SEBRAE

EXPO  
móvel Pernambuco

DE 17 A 19  
AGOSTO  
POLO CARUARU

EXPO  
móvel Ceará

DE 04 A 06  
SETEMBRO  
CENTRO DE EVENTOS  
DE FORTALEZA

EXPO  
móvel Eventos Corporativos

WWW.EXPOMOVEL.COM.BR | @EXPOMOVEL

(81) 9.8180-0811



O Yes Móvel Show Bahia é, por enquanto, o único evento organizado pela Yes já confirmado

## CALENDÁRIO RECHEADO DE FEIRAS NO NORTE E NORDESTE EM 2023

São pelo menos sete eventos confirmados por organizadoras para as duas regiões no próximo ano. E eles vão da Bahia ao Pará

Não podemos negar que o controle da pandemia deixou todos empolgados e os eventos presenciais do setor moveleiro foram um sucesso em 2022, mesmo tendo um calendário repleto por conta das feiras que haviam sido adiadas e só puderam ser realizadas agora. E no próximo ano não será diferente, em especial nas regiões Norte e Nordeste. Com moveleiros e lojistas empolgados, organizadores de eventos das duas regiões já confirmaram,

pelo menos, sete feiras e, inclusive, teremos novidades.

Bom, vamos começar pela novidade... A Femodecor é um novo projeto da JF Eventos focado na decoração e nos móveis de linha alta, que acontecerá entre os dias 24 e 26 de maio no Centro de Convenções de Pernambuco, em Olinda. "A feira apresentará as novidades para o setor de decoração, móveis, cama, mesa e banho, tapeçaria, utilidades e mobiliário. O tema dessa primeira edição da feira será 'Conceito & Inspiração' e irá mostrar a força desse mercado de linha alta no Nordeste", adianta Hélio Charles, sócio da JF Eventos.

Com isso, a organizadora pretende inaugurar um novo segmento de feiras para o mercado nordestino, voltado

ao mobiliário de luxo, atraindo expositores que trabalham com esse perfil. Além dessa feira, a JF Eventos também anuncia sua chegada ao Norte com a Expomóvel Pará. "Ela será realizada no moderno Centro de Convenções Carajás, em Marabá, de 14 a 16 de junho", informa Hélio Charles.

Agora que as novidades da JF já foram apresentadas, é preciso falar das já tradicionais Expomóvel Nordeste, que acontece de 23 a 25 de março, no Polo Caruaru; da Expomóvel São Luís, realizada na capital maranhense de 13 a 15 de abril; da Expomóvel Pernambuco (antiga Femope), que está marcada para os dias 17, 18 e 19 de agosto também no Polo Caruaru.

"Ainda no segundo semestre, teremos a segunda edição da Expomóvel Ceará,

em Fortaleza, de 04 a 06 de setembro, e, para fechar o leque de novidades, teremos um novo padrão de sinalização para todas as feiras, com plantas que otimizam a circulação de visitantes, aumento do número de lojistas convidados com hospedagem, novas premiações e a consolidação da Expomóvel como a nova marca comercial para todas as nossas feiras em formato showroom”, afirma Hélio Charles.

O sócio da JF Eventos também fala sobre o bom desempenho das feiras deste ano. “Cada edição teve sua importância. Em 2022, ampliamos nosso portfólio de feiras com a Expomóvel Ceará, em Fortaleza, que foi um sucesso absoluto já na primeira edição. Porém, acreditamos que o maior diferencial este ano foi a retomada segura dos eventos presenciais, pós-pandemia”. Ele ainda completa dizendo que “o balanço que fazemos é que todas as nossas feiras tiveram um papel de fundamental importância para alavancar os negócios e gerar resultados positivos de vendas neste processo de retomada dos eventos corporativos para o setor moveleiro. Certamente, sem as feiras presenciais, não teríamos alcançado uma média tão expressiva de mais de 2.500 lojistas em cada evento, procedentes de todos os estados do Nordeste”.

Já por parte da Yes Eventos, outra empresa tradicional na organização de feiras nas regiões, o que temos confirmado é a Yes Móvel Show Bahia, marcada para os dias 12, 13 e 14 de abril, no Centro de Convenções de Salvador. “A nossa equipe de marketing prepara ações ao longo das edições do Yes Móvel Show, com o intuito de continuar oferecendo aos visitantes e expositores o que chamamos de experiência Yes. Com o genuíno formato showroom, criado pela Yes e replicado pelo Brasil, queremos que os lojistas

se sintam dentro de uma grande loja e que encontrem as melhores oportunidades de negócios”, explica Lorenzo Migliori, gerente comercial da Yes.

Migliori diz que a Yes pretende realizar showrooms em praticamente todas as regiões do Brasil e que estão empolgados

para o novo ano que está chegando. “Estamos animados e com foco na qualidade Yes, de reunir em um só lugar, num conceito diferenciado, os principais lojistas e fabricantes do setor do país. Seguimos com as projeções da indústria, que preveem um crescimento de 1% a 1,5% na produção de móveis e de 0,8% a 1,2% nas vendas do varejo no período entre o último trimestre deste ano e o primeiro de 2023”.

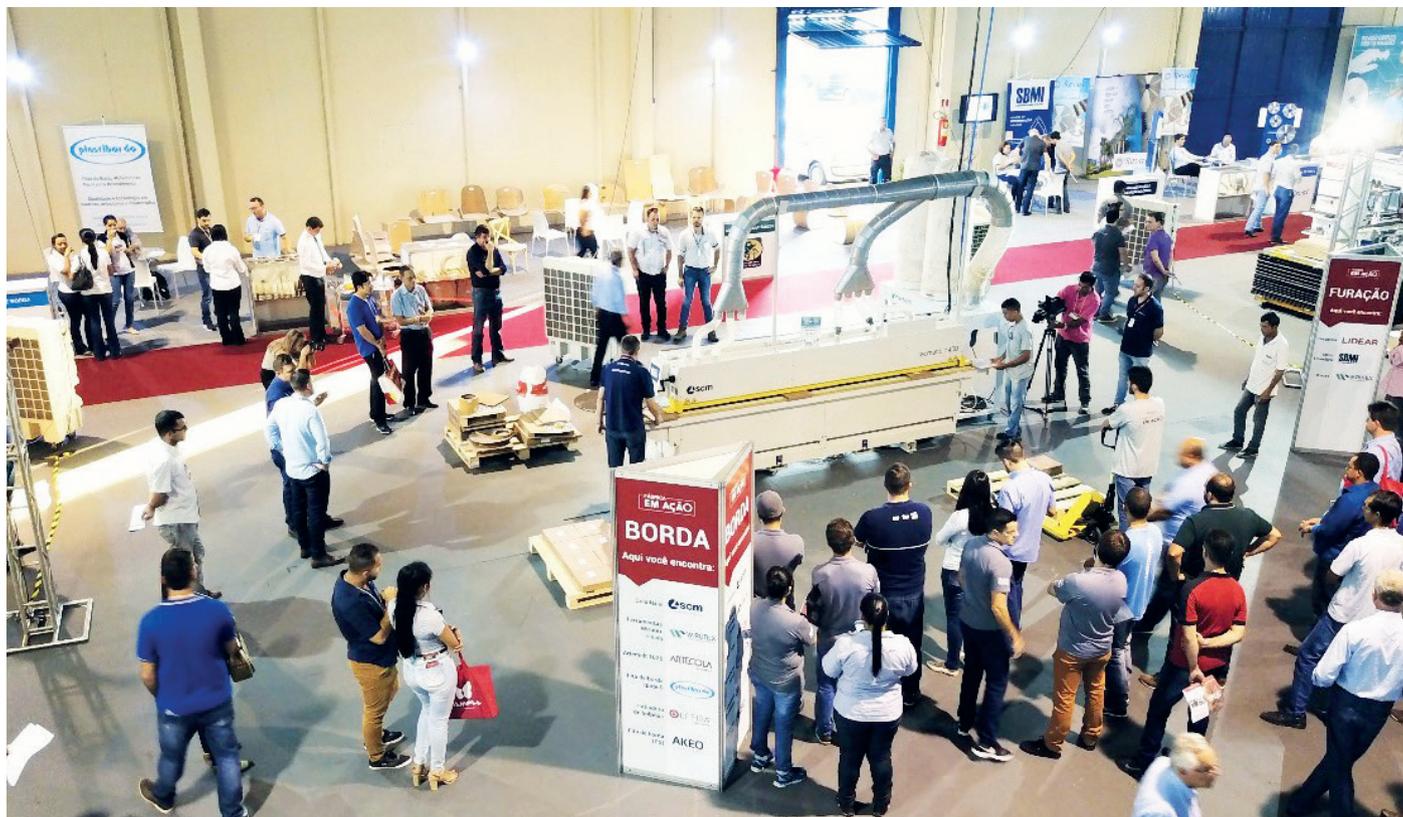
Sobre os eventos realizados este ano, Lorenzo Migliori faz uma avaliação positiva. “Conseguimos fazer um balanço do ano de 2022 como um todo. A Yes passou por sete cidades e entregou resultados muito satisfatórios em todos os eventos realizados, gerando negócios e parcerias permanentes entre indústrias e lojistas”. Ainda acrescentando que não foi fácil, mas que conseguiram superar os desafios. “Foi um ano desafiador, após passarmos pelas turbulências da pandemia, mas que deu um ânimo para fazermos grandes showrooms e termos ainda mais vontade para fazer a diferença em 2023”, encerra. ■



A Expomóvel Pernambuco de 2022 foi um sucesso e a JF eventos já projeta resultados positivos para a próxima edição



O Centro de Convenções do Ceará recebeu neste ano a primeira edição da Expomóvel Ceará, que já está confirmada para 2023



## POLO DE SÃO BENTO DO SUL RECEBE MOSTRA DE MÁQUINAS AFFEMAQ 2022

Evento reuniu 33 expositores, entre associados e convidados e apresentou novidades em tecnologia e componentes para fabricação de móveis

Para tornar a Mostra mais atrativa aos visitantes e facilitar a demonstração dos equipamentos em funcionamento, foi instalada a Fábrica em Ação

Após quase três anos sem realizar eventos, por conta da pandemia, a Associação dos Fornecedores para as Indústrias de Madeira e Móveis promoveu, entre os dias 18 e 20 de outubro, em São Bento do Sul (SC), a Mostra Affemaq. Segundo o presidente da entidade, Giovanni Cechin Rodrigues, retomar os eventos presenciais é muito importante, depois de todo esse período afastado. “Os industriais catarinenses recebem muito bem a mostra. Além disso, esse ano tivemos a presença de visitantes de outros estados”, pontua Giovanni, destacando que a Fábrica em Ação foi um dos grandes atrativos da Mostra Affemaq Planalto Catarinense.



Giovanni Cechin Rodrigues, presidente da Affemaq

Reunindo 33 fabricantes de tecnologia e componentes para fabricação de móveis, entre associados e convidados, a Mostra apresentou inovações em tecnologia e compo-

nentes para produção de móveis. Entre eles a D'Zainer, de Caxias do Sul. Segundo João Luiz Star, representante da marca no Planalto Norte de Santa Catarina, os clientes foram convidados e responderam bem, em função da região não ter uma feira de tecnologia há muito tempo. "Percebemos uma visitação muito qualificada e de diferentes perfis de indústrias, já que a região tem uma produção muito diversificada no uso de matérias-primas e de estilos de móveis", destaca.

Deyvi Santarosa, revendedor dos equipamentos da italiana Bacci no Brasil, destaca a importância de mostrar as máquinas em funcionamento. "Podemos demonstrar a atuação de um centro de usinagem e de um torno CNC com tecnologia de ponta. E isso é fundamental num evento como este", explica, acrescentando que a Bacci tem muitos equipamentos em funcionamento nas fábricas catarinenses. "Apresentamos aqui equipamentos flexíveis e de alta produtividade, ideais para indústrias que atuam com móveis de valor agregado e peças de maior complexidade", acrescenta.

## FÁBRICA EM AÇÃO

Para tornar a Mostra mais atrativa aos visitantes e facilitar a demonstração dos equipamentos em funcionamento e dos componentes aplicados aos móveis, a Affemaq instalou a Fábrica em Ação. "Esta é a quinta vez que montamos a Fábrica em Ação na Mostra Affemaq", conta o presidente da entidade, lembrando que outro ponto importante é a ação social feita a partir do evento. "Em São Bento do Sul, estabelecemos parceria com a Prefeitura e 26 escolas municipais de educação infantil serão beneficiadas. Cada uma receberá um armário multiuso feito a partir de madeira maciça e chapas de MDP durante a realização da Mostra", destaca Giovanni Cechin Rodrigues, lembrando que o móvel é interativo e as crianças poderão personalizá-lo com desenho e pintura.

Outras 30 peças (mesa de centro em madeira maciça) foram doadas ao Rotary Club local, que irá comercializá-las e o recurso será revertido para obras assistenciais. ■



João Luiz Star, representante da D' Zainer, e Michele Spigoso, analista de vendas da marca



Deyvi Santarosa, revendedor dos equipamentos da italiana Bacci no Brasil



Estante e mesa produzidas durante o evento, na Fábrica em Ação

## NOTAS

### GAÚCHA FORMA LEGNO INAUGURA LOJA EM BELÉM



A Forma Legno, indústria moveleira sediada na cidade gaúcha de Flores da Cunha, inaugurou sua primeira loja em Belém, capital do Pará. O movimento leva aos consumidores da região Norte a oportunidade de conhecer e experimentar os diferenciais do mobiliário da marca. A proposta das linhas e coleções é criar mundos de leveza e sofisticação, tendo como protagonistas o estilo, o design e a elegância. Quem visitar a loja encontrará um espaço de 240 m<sup>2</sup> dedicado a apresentar os móveis da Forma Legno.

### APA MÓVEIS INAUGURA LOJA NA REGIÃO METROPOLITANA DE MANAUS

No dia 27 de outubro, o município de Iranduba, localizado na região metropolitana de Manaus, no Amazonas, recebeu com muita expectativa uma das lojas do grupo Apa Móveis. A nova loja conta com mais de 1000 m<sup>2</sup> e possui boa localização, permitindo à população irandubense comodidade e acesso fácil para compra de móveis e eletrodomésticos. A loja promete a garantia de preços baixos, produtos de qualidade e entrega em 24 horas. Genuinamente amazonenses, as lojas do Grupo Apa Móveis são conhecidas tradicionalmente por valorizarem o Amazonas, gerando emprego e renda aos habitantes.



### CEO DA PLUMATEX ASSUME COMANDO DA ABICOL PARA O BIÊNIO 2023-2024

No dia 18 de novembro Rodrigo Miguel de Melo, CEO do grupo Plumatex, tomou posse como presidente da Associação Brasileira da Indústria de Colchões (Abicol). Rodrigo, que recebeu o cargo de Rogério Soares Coelho, vai comandar a entidade no biênio 2023-2024. Em seu discurso, o novo presidente também falou aos vice-presidentes regionais, desejando que, em reconhecimento ao trabalho em suas regiões e considerando a relevância da Abicol, alcancem cada uma das fábricas de colchões, associadas ou não, Brasil afora.



### INCÊNDIO DESTRÓI GALPÃO DE FÁBRICA DE COLCHÃO EM MANAUS

Um incêndio destruiu um galpão de móveis da fábrica de colchões Eurosono na noite do dia 10 de novembro, em Manaus (AM). Os galpões onde estavam armazenados matéria-prima e colchões não foram atingidos pelo fogo. Não houve feridos. A atuação dos bombeiros, com 28 militares, conteve as chamas antes de atingir outros imóveis.

## BRASILEIROS BUSCAM CONFORTO COM REFORMAS

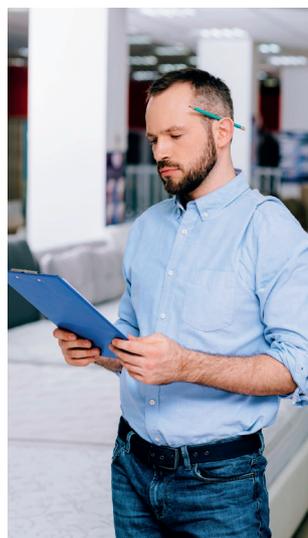


Segundo a pesquisa feita pela Obramax com clientes, mestres de obras e engenheiros de São Paulo e Rio de Janeiro, 44% dos entrevistados decidiram reformar seus imóveis apenas para deixar seus lares mais confortáveis. Em seguida, estão mudanças na decoração

(23,1%) e ampliação do espaço (11%). Reformas pequenas lideram a lista, com 36%. Ampliações e repaginações de cômodo estão logo em seguida, responsáveis, respectivamente, por 17% e 16%. Em seguida estão pinturas (12%), demolições (9%) e reformas estruturais (5%). O estudo também mostrou que a maioria dos brasileiros investe entre R\$ 1.000 e R\$ 5.000 nesse tipo de obra, mas os valores podem alcançar até R\$ 50.000.

## VENDA DE MÓVEIS NO VAREJO FECHA NOVE MESES NO VERMELHO

Em setembro de 2022, o volume de vendas no comércio varejista cresceu 1,1% frente a agosto, na série com ajuste sazonal. Na série sem ajuste, frente a setembro de 2021, o comércio cresceu 3,2%, segunda taxa positiva seguida. Mas as vendas de móveis não acompanharam a alta verificada pelo IBGE. O volume de móveis recuou 17,4% na comparação com igual mês do ano anterior, enquanto a receita nominal de vendas caiu 3,6% na mesma base de comparação. No acumulado do ano a situação não se altera muito. Queda de 10,9% em volume e uma leve alta de 2,9% em receita nominal, no caso, bem abaixo da inflação medida até setembro que soma 4,7%.



## NOSSO ADEUS A FERNANDO CAMPANA, ÍCONE DO DESIGN

O designer e arquiteto Fernando Campana, irmão de Humberto Campana, morreu no dia de 16 de novembro aos 61 anos. Ao lado do irmão, Humberto Campana, Fernando fundou o estúdio Campana, em 1984, que alcançou reconhecimento internacional pelo seu design de mobiliário e peças intrigantes. Em 2019, o estúdio comemorou 35 anos sendo reconhecido como pioneiro do design disruptivo, o que os levou a criar uma linguagem pioneira em sua área.



## MÓVEIS FEITOS À MÃO

A arquiteta Milce Silveira lança a marca Olho do Jaguar – Esculturas Utilitárias. A grife de móveis e utensílios, próprios para uso em espaços internos ou externos, conta com peças exclusivas que podem ser usadas em residências, embarcações, ambientes corporativos e hotéis. Cada peça é única, em função das características das madeiras e das tramas feitas à mão, e recebe selo de autenticidade com numeração individual para identificação e acompanhamento de sua vida útil.



Variação acumulada no ano (em relação ao mesmo período do ano anterior) (%)																		
Brasil e Unidades da Federação	jan/22		fev/22		mar/22		abr/22		mai/22		jun/22		jul/22		ago/22		set/22	
	Receita	Volume																
Brasil	4,1	-7,7	5,6	-6,6	11,5	-1,9	10,6	-3,2	9,2	-4,5	6,9	-6,8	5,2	-8,5	3,7	-10,1	2,9	-10,9
Ceará	-10,3	-18,9	-10,3	-19,1	4,2	-6,3	8,7	-2,5	9,6	-1,4	6,8	-4,1	3,3	-7,5	1,6	-9,4	-0,1	-11,1
Pernambuco	-14,4	-23,8	-9,1	-19,9	0,0	-12,8	-1,9	-15,2	-0,9	-14,7	-1,0	-15,1	-1,8	-16,0	-3,2	-17,4	-4,0	-18,2
Bahia	-24,1	-34,1	-19,3	-30,3	-12,8	-25,2	-14,0	-26,1	-15,5	-27,5	-17,2	-29,1	-18,9	-30,6	-19,6	-31,3	-20,1	-31,7
Minas Gerais	9,1	-3,7	6,4	-6,1	8,5	-3,7	10,2	-2,0	8,0	-3,7	4,9	-6,6	3,4	-8,2	3,5	-8,3	2,5	-9,1
Espírito Santo	24,9	12,4	14,9	3,0	19,0	5,8	20,3	5,8	16,7	2,0	14,7	-0,5	13,0	-3,1	13,5	-3,5	12,4	-4,8
Rio de Janeiro	4,8	-5,7	6,0	-5,1	8,3	-3,8	7,5	-5,5	5,0	-8,2	1,9	-11,5	-1,4	-15,1	-4,2	-18,2	-5,7	-19,8
São Paulo	8,6	-6,4	8,8	-7,0	13,5	-3,9	13,6	-4,1	12,7	-5,1	8,8	-8,6	8,3	-9,0	4,4	-12,2	2,7	-13,6
Paraná	-12,3	-22,1	-6,5	-17,2	-2,0	-13,5	-6,5	-17,3	-7,1	-17,8	-8,7	-19,3	-10,3	-20,7	-11,6	-21,8	-11,3	-21,6
Santa Catarina	11,7	-0,8	16,9	3,5	19,9	6,0	15,8	2,4	16,0	2,6	14,0	0,8	13,6	0,4	12,5	-0,5	11,7	-1,2
Rio Grande do Sul	15,5	1,0	14,1	-0,5	25,2	8,9	19,4	3,2	15,6	-0,6	12,7	-3,4	8,2	-7,2	7,7	-7,7	7,0	-8,3
Goias	-6,4	-8,8	-7,1	-9,6	11,1	7,2	8,8	4,2	7,3	2,0	10,2	3,8	11,0	3,5	12,1	3,5	11,6	2,0
Distrito Federal	-6,8	-20,7	-9,7	-22,8	5,7	-9,9	-0,5	-15,5	-4,2	-19,0	-5,6	-20,5	-8,2	-23,0	-8,7	-23,8	-7,7	-23,3

Fonte: IBGE - Pesquisa Mensal de Comércio

# VEJA O QUE ALTERA COM A RETIFICAÇÃO DE DUAS PORTARIAS DO INMETRO

Questionamentos sobre o tamanho do selo do Inmetro, sobre a temida frase “Revestimento produto descartável” que os fabricantes buscavam ao máximo não precisar colocar na etiqueta, e até mesmo sobre a necessidade de as informações da etiqueta estarem visíveis, mesmo quando o produto está embalado.

Estes e outros aspectos levantados motivou a retificação de alguns requisitos da Portaria 35 e da Portaria 75.

Mas qual a importância dessa retificação? Na minha opinião, é equiparar o conhecimento.

Vou exemplificar: Alguns OCP’s entendiam que o tamanho do selo do Inmetro deveria ser exatamente de 50mm. Nem mais, nem menos. Ou-

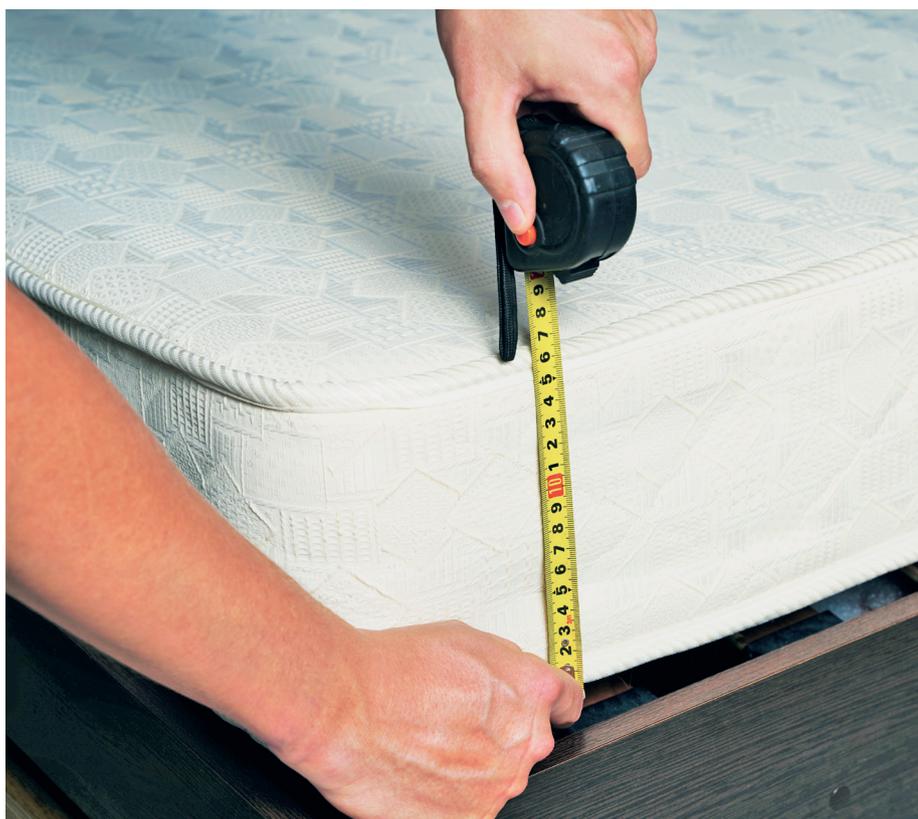
tros OCP’s entendiam que o selo deveria ter pelo menos 50mm. Se fosse maior, não haveria problema. Nesta retificação, ficou claro e descrito que deve ter o tamanho mínimo de 50mm. Outro ponto muito questionado entre os fabricantes era a obrigatoriedade de colocar a frase: “Revestimento produto descartável” na sua etiqueta, quando todos os cuidados mínimos de conservação estavam proibidos. Por conta disso, as empresas procuravam colocar pelo menos um cuidado mínimo permitido, para poder eliminar esta temida frase. Na retificação, foi definida que o fabricante deve apenas seguir as condições descritas no RGCP.

E, ainda tem a questão das informa-

ções da etiqueta que, pela portaria, havia a obrigação de estar visível para o consumidor, mesmo quando o produto estivesse embalado. Ou seja, se o produto fosse embalado em caixa de papelão, as informações deveriam estar transcritas na caixa. Nesta retificação, entende-se que a etiqueta técnica acoplada ao revestimento deve ser legível ao consumidor, mas nem sempre poderá ser visualizada quando o produto estiver embalado, em especial quando a embalagem for de material não transparente, como o papelão.

Neste último ponto, faço a ressalva de que: a embalagem de papelão, porém, deve ostentar o Selo de Identificação da Conformidade, quando esta não for de material transparente ou possuir inscrições ou desenhos que impeçam a visualização do selo afixado no produto. Além disso, cita a tratativa para as espumas utilizadas no revestimento da faixa lateral do colchão.

Confira a íntegra das portarias: ■



*Por Camila Silveira,  
Ceo da CS Consultoria -  
(51) 993567362  
Membro do Conselho Editorial do Anuário de Colchões*



CONFIRA A ÍNTEGRA DAS PORTARIAS:



## Vender mais com segurança é importante para sua indústria?



Se sua resposta foi SIM, **#VemPraBlu!**

### **Mais segurança**

Seu cliente utiliza o saldo de vendas parceladas em cartão de crédito para pagar a sua indústria. O resultado? Você **ZERA A INADIMPLÊNCIA** das suas transações por contar com os recebíveis do seu cliente como garantia.

### **Mais vendas**

Você elimina a necessidade de análise e limite de crédito do seu processo, liberando potencial da sua indústria: mais vendas, maior volume e mais receita para o seu negócio.

### **Liquidez total**

Você poderá liquidar o saldo da sua conta Blu a qualquer momento, com segurança, sem regresso e IOF, e ainda antecipar o saldo futuro com as melhores taxas do mercado.



Fundada em 2013, a Blu conecta toda a cadeia, do varejo à indústria, com soluções financeiras que geram mais simplicidade e economia nas transações de lojistas, e mais segurança, menos inadimplência e mais venda para fornecedores, como você.



Blu. — Conectando o varejo à indústria.

 0800 326 0966

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

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

Pelo quarto ano consecutivo  
*excelência*

no setor  
mobiliário no *Brasil!*



*Obrigado!*



-  [www.colchoescastor.com.br](http://www.colchoescastor.com.br)
-  [facebook.com/colchaocastor](https://facebook.com/colchaocastor)
-  [instagram.com/colchoescastor](https://instagram.com/colchoescastor)
-  [tiktok.com/@colchoescastor](https://tiktok.com/@colchoescastor)

