



REGIÃO VOLTARÁ A  
CRESCER ACIMA DA  
MÉDIA NACIONAL



### O que esperar de 2017?

Empresários acreditam em recuperação, porém lenta e gradual

### Desafios da mão de obra

Empresas instaladas no Nordeste devem investir na atração de talentos

### Qual o futuro do varejo?

Saiba quais as tendências apresentadas no maior evento do mundo

*Mãe merece o que sua loja  
tem de melhor: conforto.*

Nesse mês de Maio, as mães entram em cena para lembrar a importância do carinho, segurança e conforto que são para cada um de nós.

Por isso, a DOMARCO tem uma linha especialmente desenvolvida com esses critérios, para fazer desse dia e da sua loja, o melhor lugar para estar e sentir-se bem, assim como você se sente quando está ao lado de sua Mãe. Ela merece.

  
**DOMARCO**  
estofados

Rodovia CE 179, SN  
Santa Rosa - Marco - CE  
comercial@domarco.com.br  
88 99967 4612







**movexpo**  
7ª Feira Nacional de  
Móveis para Região Norte/Nordeste

**23a26**  
MAIO 2017  
Centro de Convenções  
de Pernambuco  
Olinda - PE

# EDITORIAL



Após alguns anos de crescimento constante, o setor moveleiro nas regiões Norte e Nordeste sentiu os efeitos da crise econômica até mais do que a média nacional. Para as empresas, os últimos dois anos significaram enxugar o orçamento, cortar custos e olhar para dentro das fábricas em busca de inovação. Mas será que 2017 segue nesta linha? Ou será um ano para a retomada de crescimento? Os indicadores mostram que a recuperação acontecerá, mas será lenta e gradual.

Para o professor de Economia da Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado (Fecap), Eric Brasil, a expectativa é de que a economia destas regiões volte a crescer este ano e que este crescimento se mantenha acima da média nacional, mas ainda inferior (em pontos percentuais) às quedas verificadas em 2015 e 2016. E, possivelmente, apenas em 2018, voltaremos a ver os números que impressionaram a todos em anos anteriores.

No varejo, a previsão também é de melhora, já que em 2016 os três principais mercados do Nordeste – Bahia, Pernambuco e Ceará – levaram um tombo. Apesar disso, houve aumento considerável no mercado de trabalho nordestino nos últimos dois anos, por conta das indústrias que se instalaram na região, inclusive do setor moveleiro. A região se mostra atrativa para novos talentos e tem grande potencial empregador. E isso significa renda. E renda significa consumo.

Por falar em potencial, empresários e entidades se unem em prol do desenvolvimento do polo moveleiro do Marco. Planejamento estratégico está sendo desenvolvido pelo Instituto Impulso, em parceria com o Sebrae/CE, com foco em ações de curto, médio e longo prazos, no período de 2017 a 2022. Outra iniciativa recente é a proposta de criação de uma Câmara Setorial para unificar e fortalecer o setor moveleiro em Gurupi (TO). A ideia é unir entidades representativas do segmento de móveis, com o objetivo de propor, apoiar e acompanhar ações para o desenvolvimento do polo da região. A força do varejo nortista e nordestino também é enfatizada nesta edição, com o Prêmio 100 Lojistas de Ouro, que irá homenagear os empresários de mais destaque destas regiões durante a realização da Movexpo, em Recife (PE).

Mais tem muito mais nesta primeira edição do ano da MV Norte & Nordeste.

**Boa leitura!**

*Inalva*  
Publisher



## EXPEDIENTE

### Redação e Administração

Rua Dep. Estefano Mikilita, 125 - 3º andar – Portão  
Curitiba – PR – Brasil - CEP 81070-430  
Fone/Fax (41) 3025-8829

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

Tiragem auditada pela Confipar Auditores S/S:  
4.000 exemplares

### Assinaturas / Circulação

[assina@moveisdevalor.com.br](mailto:assina@moveisdevalor.com.br) | 0800 645 4510

### Diretores

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

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

### Executiva N/NE

Inalva Corsi  
(41) 3025-8824 | (41) 9991-2974  
[inalvacorsi@moveisdevalor.com.br](mailto:inalvacorsi@moveisdevalor.com.br)

### Administração/Finanças

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

### Redação

Daniela Maccio | 10072 PR  
Jornalista Responsável  
[redacao@moveisdevalor.com.br](mailto:redacao@moveisdevalor.com.br)

### Diagramação e Direção de Arte

Juliana Deslandes  
[juliana@moveisdevalor.com.br](mailto:juliana@moveisdevalor.com.br)

### Apoiam esta publicação:

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

**Sindimir** – Sindicato das Indústrias de Madeira de Imperatriz e Região  
Presidente: Carlos Geisel Alves | Fone: (99) 3524-8624

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

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.





Ilustra capa desta edição, estofado Blasco, da DoMarco Estofados, de Marco (CE)

(88) 99765-2354 | [www.domarco.com.br](http://www.domarco.com.br)



14

**Região vai crescer acima da média**  
Economista afirma que Norte e Nordeste voltam ao páreo para retomar crescimento ainda este ano



18



28

# SUMÁRIO

- 04 editorial
- 06 cá entre nós
- 10 vitrine
- 12 notas
- 14 matéria de capa
- 18 economia
- 20 varejo
- 24 mercado
- 26 varejo em destaque
- 30 exportação
- 32 polos
- 36 abimad
- 38 eventos
- 42 100 lojistas de ouro
- 44 mão de obra
- 49 calendário
- 50 capacitação
- 52 empresa de valor



32



44



# CÁ ENTRE NÓS

## O QUE ESPERAR DO NORDESTE EM 2017?

- Crescimento da produção das indústrias entre 10 e 12%
- Crescimento médio no varejo dos nove estados próximo de 9%
- Entrada das empresas no varejo online, através de canais de Marketplace

A forte queda nas vendas de móveis em Pernambuco em 2016 (segundo maior mercado do Nordeste) da ordem de 30,4% impactou o desempenho do varejo nordestino, sem dúvida. E 2017 pode começar uma recuperação que será lenta, principalmente pelo impacto negativo da Lava-Jato na economia do Estado, com paralização de grandes obras de infraestrutura.

A nossa previsão, externada em números no estudo Gold Map, é de que a produção das indústrias do Nordeste supere os índices de consumo da região. E a razão é simples: a entrada de muitas empresas no varejo online, ampliando sua base de comercialização para outras regiões, como Norte e Centro-Oeste. O mercado com um desempenho mais consistente ao longo dos últimos quatro anos é o Ceará, com uma evolução positiva, neste período, superior a 22%, graças principalmente ao excelente desempenho de 2013, com expansão de quase 24% ante 5,2% da Bahia e 4,7% de Pernambuco. Em exportações, a liderança está e vai continuar com a Bahia. Em 2016 as vendas externas alcançaram US\$ 2,7 milhões, alta de 29% sobre 2015 e este ano deve ultrapassar fácil os US\$ 3 milhões. A principal exportadora é a Natuzzi que, por sinal, vai produzir na sua unidade em Simões Filho, a linha de móveis Premium Natuzzi Italy. Essa linha, até agora, era produzida apenas na Itália e parte da produção atenderá o mercado de luxo brasileiro e a outra parte reforçará as exportações de estofados da Bahia. Para se entender a importância das exportações da Natuzzi, basta lembrar que pouco mais de 6.200 unidades exportadas renderam os US\$ 2,7 milhões citados acima.



FALÉSIAS E JANGADA, SÍMBOLOS DO CEARÁ, QUE TAMBÉM QUER SER RECONHECIDO PELOS MÓVEIS QUE PRODUZ



O CENTENÁRIO MERCADO VER-O-PESO É SÍMBOLO DA FORÇA DE CONSUMO DE BELÉM, QUE CONCENTRA 60% DO POTENCIAL DE VENDA DE MÓVEIS NO PARÁ

## O QUE ESPERAR DO NORTE EM 2017?

- Foco no mercado interno com avanço de algumas indústrias
- Pará continua concentrando a maior parte do mercado da região
- Acre com expansão de gastos com compra de móveis da classe B lidera alta

Apesar de esforços, principalmente visando a promoção de móveis “Made in Brazil”, com madeiras locais, as indústrias moveleiras do Norte ainda não alcançaram êxito na atração de mercados externos. Em janeiro, por exemplo, dos sete estados da região, apenas Rondônia exportou... US\$ 11 mil, 38% do que havia vendido no mesmo período de 2016. O Pará, que em janeiro de 2016 havia embarcado US\$ 68,8 mil, no mesmo mês de 2017 não registrou nenhum embarque para o mercado externo. Por falar no Pará, o estado continua concentrando a maior parte das vendas de móveis no mercado interno do Norte. Em 2017, serão 51% do total. E existe concentração também dentro do Estado: os cinco maiores municípios representam 55% do potencial de consumo do Pará, com ampla margem para Belém e Ananindeua.

Embora com pouca representatividade (4,7%) sobre o total da região, é da classe B que virá a maior expansão no consumo de móveis em 2017, com elevação de 14,8% na comparação com 2016. Rondônia fica com o título de ser o Estado do Norte com o maior potencial per capita, com R\$ 233,61 para uma média regional de R\$ 203,53.





Temos mesas de acordo com o espaço e a necessidade do seu cliente.  
Produtos de fácil giro e retorno garantido.



*O design de sua casa*



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

Rua Rosa Barros Brito, 104 - Bairro Costa

CEP: 56800-000 - Afogados da Ingazeira - PE

Fone: (87) 3838-1279

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

# EMPRESÁRIO QUE VENCE NAS REGIÕES NORTE E NORDESTE

**Vencer no Brasil não é para qualquer um.** Imagine as dificuldades de empreender nas regiões Norte e Nordeste, onde os empresários tem de lidar todos os dias com dificuldades históricas. Por isso, reconhecer o valor de quem leva produtos para melhorar as condições de vida dessas populações, é mais do que um dever, é quase uma obrigação.

A revista **Móveis de Valor Norte & Nordeste**, com o apoio da **Movexpo**, assume o compromisso de destacar **100 lojistas de móveis** nestas duas regiões e prestar uma justa homenagem a cada um deles, durante a **Movexpo 2017, dia 23 a 26 de maio, no Recife**.

Para justificar a escolha dos **100 LOJISTAS DE OURO**, será feita uma ampla pesquisa entre todas as lojas de móveis do Norte e Nordeste. E os critérios envolvem a votação dos fornecedores, funcionários e de clientes destas lojas. O principal objetivo é identificar lojistas que venceram, considerando:

- **EXPANSÃO DOS NEGÓCIOS** • **GERAÇÃO DE EMPREGOS** •
- **CRESCIMENTO DAS VENDAS** • **SATISFAÇÃO DOS CLIENTES** •
- **PARCERIA COM FORNECEDORES** • **LIDERANÇA NA COMUNIDADE** •
- **MENOR ROTATIVIDADE DE PESSOAL** •



# VALE OURO



## Edição comemorativa

Para marcar a outorga do prêmio aos **100 LOJISTAS DE OURO** do Nordeste, a MV Norte & Nordeste terá uma edição especial, com a homenagem aos eleitos.

A circulação ocorrerá simultaneamente à divulgação dos resultados, dia 23 de maio, primeiro dia da Movexpo 2017.

Confirme logo a participação de sua empresa nesta Super Edição da MV Norte & Nordeste. A ordem dos anunciantes será a mesma do fechamento. Portanto, quanto antes você fechar, melhor seu posicionamento na edição.

Entre em contato agora:

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



# VITRINE



## 1 PALACE ESTOFADOS

A Palace Estofados, de Marco (CE), entrou em 2017 apresentando novidades aos clientes, como uma linha inteiramente projetada para áreas externas. A marca aposta em levar o conforto e estilo característicos de suas criações para espaços abertos. Composto por um sofá de dois lugares, uma dupla de poltronas e mesa de centro, o conjunto de área Olímpicos é perfeito para compor o ambiente do jardim, churrasqueira ou varanda. Suas linhas retas aliadas ao estilo rústico das peças conferem estilo ao ambiente. Feitos em metalon galvanizado revestidos em fibra sintética, com base de madeira pinus, sofá e poltronas possuem assento composto de espuma D28 Soft com 7 cm de altura e o encosto com espuma D28 Soft com 4 cm de largura. Um diferencial do produto é que ele é totalmente customizável: o cliente pode escolher cores e tecidos do conjunto de acordo com seu gosto e estilo pessoal.

## 2 MÓVEIS NEVES RATTAN

Outra fábrica localizada no polo moveleiro de Marco, a Móveis Neves Rattan apresenta o Conjunto Fortaleza. Feito em alumínio sextavado, o conjunto é composto por seis cadeiras sem braço e uma mesa sextavada em alumínio fundido. Especializada em móveis de jardim confeccionados em materiais como rattan, fibra sintética e alumínio, a marca busca imprimir um estilo rústico e casual em suas criações.

Elegante, o conjunto pode ser usado tanto para compor espaços externos (terraços e piscinas), como ambientes internos. A sugestão da marca em relação ao uso das cores segue justamente uma tendência de decoração: combinar descombinando, através da mistura de cadeiras coloridas. O resultado é impactante, criativo e divertido, o que casa perfeitamente com a proposta de aproveitar um dia agradável em família.







colchaonix.com.br

Exija o melhor  
em qualidade  
do sono.

ONE SIDE

73  
cm

ALTURA COMPLETA  
DO PRODUTO



Box Sommier

Base de madeira maciça com tratamento anti cupim, anti mofo e secagem em estufa e feltro resinado nas duas faces (Superior e Inferior).

Alturas:

- Colchão: 41 cm.
- Base/Box: 24 cm.
- Pés (madeira): 8,5 cm.

- F** MODELO COM SENSAÇÃO DE CONFORTO FIRME
- M** SISTEMA DE MOLAS DO TIPO LFK
- W** MALHA 90% POLIESTER E 10% VISCOSE
- X** TAMPO COM BORDADO TRADICIONAL
- P** PILLOW TOP PLUS
- A** TRATAMENTO ANTI ÁCARO NO TECIDO

COLCHÃO  
**Onix**<sup>®</sup>  
A TECNOLOGIA DO PRAZER **ISO 9001**

SOCIMOL  
Av. Pedro Freitas, 4000,  
Tabuleta, Teresina-PI.  
86 3131-6300 | 3131-6327 (FAX)  
E-mail: vendas@socimol.com.br

facebook | Instagram



## ESTUDANTES PROJETAM MÓVEIS DE ENCAIXE

Dois estudantes de Arquitetura e Urbanismo de Porto Velho (RO) desenvolveram móveis de madeira compensada que não utilizam pregos, parafusos e nenhum tipo de cola. As peças são encaixadas de forma inteligente, o que, segundo Caio Cunha e Lucas Tezzari, autores do projeto, diminui custos de produção e facilita o transporte. O projeto virou empresa, batizada de Oficina MadMod. Os jovens empreendedores se inspiraram em iniciativas de outros lugares do mundo, como o “wikihouse”, projeto do estúdio de design londrino, que já produz casas usando apenas encaixe e nenhum fixador.



## BAHIA PUXA ALTA NOS PREÇOS

Em fevereiro, o item mobiliário registra alta acima da média geral do IPCA medido pelo IBGE. A elevação dos móveis chegou a 0,94% ante um IPCA médio de 0,33%. Com isso, o acumulado dos dois primeiros meses do ano é de 0,75% para móveis e de 0,71% geral. Porém, no acumulado de 12 meses mobiliário ainda registra deflação de 0,36% enquanto a inflação medida pelo IPCA no período é de 4,76%. Chama atenção também a evolução no preço dos colchões em fevereiro (1,66%, depois de consecutivas quedas que chegam a -3,95 no acumulado de 12 meses. Mesmo na avaliação dos dois primeiros meses deste ano o segmento colchão apresenta queda de 0,25%. E não é o único: móvel infantil também está negativo com -1,41% no período. A maior alta no preço dos móveis em fevereiro foi Salvador (BA) com 3,64% e o Distrito Federal é o único com deflação de 0,56%. No acumulado deste ano, a maior alta foi verificada em Fortaleza (CE), com 2,23% e a maior queda é a do Distrito Federal com -1,85%. No acumulado de 12 meses, Fortaleza também registra a maior elevação com 3,36% enquanto Campo Grande (MS) tem o recorde de queda com -8,33%.

## VENDA DE PAINÉIS CAI EM 2016



Segundo os dados da Indústria Brasileira de Árvores – Ibá, as vendas domésticas do segmento de painéis de madeira registraram queda de

2,1% no ano passado, com 6,2 milhões de m<sup>3</sup> negociados. Por outro lado, as exportações tiveram aumento de 28,2%. O saldo da balança comercial de janeiro a dezembro de 2016 é de US\$ 246 milhões, o que corresponde a um crescimento de 30,9% em relação ao ano anterior. A Floraplac, de Paragominas (PA), é uma das principais produtoras de painéis do País e fornece matéria-prima para grande parte das indústrias de móveis no Norte e Nordeste.

## ONIX HOMENAGEIA APRESENTADOR

Patrocinadora do programa Sábado Maior, de Mariano Marques, na TV Antena10, a Onix, de Teresina (PI), fez uma sensível homenagem para desejar boa recuperação ao apresentador, internado após ser esfaqueado em uma tentativa de assalto no centro de Teresina, no dia 21 de janeiro. “A cama fica sem graça sem o Mariano”, traz o post publicado no Instagram da marca de colchões, em alusão ao tradicional quadro “Na cama com Mariano”, que leva pessoas para serem entrevistadas no “conforto” de um colchão Onix. O apresentador já está fora de perigo e se recupera bem.





# Mais de 200 empregos gerados.



RELAXE, PENSAMOS SEMPRE EM VOCÊ!

# Allflex

COLCHÕES E ESTOFADOS



Conjunto Box  
**Futura**

TECNOLOGIA E QUALIDADE,  
VISANDO SEMPRE O CONFORTO E BEM ESTAR!

1,88m

30cm de altura

1,38m

**TECIDO TAMPO**  
Jacquard Soft Bamboo

**TECIDO FAIXA**  
Granite

**ESPUMA**  
D28 - 100%  
Poliuretano

**ESTRUTURA**  
Molas Ensacadas

# ◆ Norte e Nordeste voltam ao páreo

*Economista aponta para a volta do crescimento acima da média nacional*



ERIC BRASIL, PROFESSOR DE  
ECONOMIA DA FECAP

Na edição 8 da MV Norte & Nordeste de 2016, observamos que estas regiões, que haviam mostrado maior resistência à desaceleração econômica em 2014, foram as mais afetadas pela retração da atividade verificada em 2015. Porém, assim como já aconteceu em períodos anteriores à atual crise (e não foram poucos estes períodos), a economia do Nordeste deve emergir de mais esta situação ainda com mais força. Utilizando os dados mais recentes disponibilizados pelo IBGE, é possível constatar que, entre 2010 e 2014, o número de indústrias de móveis havia crescido 20% no Nordeste. Os estados com os maiores aumentos no período foram: Ceará, com 48%, e Bahia, com 26%. Também segundo a pesquisa, a receita de vendas do setor moveleiro da região cresceu 54,7% no mesmo período. Em 2014, o faturamento destas indústrias foi de R\$ 2,9 bilhões. Deste montante, o estado com a maior participação foi Pernambuco, com R\$ 851,3 milhões. Em seguida, Ceará e Bahia com R\$ 688 e 662,5 milhões, respectivamente. Juntos, estes três estados somaram R\$ 2,2 bilhões. E a relevância do grupo não está apenas no setor moveleiro. Eric Brasil, professor de Economia da Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado – Fecap, aponta que Bahia, Pernambuco e Cea-

rá são os estados mais desenvolvidos do Nordeste. No entanto, nos últimos anos, também sofreram com a crise, como todos os demais, e a expectativa é que voltem a se recuperar ao longo de 2017. Segundo o professor, a região Nordeste foi a que mais cresceu no Brasil no período entre 2010 e 2013, pois acabou sendo fortemente favorecida pelas políticas de aumento real do salário mínimo e de proteção social, implantadas pelo Governo Federal. Com a crise dos últimos anos, as regiões Norte e Nordeste tiveram a mesma retração presente nos estados mais ricos do País. “Em boa medida, os impactos do cenário econômico foram geograficamente generalizados. O que acontece é que por serem menos industrializados e mais dependentes da iniciativa estatal, estes estados tendem a sentir menos uma crise quando ela não afeta os governos locais, mas isso não foi o que ocorreu na crise atual”, comenta o economista. Para ele, a expectativa é de que a economia nordestina volte a crescer este ano e que este crescimento esteja acima da média nacional, mas ainda inferior (em pontos percentuais) às quedas verificadas em 2015 e 2016. “Em 2018, essa recuperação deve continuar, novamente com a economia do Nordeste crescendo acima da média nacional”, prevê Eric Brasil. No período de 2010 a 2014, o estado



com a maior variação de receita na indústria de móveis foi Sergipe: o faturamento do setor cresceu 78,5%. Aracaju, Itabaiana, Lagarto, Nossa Senhora da Glória e Nossa Senhora do Socorro são algumas das cidades mais representativas na fabricação de móveis do estado, que apesar de enfrentar os problemas decorrentes da crise econômica, permanece com um potencial acima da média. O secretário de Estado do Desenvolvimento Econômico e da Ciência e Tecnologia de Sergipe, Chico Dantas, acredita que, de fato, o atual momento da economia nacional é delicado e requer atenção e cuidado. “O nível de emprego, que é o mais sensível dos indicadores, tem apresentado quedas recorrentes. Os dados sobre a produção industrial também não têm sido animadores”, lamenta. No entanto, segundo ele, o Nordeste tem um papel estratégico na recuperação da economia nacional, uma vez que tem sido a região mais dinâmica do Brasil, atraindo investimentos de grande porte; porém, ainda com grande potencial de reserva, aguardando para ser utilizado. “Sergipe, neste contexto, é um estado diferenciado, por combinar desenvolvimento econômico com melhores níveis de renda”, explica.

## ONDE ESTÁ O CONSUMO

No Nordeste, o potencial de consumo de móveis este ano é de R\$ 13,267 bilhões. Ao mapear a distribuição deste consumo, alguns estados se destacam. É o caso de Sergipe, com expansão de 11,7% e dos estados de Alagoas, Bahia, Ceará e Pernambuco, todos com taxas acima de 10%. Na Região Nordeste, cada habitante terá R\$ 233,11 para a compra de móveis, ante R\$ 323,66 do País. Outro dado importante é a concentração da capacidade de compra nesta região. Considerando os 10 maiores de cada estado do Nordeste, ou seja, 90 municípios, concentram 63% do potencial, en-

quanto os demais 1.704 são responsáveis por apenas 37%.

Outro estado que se destaca é o Maranhão, com potencial R\$ 1,2 bilhão em 2017. Deste valor, menos de 10% é abastecido pela produção local, o que indica que a indústria ainda tem muito para crescer. O setor moveleiro sul-maranhense vem mostrando seu potencial nos últimos anos com a implantação e crescimento do polo moveleiro local, em Imperatriz, que já conta com fábricas de móveis em operação.

A Região Norte também tem todas as condições de recuperar as perdas destes anos de crise, principalmente pelo potencial econômico nos setores florestal e agropecuário. Para esta região, o Gold Map prevê R\$ 3,593 bilhões em gastos com mobiliário este ano. A alta é de 6,2%, na comparação com 2016. Dos

Estado	Indústrias de móveis Nordeste - 2010		Indústrias de móveis Nordeste - 2014		Desempenho 2010 - 2014	
	Nº de empresas	Receita de Vendas (%)	Nº de empresas	Receita de Vendas (%)	Unidades (%)	Receita de Vendas (%)
Sergipe	48	121,7	55	217,2	15	78,5
Ceará	214	387,6	316	688	48	77,5
Pernambuco	201	482,6	221	851,3	10	76,4
Paraíba	70	101,2	78	168,2	11	66,2
Alagoas	33	16,2	35	24,7	6	52,5
Maranhão	50	71,6	55	98,2	10	37,2
Piauí	50	117,7	45	151,8	-10	29
Bahia	246	529,6	310	662,5	26	25,1
Rio G. do Norte	89	70,6	84	74,5	-6	5,5

IPC MOBILIÁRIO NORDESTE 2016-2017			
U.F.	2016 (R\$ mil)	2017 (R\$ mil)	Evolução (%)
Alagoas	667.017.615	734.246.621	10,1
Bahia	3.402.681.085	3.769.758.144	10,8
Ceará	1.926.932.106	2.119.759.914	10,0
Maranhão	1.104.192.876	1.207.894.628	9,4
Paraíba	913.690.993	947.691.799	3,7
Pernambuco	2.371.012.728	2.613.878.086	10,2
Piauí	625.796.567	660.782.200	5,6
Rio G. do Norte	686.880.517	743.879.510	8,3
Sergipe	420.593.759	469.635.791	11,7
Nordeste	12.118.798.246	13.267.526.693	9,5
<b>Brasil</b>	<b>61.192.097.874</b>	<b>66.711.324.771</b>	<b>9,0</b>

IPC MOBILIÁRIO NORTE 2016-2017			
U.F.	2016 (R\$ mil)	2017 (R\$ mil)	Evolução (%)
Acre	150.874.275	169.811.310	12,6
Amazonas	152.769.730	152.535.161	-0,2
Amapá	593.034.494	625.518.590	5,5
Pará	1.745.896.751	1.838.475.766	5,3
Rondônia	379.749.389	417.524.048	9,9
Roraima	109.550.597	117.163.654	6,9
Tocantins	250.734.486	271.998.110	8,5
Norte	3.382.609.722	3.593.026.638	6,2
<b>Brasil</b>	<b>61.192.097.874</b>	<b>66.711.324.771</b>	<b>9,0</b>

Estado	Indústrias de móveis Norte - 2010		Indústrias de móveis Norte - 2014		Desempenho 2010 - 2014	
	Nº de empresas	Receita de Vendas (%)	Nº de empresas	Receita de Vendas (%)	Unidades (%)	Receita de Vendas (%)
Rondônia	59	36.022	67	39.237	14	9
Acre	17	5.705	11	3.642	-35	-36
Amazonas	35	79.304	31	85.617	-11	8
Roraima	4	879	2	442	-50	-50
Pará	86	156.599	86	386.586	0	147
Amapá	8	3.351	7	2.965	-13	-12
Tocantins	25	10.965	28	13.904	12	27



CHICO DANTAS, SECRETÁRIO DE ESTADO  
DO DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E DA  
CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO SERGIPE

sete estados, quatro têm números melhores que a média, com destaque para o Acre (embora a base seja pequena, apenas R\$ 169,8 milhões, ou seja, 0,5% do total da região), com elevação de 12,6%; Rondônia, com 9,9%; e Tocantins, com 8,5%. Considerando o volume de dinheiro disponível para consumo de móveis, a média da região Norte é de R\$ 202,53 por habitante. Na região, onde se concentram 450 municípios nos sete estados, a proporção de representatividade dos 10 maiores de cada estado é ainda maior do que na região Nordeste. Os 70 municípios maiores respondem por 73% do consumo, enquanto os demais 380 concentram apenas 27% do potencial para a compra de móveis.

### A ECONOMIA NORTISTA

No Norte, os efeitos da crise econômica podem ser vistos, principalmente, na Zona Franca de Manaus, que tem 95% da produção voltada ao mercado nacional. Contabilizado em dólares,

o faturamento do primeiro trimestre de 2016 registrou queda de 37% em relação a igual período de 2015. Considerando o número de postos de trabalho, eram 104,7 mil em março do ano passado, contra 83,2 mil em dezembro, chegando a uma redução de aproximadamente 20%. Esses dados demonstram que a crise ainda está se acentuando nesta região.

Segundo o IBGE, o Amazonas foi o Estado com maior queda na produção industrial. Já o Pará foi o único a ter crescimento, beneficiado pela extração de minério de ferro para exportação, que teve bons resultados, apesar da queda no preço. Com estabilidade no seu Produto Interno Bruto em 2015, o Estado consegue atrair empresas e investimentos e ignorar a recessão de 3,8% do País. No estado, a receita de vendas anual da indústria moveleira saltou de R\$ 156,6 milhões em 2010 para 386,6 milhões em 2014, crescimento de 147%, segundo os dados mais recentes do IBGE. O aumento da produção é absorvido pelo crescimento do Estado, principalmente das cidades do interior, como é o caso de Parauapebas, uma das ilhas de oportunidades citadas na primeira edição da MV Norte & Nordeste. O município é o maior exportador do País e conta com um PIB per capita de R\$ 107 mil para cada um de seus 183 mil habitantes.

Tocantins, neste caso, com uma representação bem menor que o Pará no faturamento da indústria, chama a atenção pelo aumento na receita de vendas, que foi de R\$ 10,9 milhões em 2010 para 13,9 milhões em 2014, elevação de 27% no período. Também incentivado pelo crescimento do setor nas cidades interioranas, como Gurupi e Araguaína (veja matéria na pág.34), o estado continua a se destacar na região.

POR DANIELA MACCIO, DE CURITIBA (PR)





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



A ALTA TECNOLOGIA  
DOS COLCHÕES ÁTALA  
AGORA TAMBÉM NOS

*estofados*



# ◊ O que esperar de 2017?

*Recuperação do setor moveleiro será lenta e gradual*



MARCOS THADEU SYLLOS,  
DIRETOR DA SOFTFLEX

Após alguns anos em uma crescente, o setor moveleiro nas regiões Norte e Nordeste sentiu os efeitos da crise econômica. Para as empresas, os últimos dois anos significaram enxugar o orçamento, cortar custos e olhar para dentro das fábricas em busca de inovação. Mas será que 2017 segue nesta linha? Ou será um ano para a retomada de crescimento? Tudo indica que a recuperação do setor será lenta e gradual. Marcos Thadeu Syllós, diretor da fabricante de colchões Softflex, de São Luís (MA), acredita que não haverá mais espaço para descuidos, portanto as práticas de otimização de processos e cortes terão que continuar a serem adotadas pelos empresários.

Para o diretor, a diminuição da demanda no ano passado foi nitidamente observada pelos pedidos de reposição dos clientes. “Épocas do ano em que se tinha aumento substancial das vendas min-

guaram. Isto afetou diretamente a capacidade produtiva, em que se trabalhou muito com banco de horas, diversificação de produção e procura por novos mercados”, explica Marcos. O empresário acredita em uma retomada do consumo, baseada em alguns índices, como redução gradual das taxas de juros sinalizada pelo Banco Central, e a redução do endividamento dos consumidores, além de maior estabilidade dos preços. Pesquisa da Confederação Nacional do Comércio – CNC mostra que os consumidores brasileiros começaram o ano menos endividados. Segundo a pesquisa, 55,6% das famílias contavam com algum tipo de dívida em janeiro, o menor patamar desde junho de 2010, quando estava em 54,0%. A análise considera como dívidas as contas a pagar em cheque pré-datado, cartão de crédito, carnê de loja, empréstimo pessoal, prestação de carro e seguro.

Em dezembro, o percentual de endividados era de 56,6%. Em janeiro de 2016, essa fatia estava em 61,6%. Esta redução gradual tem contribuído também para o aumento da confiança dos empresários. “Brasileiros como eu, com vivência empresarial antiga, já passaram pelas mais variadas crises e de todas sobram experiências muito válidas. Esta crise é meramente recessiva, o ponto fora da curva foi a inflação”, ressalta Marcos. Segundo ele, a Softflex focou principalmente em evitar endividamento, fortalecer parcerias, e investir em atendimento. Neste ano, a empresa tem planos para ampliação de mercado, com o investimento em nova unidade fabril.





Outra fabricante de colchões que deve inaugurar nova planta este ano é a Átala Colchões, de Imperatriz (MA). Edson Ribeiro, diretor da empresa, aponta que os últimos anos foram de ajustes e agora é a vez de retomar os investimentos. “Fizemos muitos cortes de gastos, e assim, conseguimos manter o quadro de funcionários. Até dezembro deste ano, iremos inaugurar as novas instalações, em uma área de 30 mil m<sup>2</sup>, sendo 10 mil m<sup>2</sup> de área construída, no Distrito Industrial de Imperatriz”, conta o empresário. Para ele, 2016 foi um ano difícil para a economia e consequentemente para o setor de colchões. “As margens foram muito reduzidas, mas ainda assim, conseguimos crescer, mesmo que longe do ideal”, ressalta Edson. Segundo ele, da meta prevista, o crescimento foi de 38%. A Átala comercializa seus produtos no Maranhão, Pará e Tocantins, e até os próximos quatro anos, pretende continuar focada nestes mercados.

Também em busca de crescimento, a Neves Rattan, fabricante de móveis para sala de estar, varanda e jardim, de Marco (CE), adotou medidas para enxugar o orçamento no ano passado. José Robério de Freitas, gerente administrativo da empresa, aponta que 2016 foi um ano complicado, mas como a equipe já sabia e esperava por isso, trabalhou muito e investiu em procedimentos internos, eliminando desperdícios no chão de fábrica, o que trouxe resultados positivos. “Este ano, ainda ficaremos de olho em nosso orçamento, mas não podemos deixar de crescer, já que aprendemos a lidar com a situação desde 2014 para cá. Assim, vai ficar mais fácil vencer e vamos trabalhar para que tudo aconteça com sucesso”, afirma.

Esta opinião é compartilhada por Agnelo Seger, diretor diretor-presidente da fabricante de móveis Herval, que conta com fábrica em Bezerros (PE). “Momentos como estes nos ensinam a buscar al-



**ROBÉRIO FREITAS, GERENTE ADMINISTRATIVO DA NEVES RATTAN**



**AGNELO SEGER, DIRETOR PRESIDENTE DA HERVAL**

ternativas, olhar para dentro dos nossos negócios, modificar processos (que não deixam de ser inovações), alterar produtos, focar mercados e nos desvencilhar de muitas coisas que não agregam valor”. Para 2017, Agnelo considera a Herval muito mais preparada. “Em 2015 e 2016 fomos surpreendidos em meio a grandes investimentos decididos em anos anteriores, implantação do SAP, implantação da unidade de Pernambuco, reestruturações internas que agora já foram feitas e das quais esperamos colher bons resultados. Portanto, 2017 não vai nos trazer nenhuma surpresa”, ressalta.



**EDSON RIBEIRO, DIRETOR DA ÁTALA COLCHÕES**

## **INOVAÇÃO É A PALAVRA DE ORDEM**

Na opinião de Marcos Thadeu, em épocas anormais como estas, com o cenário econômico ainda incerto, o foco é direcionado para estratégias de curto a médio prazo. “A busca por novas tecnologias, pesquisa de tendências e novos materiais, acaba sendo deixada para segundo plano, o que é um verdadeiro tiro no pé. O empresário que souber equacionar isto já sai bem na frente”, afirma. Para Robério, a parceria com entidades de apoio a indústria, como Sebrae, Senai, e a própria FIEC, podem ser a saída para ganhar competitividade e se diferenciar.

POR DANIELA MACCIO, DE CURITIBA (PR)

# Qual é o futuro do varejo?

*Saiba quais são as tendências apresentadas no maior evento do mundo*

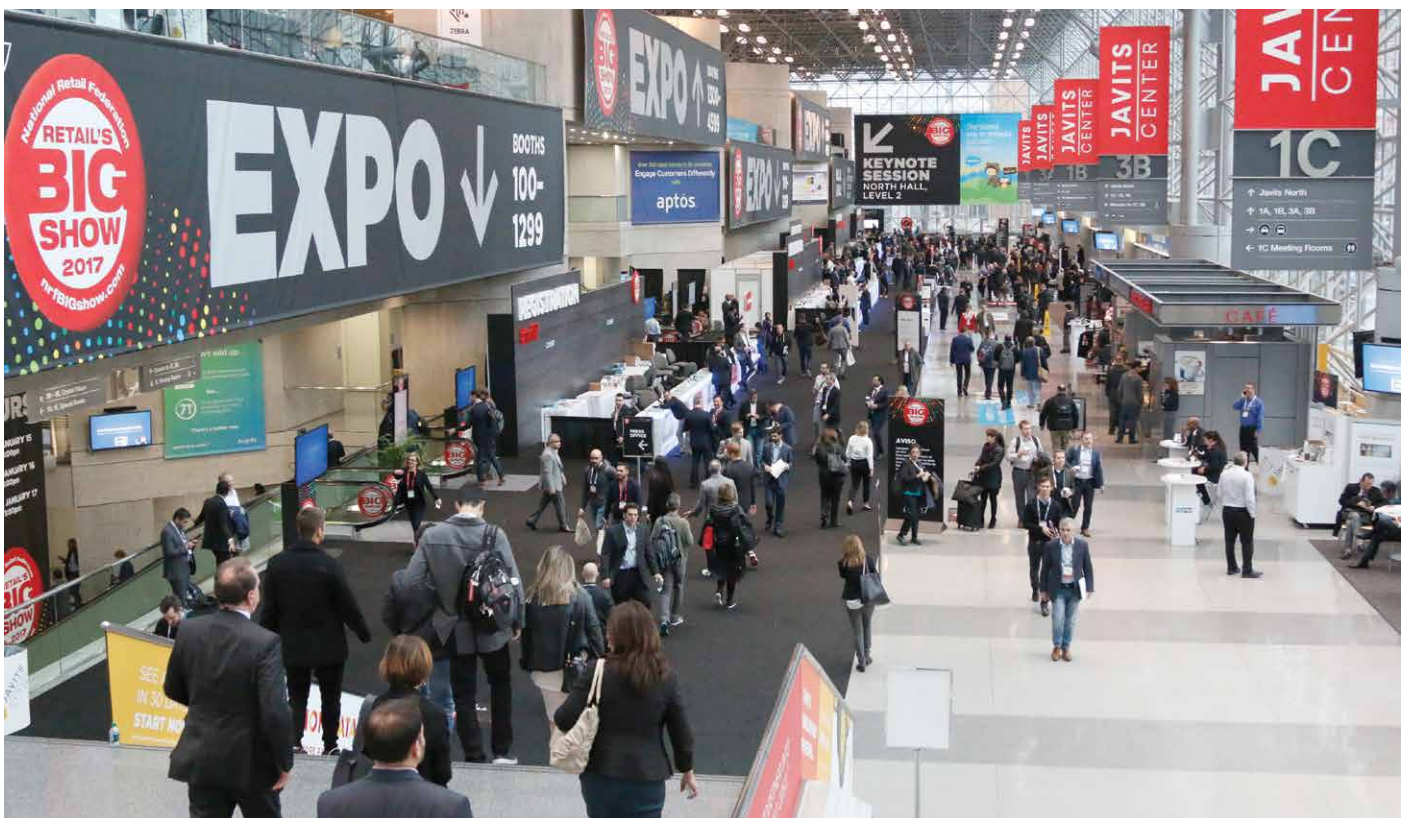
Em janeiro, na cidade de Nova Iorque, o mundo teve contato com o que há de mais avançado para o setor de varejo. Tudo o que foi mostrado na NRF Retail BigShow 2017, desde o mais conceitual até o mais concreto, tinha um único objetivo: melhorar a experiência do usuário a fim de aumentar o volume de vendas e diminuir a desistência do cliente e a perda de oportunidades de negócios. Leandro Krug, consultor de franquias de varejo e palestrante, aponta para um movimento contrário ao que muitos acreditam: para ele, o varejo físico ainda vai reinar por muito tempo. “É claro que o digital permeia o processo de compra cada vez mais. Mas é na loja física que o consumidor convive, tem a sensação de pertencimento, emoções,

encantamento, aprendizado. E é nisso que o lojista deve investir para se diferenciar”, afirma.

A NRF deste ano girou em torno de pessoas. “Boa parte dos palestrantes frisou a importância do ser humano neste contexto. Afinal, a experiência de compra depende das pessoas”, ressalta Leandro. Segundo ele, existe a necessidade de se firmar uma nova geração de mão de obra para o varejo nos Estados Unidos, por isso, a NRF deste ano lançou o programa Rise Up, parceria entre grandes redes, universidades e entidades.

A inovadora iniciativa de treinamento foi criada para ajudar as pessoas – independentemente da educação, experiência, situação econômica ou idade – a

FORAM CINCO PALESTRAS SIMULTÂNEAS A CADA HORA E MAIS DE 500 EXPOSITORES NA ÁREA DA FEIRA DO EVENTO NA NRF DESTE ANO







LEANDRO KRUG, CONSULTOR  
DE FRANQUIAS E VAREJO

adquirem as habilidades de que necessitam para garantir empregos no varejo e avançar em carreiras promissoras. Até o momento, 21 empresas se uniram para apoiar a construção da próxima geração da força de trabalho de varejo, entre elas, algumas gigantes do varejo de móveis, como Target, Walmart, Home Depot, e Williams-Sonoma.

## O NOVO CONSUMIDOR

De acordo com Leandro Krug, durante a NRF esteve em evidência o termo nativo digital, criado pelo norte-americano Marc Prensky, trazendo a esse grupo definições de novas características, que consolida um abismo com relação aos imigrantes digitais (outro termo criado pelo autor). Um nativo digital é aquele que nasceu e cresceu com as tecnologias digitais presentes em sua vivência. “Este consumidor não sabe o que é a vida sem internet, smartphone e outros dispositivos”, completa Leandro. Há muito tempo o público-alvo deixou de ser as classes ABC ou classificado por faixa etária. “Público-alvo é bem mais do que isso. Uma das tendências do varejo atual é a importância das tribos dentro do consumo. São pessoas que conseguem enxergar o mesmo significado naquele serviço ou produto”, ressalta.

## A INFLUÊNCIA DAS REDES SOCIAIS

A mídia social tornou-se parte integrante da vida cotidiana dos consumidores na última década, incentivando a interação sem precedentes entre compradores e marcas. As plataformas de comunicação digital, como o Twitter e o Facebook, são mais do que apenas canais de baixo custo para impulsionar as vendas e aumentar a notoriedade da marca. Os consumidores exercem mais poder e influência do que nunca, e os varejistas que ouvem e se envolvem podem encontrar oportunidades para o crescimento do negócio. “Os clientes são confrontados com milhares de opções e devemos constantemente provar que vale a pena o seu tempo e dinheiro suado”, afirma a gerente sênior social e SEO da Sleep Number, empresa norte-americana que produz e comercializa colchões “inteligentes”, Sarah Panus. Sarah destacou em palestra na NRF que a sua empresa usa as redes sociais como algo mais do que apenas um marketing básico e uma ferramenta de atendimento ao cliente – é uma maneira de coletar e analisar a enorme quantidade de dados. “Não é informação que você pode inventar. Há uma transparência total, porque o cliente está nos dizendo o que ele pensa em tempo real todos os dias”, afirma.

Para tirar proveito de tudo isso, a Sleep Number criou um Centro de Comando Social interno, com uma variedade de dispositivos de análise de dados – pagos e gratuitos, incluindo o evolve24 – para ajudar a coletar informações. Sarah observa que a “escuta social”, ou o rastreamento de conversas sobre a marca, tem sido uma das táticas mais valiosas da empresa. “Ele ajuda a moldar nossa estratégia de conteúdo e é usado em conjunto com outros dados de saúde interna da marca. Nós entendemos, através da escuta social, quais questões

O The State of Retailing Online 2016, um estudo anual realizado pela NRF e Forrester Research, nos Estados Unidos, descobriu que 92% dos varejistas estão investindo em marketing de mídia social em algum grau e procurando maneiras de atualizar o conteúdo para ficar no topo das tendências. 55% também disseram que estão aumentando seus orçamentos de merchandising online, uma parte dos quais é claramente destinada para atividades de mídia social que envolvem os consumidores para promover a interação bidirecional.

estão ganhando importância entre os consumidores”.

### MAIS SOBRE O RISE UP

Ao longo dos últimos dezoito meses, a Fundação NRF trabalhou com dezenas de varejistas, parceiros e fundações para criar os Fundamentos da Indústria de Varejo, o que garante que as habilidades e a formação oferecidas atendam às necessidades do setor e que os ma-

teriais criados sejam fáceis de usar por organizações sem fins lucrativos e parceiros de educação. O programa conta com 15 módulos, que oferecem uma ampla gama de conhecimento em áreas como ferramentas e tecnologias de varejo, atendimento ao cliente, matemática de varejo, inventário e habilidades de entrevista.

POR DANIELA MACCIO, DE CURITIBA (PR)

## VEJA O QUE ESTÃO DIZENDO OS PARCEIROS DO RISE UP



**Greg Foran, presidente e CEO do Walmart U.S.:** “O varejo é uma indústria muito dinâmica. Nossa empresa orgulha-se de trabalhar com a Fundação NRF e outros varejistas para explorar novas formas de atrair, treinar e reter talentos. Este é um momento crítico para o setor, e é importante que todos nos concentremos em dar ao nosso pessoal as ferramentas para ter sucesso e a capacidade de crescer”.



**Brian Cornell, presidente e CEO da Target:** “Os membros da nossa equipe são o nosso maior trunfo para proporcionar aos clientes uma experiência perfeita, confiável e agradável. A Target tem história em oferecer treinamento à equipe e os vimos crescer em suas carreiras. Por exemplo, 60% de nossos líderes de equipe começaram como caixas e vendedores em nossas lojas”.



**Linda Lewis, chefe de talentos da Williams-Sonoma Inc.:** “Na Williams-Sonoma, nosso sucesso é impulsionado principalmente pelo talento de nosso pessoal. O Rise Up incorpora nosso compromisso de desenvolver talento desde o início, e estamos satisfeitos em apoiar os esforços da Fundação NRF para investir em ajudar mais pessoas a desenvolver seu potencial através de carreiras varejistas gratificantes e desafiadoras”.



**Ann-Marie Campbell, vice-presidente executiva da The Home Depot U.S. Stores:** “Estamos entusiasmados por fazer parte da educação e atrair os futuros líderes de varejo, através da iniciativa Rise Up da Fundação NRF. A capacidade de criar uma carreira vitalícia e gratificante no varejo tem sido um segredo bem guardado por muito tempo”.



# CAMPEÕES DE VENDA 2016 A APOSTA CERTA!



## CONJUNTO POCKET DARK (62 CM)

Best seller's dos colchões de molas ensacadas no mercado, com espaço cativo nas lojas de mais 80% dos nossos clientes, com resultados extraordinários.

Possui em seu histórico de assistências técnica números próximos a zero.

Perfeito para o cliente que gosta de valorizar o m<sup>2</sup> em sua loja, com um produto de giro rápido e altos índices de satisfação entre consumidores e vendedores do PDV.

O Conjunto Pocket Dark é um sucesso não por acaso. A matéria-prima utilizada é de ponta, vinda de vários fornecedores renomados no mercado interno e externo.

É efetuado um controle rigoroso em todos os estágios de produção, garantindo permanentemente um padrão de qualidade.

Tudo isso aliado ao fluxo de informações comerciais, que direciona as ações de marketing a serem tomadas, juntamente com treinamentos personalizados periódicos aos vendedores das lojas, como também o acompanhamento dos representantes semanalmente nos PDV's, fazem do Conjunto Pocket Dark um sucesso de vendas!

### CARACTERÍSTICAS, BENEFÍCIOS E VANTAGENS DO PRODUTO:

220 molas em aço por m<sup>2</sup>, com arame 2.0mm | One side (único lado, sem necessidade de virar o colchão) | Várias lâminas de espuma de alto desempenho, produzindo conforto e resistência simultaneamente | Tecido das laterais do colchão e da base box são em 100% poliéster e o tampo do colchão em jacquard especial, proporcionando maciez e resistência.

## GLADIADOR (62 CM)

Um acoplado de madeira, com molas ensacadas, lançado no segundo semestre de 2016. Rapidamente conquistou o público, sendo sinônimo de venda rápida nos PDV's e satisfação por parte dos consumidores.

Está entre os 5 produtos mais vendidos em 2016.

Com uma roupagem inovadora para o segmento, conta com uma estrutura de madeira devidamente beneficiada no próprio parque fabril.

Tudo isso faz do Gladiador um fenômeno de aceitação no mercado!

### CARACTERÍSTICAS, BENEFÍCIOS E VANTAGENS DO PRODUTO:

Tecidos de alta linha: nas laterais em jacquard especial e malha no tampo com variações de cores e estampas | Lâmina de espuma de alto desempenho, produzindo resistência e conforto | Molas ensacadas em aço, evitando o enferrujamento e ranjimento (190 molas por m<sup>2</sup>). Medindo 2.0 mm o arame, evitando deformidade e aumentando a resistência.



Maranhão Colchões Ltda.

Rua 4 lote 3, Distrito Industrial - São Luis - MA  
compras@maranhaocolchoes.com.br  
gcomercial@maranhaocolchoes.com.br

98 3241-1220 | [www.maranhaocolchoes.com.br](http://www.maranhaocolchoes.com.br)



Cuidando bem do seu sono.

# Nordeste puxou queda nas vendas

Região vinha puxando varejo de móveis para cima até o início da crise, em 2013

Em dezembro de 2016, o volume de vendas do Comércio Varejista Nacional recuou 2,0% na comparação com o mês imediatamente anterior, na série livre de influências sazonais. Nesse mesmo confronto, a variação

da receita nominal foi de -2,1%. Para o volume de vendas, a queda registrada em dezembro ocorreu após avanço de 1,0% no mês anterior. Mesmo movimento foi observado para a variação da receita nominal

(de -0,2% para -0,7%). Na série sem ajuste sazonal, o total das vendas assinalou queda de 4,9% em relação a dezembro de 2015, vigésima primeira taxa negativa consecutiva nesse tipo de comparação. A receita nominal, para essas mesmas comparações, manteve-se positiva, com variações de: 2,0% frente a dezembro de 2015 e 4,5% para o acumulado no ano.

Com queda acumulada de 12,6% em dezembro de 2016, frente ao mesmo período do ano anterior, o setor de Móveis e Eletrodomésticos registrou recuo menos acentuado do que no fechamento de 2015 (-14,1%), contribuindo com o segundo maior impacto negativo na taxa anual do comércio varejista. Especificamente o item Móveis, agora pesquisado isoladamente pelo IBGE, teve queda menor, 12,1% nesta base

## VARIAÇÃO DO VOLUME DE VENDAS DE MÓVEIS – JULHO A DEZEMBRO 2016

UNIDADES DA FEDERAÇÃO	JULHO			AGOSTO			SETEMBRO			OUTUBRO			NOVEMBRO			DEZEMBRO		
	Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)	
	No ano	12 meses		No ano	12 meses		No ano	12 meses		No ano	12 meses		No ano	12 meses		No ano	12 meses	
Brasil	-12,8	-12,5	-16,4	-14,6	-12,8	-16,2	-13,6	-12,8	-15,4	-14,7	-13	-14,7	-7,5	-12,5	-13,7	-8	-12,1	-12,1
Ceará	-4,8	-2,3	-6,9	-1,9	-2,2	-7,3	-2	-2,2	-6	-5,8	-2,5	-5,6	1,5	-2,2	-4,2	0,5	-1,9	-1,9
Pernambuco	-44,7	-23,2	-25,8	-38,6	-24,9	-26,6	-40	-26,3	-26,6	-41,4	-27,7	-27,4	-28,6	-28,7	-27,9	-44,7	-30,4	-30,4
Bahia	-21,1	-10,9	-14,1	-20,9	-12,1	-14,7	-22,2	-13,2	-14,4	-23,3	-14,2	-14,9	-13,7	-14,2	-15,1	-13,4	-14,5	-14,5
Minas Gerais	-22,7	-12,9	-15,6	-22,9	-14,1	-15,4	-10,7	-13,8	-14,4	-13,4	-13,8	-14,2	-3,9	-12,8	-13,6	-8,4	-12,5	-12,5
Espírito Santo	-42	-40	-36	-49,7	-41,2	-39,6	-28,7	-40,3	-39,2	-19,2	-38,7	-37,9	-4,1	-36	-36,5	-15,3	-34,2	-34,2
Rio de Janeiro	-15,6	-21,5	-21,6	-16,9	-20,9	-21,4	-19	-20,7	-20,8	-15,2	-20,3	-20,2	-14,4	-19,7	-19,9	-14,4	-19,2	-19,2
São Paulo	-5,3	-10,8	-15,9	-14,8	-11,2	-15,3	-11,1	-11,2	-14,3	-14,7	-11,5	-13,7	-9,2	-11,3	-12,4	-6,3	-10,9	-10,9
Paraná	-9	-8,7	-15,9	-4,9	-8,2	-14,7	-10	-8,4	-13,4	-10,2	-8,6	-11,9	-4	-8,2	-10,6	-2,4	-8	-8
Santa Catarina	21,7	12,2	-2,9	-0,1	10,8	-1	-12,2	8,4	0	-6,6	7,8	2,7	-13	4,7	2,2	-11	3,5	3,5
Rio G. do Sul	18,6	8,3	-3,5	21,8	9,8	-0,5	12,8	10,1	2,1	6	9,8	4	25,2	11,2	7,9	13,1	11,3	11,3
Goias	-24,5	-7,1	-15,4	-14,2	-7,9	-14,6	-18,2	-9	-13,7	-12,6	-9,7	-12,9	-3,5	-9,1	-11	-16,4	-9,9	-9,9
Distrito Federal	-34,5	-27,5	-24,7	-33,6	-28,2	-26,1	-18,3	-27,3	-26,2	-16,7	-26,3	-26	-9,1	-24,7	-25,6	7,2	-23,7	-23,7

Fonte: IBGE | (1) Igual mês do ano anterior = 100 | (2) Igual período do ano anterior = 100

## VARIAÇÃO DA RECEITA NOMINAL DE VENDAS DE MÓVEIS – JULHO A DEZEMBRO 2016

UNIDADES DA FEDERAÇÃO	JULHO			AGOSTO			SETEMBRO			OUTUBRO			NOVEMBRO			DEZEMBRO		
	Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)		Mensal (1)	Acumulada (2)	
	No ano	12 meses		No ano	12 meses		No ano	12 meses		No ano	12 meses		No ano	12 meses		No ano	12 meses	
Brasil	-11,1	-9,3	-12,6	-13	-9,7	-12,5	-12,8	-10	-11,9	-14,5	-10,4	-11,6	-7,2	-10,1	-11	-7,4	-9,9	-9,9
Ceará	-2,8	-0,3	-4,6	1,4	-0,1	-4,8	-1,2	-0,2	-3,5	-5,4	-0,8	-3,3	2,8	-0,5	-2,2	0,8	-0,3	-0,3
Pernambuco	-42,6	-19,3	-21,7	-37,3	-21,4	-22,6	-40,3	-23,1	-22,9	-41,6	-24,9	-24,2	-36,6	-26	-25	-42,1	-27,8	-27,8
Bahia	-20,3	-10,1	-12,3	-19,3	-11,2	-13	-21,5	-12,3	-13	-22,3	-13,3	-13,7	-12,2	-13,2	-14	-10,8	-13,4	-13,4
Minas Gerais	-17,2	-6,5	-9,5	-17,3	-7,9	-9,4	-5	-7,6	-8,4	-8,3	-7,6	-8,2	0,3	-6,9	-7,7	-5,4	-6,8	-6,8
Espírito Santo	-41,2	-39,1	-34,9	-47,7	-40,2	-38,4	-25,6	-39,1	-37,9	-16,5	-37,5	-36,5	-2,3	-34,6	-35,1	-13,9	-32,8	-32,8
Rio de Janeiro	-14,3	-20,3	-20,1	-13,7	-19,6	-19,8	-15,5	-19,2	-19,1	-12,4	-18,6	-18,4	-12,9	-18	-18,1	-13	-17,5	-17,5
São Paulo	-5,4	-7,6	-11,4	-14,7	-8,4	-11,3	-11,9	-8,8	-10,7	-16,7	-9,6	-10,9	-11,1	-9,7	-10,3	-7,3	-9,5	-9,5
Paraná	-9	-4,5	-10,8	-6,3	-4,7	-9,9	-13	-5,5	-9,3	-12,7	-6,3	-8,4	-6,4	-6,4	-8,1	-5,9	-6,7	-6,7
Santa Catarina	21,7	17,1	3	-1,7	14,9	4,4	-15,1	11,6	4,7	-9	10,4	6,7	-15,2	6,6	5	-14,1	4,7	4,7
Rio G. do Sul	21,5	15,4	3,7	23,1	16,3	6,4	14,5	16,2	8,6	7,8	15,4	10,2	27,8	16,5	13,7	15,6	16,3	16,3
Goias	-21,7	-4,1	-12,2	-12,1	-5	-11,4	-17,4	-6,3	-10,8	-15,7	-7,3	-10,2	-4,1	-7	-8,8	-15,6	-7,9	-7,9
Distrito Federal	-34,1	-25,7	-22,9	-32	-26,5	-24,3	-18,6	-25,7	-24,5	-17,2	-24,9	-24,6	-8,3	-23,4	-24,2	8,2	-22,4	-22,4

Fonte: IBGE | (1) Igual mês do ano anterior = 100 | (2) Igual período do ano anterior = 100



de comparação. “Com uma dinâmica de vendas associada à disponibilidade de crédito e a evolução dos rendimentos, o resultado do setor, abaixo da média geral, foi influenciado principalmente pela elevação da taxa de juros nas operações de crédito às pessoas físicas e pela queda da massa real de rendimentos”, explica Ari Bruno Lorandi, diretor do Intelligence Group, responsável pela elaboração do estudo de mercado Gold Map.

## MÓVEIS CAI 9,9% EM RECEITA DE VENDAS

O IBGE pesquisa as vendas do varejo através do volume e da receita nominal. E, de acordo com Ari Bruno, a variável “receita nominal de vendas” é considerada a mais importante porque é ela que define a quantidade de dinheiro investido na compra de móveis. E neste caso, considerando a pesquisa de 2016, nota-se que o volume de vendas caiu pouco mais do que a receita que recuou 9,9% no ano. “Independente de volume ou receita, os piores resultados ocorreram nas regiões Sudeste e Nordeste, não por acaso as duas que vinham puxando para cima as vendas até a crise que começou no segundo semestre de 2013”, aponta o diretor.

O principal mercado – São Paulo – registrou queda de 10,9% em volume e de 9,5% em receita nominal. O segundo maior mercado da região – Rio de Janeiro – registrou vendas bem piores: -19,2% em volume e -17,5% em receita. Para completar, Minas Gerais recuou -12,5% e -6,8%, respectivamente. E o pior resultado em todo o Brasil foi registrado no Espírito Santo, com queda de 34,2% em volume e de 32,8% em receita nominal. No Nordeste, o tombo foi ainda maior. Os três principais mercados – Bahia, Pernambuco e Ceará – registraram quedas. A maior foi em Pernambuco com -30,4% em volume e -27,8% em receita nominal. Na



mesma base de comparação, a Bahia recuou 14,5% e 13,4%, respectivamente. O Ceará fechou o ano com recuo de apenas 1,9% em volume, verificando-se uma leve alta nas vendas de dezembro na comparação com o mesmo de 2015 (0,5%) -0,3% em receita.

As vendas de móveis em 2016 só não foram piores porque dois estados da Região Sul – Rio Grande do Sul e Santa Catarina – passaram o ano no positivo e fecharam com alta de 11,3% e 3,5%, respectivamente em volume e de 16,3% e 4,7%, em receita nominal. “É verdade que os resultados no País foram ruins, mas é importante observar que foram menos piores do que em 2015. Naquele ano o volume de vendas caiu 16,2% e a receita nominal de vendas fechou com queda de 11,6%”, observa Ari Bruno. Para este ano a previsão do estudo de mercado Gold Map, do Intelligence Group, é de alta de 8% em receita de vendas e de 6,5% em volume de vendas em relação ao ano passado. Segundo o especialista, é uma previsão otimista, mas é bom considerar que as perdas acumuladas entre 2013 e 2016 alcançam mais de 27% em volume. Portanto, considerando-se a expansão de 8% este ano, ainda vamos demorar mais dois anos, pelo menos, para recuperar apenas as perdas dos últimos quatro anos.

## AS ESPERANÇAS DO VAREJO

Veja abaixo os fatores positivos para o varejo este ano:

- **Inflação mais controlada:** Pela quinta semana consecutiva, melhorou expectativa dos analistas do mercado financeiro para a inflação este ano, segundo Boletim Focus, do Banco Central. Mediana das estimativas para o Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo caiu de 4,70% para 4,64% e está mais próxima da meta de 4,5% perseguida pelo BC.

- **Redução do desemprego:** taxa de desemprego recuou para 11,1% em 2016, revelou o Instituto Nacional de Estatística – Ine. Este é o valor mais baixo desde 2010, quando tinha ficado nos 10,8%. Nos últimos três meses do ano passado, a taxa ficou em 10,5%, inalterada face ao terceiro trimestre.

- **Redução nas taxas de juros:** O BC já prometeu acelerar o ritmo de corte da taxa básica de juros (Selic) nos próximos meses. Analistas projetam taxa abaixo de 10% ao ano no fim de 2017. A medida deverá afetar a rentabilidade da maioria dos investimentos de renda fixa.

- **Confiança do empresário:** Um em cada três brasileiros afirma que a economia vai melhorar, segundo índice da Fecomércio/RJ, que faz uma pesquisa em oito capitais e mais 64 cidades. É uma melhora de 13 pontos percentuais em relação ao ano passado, quando 20% disseram esperar que 2016 fosse positivo.



# Diversificação com foco

*Com três empresas, Grupo J. Chaves aposta na diversidade do varejo*



O CASAL DE PROPRIETÁRIOS, ALDEANE MELO E JUVENAL CHAVES DE AQUINO



A PRIMEIRA LOJA DO GRUPO J. CHAVES, INAUGURADA EM 1999

Inicialmente oferecendo serviços de hotelaria, alimentação e hospedagem, o Grupo J. Chaves, de Pau dos Ferros (RN), tem até hoje a diversificação em seu DNA. Atualmente, o grupo possui três empresas atuando em linhas diferentes: J. Chaves Móveis e Eletro, J. Chaves Móveis e Ambientações e J. Chaves Móveis para Escritório e Papelaria. De acordo com dados do IBGE, o comércio é a principal fonte de renda de Pau dos Ferros, localizado à 392 km da capital Natal.

O grupo foi inaugurado em 3 outubro de 1999 por Juvenal Chaves de Aquino, hoje administrador financeiro da empresa, e sua esposa, Aldeane Melo, atualmente diretora geral. A loja matriz está localizada na Avenida Independência, no centro da cidade. A marca começou a expandir os negócios e, em 2003, inaugurou sua primeira filial na cidade de Rodolfo Fernandes (RN). Seis anos depois, foi inaugurada a primeira loja no segmento de móveis para escritórios e papelaria.

“Não estamos apenas vendendo produtos, estamos realizando e projetando sonhos. Cada cliente nosso tem que ser tratado de modo a se sentir especial ao entrar em nosso ambiente”, afirma a diretora geral da empresa, Aldeane Melo. Em 2015, o grupo foi pioneiro ao trazer para Pau dos Ferros uma empresa de móveis planejados e ambientações, como forma de atender a uma demanda dos clientes e atingir um público que

cada vez mais pede exclusividade na hora de mobiliar e decorar a casa. “A empresa de móveis planejados é hoje a que mais fatura”, afirma Aldeane. “Dentre os segmentos com que trabalhamos, é o que tem mais prospecção de movimento. Para 2017, vamos reinaugurar a seção de planejados, que passará a oferecer móveis mais sofisticados”.

O segredo do grupo para contornar o período de retração da economia é “diversificar sem perder o foco”. Está nos planos para 2017 adquirir uma franquia das Livrarias Saraiva, gigante do varejo de livros que já conta com 113 lojas em todo o País. “Ainda não temos nenhuma livraria em Pau dos Ferros, e apesar de ser um município pequeno, com cerca de 28 mil habitantes, é uma cidade-polo com população flutuante – 37 pequenos municípios dependem comercialmente do nosso”, analisa a empresária.

A papelaria e loja de móveis de escritório ajuda a manter o fluxo de capital em uma época de movimento fraco no varejo de móveis e eletrodomésticos: a volta às aulas. Já a empresa de móveis planejados não sentiu os efeitos da crise em 2016. Mas é a matriz do grupo que ainda responde por grande parte do lucro. “Somos uma empresa genuinamente pauperrense e somos considerados, no mercado local, como a melhor loja de móveis da cidade, o que aumenta ainda mais a nossa responsabilidade em mantermos esse nível nos serviços prestados”, finaliza a empresária.





## COLCHÃO VERSALHES, IMPOSSÍVEL NÃO SE APAIXONAR

O colchão Versalhes é desenvolvido com espumas de densidades progressivas, molas ensacadas individualmente e alta tecnologia para proporcionar: suporte anatômico ao corpo e maior índice de conforto, atendendo as características dos diferentes biótipos.

Seu Europillow é revestido por um tecido tipo malha fria que permite a diminuição da temperatura do corpo e aumenta a sensação de conforto durante o sono. Já as laterais são revestidas por um tecido suede e por um fitilho com detalhes em prata, juntos realçam sua qualidade e a elegância.

UM SONHO DE COLCHÃO.  
ELEGÂNCIA, CONFORTO E  
TECNOLOGIA.

[@elegancecolchoes](https://www.instagram.com/elegancecolchoes) [f/colchoeselegance](https://www.facebook.com/colchoeselegance)

75. 3631-0965 | [www.elegancecolchoes.com.br](http://www.elegancecolchoes.com.br)



**Elegance**  
COLCHÕES

18 ANOS



# Família de empreendedores

*Sucesso da Domestilar é fruto de muito trabalho e dedicação da família Nunez*



A DOMESTILAR CASA FOI FUNDADA EM 6 DE JANEIRO DE 2014

A HISTÓRIA DA DOMESTILAR COMEÇOU NA DÉCADA DE 60, COM JESUS E CASSIANA NUNEZ



A Domestilar é hoje, sem dúvidas, um dos mais notáveis exemplos de sucesso do Amapá. Com 11 lojas em três municípios do estado (Macapá, Santana e Laranjal do Jari), a rede varejista de móveis, eletros e utilidades domésticas, começou de um jeito bem diferente. Na década de 60, o espanhol Jesus Nunez Perez chegou ao então Território Federal do Amapá, trazendo na bagagem pinturas, desenhos, fotografias e



JESUS E CASSIANA COM FILHOS

imagens sacras. Ele não conhecia bem a região, mas apostou todas fichas e iniciou seu comércio.

Com o passar do tempo, além de quadros e imagens, a empresa Real Artes e Pinturas, fundada em sociedade com sua esposa Maria Cassiana, passou a vender também utilidades para o lar, pelo antigo, mas eficiente, método porta a porta. O pagamento era dividido em prestações mensais e o controle, através de um caderno de notas.

Em maio de 1979, Jesus faleceu e pouco tempo depois, sua esposa. Os filhos passaram a administrar a empresa com o apoio do tio, Alexandre Nunez Perez, dando continuidade aos negócios da família. O gerenciamento ainda era um mistério, mas, o primeiro propósito deles era saldar as dívidas e honrar os compromissos da família com fornecedores e bancos, o que conseguiram liquidando o estoque através de promoções.



JESUS E CASSIANA NA LOJA



Em 18 de fevereiro de 1981, Jaime Nunes fundou a J. D. Nunes, com o nome fantasia Domestilar, loja de utilidades para o lar, eletrodomésticos e móveis, e que posteriormente viria a contar com mais dois sócios (Liter e Adelino Nunes, irmãos de Jaime). A empresa ocupava duas salas alugadas e contava com seis funcionários em Macapá, mas queria crescer e buscava novos objetivos.

Em 1988, o Amapá passou de território a estado, o que ocasionou em uma grande mudança no quadro econômico e social da região. Como consequência, a Domestilar ampliou suas instalações. De lá para cá, foram muitos obstáculos ultrapassados pela companhia, que hoje emprega mais de mil colaboradores. “A filosofia da empresa é administrar estruturada com o mais elevado respeito e parceria com os nossos funcionários, trazendo para o Amapá uma nova concepção de comércio em todos os aspectos. Esta é a nossa meta, uma verdadeira obstinação da nossa parte”, afirma o diretor geral, Jaime Nunes, sintetizando os propósitos do grupo.

A Domestilar também faz investimentos constantes na área social e cultural, através de apoios, patrocínios, valorizando o esporte, a música, a arte e o folclore brasileiro. A varejista é uma das 26 mantenedoras da Associação Junior Achievement – ONG que trabalha com crianças, adolescentes e jovens, despertando e desenvolvendo neles o espírito empreendedor, preparando-os para os desafios pessoais e profissionais, bem como para o mercado de trabalho. Além disso, é apoiadora do Instituto do Câncer Joel Magalhães – Ijoma, que cuida de portadores de câncer e seus familiares.

## EXPANSÃO DE LOJAS

Em 2012, no dia 6 de fevereiro, foi inaugurada a loja Domestilar Pacoval, situada na zona norte de Macapá, ampliando



cada vez mais os sonhos de seus idealizadores. Em 2 de setembro de 2013, com um novo conceito, nasceu a Domestilar Tecnologia, seguida, em 6 de janeiro de 2014 da Domestilar Casa, uma loja onde o cliente tem a possibilidade de visualizar ambientes como em sua própria casa podendo sentir o conforto, modernidade e bem-estar em seus ambientes.

A Domestilar Shopping Garden foi inaugurada em 7 de junho de 2014. E, no mesmo ano, no dia 22 de setembro, foi a vez da Domestilar Ponta de Estoque no município de Santana. Atualmente, a Domestilar conta com 11 lojas sendo: oito em Macapá, duas no município de Santana e uma em Laranjal do Jari. A empresa conta com mais de mil colaboradores e tem novos projetos previstos para 2017. “Todas essas ações na verdade, mostram que os donos da Domestilar são os seus clientes e funcionários. A diretoria da empresa apenas gerencia e escuta seus anseios, procurando otimizar recursos para melhor atendê-los”, afirma o diretor geral, que ainda ressalta: “os sonhos e objetivos de Jesus e Maria Cassiana continuam vivos ainda hoje, dentro de toda a Domestilar, que acredita ser possível crescer com o seu estado e sua gente”.



JAIME NUNES, DIRETOR GERAL

POR DANIELA MACCIO, DE CURITIBA (PR)

# Bahia no topo das exportações

*O estado exportou cinco vezes mais no primeiro bimestre deste ano*



O primeiro sinal altamente positivo para a indústria moveleira veio do mercado externo. As exportações, nos dois primeiros meses deste ano, renderam US\$ 81,7 milhões, alta de 7,2% na comparação com o mesmo período do ano passado. Também são pontos positivos as elevações das exportações para os Estados Unidos, nosso principal parceiro comercial, que subiram 18,9%, e para a Argentina, que está revertendo as consecutivas quedas de 2015 e 2016 e cresce 12,5%. Nota negativa é a queda de 33% nas vendas para o Reino Unido, embora ainda permaneça como segundo maior importador de móveis do Brasil. As importações, por

seu lado, também registram significativa alta, segundo os dados do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio – Mdic. Nos dois primeiros meses a alta já alcança 10,4% na comparação com 2016, somando US\$ 78,4 milhões. Da China veio 30,7% deste total, mas as importações chinesas registram declínio na comparação com o ano passado (-2,4%). A balança comercial do setor registra superávit de 4,2% com US\$ 3,3 milhões.

Na análise por estado, com base no estudo realizado mensalmente pelo Mdic, destaca-se o desempenho da Bahia nas exportações de móveis do País no primeiro bimestre. O estado registrou faturamento de US\$ 778,5 mil, um número cinco vezes maior que o registrado no primeiro bimestre de 2016. Pernambuco também foi destaque: com US\$ 388,4 mil, o estado duplicou a receita das exportações, em relação ao mesmo período do ano passado.

Na análise comparativa entre 2016 e 2015, o ranking da balança comercial de móveis continua sendo liderado pela Região Sul. Santa Catarina detém o 1º lugar, com US\$ 205,7 milhões nos embarques em 2016, seguida do Rio Grande do Sul e Paraná. Entre os 10 maiores exportadores de móveis em 2016, há três estados do Norte e Nordeste: Bahia, com US\$ 2,7 milhões; Pernambuco, com US\$ 2,2 milhões; e Pará, que exportou 1,4 milhão em móveis no ano passado. Dos três, apenas Pernambuco registrou variação negativa (de -5%) em relação ao ano anterior. A



Bahia foi o grande destaque mais uma vez, com alta de 35%, na comparação com o mesmo período (janeiro a dezembro) de 2015. O setor moveleiro baiano está bastante pulverizado por todo o estado, sendo que a indústria de colchões e estofados é um dos principais segmentos de atuação. Simões Filho, Salvador, Camaçari, Dias D'Ávila e Porto Seguro foram os municípios do estado que exportaram móveis em 2016, segundo o Mdic.

Apesar da menor proporção, um dos estados com bom desempenho nas exportações no ano passado foi o Ceará. Os embarques tiveram elevação de 6,6% em relação a 2015. O estado participou de missões internacionais durante todo o ano, por meio do Programa Ceará Móveis Export. “Nossos produtos têm tido uma boa aceitação

RANKING GERAL	EXPORTAÇÕES US\$
Santa Catarina	205.742.746
Rio Grande do Sul	180.459.327
Paraná	77.802.700
São Paulo	76.991.685
Minas Gerais	28.248.957
Espírito Santo	4.797.166
Bahia	2.700.952
Pernambuco	2.181.968
Pará	1.398.405
Mato Grosso	1.125.371

\*Os números são do Mdic com base no período de janeiro a dezembro de 2016

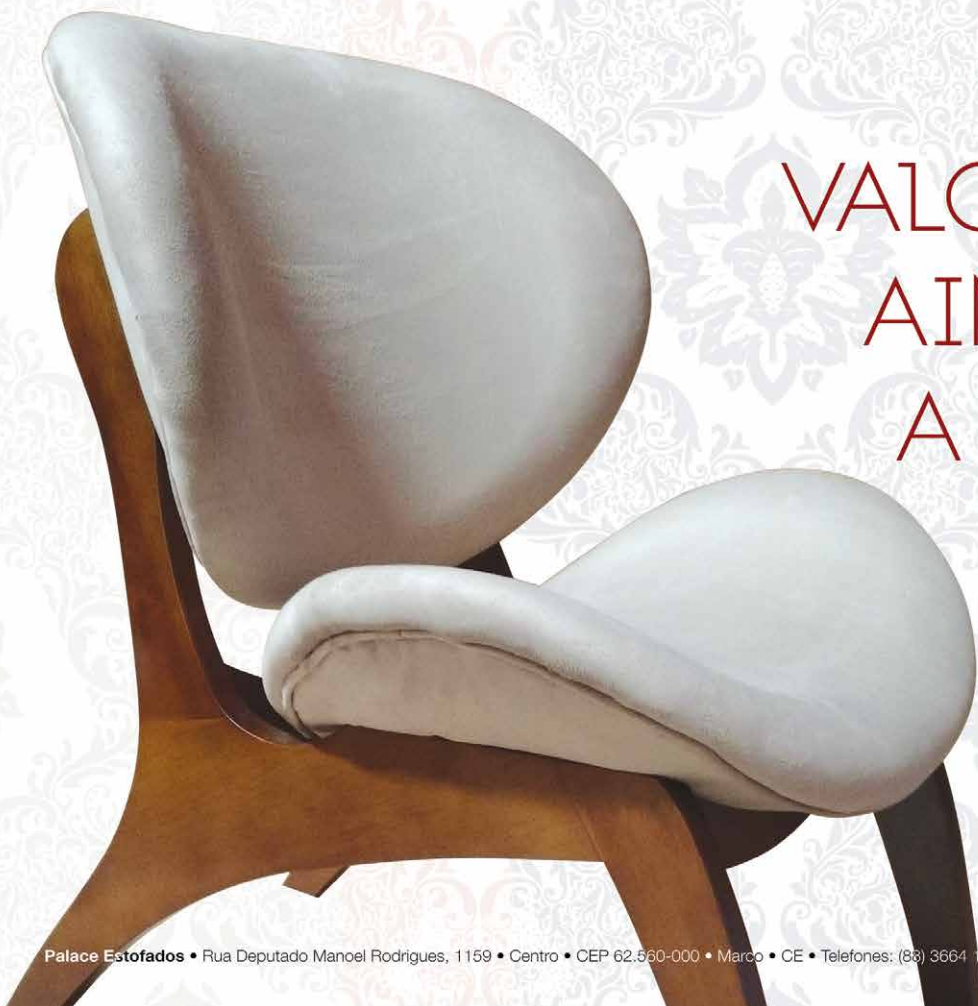
RANKING NORTE E NORDESTE	EXPORTAÇÕES US\$
Bahia	2.700.952
Pernambuco	2.181.968
Pará	1.398.405
Rondônia	944.761
Ceará	519.792
Amazonas	101.024
Acre	84.203
Alagoas	35.974
Rio Grande do Norte	304

\*Os números são do Mdic com base no período de janeiro a dezembro de 2016

no exterior e a nossa estratégia é investir cada vez mais na internacionalização das empresas para avançarmos”, afirma Osterio Júnior, presidente do Sindicato da Indústria do Mobiliário no Estado do Ceará – Sindmóveis.

POR DANIELA MACCIO, DE CURITIBA (PR)

# O DESIGN VALORIZANDO AINDA MAIS A SUA CASA



# Planejar para desenvolver

*Polo moveleiro de Marco (CE) é foco de Planejamento Estratégico*



DIVERSIFICADO, O POLO MOVELEIRO DE MARCO CONTA COM 38 INDÚSTRIAS DE MADEIRA E MÓVEIS

Localizado a 223 km da capital Fortaleza, o município de Marco (CE) é considerado o maior polo moveleiro da região Nordeste. Município com apenas 26 mil habitantes, Marco se desenvolveu através da indústria de móveis, que representa hoje 94,2% dos empregos formais da indústria da transformação (Caged). Diversificado, o polo conta com 38 indústrias de madeira e móveis – que representam 41,3% da indústria do município – distribuídas entre micro, pequenas e médias, muitas com uma

trajetória que já soma mais de 20 anos de atividade e que possuem como característica marcante a gestão familiar. A exemplo de outras partes do País, o município também sentiu os efeitos da crise econômica dos últimos anos. Em 2016, a indústria de móveis e madeira fechou 119 postos de trabalho. Uma empresa de porte médio fechou e diversas começam 2017 ainda sentindo os efeitos negativos de 2016.

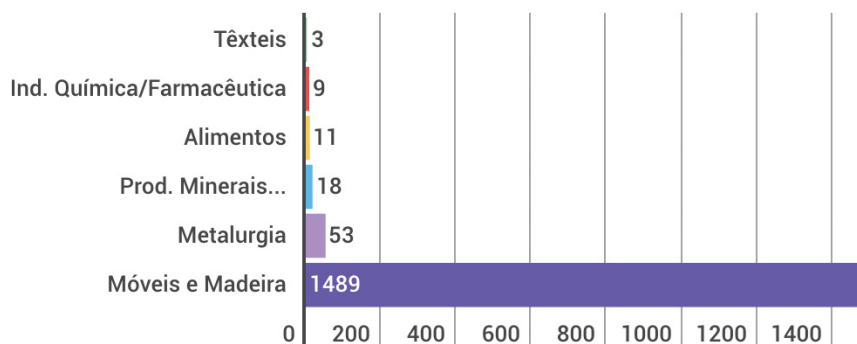
Para que a economia do município se recupere e se desenvolva de uma maneira mais saudável, o Sebrae/CE, através da unidade de Sobral, contratou o Instituto Impulso para realizar o Planejamento Estratégico do Polo do Marco. O projeto está se desenvolvendo com foco em ações de curto, médio e longo prazo, no período de 2017 a 2022.

De acordo com a articuladora do Escritório Regional Norte do Sebrae/CE, Suilany Teixeira, o planejamento está sendo construído de forma participativa com todas as empresas, fabricantes, prestadores de serviços e entidades de apoio da região. “É fundamental que todos os elos da cadeia moveleira não apenas participem da tomada de decisões, mas principalmente contribuam para que as ações propostas sejam levadas a bom termo”, observa Suilany.

## ANÁLISE DO CENÁRIO

O presidente do Instituto Impulso, Ari Bruno Lorandi, destaca que o plano está sendo realizado em três fases: a primeira foi o levantamento do Panorama Macroeconômico de Marco e do Ceará,

## EMPREGOS FORMAIS EM MARCO (CE)





incluindo um questionário encaminhado às empresas visando o diagnóstico do estágio tecnológico, de mão de obra, salários, matérias-primas, tipos de produto, faturamento, etc. “Precisamos avaliar o cenário atual e depois construir a visão de futuro do polo, identificando as principais ações estratégicas com os atores regionais para fortalecer e acelerar o desenvolvimento da indústria moveleira local. A segunda etapa foi cumprida nos dias 17 e 18 de fevereiro, com a presença dos empresários locais e da articuladora regional do Sebrae. No evento, coordenado pelo Instituto Impulso, através do professor Adelino Denk e do presidente do Impulso, foram levantadas as principais necessidades, que na sequência serão apresentadas ao Sebrae e ao Comitê Gestor, para implementação das ações decididas pelo grupo, nos próximos cinco anos. “A terceira etapa, que consideramos talvez a mais importante, é a escolha de um Comitê Gestor que vai ter a tarefa de acompanhar e monitorar a execução das ações propostas”, enfatiza o presidente do Impulso. Esse grupo de empresários e lideranças locais é que garantirá que o planejamento saia do papel e transforme Marco num importante polo moveleiro, ou como preferem os empresários locais, efetivamente “na terra dos móveis”.

## A OSCILAÇÃO DOS NÚMEROS

Um dos resultados descritos no panorama é que a balança comercial de Marco apresenta oscilações muito grandes nas exportações ao longo do tempo, sinalizando falta de políticas objetivas na área. Houve exportações mais expressivas nos anos 2007 a 2009 com o maior valor em 2007, registrando US\$ 2,662 milhões. Porém, em 2016 os valores de exportações alcançaram apenas US\$ 247,5 mil. De acordo com o Sebrae/CE, as principais deficiências percebidas na gestão do setor são: a integração das empre-



SEGUNDA ETAPA DO PLANO FOI CUMPRIDA NOS DIAS 17 E 18 DE FEVEREIRO

sas e o desenvolvimento de um modelo de cooperação eficaz. “O grau de confiança existente entre elas é frágil e não contribui para se criar um grupo empresarial forte e com dinamismo, o que fragmenta as articulações e ações em prol do coletivo. É importante criar uma estratégia para unir e gerar credibilidade entre as empresas. Para isso é necessário que o modelo de governança seja imparcial e desligado de qualquer proposta política partidária”, afirma Suliany Teixeira. Para a articuladora, o planejamento é o espaço para descrever as ações que são necessárias para que a atividade se mantenha sustentável e como referencial mercadológico.

## LIDERANÇAS SE REÚNEM

O grande trunfo do Planejamento Estratégico de Marco é poder ser construído por todos os agentes do setor. “Não há por parte do Sebrae nenhum modelo de exclusão ou tratamento diferenciado. Todas as empresas estão sendo convidadas a participar e interagir com seus conhecimentos e necessidades, durante os encontros de construção do plano” afirma a articuladora.

A união entre empresários é fundamental para a consolidação e a sobrevivência neste cenário cada vez mais competitivo. Com as ações do Planejamento Estratégico, o resultado imediato é a união do setor e a reflexão sobre o que pode manter o Polo de Marco como referência de sucesso em todo o País.

(COLABOROU GIOVANA MONARIS)



SULIANY TEIXEIRA, ARTICULADORA DO SEBRAE/CE

## EXPORTAÇÕES MARCO-CE

ANO	US\$ - FOB	VAR. %
2007	2.662.448	37
2008	1.272.582	-52
2009	1.008.799	-20
2010	356.161	-64
2011	272.575	-23
2012	89.368	-67
2013	0	-
2014	840	-
2015	118.146	13.965
2016	247.531	109

# Gurupi ganha Câmara Setorial

*Incentivo da Prefeitura impulsiona indústria local e moveleira*



O PREFEITO LAUREZ MOREIRA SE REUNIU COM EMPRESÁRIOS DO SETOR DE MÓVEIS

Entre os rios Araguaia e Tocantins, no coração do País, surge no município de Gurupi (TO) um promissor polo moveleiro. Localizado às margens da Rodovia Belém-Brasília e a pouco mais de 200km da capital Palmas, o município tem localização estratégica e entrou em 2017 com uma dose de incentivo em sua indústria moveleira: a proposta de criação de uma Câmara Setorial para unificar e fortalecer o segmento. A ideia é unir entidades representativas do setor de móveis em um fórum, com o objetivo de propor, apoiar e acompanhar ações para o desenvolvimento do polo de Gurupi.

Em dezembro, representantes de indústrias moveleiras da cidade reuniram-se com o Prefeito Laurez Moreira para discutir iniciativas de apoio ao setor. O município atualmente conta com 53 empresas de indústria e comércio de móveis, que juntas empregam mais de

200 pessoas diretamente. “O mercado moveleiro tem uma importância muito grande para o desenvolvimento da economia de Gurupi”, destacou o prefeito. A proposta de criação da Câmara Setorial, que segundo Laurez Moreira será consolidada no mês de março, deu uma injeção de ânimo no segmento. “Com o apoio da Prefeitura de Gurupi, a indústria de móveis do município tem uma boa perspectiva de crescimento”, afirmou o Secretário do Sindicato da Indústria Moveleira do Tocantins, Ailton Fonseca. Para o prefeito, o poder público deve ser mais atuante na indústria. “Com a oficialização da Câmara Setorial, a prefeitura pode ajudar na busca de créditos, formação da mão de obra e demais gargalos do setor. Afinal, a indústria moveleira traz benefícios diretos para o município”, afirma Laurez.

## LOCALIZAÇÃO ESTRATÉGICA

No estado mais jovem do Brasil, a indústria moveleira soma aproximadamente 340 empresas, concentradas nos municípios de Palmas, Porto Nacional, Gurupi, Guaraí, Colinas do Tocantins e Araguaína, segundo informações do Sebrae. Na região sul do Tocantins, onde está localizada Gurupi, há cerca de 70 empresas, estando a maior parte localizada na própria cidade.

O estado se vale de algumas facilidades para investir no potencial moveleiro, como a localização geográfica estratégica – ele está inserido na Região Norte e Amazônia Legal, fazendo divisa com



Pará e Maranhão, estados que contam com grandes reservas de florestas nativas. A proximidade com estados fornecedores de madeira maciça, matéria-prima dos móveis, representa grande oportunidade para o setor. Para além das vantagens geográficas, o em-presariado do estado vem investindo em atualização do parque tecnológico, qualificação dos recursos humanos e padrão de qualidade na produção. No entanto, de acordo com o presidente do Sindicato das Indústrias da Madeira e do Mobiliário do Estado do Tocantins – Simam/TO, Geová Pereira de Mendonça, são as micro e pequenas empresas familiares que compõem a indústria moveleira de Gurupi: “essas empresas ainda têm muito a se desenvolver”.

A produção do mobiliário na região é realizada majoritariamente com painéis de MDF, seguido de madeira natural, compensado e sarrafeado. É comum a produção de móveis sob encomenda, principalmente nas pequenas empresas. A prática apresenta vantagens competitivas, como a possibilidade de oferecer atendimento personalizado ao cliente e gerenciar melhor os recursos. Aproveitando as boas oportunidades da região, o Grupo Gazin inaugurou em 23 de janeiro uma loja em Gurupi – a primeira do grupo no estado do Tocantins. De acordo com gerente regional do Grupo Gazin, Edson Mano, a intenção é participar do desenvolvimento do município, que se destaca cada vez mais dentro do segmento de móveis. “Acreditamos muito no potencial desta cidade, que apresenta mão de obra qualificada e um mercado que se expande cada vez mais. Além disso, tivemos também um acesso muito fácil ao prefeito Laurez e essa disponibilidade demonstra a importância que a prefeitura dá ao ramo empresarial”, afirma.



COM CERCA DE 80 MIL HABITANTES, GURUPI É A PRINCIPAL CIDADE DA REGIÃO SUL DO TOCANTINS



O MUNICÍPIO, QUE TEM UM COMÉRCIO DIVERSIFICADO, APOSTA NO SETOR DE MÓVEIS PARA O DESENVOLVIMENTO DE SUA ECONOMIA



# Abimad marca retomada das vendas

*Lojistas do Norte e Nordeste buscam novidades na feira realizada em São Paulo*



Entre os dias 7 e 10 de fevereiro, todos os olhares do mercado da decoração estiveram voltados para São Paulo, mais especificamente para a Feira Brasileira de Móveis e Acessórios de Alta Decoração. Uma das novidades da 23ª edição da Abimad foi a volta para o antigo Pavilhão Imigrantes que, após reforma e ampliação, passou a se chamar São Paulo Expo. Com mais espaço e conforto, expositores e lojistas puderam se concentrar nos negócios. E, se o número de expositores das regiões Norte e Nordeste é praticamente zero, a participação de lojistas das duas regiões é sempre expressiva.

Adélia Albuquerque, da Decorart Móveis, de Fortaleza (CE), considera a Abimad a principal feira do setor e é presença frequente no evento. Nesta edição, ela se disse surpresa com a quantidade de lançamentos e com o fluxo de visitantes e compradores. “Os expositores apostaram no lançamento de novas linhas e o mercado comprador começou o ano mais otimista”, afirma, lembrando que esta é a fórmula para obter melhor performance do varejo. Para José Lopes, da Classe A Móveis, de São Luís (MA), a feira em si estava muito bonita e os expositores se prepararam com novidades. “Mas teve um fator que impediu a maior realização de negócios nesta edição, que é o fato de muitos lojistas ainda não terem acabado com seus estoques desde o ano passado. Nós compramos na feira, mas a nossa compra não chegou a ser 50% do valor da última edição. Com as incertezas que ainda temos, ficamos temerosos”, afirma, lembrando que o varejo de móveis de alta decoração na região em que atua, ainda não tem boas expectativas para o primeiro semestre. “Como a Abimad tem outra edição em julho, quem sabe as coisas já se modifiquem”, destaca.

POR INALVA CORSI, DE SÃO PAULO (SP)





A CEARENSE KIRIUS É A ÚNICA REPRESENTANTE DA INDÚSTRIA DE MÓVEIS DO NORDESTE QUE EXPÕS NA ABIMAD. AO LADO, FRANCISCO PEREIRA E SOCORRINHO, DA MONTE REIS DESIGN, DE CRATEÚS (CE), SÃO RECEBIDOS POR JOSÉ FREDERICO NETO, DIRETOR DA KIRIUS MÓVEIS



ADÉLIA ALBUQUERQUE, DA DECORART, DE FORTALEZA (CE), DESTACA CLIMA DE OTIMISMO NA ABIMAD



TIAGO ENGELMANN, GERENTE COMERCIAL DA HERVAL NORDESTE, COM INÁCIO AGUIAR, DA MADEIRA POLIDA, RECIFE (PE)



SILVANIA ALBUQUERQUE, REPRESENTANTE DA MÓVEIS KIRIUS, RECEBE HUMBERTO DE ARAÚJO, DA CASA BONITA, DE JUAZEIRO DO NORTE (CE)



JOSÉ LOPES, DA CLASSE A MÓVEIS, DE SÃO LUÍS (MA), FEZ NEGÓCIOS COM CAUTELA NA FEIRA



ANTONIO CARLOS DRUMOND, REPRESENTANTE, SÉRGIO BRAGA E DINAMÉRICA ALBUQUERQUE, DA OFFICINA DESIGN, DE RECIFE (PE), COM ISMAEL REIS, DIRETOR DA SIER MÓVEIS



NUBIA E EDLA BARBOSA, DA A PIONEIRA DO LAR, DE CAMPO FORMOSO (BA), COM FABRÍCIO SOUZA, REPRESENTANTE DA RUDNICK

# Eventos aquecem mercado

*Mostras e showrooms são apostas das indústrias para a realização de negócios*



PRIMEIRA EDIÇÃO DA FEMOPE REUNIU 46 FABRICANTES EM GRAVATÁ (PE)

Entre as iniciativas para alavancar os negócios este ano, além das tradicionais feiras, que acontecem a cada dois anos, estão os eventos regionais do setor: mostras e showrooms promovidos por representantes e/ou empresas de eventos, com foco na realização de negócios. Empresários de todo o País já estão apresentando seus lançamentos e preparando novidades para estas ocasiões. De 1 a 4 de fevereiro, foi realizada a 8ª edição da Expo Paraíba, em Campina Grande. O evento reuniu lojistas da região e estados próximos e gerou bons negócios para os expositores. Entre os próximos eventos regionais, está o Showroom do Nordeste e a Femoj – Feira de Móveis de Jequié. Ambos acontecem no mês de abril, na Bahia. O primeiro será realizado pela Yes Feiras & Eventos entre os dias 4 e 6, em Salvador, e o segundo entre os dias 25 e 27, na cidade de Jequié, no interior do estado.

Já no segundo semestre, acontece o Showroom de Fortaleza, promovido pela Yes, de 1 a 3 de agosto, no Centro de Convenções do Ceará. E também a 2ª edição da Feira de Móveis de Pernambuco – Femope, entre os dias 17 e 19 de agosto. A primeira edição do evento foi realizada em agosto do ano passado, no Hotel Canariu's, em Gravatá (PE), e reuniu 46 fabricantes de diversas regiões do País, nos segmentos de escritório, cozinha, dormitório, sala de jantar e estar, estofados e colchões. Entre os expositores do ano passado estavam marcas nordestinas como Avelan, Magno, São Carlos, e Josan. Luiz

Felipe Peixe, responsável pela feira, juntamente com Edinaldo Junior, conta que, devido ao sucesso de 2016, a organização já recebeu a confirmação de todas as indústrias que participaram da primeira edição. “As empresas que ficaram de fora também já entraram em contato com o nosso comercial para participar desta grande oportunidade de negócio”, ressalta Luiz.

Devido a esta demanda, a organização está trabalhando para receber as indústrias e fortalecer ainda mais o evento, que, segundo Luiz, já faz parte do calendário dos lojistas e fabricantes. “Esperamos atingir uma marca de mais de mil lojistas, dos estados de Pernambuco, Alagoas, Sergipe, Rio Grande do Norte, Paraíba, Piauí e Bahia”. Ele explica que a Femope foi idealizada com base na recessão econômica que o País enfrentou em 2016 e enfrenta até hoje. “O nosso compromisso com os fabricantes continua sendo o mesmo: baixo custo e retorno alto. Não temos a pretensão de tornar este evento de alto investimento financeiro, e sim, de alto relacionamento entre os lojistas e os fabricantes”, comenta o organizador.

A 2ª edição da Femope prepara novidades para os visitantes. Além do número maior de expositores maior estrutura para os stands, a feira terá novo layout. Serão ocupados todos os espaços do Hotel Canariu's, que durante os dias do evento, contará com festivais, coquetéis e sorteio de um carro zero km. O evento está programado para ser lançado em março.



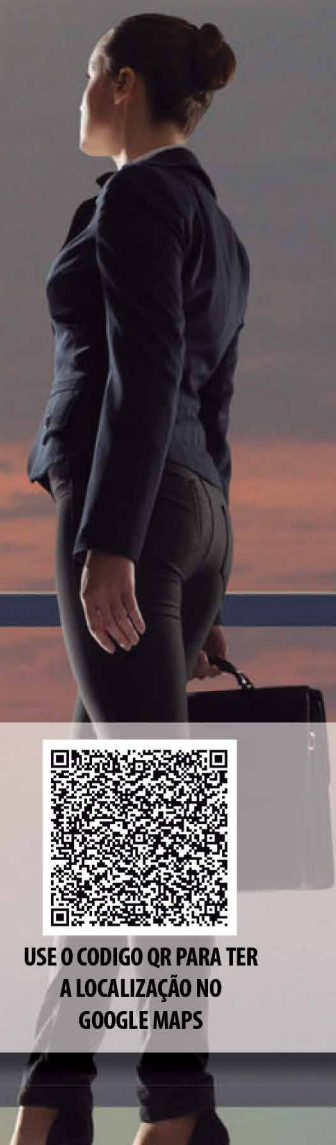
# FeiMobili

FEIRA NACIONAL DA INDÚSTRIA MOVELEIRA



**18 a 20**  
de julho de 2017  
**SÃO PAULO**  
Centro de Eventos  
**PRO MAGNO**

**SUA FEIRA DE MÓVEIS  
EM SÃO PAULO,  
SEM CONEXÕES.  
BOM PARA VOCÊ,  
EXCELENTE PARA  
O VISITANTE.**



ORGANIZAÇÃO



**CARDOSO  
ALMEIDA  
EVENTOS**  
FEIRAS E CONGRESSOS

**FeiMobili**  
FEIRA NACIONAL DA INDÚSTRIA MOVELEIRA

[info@feimobili.com.br](mailto:info@feimobili.com.br)  
[www.feimobili.com.br](http://www.feimobili.com.br)  
Tel.: 22 2648 9751



LOCAL

**PRO MAGNO**  
CENTRO DE EVENTOS

Rua Samaritá, 230 - Casa Verde  
São Paulo - SP



USE O CODIGO QR PARA TER  
A LOCALIZAÇÃO NO  
GOOGLE MAPS

# Movexpo foca em negócios

*Maior feira de móveis das regiões Norte e Nordeste chega a sua 7ª edição*

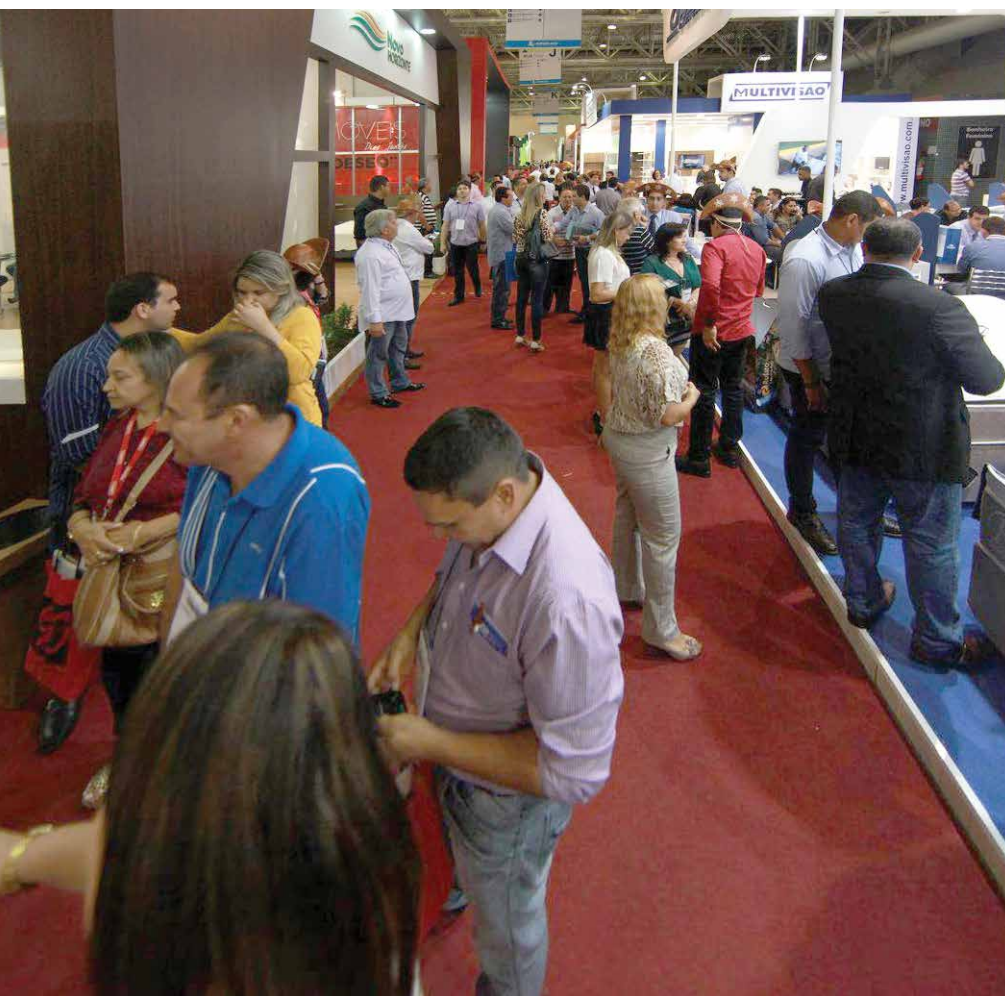
A cerca de dois meses da principal feira do setor moveleiro da região Nordeste, a Movexpo 2017, os preparativos da organização estão a todo vapor. O evento que movimentará o segmento de móveis na região acontece entre os dias 23 e 26 de maio, em Olinda (PE). Realizada bianualmente pelo Sindmóveis/PE com promoção da Reed Exhibitions Alcantara Machado, a Feira Nacional de Móveis para a Região Norte/Nordeste já tem

70% da planta comercializada. A expectativa da organização é reunir 150 expositores nos 25.000 m<sup>2</sup> do Centro de Convenções de Pernambuco, com a presença de mais de 20 mil visitantes, principalmente lojistas e compradores qualificados. A feira é o maior palco para as indústrias de móveis de todo o Brasil interessadas no mercado das regiões Norte e Nordeste, que hoje apresentam, juntas, potencial de consumo de móveis de R\$ 16,9 bilhões.

## NOVOS PROJETOS

Devido aos resultados positivos dos projetos especiais realizados na última edição da Movexpo, já estão confirmadas novas atrações desenvolvidas para fomentar a geração de negócios no evento. São elas: Projeto Comprador, Premium Club Plus, Expositor Destaque e Workshops. “A expectativa para esta edição é focar na geração de negócios. Teremos o Projeto Comprador, através do qual serão selecionados 500 compradores com poder de decisão e eles terão despesas de hospedagem e transfer para o evento pagos pela feira, para participar da rodada de negócios com os expositores”, afirma o diretor do evento, Alexandre Brown.

Também planejado para impulsionar a geração de negócios, o Premium Club Plus oferece credencial diferenciada, entregue antecipadamente, a 1.500 compradores, além de outros benefícios como estacionamento gratuito e lounge exclusivo para reuniões e descanso.







MOVEXPO 2017 FOCA NA GERAÇÃO DE NEGÓCIOS



ALEXANDRE BROWN, DIRETOR DA MOVEXPO

O prêmio 100 Lojistas de Ouro, que está sendo desenvolvido pela revista Móveis de Valor Norte & Nordeste, é outra inovação desta edição (leia mais na pág. 42). Já o projeto Representante Destaque vai atuar premiando os representantes que enviarem mais convites eletrônicos para os lojistas.

## OPORTUNIDADE E ECONOMIA

Após um ano com economia difícil, a organização da MoveXpo facilitou as condições para quem deseja expor no evento. A diversidade de espaços e montagens disponíveis está maior, havendo inclusive modelos mais econômicos.

Agora, o expositor pode comprar um pacote em que recebe o estande pronto por R\$ 350 o metro quadrado. Com o valor em que o expositor antes pagava apenas pela área, ele adquire a área e a montagem. No pacote, o expositor envia o seu logotipo e recebe o estande pronto para receber seus produtos e fazer negócio.

## PROJETOS DESTA EDIÇÃO

**PREMIUM CLUB PLUS:** os expositores indicam os compradores que desejam encontrar na MoveXpo e estes compradores ganham benefícios exclusivos.

**PROJETO COMPRADOR:** a organização premiará 500 compradores que tenham poder de decisão com hospedagem e transfer para participar da rodada de negócios.

**EXPOSITOR DESTAQUE:** expositores que mais enviarem convites do evento aos lojistas serão premiados.

**REPRESENTANTE DESTAQUE:** A campanha visa engajar representantes comerciais do Norte e Nordeste para que enviem convites eletrônicos aos lojistas de toda a região. Haverá premiação para os três primeiros colocados durante a abertura do evento.

**100 LOJISTAS DE OURO:** a premiação dos 100 melhores lojistas do Norte/Nordeste na opinião de fornecedores, clientes e funcionários das lojas é uma parceria com a Revista Móveis de Valor Norte & Nordeste, e ocorrerá durante o evento.

**ILHA DO CONHECIMENTO:** palestras e workshops gratuitos, oferecido por expositores, associações e mídias do setor, serão ofertados a todos os visitantes do evento.

# ◆ 100 Lojistas de ouro

*Revista MV Norte & Nordeste promove premiação inédita*



MÁRIO GAZIN, PRESIDENTE DO CONSELHO DA GAZIN, SERÁ PALESTRANTE NA ABERTURA DO EVENTO E A ENTREGA DOS PRÊMIOS AOS 100 LOJISTAS DE OURO OCORRERÁ AO LONGO DA MOVEXPO, DE 23 A 26 DE MAIO, NO ESTANDE DA GAZIN

Desde seu início, em 2015, a Revista Móveis de Valor Norte & Nordeste, atua com o propósito de ser uma vitrine para as indústrias destas regiões e mostrar todo potencial existente no varejo regional. Ao longo destes dois anos, na editoria Varejo em Destaque, já passaram algumas das principais redes de lojas de móveis e eletros do Norte e Nordeste, das maiores às menores, reforçando o potencial do comércio regional. Agora, em uma iniciativa inédita, a Revista MV Norte & Nordeste irá homenagear os empresários que se destacam no varejo destas regiões.

Uma ampla pesquisa está sendo realizada para selecionar os 100 lojistas de móveis que valem ouro, e que serão homenageados em uma grande solenidade na abertura da Movexpo 2017, dia 23 de maio, no Recife (PE). Os critérios para a escolha envolvem a votação dos fornecedores, funcionários e de clientes das lojas pesquisadas. O principal objetivo é identificar lojistas que venceram em suas atividades, considerando alguns itens, como: expansão dos negócios; geração de empregos; crescimento das vendas; satisfação dos clientes; menor rotatividade de pessoal; parceria com fornecedores e liderança na comunidade. Para marcar a outorga do prêmio aos 100 Lojistas de

Ouro, a MV Norte & Nordeste terá uma edição especial, com homenagem aos eleitos. A iniciativa conta o patrocínio do Grupo Gazin, que reconhece a importância do varejo regional e suas potencialidades, e valoriza ações como esta. Inclusive, o palestrante já confirmado na abertura do evento é o presidente do Conselho do grupo, Mário Gazin.

Composta por cinco indústrias de colchões, atacado, agência de viagens, seguradora, consórcio, financeira, a Gazin, conta com 241 lojas e 7.200 funcionários de diversos estados brasileiros, como Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Acre, Rondônia, Pará, Amazonas, Goiás e Bahia.



A REVISTA MV NORTE & NORDESTE IRÁ CELEBRAR OS EMPRESÁRIOS QUE SE DESTACAM NO VAREJO DESTAS REGIÕES



# SIM, QUERO INSCREVER MINHA LOJA NA PROMOÇÃO 100 LOJISTAS DE OURO

Por que considero que a minha empresa merece fazer parte dos 100 Lojistas de Ouro?

Porque atendemos os critérios estabelecidos na promoção.



Preencha os dados abaixo neste endereço:  
[www.moveisdevalor.com.br/portal/inscricao-100-lojistas-de-ouro](http://www.moveisdevalor.com.br/portal/inscricao-100-lojistas-de-ouro)



Razão Social  
Nome fantasia  
Nome dos diretores  
Endereço  
Cidade  
Estado

#### • EXPANSÃO DOS NEGÓCIOS

Relacionar o que foi feito neste item nos últimos anos (ampliação e/ou abertura de lojas)

#### • GERAÇÃO DE EMPREGOS

Quantificar número de novos empregos em 2016

#### • CRESCIMENTO DAS VENDAS

Identificar em percentual a elevação das vendas em 2016

#### • MENOR ROTATIVIDADE DE PESSOAL

Quantificar o número de funcionários que se demitiram e/ou foram demitidos em 2016

#### • PARCERIA COM FORNECEDORES

Relacionar pelo menos três (03) fornecedores com parceria por mais de cinco (05) anos

#### • LIDERANÇA NA COMUNIDADE

Relacionar projetos sociais, apoio à entidades ou ações em favor da comunidade

SIM, li e concordo com o Regulamento da promoção 100 LOJISTAS DE OURO, realizada pela revista Móveis de Valor Norte & Nordeste e reconheço que o objetivo é homenagear os 100 empresários lojistas de móveis que mais se destacam nas regiões Norte e Nordeste.

# Os desafios do mercado de trabalho

*Empresas instaladas no Nordeste devem investir na atração de talentos*

O Brasil registrou, no fim do ano passado, número recorde de desempregados, somando um total de 12,342 milhões de pessoas em busca de uma vaga. Segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad) Contínua, publicada no fim de janeiro, só nos últimos três meses do ano houve uma alta de 36% no número de desempregados em relação ao mesmo período de 2015, o que significa cerca de 3 milhões de brasileiros a mais na fila do desemprego. Os dados refletem o tamanho da recessão econômica que o País ainda atravessa.

As notícias para os próximos meses tampouco são animadoras. O assunto ganhou urgência para o Governo Temer, que tem anunciado todas as suas reformas como imprescindíveis para garantir a melhora da economia, e por consequência, do mercado de trabalho. E o mercado econômico no Nordeste,

como no Brasil inteiro, foi fortemente afetado pela crise econômica nacional, pela convergência da grande desmobilização de mão de obra empregada na implantação de nova infraestrutura e atividades produtivas com a fase descendente do ciclo econômico e pelos efeitos da Operação Lava Jato sobre os setores emergentes da indústria naval, de petróleo e gás.

Apesar disso, houve um aumento considerável no mercado de trabalho nordestino nos últimos dois anos, por conta das indústrias que se instalaram na região, inclusive do setor moveleiro. As empresas do Sul e Sudeste acabaram investindo na parte de cima do mapa, em busca de sua consolidação como líderes de mercado e melhores condições logísticas, assim como as multinacionais que, cansadas de brigar por espaços em mercados saturados, optam por um lo-



INSTALAÇÃO DE PLANTAS FABRIS DO SETOR MOVELEIRO GERA EMPREGOS NO NORDESTE DO PAÍS. A ESQUERDA FÁBRICA DA GAZIN, EM FEIRA DE SANTANA (BA), E A DIREITA, FÁBRICA DA HERVAL, EM BEZERROS (PE).



cal com uma perspectiva maior.

Em junho do ano passado, a Herval, tradicional fabricante gaúcha de móveis, inaugurou fábrica em Bezerros (PE). Atualmente, a unidade fabril da região conta com 220 colaboradores e a intenção é chegar num futuro próximo a mais de 600 profissionais. Tiago Engelmann, gerente comercial da Herval Nordeste, conta que durante um ano e meio, 60 colaboradores realizaram treinamento na fábrica da Herval, em Dois Irmãos (RS). “Eles foram transferidos de Bezerros para o Rio Grande do Sul e ficaram em uma espécie do hotel construído pela em-

presa para sua hospedagem. Durante o período, que se encerrou em setembro de 2015, eles aprenderam tudo sobre a forma de trabalhar do grupo, seus objetivos”, ressalta o gerente. Ainda segundo ele, as contratações da Herval em Bezerros têm sido feitas de forma gradativa e hoje há apenas 10 colaboradores do Rio Grande do Sul na fábrica. “No futuro, com certeza teremos apenas pessoas daqui”, completa Tiago, e acrescenta, que esta é uma forma de valorizar a mão de obra local.

Outra fabricante do setor que tem unidade no Nordeste é a Gazin, de Douradina (PR), que produz móveis

## AVALIAÇÃO DO EMPREGO NO SETOR DE MADEIRA E MOBILIÁRIO DO BRASIL E DO E DO NORDESTE ENTRE 2007 E 2016

		Brasil	Ceará	Part. %	Alagoas	Part. %	Bahia	Part. %	Maranhão	Part. %	Paraíba	Part. %	Pernambuco	Part. %	Piauí	Part. %	RN	Part. %	Sergipe	Part. %
2007	Admissões	209.311	2.088	1,00	254	0,12	3751	1,79	1156	0,55	642	0,31	1512	0,72	383	0,18	605	0,29	580	0,28
	Desligamentos	203.606	1.792	0,88	170	0,08	3506	1,72	1047	0,51	372	0,18	1383	0,68	267	0,13	512	0,25	328	0,16
	Saldo / Variação absoluta	5.705	296	5,19	84	1,47	245	4,29	109	1,91	270	4,73	129	2,26	116	2,03	93	1,63	252	4,42
2008	Admissões	221.423	2.437	1,10	185	0,08	3335	1,51	1365	0,62	791	0,36	1607	0,73	326	0,15	754	0,34	633	0,29
	Desligamentos	234.280	2.203	0,94	268	0,11	4381	1,87	1705	0,73	718	0,31	1555	0,66	360	0,15	613	0,26	449	0,19
	Saldo / Variação absoluta	-12.857	234	-1,82	-83	0,65	-1.046	8,14	-340	2,64	73	-0,57	52	-0,40	-34	0,26	141	-1,10	184	-1,43
2009	Admissões	199.000	2.427	1,22	209	0,11	3031	1,52	879	0,44	875	0,44	1998	1,00	463	0,23	641	0,32	712	0,36
	Desligamentos	203.745	2.114	1,04	242	0,12	3170	1,56	1200	0,59	783	0,38	1523	0,75	356	0,17	736	0,36	500	0,25
	Saldo / Variação absoluta	-4.745	313	-6,60	-33	0,70	-139	2,93	-321	6,77	92	-1,94	475	-10,01	107	-2,26	-95	2,00	212	-4,47
2010	Admissões	247.245	3.329	1,35	253	0,10	3504	1,42	1214	0,49	868	0,35	2446	0,99	435	0,18	779	0,32	827	0,33
	Desligamentos	219.995	2.551	1,16	187	0,09	3114	1,42	908	0,41	745	0,34	1824	0,83	410	0,19	620	0,28	621	0,28
	Saldo / Variação absoluta	27.250	778	2,86	66	0,24	390	1,43	306	1,12	123	0,45	622	2,28	25	0,09	159	0,58	206	0,76
2011	Admissões	248.082	3.160	1,27	292	0,12	3872	1,56	1002	0,40	1229	0,50	2593	1,05	515	0,21	850	0,34	951	0,38
	Desligamentos	240.765	2.791	1,16	275	0,11	3296	1,37	1041	0,43	1062	0,44	2209	0,92	479	0,20	750	0,31	820	0,34
	Saldo / Variação absoluta	7.317	369	5,04	17	0,23	576	7,87	-39	-0,53	167	2,28	384	5,25	36	0,49	100	1,37	131	1,79
2012	Admissões	241.537	3.498	1,45	286	0,12	3621	1,50	798	0,33	1011	0,42	2340	0,97	635	0,26	730	0,30	879	0,36
	Desligamentos	238.752	3.224	1,35	305	0,13	3470	1,45	884	0,37	1181	0,49	2184	0,91	591	0,25	770	0,32	858	0,36
	Saldo / Variação absoluta	2.785	274	9,84	-19	-0,68	151	5,42	-86	-3,09	-170	-6,10	156	5,60	44	1,58	-40	-1,44	21	0,75
2013	Admissões	242.260	3.605	1,49	334	0,14	3804	1,57	853	0,35	984	0,41	2334	0,96	657	0,27	921	0,38	931	0,38
	Desligamentos	241.193	3.352	1,39	318	0,13	3513	1,46	788	0,33	887	0,37	2471	1,02	662	0,27	842	0,35	996	0,41
	Saldo / Variação absoluta	1.067	253	23,71	16	1,50	291	27,27	65	6,09	97	9,09	-137	-12,84	-5	-0,47	79	7,40	-65	-6,09
2014	Admissões	229.645	3.332	1,45	326	0,14	4109	1,79	1038	0,45	955	0,42	2260	0,98	526	0,23	724	0,32	1281	0,56
	Desligamentos	239.687	3.304	1,38	381	0,16	3942	1,64	977	0,41	1050	0,44	2608	1,09	560	0,23	720	0,30	1203	0,50
	Saldo / Variação absoluta	-10.042	28	-0,28	-55	0,55	167	-1,66	61	-0,61	-95	0,95	-348	3,47	-34	0,34	4	-0,04	78	-0,78
2015	Admissões	172.986	2.856	1,65	360	0,21	2768	1,60	820	0,47	576	0,33	1536	0,89	396	0,23	545	0,32	813	0,47
	Desligamentos	210.814	3.273	1,55	371	0,18	3519	1,67	1165	0,55	956	0,45	2285	1,08	592	0,28	656	0,31	1223	0,58
	Saldo / Variação absoluta	-37.828	-417	1,10	-11	0,03	-751	1,99	-345	0,91	-380	1,00	-749	1,98	-196	0,52	-111	0,29	-410	1,08
2016	Admissões	137.110	2.053	1,50	353	0,26	2.168	1,58	401	0,29	537	0,39	1279	0,93	283	0,21	396	0,29	642	0,47
	Desligamentos	163.015	2.641	1,62	313	0,19	2.904	1,78	645	0,40	667	0,41	1685	1,03	411	0,25	600	0,37	855	0,52
	Saldo / Variação absoluta	-25.905	-588	2,27	40	-0,15	-736	2,84	-244	0,94	-130	0,50	-406	1,57	-128	0,49	-204	0,79	-213	0,82

Fonte: CAGED/MTE



O BRASIL LEVOU 10 ANOS PARA REDUZIR O DESEMPREGO DE 10% PARA 5%, E PRECISOU DE APENAS DOIS ANOS PARA QUE ELE AVANÇASSE E RETORNASSE AO NÍVEL ANTERIOR

e colchões, além de atuar em diferentes frentes de negócios, como atacado e varejo. Atualmente, o grupo conta com uma fábrica em Feira de Santana (BA) e dois centros de distribuição, em Feira de Santana e em Campina Grande (PB). A Gazin emprega 472 pessoas nestas três unidades. “Nos últimos dois meses foram contratados 11 novos colaboradores, sendo sete motoristas e três auxiliares de depósito em Feira de Santana, e um aprendiz em Campina Grande”, afirma Elton Fernando Hoshino, do departamento de gestão de pessoas. Segundo ele, no início das atividades na Região Nordeste, não houve dificuldades em encontrar pessoas para trabalhar, porém, apesar da grande quantidade de currículos enviados, havia pouca gente qualificada para os cargos abertos.

Veja na página anterior tabela com a avaliação do emprego no setor de madeira e mobiliário do Brasil e dos estados do Nordeste entre 2007 e 2016.

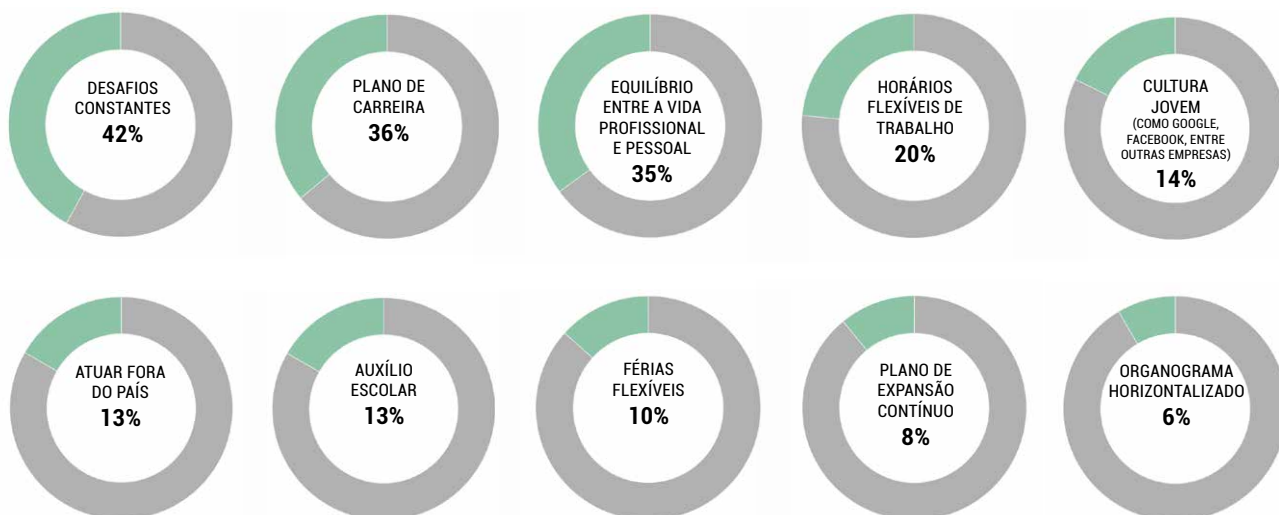
### EM BUSCA DE MÃO DE OBRA

Não é desconhecido o fato de que o Brasil ainda hoje é carente de mão de obra especializada e experiente, e que esta escassez se concentraria principalmente nas cidades fora das metrópoles. Isto significaria uma baixa escala no

potencial avanço dos negócios em cidades fora do eixo Rio-São Paulo. Todavia, o PageGroup, conglomerado de consultoria de recrutamento e seleção, vê nos negócios fora das grandes capitais a tendência oposta: grande potencial de crescimento e profissionais não bem aproveitados que na contramão preferem deixar a região e buscar oportunidades nas metrópoles. A segunda edição do estudo “Desafios de Contratação no Nordeste do Brasil” contou com a participação de 500 executivos de 17 setores da economia, incluindo empresas do setor moveleiro, em 26 cidades. O levantamento foi produzido em setembro e outubro de 2016 com o objetivo de apresentar o atual cenário das empresas localizadas no Nordeste do Brasil e mostrar como essas companhias estão lidando com atração e retenção de profissionais.

De acordo com o estudo, a maioria das empresas da região não possui uma estratégia para se destacar das concorrentes em retenção e atração de talentos. As empresas do Nordeste estão se aprimorando no conceito de EVP (Employment Value Proposition) que se traduz por proposta de valor pela oferta de trabalho.

Confira no gráfico abaixo algumas das ações realizadas pelas companhias:





## DIFERENTES REGIÕES, MESMAS DIFICULDADES

O levantamento constatou que as empresas do Nordeste possuem praticamente as mesmas dificuldades e as mesmas opiniões de empresas localizadas em outras regiões do País. Os Estados com maior taxa de respostas na pesquisa foram Bahia, Ceará e Pernambuco. 67% dos respondentes ocupam cargos de gerência, 20% de gerência executiva, 13% são diretores e 1% são vice-presidentes ou presidentes.

Confira principais dados dos municípios com maior representatividade ao lado.

Ainda segundo a pesquisa, na Bahia existe uma escassez de profissionais nas áreas de Engenharia, Comercial e Logística. Já as empresas do Ceará não se deparam com grandes barreiras para encontrar profissionais qualificados, pois a oferta na região é alta. Em resumo, as áreas de Engenharia e Comercial são as que apresentam maiores obstáculos no recrutamento do profissional ideal. As empresas da região declaram uma grande dificuldade em encontrar profissionais especializados, com foco em assuntos específicos, para cargos de média gerência. Os cargos de coordenadores e supervisores também costumam ser problemáticos para os empregadores. Leandro Pedrosa, gerente sênior



LEANDRO PEDROSA, GERENTE SÊNIOR DA  
MICHAEL PAGE NO NORDESTE

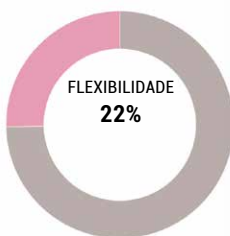
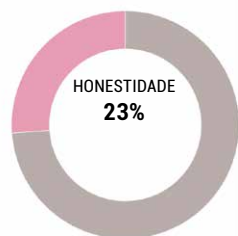
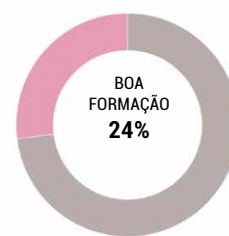
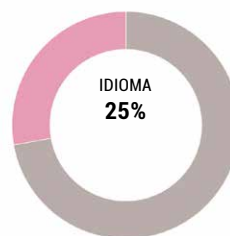
da Michael Page no Nordeste (uma das marcas do Page Group), aponta que ao trazer empresas para a região, o empresário precisa de mão de obra especializada, independente do setor. “Se você montar uma planta farmacêutica, não vai ter mão de obra especializada aqui, já no caso do setor de móveis sim. Talvez na parte de profissionalização da empresa, como comercial e marketing, não encontre com tanta facilidade, mas isso é muito pontual”, explica.

As habilidades comportamentais são pontos fundamentais na hora da retenção de profissionais, por isso o estudo destacou as 10 principais especialidades menos presentes no comportamento dos colaboradores, bastante valorizadas pelos líderes das organizações. Veja abaixo:

**BAHIA**  
POPULAÇÃO ESTIMADA EM 2016:  
**15.276.566 HABITANTES**  
CAPITAL:  
**SALVADOR**  
NÚMERO DE MUNICÍPIOS:  
**417**  
ÁREA:  
**564.432.642 KM<sup>2</sup>**  
DENSIDADE DEMOGRÁFICA:  
**24,82 HABITANTES/KM<sup>2</sup>**

**CEARÁ**  
POPULAÇÃO ESTIMADA EM 2016:  
**8.963.663 HABITANTES**  
CAPITAL:  
**FORTALEZA**  
NÚMERO DE MUNICÍPIOS:  
**184**  
ÁREA:  
**148.887.632 KM<sup>2</sup>**  
DENSIDADE DEMOGRÁFICA:  
**56,76 HABITANTES /KM<sup>2</sup>**

**PERNAMBUCO**  
POPULAÇÃO ESTIMADA EM 2016:  
**9.410.336 HABITANTES**  
CAPITAL:  
**RECIFE**  
NÚMERO DE MUNICÍPIOS:  
**185**  
ÁREA:  
**98.076.001 KM<sup>2</sup>**  
DENSIDADE DEMOGRÁFICA:  
**86,62 HABITANTES/KM<sup>2</sup>**





O COMERCIAL É UMA DAS ÁREAS QUE APRESENTA MAIS OBSTÁCULOS NO RECRUTAMENTO DO PROFISSIONAL IDEAL

## FATORES POSITIVOS DA REGIÃO

A grande maioria das empresas não apresenta dificuldades na hora de atrair candidatos, porém não sabe argumentar sobre os fatores positivos de se trabalhar no Nordeste na hora de contratar profissionais qualificados e mantê-los em seu time. Confira abaixo três insights atrativos para atuar na região:

**Desenvolvimento** - Nos últimos anos o ritmo de crescimento do Nordeste tem sido mais acelerado do que o do restante do Brasil, o que traz maiores investimentos tanto de grandes grupos nacionais, que buscam se profissionalizar para se consolidar ainda mais como líderes de mercado na região, como por indústrias multinacionais, que cansadas de brigar por espaço em mercados saturados optam por investir em um local com mais perspectiva de futuro.

**Qualidade de Vida** - Algumas das principais cidades do Nordeste ainda oferecem condições de vida diferenciadas para os profissionais quando comparadas com o eixo Sul/ Sudeste, problemas graves de metrópoles como trânsito e poluição são mitigados em algumas das cidades alocadas no Nordeste, o que faz com que executivos que buscam maior equilíbrio entre carreira e vida pessoal considerem a região uma excelente oportunidade.

**Redução do Gap de Remuneração** - Percebe-se que nos últimos anos existia um grande “gap” nos salários para as mesmas funções quando comparado o Sul/ Sudeste

te com o Nordeste, e nos últimos anos isso tem se reduzido justamente pelo crescimento acelerado e a necessidade de trazer profissionais qualificados para a região.

## VAMOS SAIR DA CRISE?

A produção de móveis do País, medida pelo IBGE, diminuiu em 2016 e também no ano passado. “A crise não foi passageira para o Brasil, e para sairmos dela precisamos crescer em um ritmo médio ao ano. Países que entram em crises severas dificilmente saem delas sem sofrer mudanças profundas”, afirma o estudo. De acordo com o IBGE, o Brasil levou 10 anos para reduzir o desemprego de 10% para 5%, e precisou de apenas dois anos para que ele avançasse e retornasse ao nível anterior.

Segundo a análise da Michael Page, a sociedade perdeu a capacidade de investir em capital humano, o que não é algo que se recupera com facilidade. “O mercado de trabalho travado acarretará outros problemas em curto prazo. A consequência mais tímida é o desânimo dos brasileiros, que acabam não se atualizando e não adquirindo novos conhecimentos e habilidades, tornando-se menos produtivos, e assim, reduzindo as chances de voltarem a encontrar um emprego no futuro. A crise atacou as empresas nacionais e internacionais em todo território brasileiro. No Nordeste percebemos que 94% das empresas entrevistadas foram afetadas pela crise”.

Apesar de tudo isso, segundo o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada - Ipea2, existem indícios de que o início da recuperação do País está próximo. Mas ainda há um longo caminho pela frente. O Ipea afirma que os sinais de que o Brasil pode estar melhorando são percebidos, principalmente, pela indústria nacional. Além disso, a desvalorização do real ante o dólar beneficia o setor de exportação. Agora é só caminhar pela melhora do cenário nacional, sem desviar do caminho.

POR DANIELA MACCIO, DE CURITIBA (PR)





# CALENDÁRIO 2017

## Feiras Nacionais

- 28 a 31/03 • **FIMMA BRASIL** • Bento Gonçalves (RS) • [www.fimma.com.br](http://www.fimma.com.br)
- 16 a 19/05 • **MÓVEL BRASIL** • São Bento do Sul (SC) • [www.movelbrasil.com.br](http://www.movelbrasil.com.br)
- 23 a 26/05 • **MOVEXPO** • Olinda (PE) • [www.movexpo.com.br](http://www.movexpo.com.br)
- 18 a 21/05 • **CASA SUL** • Florianópolis (SC) • [www.facebook.com/feiracasasul](http://www.facebook.com/feiracasasul)
- 20 a 23/06 • **SALÃO DE GRAMADO** • Gramado (RS) • [www.salaodegramado.com.br](http://www.salaodegramado.com.br)
- 17 a 20/07 • **ELETROLAR SHOW** • São Paulo (SP) • [www.eletrolarshow.com.br](http://www.eletrolarshow.com.br)
- 18 a 20/07 • **FEIMOBILI** • São Paulo (SP) • [www.feimobili.com.br](http://www.feimobili.com.br)
- 08 a 10/08 • **HIGH DESIGN** • São Paulo (SP) • [www.highdesignexpo.com](http://www.highdesignexpo.com)
- 14 a 18/08 • **MERCOMÓVEIS** • Chapecó (SC) • [www.mercomoveis.com.br](http://www.mercomoveis.com.br)
- 11 a 14/09 • **EQUIPOTEL** • São Paulo (SP) • [www.equipotel.com.br](http://www.equipotel.com.br)

## Feiras Internacionais

- 04 a 09/04 • **SALONE DEL MOBILE** • Itália • [www.salonemilano.it](http://www.salonemilano.it)
- 20 a 22/04 • **FIMAR** • Argentina • [www.fimarweb.com.ar](http://www.fimarweb.com.ar)
- 22 a 26/04 • **HIGH POINT MARKET** • EUA • [www.highpointmarket.org](http://www.highpointmarket.org)
- 16 a 19/05 • **INTERZUM** • Alemanha • [www.interzum.com](http://www.interzum.com)
- 22 a 26/05 • **LIGNA** • Alemanha • [www.ligna.de](http://www.ligna.de)
- 25 a 27/05 • **HABITAT EXPO** • México • [www.tradex.mx/habitat](http://www.tradex.mx/habitat)
- 12 a 15/09 • **FURNITURE CHINA 2017 SHANGHAI** • China • [www.furniture-china.cn](http://www.furniture-china.cn)
- 10 a 13/10 • **SICAM PORDENONE** • Itália • [www.exposicam.it](http://www.exposicam.it)

# Profissionalização ainda é desafio

*Projeto do Sebrae/PE incentiva gestão e inovação tecnológica nas empresas*



CAPACIDADE DE GESTÃO E INOVAÇÃO TECNOLÓGICA SÃO PEÇAS CHAVE PARA O SUCESSO



AURIDAN COUTINHO,  
ANALISTA DO SEBRAE/PE

A profissionalização no setor moveleiro ainda é um desafio para as empresas, porém, iniciativas próprias e parcerias com instituições e órgãos públicos podem mudar essa realidade. Em 2016, o Sebrae de Recife (PE) iniciou um projeto denominado Cadeia de Valor da Construção Civil, com o objetivo de desenvolver a capacidade de gestão e inovação tecnológica das empresas do público-alvo e promover a integração entre todos os elos da cadeia, na Região Metropolitana de Recife.

O setor moveleiro é um dos segmentos atendidos pelo projeto, que envolve mais de 10% do PIB de Pernambuco. De acordo com Auridan Coutinho, analista do Sebrae/PE, o conceito do projeto engloba desde a mineração, numa ponta da cadeia de valor, até a venda do imóvel pelas imobiliárias, na outra ponta. “Com atividades de indústria, comércio e serviços, o segmento de móveis participa da cadeia de valor complementando os imóveis.

Queremos aumentar a competitividade e sustentabilidade das empresas atendidas, com mais oportunidades de negócio para as mesmas, impactando também no crescimento econômico local”, explica a analista.

Segundo ela, percebe-se que as pequenas empresas atuam em ambientes econômicos com poucas iniciativas de integração. “É clara a necessidade de criação de ambientes mais integrados para as empresas dos diferentes segmentos”.

## O QUE TEM SIDO FEITO?

Através deste projeto, existem esforços do Sebrae/PE em duas linhas. Uma promovendo o desenvolvimento das empresas em gestão empresarial e inovação tecnológica. A outra, com foco em promover relações de negócios entre os participantes, e visando melhorias no ambiente econômico. “Com empresas mais bem preparadas e com relações mais próximas, espera-se que os produtores, compradores e fornecedores da cadeia de valor encontrem novas oportunidades de relações comerciais e contem com maior interação, inclusive para mais qualificação, inovação e desenvolvimento em geral”, ressalta Auridan. Com este movimento, é criado um ambiente mais favorável à atuação do Sebrae na região. Para a analista, não é mais aceitável alguém permanecer sem se atualizar e/ou se aperfeiçoar. “Isso envolve tanto a gestão empresarial, como a inovação tecnológica. A capacitação das empresas é vital em qualquer setor econômico, inclusive o moveleiro. Caso não se capacite, o empreendedor



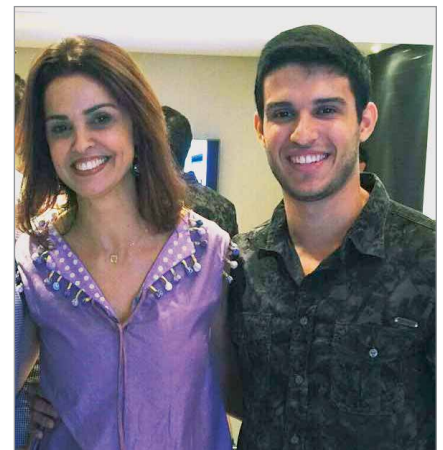
corre sério risco de ‘ficar para trás’ e perder a competitividade”.

Uma das empresas atendidas pelo projeto é a Interiores Móveis, marcenaria de alto padrão que atende toda a Região Metropolitana de Recife. “Estamos sempre buscando parceria com o Sebrae e outras entidades, como o Sindmóveis e a Fiep, para nos mantermos atualizados”, afirma Virginia Sampaio Ribeiro, diretora da empresa. Ela conta que, entre as melhorias propostas pelo projeto, a mudança de layout da fábrica foi uma das mais significativas. Um gerenciamento de rotina foi realizado no chão de fábrica, para que um novo passo a passo pudesse ser aplicado na produção.

“Com o apoio do Sebrae, também capacitamos os montadores, contratamos profissionais no escritório para fazer a gestão de pessoas – uma das áreas

propostas dos consultores – e uma arquitetura que faz nossos projetos”, afirma Virginia. A Interiores Móveis também adquiriu softwares da Promob, para gerenciamento da marcenaria. “Conseguimos passar pela crise de 2016 ilesos, enquanto muitas marcenarias tiveram que fechar ou diminuir o quadro de funcionários. Graças ao planejamento e a busca contínua por inovação, pudemos manter toda nossa equipe e praticamente empatar os resultados com os de 2015”, finaliza a empresária. Em maio deste ano, a Interiores Móveis, que atua no mercado há 17 anos, produzindo móveis para as classes A e B, vai começar a operar em nova sede na cidade de São Lourenço da Mata (PE). O carro chefe da marcenaria são os móveis laqueados.

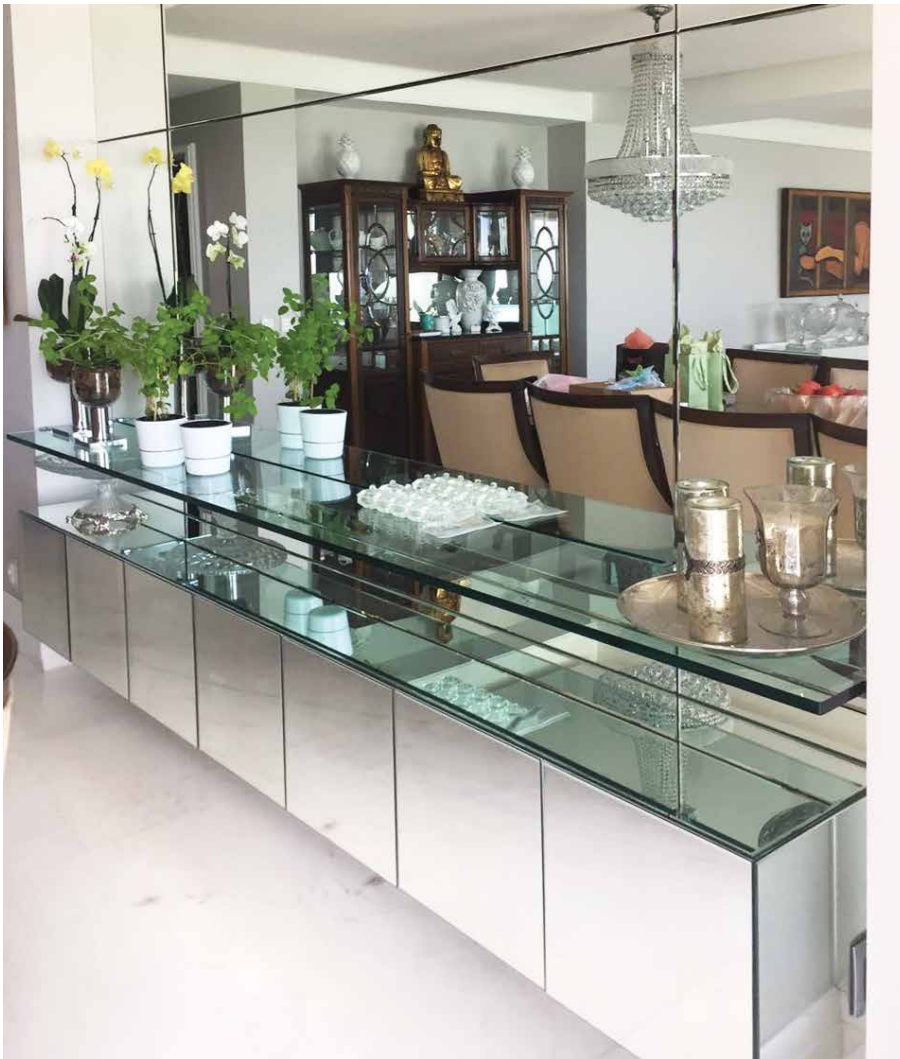
POR DANIELA MACCIO, DE CURITIBA (PR)



VIRGINIA E GUILHERME SAMPAIO RIBEIRO,  
SÓCIOS NA INTERIORES MÓVEIS

## O SETOR MOVELEIRO EM PERNAMBUCO

Entre as muitas atividades industriais que se destacam no Estado está a moveleira. Recife e região Metropolitana, João Alfredo, Afogados da Ingazeira, Caruaru, Pesqueira e Gravatá são algumas das cidades onde se encontram as principais indústrias de móveis em Pernambuco. Ao contrário do que ocorre em grande parte do País, o estado não tem apenas um ou dois polos. Suas indústrias estão pulverizadas por todo o estado e em algumas localidades se concentram em maior número.



AMBIENTE DA INTERIORES MÓVEIS



EMPRESA DE VALOR

# DoMarco anuncia nova fase

*Ano começa movimentado e com muitos planos para a fabricante de estofados*



COM UM CATÁLOGO CHEIO DE NOVIDADES E META DE CRESCER DE 10 A 15% EM 2017, A DOMARCO PLANEJA AMPLIAR SUA VISIBILIDADE

Após um ano desafiador, a DoMarco Estofados, de Marco (CE), entrou em 2017 anunciando uma postura mais competitiva e uma nova forma de trabalhar. As novidades foram apresentadas pela direção aos colaboradores e representantes comerciais durante a Convenção Anual da empresa, realizada entre os dias 26 e 27 de janeiro na nova unidade fabril. Inaugurado no ano passado, o espaço comporta fábrica, centro administrativo e showroom distribuídos em 6 mil m<sup>2</sup> de área construída e 35 mil m<sup>2</sup> de área total. Leonardo Aguiar, diretor da empresa, falou em entrevista à Móveis de Valor sobre as ações que foram apresentadas e serão realizadas ao longo do ano. “Para fortalecer a marca, criamos uma linha de produtos mais competitivos e um novo sistema de produção. Hoje, a



LEONARDO AGUIAR, DIRETOR DA DOMARCO ESTOFADOS

DoMarco já está produzindo para vender, diferentemente de anos anteriores, em que fabricava em menor escala”, afirma o diretor.

Somando mais de 15 anos de história, a DoMarco Estofados emprega atualmente 70 funcionários. Graças ao perfil familiar da empresa, a relação com cada membro da equipe é muito valorizada. Durante a Convenção Anual, a DoMarco dedicou algumas ações aos representantes e colaboradores. Um exemplo é a entrega do prêmio “Representa Mais”, projeto que premia o representante com a maior pontuação em positavações de clientes, reativações, metas e menor inadimplência. O grande vencedor foi Eri-naldo Araújo, do Rio Grande do Norte. A empresa aproveitou a convenção para estimular e engajar ainda mais os repre-



sentantes comerciais. “Como estamos com a fachada em construção, cada um dos representantes colocou um tijolo, que simboliza suas vendas”, afirma Leonardo. É uma forma de dizer que cada membro da equipe é parte fundamental da empresa. Outra dinâmica realizada durante o evento exprime a preocupação da marca com questões de sustentabilidade. Durante o primeiro dia de convecção, cada funcionário plantou uma muda de eucalipto, cuja madeira é uma das mais utilizadas na produção de estofados.

## LANÇAMENTOS

Um mix de produtos clássicos e casuais e uma linha voltada para as varandas gourmet compõem a nova linha de estofados da DoMarco. Na vertente clássica, impera o capitonê, acabamento sofisticado utilizado desde o icônico sofá Chesterfield e que nunca sai de moda. O destaque da linha Clássica vai para o Estofado Blasco, que ilustra a capa desta edição.

Já nos lançamentos das linhas Casual e Varanda Gourmet estão produtos com

acessórios em madeira e estofados com a madeira aparente – que Leonardo aponta como tendência no segmento. “Casuais, são móveis pensados para ambientes compactos e modernos. Nosso público-alvo para esses produtos são casais jovens e antenados nas tendências de decoração”, conta o diretor. Seguindo a tendência dos móveis retrô, o Estofado Torquato é a aposta da DoMarco para a Coleção Casual. Com design geométrico, detalhe em botonê e pés-palito, o estofado tem potencial para fazer bonito tanto em ambientes tradicionais como nos mais descolados. O botonê também se faz presente no Estofado Buarque, da linha Varanda Gourmet, porém de forma bem mais descontraída. O produto tem base de madeira aparente e é ideal para mobiliar varandas com charme, conforto e casualidade. Todos os produtos exprimem as características de estofados já consagrados da DoMarco: conforto, versatilidade e design antenado.

Com um catálogo cheio de novidades e meta de crescer de 10 a 15% em



DE FORMA DESCONTRAÍDA, O BOTONÊ SE FAZ PRESENTE NO ESTOFADO BUARQUE, DA LINHA VARANDA GOURMET



SOMANDO MAIS DE 15 ANOS DE HISTÓRIA, A FÁBRICA EMPREGA 70 FUNCIONÁRIOS

2017, a DoMarco Estofados planeja ampliar sua visibilidade este ano. Uma das estratégias é a participação na Movexpo. “Estamos desenvolvendo novidades especiais para lançar na feira. Os lançamentos serão repaginados e ganharão novas opções em cores”, antecipa Leonardo. A empresa planeja aproveitar a oportunidade para determinar seu novo posicionamento, com foco em produtos da linha média-alta, mas preços competitivos.

### EXPECTATIVA OTIMISTA

Leonardo Aguiar pondera que a empresa está preparada para crescer em 2017, pois, apesar da crise, conseguiu crescer entre de 5 a 7% no ano passado. Não foi o crescimento esperado, afirma o diretor, mas foi o possível para um ano “sofrido e de muito trabalho”, como define 2016.

Para Leonardo, o ano passado foi uma escola. Felizmente, a empresa fez investimentos nos anos anteriores, como a construção das novas instalações, e começou a desfrutar deles em 2016. Um mérito da DoMarco foi ter passado pela crise mantendo seu quadro de funcionários, sem somar demissões. “Este é o nosso diferencial: produzir com o mesmo número de funcionários e aumentar a produtividade em 15 a 20%. O quadro de representação teve crescimento em 2016, pois nos fortalecemos em mercados que já trabalhamos”, conta Leonardo.

O diretor afirma que existem duas saídas quando a lucratividade de uma empresa está ruim: vender mais e demitir. “E demitir é a maneira mais covarde de resolver o problema”, finaliza. A nova fase da DoMarco está em consonância com a história da empresa, que começou com apenas seis funcionários e o objetivo de produzir para a região do Polo Moveleiro de Marco. “Fomos procurando novos nichos de mercado, contratamos escritórios de representação e não paramos de crescer”, celebra o diretor da empresa, que hoje tem três caminhões próprios e atuação no Nordeste e em parte da Região Norte.



SEGUINDO A TENDÊNCIA DOS MÓVEIS RETRÔ, O ESTOFADO TORQUATO É A APOSTA DA DOMARCO PARA A COLEÇÃO CASUAL



Você sabe o que é preciso para ter uma boa noite de sono? Além de atitudes simples na rotina, como manter horários regulares para ir para a cama, é importante relaxar e desenvolver atividades que favoreçam o sono. Também é essencial a qualidade do sono, mais do que a quantidade de horas dormidas.

Cientes disso, buscamos sempre inovar em nossos produtos. A Gazin Colchões está há 20 anos no mercado, produzindo colchões, estofados, espumas e molas com a máxima qualidade. São 6 unidades fabris, empenhadas em levar o que há de melhor em conforto, beleza e qualidade para as casas das famílias brasileiras.

E o desafio não pára. Pensando em atingir cada vez mais pontos de vendas em todo o País, estamos estudando a implantação de mais 5 unidades de produção, que devem entrar em funcionamento nos próximos anos.

Os resultados alcançados pela Gazin Colchões nos últimos anos mostram que uma gestão industrial eficaz, amar aquilo que fazemos, além de ter políticas bem definidas de atuação, proporcionam uma trajetória sólida e de sucesso.

Gazin Colchões, qualidade e credibilidade para seus clientes, lucratividade para sua empresa!



PRODUTOS FEITOS  
COM AMOR PARA

Te fazer  
sonhar



AGUARDAMOS SUA VISITA NA **movexpo**

7ª Feira Nacional de  
Móveis para Região Norte/Nordeste



Acesse  
[www.colchoesgazin.com.br](http://www.colchoesgazin.com.br)

 [gazincolchoes](https://www.instagram.com/gazincolchoes)

Visite nossas redes sociais

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

 [colchoesgazin](https://www.twitter.com/colchoesgazin)





ART Herval

HERVAL + CONFORTO  
É MUITO MAIS

É TALENTO E INOVAÇÃO. TECNOLOGIA E DESIGN.  
ÉTICA E ATITUDE. MARCA E RECONHECIMENTO.

HERVAL É MAIS VOCÊ, DESDE 1959.

