

Tendência do Mercado Brasileiro para o Setor de Móveis

Setor: Madeira e Móveis

Mercado: Brasil

Elaborado por: SEBRAE Nacional – Unidade de Acesso a Mercados

Analista: Iuri Barbosa de Andrade

Novembro/2009



O Setor de Móveis

As vendas de móveis cresceram 10% no Brasil, em 2008, em termos de valor, alcançando a cifra de 17 bilhões de reais.

Lojas de móveis e mobiliário: valor de vendas, outlets e espaço de venda						
	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Valor de vendas (R\$ milhões)	8.827,0	10.993,5	12.310,2	13.573,2	15.745,0	17.319,5
Outlets	55.431,0	59.373,0	54.432,0	56.558,0	58.236,0	59.368,0
Espaço de venda em (mil m ²)	7.422,9	7.756,9	7.246,6	7.614,4	7.905,1	8.143,6

Source: Official statistics, trade associations, trade press, company research, trade interviews, Euromonitor International estimates

Lojas de móveis e mobiliário: valor de vendas, outlets e espaço de venda: Crescimento %			
Crescimento %	2007/08	2003-08 CAGR	2003/08 TOTAL
Valor de vendas (R\$ milhões)	10,0	14,4	96,2
Outlets	1,9	1,4	7,1
Espaço de venda em (mil m ²)	3,0	1,9	9,7

Source: Official statistics, trade associations, trade press, company research, trade interviews, Euromonitor International estimates

Em relação ao espaço de vendas, podemos perceber que somente de 2004 para 2005 houve decréscimo, que foi de 6,58%. Contudo, houve um crescimento de quase 10% no período de 2003 a 2008. Por outro lado, no mesmo período o valor das vendas cresceram mais de 95%, conforme verificado nas tabelas acima.

Uma possibilidade que explica os fatos acima é que as lojas aumentaram o seu faturamento, pois o crescimento de vendas foi maior do que o crescimento de espaço.

O bom desempenho da construção civil, combinado com o aumento de créditos facilitados no mercado, tem tido um impacto positivo nas vendas de móveis. Consumidores mudando para novas residências ou trocando de mobiliário, têm estimulado as vendas e aumentando o número de lojas no país.

Existe uma tendência no mercado brasileiro que lojistas comecem a se especializar em tipos específicos de mobiliário para atender demandas de nichos de mercado específicos.

A Tok&Stok, por exemplo, foca em seguimentos de produtos para clientes de classe A e B, especializando em linhas de produtos que atendam aos gostos e demandas mais específicas. As lojas planejam, inclusive, aumentar a sua oferta de produtos especializados para escritórios e arquitetos.



Elaborado por: SEBRAE - Unidade de Acesso a Mercados – Núcleo de Inteligência de Mercado

Empresas como Todeschini, Rudnik e Delano, têm se especializado em vender móveis modulados e também em abrir lojas próprias para vender os seus produtos. A Todeschini, por exemplo, vende seus produtos através de mais de 400 lojas exclusivas no país.

Lojistas de menor tamanho têm começado a enfrentar forte concorrência de redes como Casas Bahia, Magazine Luisa e supermercados. Carrefour anunciou que tem planos de iniciar a venda de uma linha própria de móveis de jardim e móveis de exterior, através da marca Jardim & Deco. Há uma tendência de que as vendas cresçam muito através desta forma de comercialização. As Casas Bahia, por exemplo, já vende produtos através da marca Bartira.

As vendas pela internet tendem a crescer sobremaneira, principalmente para empresas que já possuem marcas consolidadas no mercado.

A tendência, no mercado de móveis, como um todo é que ele cresça até 2013, 8,5% em termos de valor de venda.

Lojas de móveis e mobiliário: valor de vendas, outlets e espaço de venda 2008-2013						
	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Valor de vendas (R\$ milhões)	17,319.5	17,752.4	18,040.0	18,184.3	18,544.4	18,785.5
Outlets	59,368.0	60,689.0	61,337.0	61,982.0	62,957.0	63,864.0
Espaço de venda em (mil m2)	8,143.6	8,477.1	8,590.0	8,730.4	8,879.1	8,988.3

Source: Official statistics, trade associations, trade press, company research, trade interviews, Euromonitor International estimates

Lojas de móveis e mobiliário: valor de vendas, outlets e espaço de venda: Crescimento %			
Crescimento %	Crescimento %	Crescimento %	Crescimento %
Valor de vendas (R\$ milhões)	1.3	1.6	8.5
Outlets	1.4	1.5	7.6
Espaço de venda em (mil m2)	1.2	2.0	10.4

Source: Official statistics, trade associations, trade press, company research, trade interviews, Euromonitor International estimates

Como pode-se perceber a tendência das vendas de 2008 a 2013 deve ficar menor do que o do período 2003 a 2008. Por sua vez, a tendência é que os espaços de vendas aumentem mais em 2008 a 2013 do que no período analisado anteriormente.

Informações Curtas:

- De acordo com uma pesquisa conduzida pela “Pequenas Empresa, Grandes Negócios, 94% dos móveis residenciais são comprados por mulheres;
- Os Brasileiros assim que se estabelecem financeiramente. Neste período eles mudam os seus hábitos de consumo para produtos de uma qualidade melhor. Além disso, orientam o seu consumo para atender às necessidade dos seus filhos, incluindo roupas, brinquedos, livros e mobília do quarto;
- As crianças tendem a preferir brinquedos a roupas, a menos que as roupas sejam caracterizadas por personagens populares da televisão. A moças preferem bonecas, principalmente as que tem acessórios, a roupas e móveis;
- À partir da estabilidade advinda do Plano Real – 1994 – os consumidores de baixa renda começaram a ter maior acesso ao crédito, com financiamentos de longo prazo. Vários produtos vêm se



Elaborado por: SEBRAE - Unidade de Acesso a Mercados – Núcleo de Inteligência de Mercado adaptando para atender este nicho de mercado. Os móveis, por exemplo, vêm se tornando menores para se adaptar ao tamanho das casas, utilizando matéria-prima mais barata;

- Outro ponto importante, que o tamanho dos móveis da classe B e C também vêm se tornando menores. Pois cada vez mais os tamanhos dos apartamentos estão menores.