

## **Indústrias de SC criam grife ecológica**

*Vanessa Jurgenfeld*

As indústrias moveleiras do Alto Vale do Rio Negro (SC), principal pólo exportador do país, lançam no dia 26 a marca Biomóvel. A iniciativa segue uma tendência já em voga no segmento de móveis, com apelo ao ecologicamente correto, e representa mais um passo na busca de espaço dentro do mercado nacional, onde a presença dessas empresas ainda é tímida.

A marca Biomóvel foi registrada no Instituto Nacional de Propriedade Intelectual (INPI) pelo Sindicato das Indústrias Moveleiras de São Bento do Sul e Campo Alegre (Sindusmobil). Segundo Ivo Grossl, presidente do Sindusmobil, os preparativos para o lançamento começaram há um ano, como alternativa para incrementar a participação das empresas no mercado brasileiro. "Como as indústrias da região são tradicionais exportadoras, boa parte delas já está com os processos produtivos adequados a um móvel ecologicamente correto e não serão necessários altos investimentos", explica Grossl.

Só poderão fabricar produtos com a nova marca as empresas que fazem parte do Arranjo Produtivo Local (APL), criado em março de 2007 com intuito de unir as indústrias da região para troca de experiências, cooperação e aprendizagem. Para vender o Biomóvel, as companhias precisarão de uma certificação do Sindusmobil e terão os processos produtivos auditados pelo Senai. Atualmente, fazem parte do APL 62 indústrias, que representam cerca de 80% do faturamento da região. Entre elas estão grandes fabricantes como Rudnick, Artefama e Móveis Weihermann.

Os "biomóveis" terão que ser feitos com madeira de reflorestamento e renovável (como pinus, eucalipto e bambu) ou madeira que tenha tido seu uso regulamentado pelo Ibama e ateste seu manejo de forma sustentável. O uso de chapas ou compensados está permitido desde que seja da classe E1 - com menor volume de formaldeído (substância química). Também só será permitido o uso de cola atóxica e tinta com baixa emissão de metal pesado.

Além disso, as empresas deverão seguir regras em relação ao ambiente de trabalho, normas de segurança e legislação trabalhista, e um conceito de produção sem emissão de resíduos no meio ambiente, coletando a serragem, por exemplo, com sistema de exaustão. Haverá ainda qualificação de fornecedores e rastreabilidade do produto. "Não se trata de um mero apelo mercadológico. Não estamos olhando só o produto, mas também os processos", diz Osvalmir Tschoeke, gerente do APL.

As empresas do Alto Vale do Rio Negro vêm desde 2005 lutando contra a valorização do real ante o dólar, e tentando viabilizar as vendas de seus produtos no mercado nacional, como forma de redirecionar a produção que antes seguia para o mercado externo. Além de sofrer no mercado interno a concorrência com móveis de MDF e de madeira nativa, as empresas precisam quebrar uma barreira junto aos consumidores e mostrar que o móvel de pinus tem qualidade. Nos anos 80, esses móveis foram colocados de escanteio pelos consumidores brasileiros, depois que apresentaram problemas de qualidade. Segundo as indústrias, ao longo dos últimos anos houve aprimoramento na tecnologia dessa produção, mas há quem ainda evite móveis de pinus.

"A intenção é reintroduzir o pinus no mercado nacional. Com o Biomóvel, esperamos conquistar uma participação de 20% a 30% no mercado brasileiro de móveis", diz Carlos Mattos, presidente do Sindicato da Construção e da indústria mobiliária de Rio Negrinho (Sindicom), município que também compõe o Alto Vale do Rio Negro. Dados da Abimóvel indicam que o consumo brasileiro chega perto de R\$ 12 bilhões/ano.

O apelo ecológico também será interessante para aumentar as vendas no exterior, em um segundo momento. "Nosso objetivo primeiro é o mercado interno, mas a marca acaba também sendo interessante para melhorar a rentabilidade nas exportações", diz Mattos, que estima um crescimento de vendas no exterior de pelo menos 10%.

Segundo estudo da AMC Consultoria, as empresas do Alto Vale do Rio Negro já começaram a ampliar a fatia correspondente ao mercado interno no seu faturamento. Em 2005, o mercado interno representava 21% das vendas, passou a 28,9% no ano seguinte, e a 30,7% em 2007. A expectativa dos empresários é de um incremento de 10% a 15% nessa participação a partir do Biomóvel. Os primeiros móveis com a marca deverão chegar ao mercado entre o fim de 2008 e início de 2009.

---

Leia mais:

### **Lojas Dell Anno terão também fogões e estofados**

*Sérgio Bueno*

A Única Indústria de Móveis, de Bento Gonçalves (RS), decidiu complementar a linha de móveis planejados Dell Anno com a oferta de fogões, "cook tops", coifas e fornos de embutir, além de estofados, colchões e objetos de decoração. A idéia é oferecer pacotes completos de produtos para os diversos ambientes da casa do cliente. A diversificação coincide com um projeto de reestruturação das lojas exclusivas da marca, que será iniciado amanhã com a abertura da maior unidade da rede, com cerca de 3 mil m<sup>2</sup> de área de vendas, no bairro do Morumbi, em São Paulo.

Segundo o diretor comercial da Única, Ronaldo Marcolin, além de gerar um incremento de pelo menos 5% no faturamento mensal das lojas da marca, os novos produtos deverão provocar impacto positivo nas demais linhas. "A complementação ajudará em muito as vendas de móveis", diz. Antes da expansão do portfólio, a Única previa uma receita bruta de R\$ 260 milhões em 2008, ante R\$ 220 milhões no ano passado, sendo 55% por conta da marca Dell Anno, voltada para consumidores das classes A e B. Os outros 45% correspondem às marcas Favorita e Telasul Madeiras, de perfil popular.

Os produtos da linha eletro, como fogões e coifas, estarão disponíveis a partir deste sábado e da próxima semana na capital paulista, no Vale do Paraíba, na Baixada Santista e em Campinas, onde ficam cerca de 70 das 310 lojas exclusivas da marca. Eles serão importados da Europa e de países asiáticos, inclusive da China, disse Marcolin. A operação, favorecida pelo câmbio, deverá suprir a rede até o fim do ano, quando o número de pontos-de-venda deverá chegar a 330 no Brasil. As unidades no exterior - em Montevidéu, Barcelona e Lisboa (que será aberta no segundo semestre) - seguirão focadas apenas na venda de móveis.

Até o fim do ano a empresa também estará vendendo os estofados, colchões e salas de jantar Dell Anno fabricados por terceiros na região de Bento Gonçalves, na serra gaúcha. Em 2009 entram em cena artigos de decoração produzidos por fornecedores no Brasil, além de móveis para jardim.

A nova estratégia para a marca Dell Anno inclui a reestruturação das lojas. De acordo com Marcolin, o novo modelo prevê a montagem de "show rooms" com ambientes mais completos do que os disponíveis atualmente, mantendo o foco nos consumidores de renda mais alta. A complementação da linha de produtos facilita esse formato, que será adotado em todas as unidades que serão abertas daqui em diante e introduzido gradualmente na rede já estabelecida.

**Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 13, 14 e 15 jun. 2008, Tendências & Consumo, p. B4.**