

# O mercado mobiliário



## Percepções e comportamentos de consumo nas redes sociais

Até outubro de 2022, [dados da Associação Brasileira das Indústrias do Mobiliário \(Abimovel\)](#) mostravam que a produção de móveis no país chegou a 32 milhões de peças, e a demanda nacional a 30,9 milhões de peças. Além disso, trata-se de um segmento importante para a economia do país, pois:

- conta com mais de 18 mil empresas;
- gera mais de 266 mil empregos;
- tem massa salarial de R\$310,5 milhões (outubro de 2022); e
- gera exportações na ordem de R\$764,3 milhões (jan/nov 2022)

Ainda segundo a Abimovel, as vendas varejistas do setor, em valores, registraram alta de 2,3% no acumulado do período de janeiro a outubro de 2022, e nos últimos doze meses, alta de 0,5%. Para contextualização, [dados do IEMI](#) mostram que em 2021 esse setor do varejo movimentou cerca de R\$105 bilhões em vendas, um crescimento de 12% em relação a 2020.

Nesse contexto, a internet ganha um espaço relevante. A venda on-line do segmento no primeiro semestre de 2021 aumentou 80,8% em valores quando comparado a 2019, o que acelera sua tendência de expansão, que já acumula crescimento de quase 23 vezes nos últimos 10 anos. Embora o varejo físico ainda seja o canal de vendas predominante nesse setor, com 63% das vendas, o on-line é representativo, com 36% — destes, 97% ficaram satisfeitos com a aquisição. É ainda pela internet que muitos consumidores pesquisam antes de comprar, como veremos nesta pesquisa, o que aumenta o poder de influência deste canal.

### O escopo desta pesquisa

A relevância do setor de móveis e a crescente influência da internet nas escolhas e decisões de compra levaram o Sebrae-RS a abordar o tema pelo ponto de vista dos usuários das redes sociais, que, por sua vez, são consumidores ou potenciais consumidores do segmento moveleiro. Com essa pesquisa, buscaremos identificar comportamentos de consumo, experiências positivas ou negativas de compras, fatores decisivos de escolha e outros relatos que indiquem oportunidades e boas práticas de atuação nesse setor, bem como analisar algumas das estratégias já utilizadas por marcas desse segmento nas redes sociais como formas de atrair consumidores.



## Metodologia

### Etapas

1

Realização de pesquisa netnográfica por meio de termos de busca e ferramentas de monitoramento. Com isso, é feita a análise de como as pessoas se expressam espontaneamente nas redes sociais.

2

Levantamento do perfil de quem fala e do que se fala nas redes sociais sobre o mercado de mobílias e planejados.

3

Identificação de insights, assuntos correlatos e estratégias empregadas.

## Detalhamento do monitoramento nas redes sociais


### Canais monitorados

Twitter, YouTube e Instagram (os resultados do Facebook divergiram do foco desta pesquisa e, por isso, foram descartados).

### Períodos de coleta

 de 11 de outubro de 2022 a 04 de janeiro de 2023.

 de 23 de julho de 2019 a 03 de janeiro de 2023.

 de 27 de novembro de 2021 a 04 de janeiro de 2023.

### Total de ocorrências coletadas

**3.607**  
publicações.

### Amostra analisada

 **886** ocorrências.

 **2.523** ocorrências.

 **198** ocorrências.



## Cálculo amostral

Em pesquisas qualitativas, dados homogêneos (que têm igual natureza ou semelhança) demandam amostras menores. Em contrapartida, dados heterogêneos (desiguais, diferentes, diversificados) exigem amostras maiores. Para estabelecer o tamanho da amostra desta pesquisa, foram usados dois fundamentos: **1) saturação de categorias**, quando avaliamos que, em dado momento da análise das menções, não apareceram categorias diferentes e as novas publicações coletadas se encaixavam nas categorias já existentes; e **2) aparecimento de regularidades**, semelhante à saturação de categorias, quando entendemos que a amostra já é relevante ao identificar regularidades nas respostas – cenários e padrões já estabelecidos não se alteraram.

De acordo com a análise inicial das publicações coletadas, observou-se que a população (total de publicações) foi mais homogênea de acordo com cada rede social. Dessa forma:

### Twitter

para uma população de 886 ocorrências, nível de confiança em 95% e erro amostral de 5%, foi necessária uma amostra de, ao menos, 193 ocorrências, escolhidas aleatoriamente.

### Youtube

para uma população de 2.523 ocorrências, nível de confiança em 95% e erro amostral de 5%, foi necessária uma amostra de, ao menos, 225 ocorrências, escolhidas aleatoriamente.

### Instagram

para uma população de 198 ocorrências, nível de confiança em 95% e erro amostral de 5%, foi necessária uma amostra de, ao menos, 110 ocorrências, escolhidas aleatoriamente.

## Termos de coleta

Esta investigação delimitou a pesquisa com termos relacionados ao mercado mobiliário, inclusive de móveis planejados e seus estilos.

**No Twitter**, as expressões:

- (móveis OR mobília) AND (planejados OR planejada OR montar OR comprar)

**No Instagram**, a hashtag:

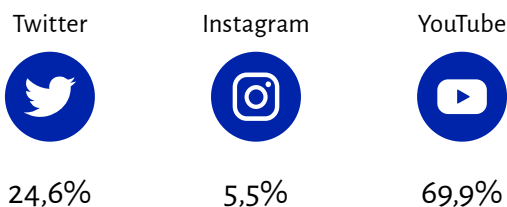
- #moveisplanejados
- #decoracaodeinteriores
- #mobiliário

**No YouTube**, foram coletados os comentários dos seguintes vídeos:

- [10 dicas para baratear seus moveis planejados - compre seus móveis mais baratos](#)
- [Qual é melhor: loja de planejados ou marcenaria?](#)
- [Qual o estilo da sua decoração?](#)
- [5 móveis pra quando você não sabe o que escolher pra sala](#)

## Resultados da pesquisa

### Publicações por canal (total coletado)



### Quem publica? (amostra analisada)

78,4%

#### Usuários

peçoas comuns que comentam espontaneamente sobre o assunto e interagem em postagens relacionadas ao mercado mobiliário, seja para relatar experiências positivas ou negativas, dificuldades e dúvidas sobre a busca, compra, montagem de móveis etc.

21,6%

#### Marcas

publicações de outros perfis, aqui representados pelas marcas e lojas do setor moveleiro, com publicações de divulgação de seus produtos e serviços, seja de mobílias prontas ou planejadas.

■ Neutro ■ Negativo ■ Positivo



#### Publicações negativas

comentários que podem trazer críticas de alguma experiência de escolha, compra ou montagem de móveis, como o preço relatado, a demora de entrega ou problemas no serviço de montagem realizado.



#### Publicações neutras

não têm uma valoração definida; trata-se de um compartilhamento de experiências, relatos, opiniões etc. por parte de usuários a respeito do assunto de mobiliários, seus estilos e planejados.



#### Publicações positivas

aquelas em que uma experiência positiva de escolha e compra de móveis é relatada, seja como para a realização de um sonho de decoração da casa nova, seja um bom negócio de compra encontrado.

## O que descobrimos?

### Nuvem de palavras (da amostra analisada)



Tema central da pesquisa, o termo “**móveis**” aparece com maior recorrência, com 224 citações, assim como “**mobiliário**”, com 104.



Atributos desses móveis são também mencionados. Os “**planejados**” aparecem com 41 citações. Além disso, termos como “**mudança**”, “**conforto**” e “**novo**” mostram comportamentos de consumo desse segmento.



O assunto é frequentemente associado com o “**design**” ou “**decoração**” e “**arquitetura**” de interiores; ambientes como “**casa**” (104x), “**sala**” (28x), “**quarto**” (27x) e “**cozinha**” (20x) são mencionados.



O termo “**estilo**” aparece com 63 citações. Sobre isso, alguns são mencionados na nuvem de palavras, como:

- “**moderno**” (32x)
- “**vintage**” (29x)
- “**contemporâneo**” (22x)
- “**minimalista**” (20x)

## Hashtags encontradas (do total coletado)

- |                        |                              |                      |
|------------------------|------------------------------|----------------------|
| 1. #mobiliário         | 8. #decoraçãodeinteriores    | 15. #home            |
| 2. #decoração          | 9. #brunardo                 | 16. #decor           |
| 3. #design             | 10. #furniture               | 17. #furnituredesign |
| 4. #designdeinteriores | 11. #arquiteturadeinteriores | 18. #mobiliario      |
| 5. #arquitetura        | 12. #homedecor               | 19. #conforto        |
| 6. #móveis             | 13. #projetos3d              | 20. #homesweethome   |
| 7. #moveis             | 14. #interiordesign          |                      |

## O que os usuários comentam

Os usuários de redes sociais que se expressam sobre o mercado mobiliário costumam relatar experiências de compras deste segmento, dúvidas sobre estilos de móveis, solicitar de outros usuários indicações de montadores ou marceneiros, fazer críticas a respeito de um serviço, como o de montagem ou a entrega, entre outros.

### Entender os estilos dos móveis

Dada a variedade de estilos que o mercado mobiliário proporciona, é comum que os consumidores tenham dúvidas na hora de escolher qual deles comprar, levando em conta as próprias preferências e o que melhor combinaria com o ambiente da casa que pretendem decorar. As redes sociais tornam-se, então, um meio de conhecer melhor cada estilo de mobília ou divulgar suas preferências.



“Eu amei!!!! o vídeo, me identifiquei muito com o estilo escandinavo, se puder fazer um vídeo mais focado nesse estilo”<sup>1</sup>

“Adoraria um vídeo com orientações sobre os estilos minimalista, moderno e escandinavo”

“No estilo escandinavo, pode colocar alguns móveis do estilo provençal?”

“EU AMO O RÚSTICO!!! Adoro aquela arquitetura tipo casa de interior.”

“Gosto do minimalista, moderno e contemporâneo, esses 3 são estilos que conversam entre si?”

“Meu estilo é boho!! Vc podia fazer mais vídeos sobre este estilo!!”

<sup>1</sup> As publicações usadas como exemplos foram mantidas como escritas nas redes sociais de modo a preservar sua originalidade.

O estilo é, de fato, algo muito relevante na escolha do consumidor de móveis. Segundo uma [pesquisa da Opinion Box](#), 83% dizem que os objetos de móveis e decoração precisam ter a ver com o próprio estilo e 76% dizem que os produtos escolhidos contam muito sobre a personalidade.

Nesse sentido, a internet é um importante espaço de pesquisa. Um [estudo do IEMI](#) aponta que 63,6% dos consumidores brasileiros de móveis pesquisam na internet antes de realizar a compra.

### Com base no estilo, a dúvida sobre o que comprar

Além de pesquisarem pelos estilos, os consumidores ou potenciais consumidores de móveis buscam dicas de qual seria a melhor escolha com base em suas necessidades ou gostos, seja de cor, textura, disposição do móvel ou outro aspecto que influencia na compra.



“Meu sofá é marrom escuro, minha cortina bege clarinha, meu tapete tem cores bege claro, e terracota, se eu por uma manta no sofá terracota, vc acha que vai pesar muito?”

“para sofa preto que cor de rack compro?”

“Curto tudo que vc posta, gostaria de ideias para cozinha americana junto com a sala, será que você poderia me ajudar?”

“Minha maior dúvida é se posso usar a mesma acor de madeira na casa toda, tipo na marcenaria da cozinha , no buffet, nós gabinetes do banheiro e guarda roupas”

Por isso, é importante que o negócio moveleiro saiba entender as preferências dos clientes, o ambiente em que ele pretende inserir o novo móvel e outros aspectos que auxiliem o empreendedor a guiar o consumidor para a melhor escolha.

Além disso, entender o motivo da compra é muito importante e afeta o estilo de móvel buscado pelo cliente. Segundo a já mencionada pesquisa do IEMI:

43,4%

compram mobílias para renovação e redescorção do ambiente, podendo indicar uma preferência por móveis de estilos diferentes ao que havia no ambiente anterior;

11,4%

compram por ocasião de uma reforma, devendo os móveis ter estilos que combinem com a reforma projetada pelo consumidor;

10,4%

compram para mudar para um imóvel maior, em que o estilo desses novos móveis devem conversar com a mobília que o consumidor já possui e que levará para o novo ambiente;

4,4%

alegam estar indo morar sozinhos; e

3,1%

estão mudando para um imóvel menor, ou seja, com a provável preferência por móveis funcionais e de estilo mais simples.

## Consumo de móveis planejados

Para personalizar e se identificar ainda mais com os móveis adquiridos, levando em conta preferências e estilos, os móveis planejados são a opção de muitos consumidores desse segmento.



“Sempre optei por marceneiro, até por causa das medidas exatas, que a maioria das lojas não faz, e o preço, sempre fiquei satisfeita, e agora estou preparando mais um ap todo com marceneiro. Torcendo pra sair tudo como planejei.”

Nesse sentido, usuários usam as redes sociais para descobrir serviços de móveis planejados na região em que moram; outros dão dicas de como encontrar melhores negócios nesse segmento.



“Alguém aqui em Quissamã faz móveis planejados?”

“Alguém me indica quem trabalhe com móveis planejados??”

“Vou falar uma coisa bastante importante para todos: se vocês algum dia, forem fazer montagem de móveis planejados, pesquisem tudo da loja, tudo mesmo, indicação é bom mas não resolve tudo. Confiança e palavra se perdem muito rápido nesse tipo de serviço.”

Aqui, tanto para os móveis prontos quanto para os planejados, alguns pontos influenciam a hora da compra. Segundo uma [pesquisa do Kantar IBOPE Media](#) com consumidores no Sul do Brasil, a qualidade do material é o principal fator para 36% das compras, enquanto a durabilidade do produto é fundamental para 29%. Portanto, esses aspectos devem ser realçados nas campanhas de divulgação dos produtos e serviços moveleiros, inclusive os planejados.

As redes sociais servem, inclusive, para que algumas marcas descubram a preferência de seus clientes quando se trata de móveis planejados.



“Bom dia! Preparamos um questionário para entender melhor sua opinião sobre móveis planejados. Dura menos de 1 minuto e você colabora com a melhoria do nosso trabalho.”

## Comportamento de consumo

Alguns comportamentos de consumo de mobiliários podem ser identificados a partir dos relatos de experiências e opiniões nas redes sociais, seja a preferência pela compra on-line, o plano de comprar o conjunto completo de móveis ou expressando o desejo de compra da casa nova.



“Jurei pra mim mesma q próxima mudança eu só farei quando tiver dinheiro pra comprar todos os móveis novos e de uma única loja”

“Não vejo a hora de comprar minha casinha e colocar os móveis todo planejado do jeitinho que eu sonho”

“A Amazon é o único lugar que eu consigo comprar móveis sem frete aqui pra casa. Eu te amo, Amazon”



Sobre a compra no varejo on-line ou físico, a [pesquisa do IEMI](#) aponta que, após a busca digital para conhecer o produto, 69,9% foram a uma loja física para conhecer melhor antes de comprar. Ao fim, 18% optaram pela compra on-line, enquanto 80,2% compraram presencialmente, o que mostra a relevância que o varejo físico ainda tem nesse segmento; 1,8% indicaram outros canais.

### Experiências positivas e negativas

Por fim, os usuários das redes sociais relatam suas experiências positivas ou negativas quando se trata da compra e da montagem de móveis, prontos ou planejados, independentemente do comportamento adotado na aquisição. Algumas críticas dizem respeito ao preço, ao tempo de entrega ou ao frete.



“Tenho duas experiências não tão boas com compra de sofá pela internet, em breve vou falar sobre isso aqui no canal, obrigada pelo carinho”



“O que aprendi sobre móveis planejados: O sonho vira pesadelo, é necessário advogado próximo. E vai ter irritação de todos jeitos. Nesse nicho uma parte dos profissionais não trabalham com prazo e acham que pode tudo.”

“Aprendi hoje a lição árdua que é se vc mora sozinho, tem que comprar uma chave de fenda ou qualquer troço que monte e desmonte móveis ou tu vai se ferrar na mão de montador”

“Eu nem me atrevo a montar, mas arrumei um montador de móveis ótimos e o preço é ok.”

“Não sabia o quanto caro é móveis e eletrodomésticos até ter que comprar os meus”

“O jeito é comprar tudo pela Amazon. A loja de móveis tem na cidade e o frete são 209 reais e o produto custa 350.”

“@MadeiraMadeira está muito difícil comprar móveis e eletrodomésticos e receber no prazo informado”

Esses relatos demonstram comportamentos práticos. A qualidade e durabilidade do material é fator importante para o consumidor ao comprar um móvel, como já mencionado; o preço, no entanto, é o principal desses fatores e pode influenciar 44% das compras, segundo a [pesquisa da Opinion Box](#). O preço do frete influencia 21% das compras deste segmento, e o tempo dessa entrega, 17%.

## O que as marcas publicam

### Divulgação de produtos e estilos

Marcas usam as redes sociais, especialmente o Instagram, para divulgar produtos e serviços do mercado mobiliário, inclusive o de móveis planejados. Como argumentos de marketing, empresas sugerem uma renovação na decoração dos ambientes habitados pelos usuários, dão destaque ao estilo do móvel e os benefícios de harmonia e conforto que ele pode gerar ao consumidor.



“Ano novo, vida nova! Renove a decoração de sua casa ou negócio com as sugestões Cantinho do Vintage: Cadeira modelo “Farstrup” em madeira de Teca com assento em pele cor preta. Medidas: 52,5x45x77,5 cm. Cantinho do Vintage, decor & lifestyle!”

“POLTRONA AZUL - por Emerson Borges. A Poltrona Azul flerta com os clássicos na medida que remete as poltronas do século XX e ao mesmo tempo, incorpora uma linguagem moderno e despojada quase minimalista tão característica do mobiliário contemporânea.”

“O aparador Tarsila e o espelho Juno, são duas peças que vão transformar o seu ambiente. Combinadas, elas compõe aquele espaço charmoso da casa, com um design orgânico, moderno e elegante.”

“O sistema Sonata permite mesclar vários tons e texturas em uma mesma porta, criando ambientes únicos e com a sua assinatura. Neste projeto, foram usadas texturas que se complementam para criar uma harmonia entre todos os elementos do espaço.”

Além disso, o uso de outras tecnologias é divulgado pelas redes sociais, como projetos em 3D em que, a partir da realidade virtual, mostram ao consumidor mais detalhes de um ambiente planejado. A hashtag **#projetos3d**, por exemplo, está entre as mais utilizadas em publicações sobre o segmento.



“Que tal projetarmos juntos um 3D visual da sua área gourmet dos sonhos? Mesmo que o espaço seja pequeno ou o orçamento limitado, é possível criar uma área gourmet incrível! Aqui vemos mais um projeto visual no 3D com renderização confeccionado para a @senciconstrutora, autores do projeto de uma bela residência a ser construída em São Paulo.”





## Planejados para diferentes nichos

Além das publicações para o consumidor geral, muitas marcas desse segmento criam produtos e serviços voltados a nichos como forma de atrair usuários específicos para suas páginas, como móveis planejados para gamers ou escritórios de outras empresas.



“Ambientes corporativos são espaços focados em estimular o pensamento, a criatividade e as interações. A movelaria é como o condutor desses movimentos — e o projeto executado pela Bentec Curitiba, nosso parceiro de criação e inovação arquitetônica, para o escritório IdealSoft, ilustra essa premissa.”

“Todo amante de e-sports sonha com um quarto gamer, dos mais simples aos mais elaborados, existe uma opção para cada tipo de jogador. Para montar o cômodo nesses moldes, você vai precisar de decoração geek, cadeira gamer e, claro, as plataformas para os jogos.”

## Oportunidades e dicas

### Conhecendo melhor os estilos e networking

A diversidade de estilos no setor de móveis e decoração atrai a curiosidade de consumidores que buscam nas redes sociais conhecer melhor cada um deles e saber quais se encaixam em suas preferências e combinam com o ambiente que pretendem mobiliar. Saber, portanto, passar para o cliente essas variações e como usá-las é uma boa maneira de conduzi-lo para melhores escolhas, compreendendo seus gostos e motivações para a compra do móvel. Nesse sentido, ser ativo nas redes sociais, responder a dúvidas de clientes e publicar conteúdos com dicas de combinações e estilos é uma forma de se mostrar como autoridade no assunto e realizar vendas que garantam maior satisfação ao cliente.

É possível, no entanto, que uma mesma loja ou marca não trabalhe com estilos tão diversos de mobiliário, focando em um ou outro específico. Nesse caso, é essencial que o empreendedor conheça os atores desse mercado na região em que atua e faça parcerias para que possa compartilhar um ambiente de diversos estilos em que haja indicações e livre trânsito de clientes, de acordo com seus interesses.

## Integração físico-digital

O segmento moveleiro, principalmente o de móveis planejados, tem buscado muitos estímulos visuais para mostrar ao cliente a ideia e a proposta do projeto final. Assim, empresas têm recorrido às projeções em 3D para mostrar aos seus consumidores novas formas de escolher e definir as compras. Nas redes sociais, essas estratégias têm sido divulgadas por meio de publicações de ambientes renderizados que garantem ao consumidor total visão do ambiente mobiliado e podem servir de atrativo para o consumidor que deseja ver, desde o início, o resultado do projeto, fazer modificações etc.

Além disso, o comportamento de pesquisar on-line para comprar presencialmente abre espaço para o crescimento do digital a partir da criação de novas formas de apresentar os produtos na internet, o que pode ser uma oportunidade, especialmente, se integrado com alguma operação física. Empresas que criarem alternativas para apresentar melhor os produtos e proporcionar uma experiência de compra mais satisfatória poderão sair na frente.



**Fontes de apoio:** [Consumidor de móveis e decoração é fiel a marcas e decide por preço, diz pesquisa](#). UOL, 2021. [Um novo olhar sobre o mercado de casa e decoração](#). Negócios SC, 2021. [Mercado Potencial de Móveis em Geral 2022](#). IEMI, 2022. [Pesquisa analisou o comportamento do consumidor de móveis no país](#). RedExpert, [s.d.] Acesso em: 2022. [Varejo e o Consumidor de Móveis no Brasil](#). IEMI, 2022.

### PESQUISA DE REDES SOCIAIS

#### Analista de inteligência

Paulo Henrique de Souza

#### Setor e Segmento

Indústria  
Moveleiro

#### Temática

Mercado

#### Período da Pesquisa

9 a 12 de janeiro de 2023

#### Responsável Técnico<sup>1</sup>

Daiana Cunha

#### Responsável Técnico<sup>2</sup>

Andrei Carletto



[DIGITAL.SEBRAERS.COM.BR](https://digital.sebraers.com.br)

<sup>1</sup>Gerência de Desenvolvimento e Curadoria do Produto

<sup>2</sup>Gerência de Competitividade Setorial

***Parabéns, você concluiu a leitura desse material.  
Mas a sua evolução não para por aqui!***

*Acesse o próximo conteúdo gratuito do Sebrae  
e continue aprofundando suas ideias.*

***CLIQUE AQUI***