

# DIAGNÓSTICO DA INDÚSTRIA MOVELEIRA

Junho/2015.





# PESQUISA DIAGNÓSTICO DA INDÚSTRIA MOVELEIRA

Junho/2015.

## PESQUISA DIAGNÓSTICO DA INDÚSTRIA MOVELEIRA DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO 2015

Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro – Sistema FIRJAN  
Eduardo Eugenio Gouvêa Vieira | *Presidente*

### Vice-Presidência Executiva

Geraldo Benedicto Hayem Coutinho | *Vice-Presidente Executivo*

### Diretoria Regional do SENAI-RJ / Superintendência do SESI-RJ

Alexandre dos Reis | *Diretor Regional SENAI-RJ e Diretor Superintendente SESI-RJ*

### Diretoria Executiva de Relação com Associados

Ricardo Carvalho Maia | *Diretor Executivo de Relação com Associado*

### Gerência de Desenvolvimento Setorial

Cristiane Alves | *Gerente*

### Coordenação da Divisão de Desenvolvimento Setorial 2

Ana Paula da Fonte Moura | *Chefe da Divisão de Desenvolvimento Setorial 2*

### Especialista

Hugo Costa Grippa | *Especialista em Design de Móveis*

### Coordenação do Programa Indústria Criativa

Gabriel Bichara Santini Pinto | *Coordenador do Programa Indústria Criativa*

### Diretoria de Desenvolvimento Econômico

Luciana Costa M. de Sá | *Diretora de Desenvolvimento Econômico*

### Gerência de Pesquisas

Hilda Nogueira Alves Rocha | *Gerente de Pesquisas*

### Divisão de Pesquisas

Cesar Kayat Bedran | *Chefe da Divisão de Pesquisas*

### Especialista de Desenvolvimento Econômico

Luciana Andrade de Albuquerque | *Especialista*

### Assistente de Desenvolvimento Econômico

Iva Xavier da Silva | *Assistente*

Isabela Gomes Valentim | *Assistente*

### Estagiário

Jonathas Costa Sousa | *Estagiário*

### Divisão de Cadastro Unificado

Henrique Oswaldo C. Balthazar | *Chefe da Divisão de Cadastro*

### Entrevistadores

Alice Feitosa Lattuga | *Entrevistadora*

Ana Paula Gomes Batista | *Entrevistadora*

Patrícia Magalhães Laurindo | *Entrevistadora*

Paulo César da Silva Soares | *Entrevistador*

Sistema  
**FIRJAN**



INFORMA, FORMA, TRANSFORMA.



# SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO .....	6
METODOLOGIA .....	7
1. INDÚSTRIA MOVELEIRA .....	8
2. CENÁRIO .....	9
3. RESULTADOS.....	10
3.1. PERFIL DA EMPRESA .....	10
3.1.2. Tempo de atuação no setor .....	11
3.1.3. Tipo de mão de obra.....	11
3.1.4. Sindicalização .....	12
3.1.5. Associativismo .....	12
3.2. PRODUÇÃO.....	13
3.2.1. Matéria prima.....	14
3.2.2. Sistemática da Produção.....	15
3.2.3. Formas de fabricação.....	16
3.2.4. Maquinários utilizados.....	17
3.3. COMERCIALIZAÇÃO .....	19
3.3.1. Principais dificuldades .....	19
3.3.2. Comercialização dos produtos .....	19
3.3.3. Ações em conjunto.....	21
3.3.4. Importância do Designer.....	21
3.3.5. Profissional de Design.....	22
3.3.6. Designer.....	23
4. INVESTIMENTOS .....	24
4.1. INVESTIMENTOS REALIZADOS.....	24
4.2. ACESSO A FINANCIAMENTO .....	25
4.2.1. Dificuldades no financiamento .....	26
4.2.2. Desinteresse pelo financiamento.....	27
5. INOVAÇÃO.....	28
5.1 INOVAÇÃO NA EMPRESA.....	28
6. RECEITA OPERACIONAL .....	29
6.1. RECEITA OPERACIONAL ANUAL/2013.....	29
6.2. REGIME DE TRIBUTAÇÃO .....	30
6.2.1. Substituição Tributária.....	31
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	32
BIBLIOGRAFIA .....	34

# APRESENTAÇÃO

O presente relatório apresenta os resultados da Pesquisa de Diagnóstico do Setor Moveleiro do Estado do Rio de Janeiro, realizados pela Gerência de Pesquisas do Sistema Firjan, por solicitação da Gerência de Desenvolvimento Setorial.

O objetivo da pesquisa é conhecer e traçar um perfil da indústria moveleira do estado visando a obtenção de desenvolvimento e competitividade do setor.

Esta pesquisa embasará algumas comparações com a Pesquisa de Análise da Competitividade da Indústria Moveleira do Estado do Rio de Janeiro realizada pela Fundação Getúlio Vargas (FGV Projetos) no ano de 2005.

Os relatórios produzidos a partir desta pesquisa demonstram os principais resultados, inclusive com abertura por Região (segundo critérios Firjan) quando o tamanho da amostra permite.

Espera-se com esta pesquisa subsidiar o setor moveleiro com informações fundamentais para o planejamento das suas ações.

# METODOLOGIA

A pesquisa foi realizada através da aplicação, via telefone, de um questionário estruturado junto às indústrias moveleiras das seguintes regiões: Capital; Baixada Fluminense; Petrópolis; Norte Fluminense; Leste Fluminense e Sul Fluminense.

As entrevistas foram realizadas pela Divisão de Cadastro (DICAD) entre os meses de junho e agosto de 2014 e os respondentes foram proprietários, sócios ou gerentes da área de produção.

Foram utilizados os seguintes cadastros para a realização da pesquisa:

- Cadastro Industrial do Sistema Firjan (abrangendo as regiões mencionadas acima);
- Cadastros Sindicais (SIM RIO – Município do Rio de Janeiro, SINCOCIMO – Baixada Fluminense, SINDMARCENARIA – Petrópolis, SINDICEM – Niterói a Região dos Lagos, SINDUSCON – Sul Fluminense e SINDIMOB – Campos dos Goytacazes).

Dentre as 921 empresas contidas nos cadastros recebidos, a pesquisa contemplou o total de 178 respondentes. E o resultado apresenta margem de erro de 6,6% para mais ou para menos sobre os resultados encontrados no total da amostra, no intervalo de confiança de 95,0%.

Regiões FIRJAN	Questionários Respondidos		Quantidade por Região		Margem de Erro
	Qtd	%	Qtd	%	
Rio de Janeiro	44	24,7%	44	24,7%	12,9%
Baixada I	15	8,4%	47	26,4%	12,3%
Baixada II	32	18,0%			
Serrana	34	19,1%	34	19,1%	15,2%
Leste Fluminense	20	11,2%	53	29,8%	11,3%
Norte Fluminense	22	12,4%			
Sul Fluminense	10	5,6%			
Noroeste Fluminense	01	0,6%			
<b>Total</b>	<b>178</b>	<b>100,0%</b>	<b>178</b>	<b>100,0%</b>	<b>6,6%</b>

# 1. INDÚSTRIA MOVELEIRA

A importância do setor moveleiro para a economia brasileira é claramente percebida por meio de sua capacidade de geração de empregos, por sua disseminação pelo território nacional e pela grande quantidade de encadeamentos direta e indiretamente de sua rede produtiva. A atividade é bastante difundida pelo território brasileiro. Com a grande presença de pequenos empreendimentos, sobretudo marcenarias que executam trabalhos customizados, a atividade é registrada em praticamente todo o território nacional.

O Estado do Rio de Janeiro possui notória tradição na produção de móveis de madeira, principalmente por ter sido capital nacional e abrigar as primeiras grandes fábricas de mobiliário do país, fornecedoras das grandes demandas governamentais; mas também por agrupar farta mão de obra criativa, mais tradicionalmente conhecida pelos exímios artesãos imigrantes europeus, e pelo frutífero movimento modernista brasileiro, além de abrigar tradicionais escolas de arquitetura e desenho industrial.

É grande a diversidade do setor em relação ao uso de tecnologias. Alguns tipos de produto admitem processos de fabricação com elevada automação, como os móveis retilíneos elaborados com chapas derivadas de madeira, enquanto outros demandam grande quantidade de trabalhos manuais, como os móveis de madeira maciça.

Como as inovações tecnológicas já são muito difundidas e acessíveis, a estreita cooperação entre as indústrias de móveis e de máquinas permite uma constante atualização da base técnica. Como o processo produtivo não é contínuo, a modernização, muitas vezes, pode ocorrer apenas em determinadas etapas da produção. Em algumas fábricas, portanto, é possível que máquinas modernas coexistam com máquinas tradicionais. Além da tecnologia, outros fatores de competitividade da indústria de móveis relacionam-se com novas matérias-primas, design, especialização da produção, estratégias comerciais e de distribuição, entre outros. A dinâmica das inovações baseia-se, principalmente, naquelas que se referem ao produto, através do aprimoramento do design e da utilização de novos materiais.

O ambiente de mercado adverso acirra a concorrência entre os produtores, tornando cada vez mais importante o fator competitividade. A capacidade de fabricar e comercializar produtos que demonstrem maior relação custo-benefício para o consumidor torna-se elemento decisivo para a sustentação ou derrocada das empresas. Embora existam exceções, na média, a indústria moveleira do Estado do Rio de Janeiro não saiu vitoriosa deste embate.



## 2. CENÁRIO

De acordo com dados do BNDES, em 2005 a produção mundial de móveis dos 60 países líderes atingiu aproximadamente US\$ 267 bilhões. O Brasil participou desse mercado produzindo apenas 2,4% desse montante, e exportou 1,2% das exportações mundiais, naquele ano.

Já em 2011, A Pesquisa Industrial Anual do IBGE registrou um total de 18.307 empresas e 285.670 trabalhadores na indústria moveleira, no país. Nesse ano, foi produzido um valor bruto de R\$ 23,8 bilhões e gastou-se R\$ 5,4 bilhões com pessoal.

Os principais polos produtores no Brasil são: Bento Gonçalves (RS), São Bento do Sul (SC), Araçongas (PR), Ubá (MG), Linhares (ES), Mirassol, Votuporanga e Grande São Paulo (SP).

A indústria de móveis de madeira, no Brasil, empregou 204.743 trabalhadores formais, em 2012, segundo dados do CAGED. Esse número é cerca de 5,2 vezes superior às contratações do setor de móveis de metal, que empregou 39.307 trabalhadores formais, em 2012.

As principais características dos polos moveleiros são: Produção em série; Alta cooperação entre produtores, formando uma espécie de Arranjo Produtivo Local (APL); e Centros de Pesquisa voltados especificamente para o setor moveleiro.

O Índice FIRJAN de Produção Exportada (IFPE) mede a parcela da produção industrial destinada às vendas externas. O setor de mobiliário, em termos agregados para o Brasil, viu a parcela de sua produção destinada ao mercado externo diminuir de 17,2%, em 2003, para apenas 8,2%, em 2013. No IFPE, percentuais abaixo de 10% são considerados baixos; entre 10% e 30% médio; e acima de 30% é considerado um alto percentual.

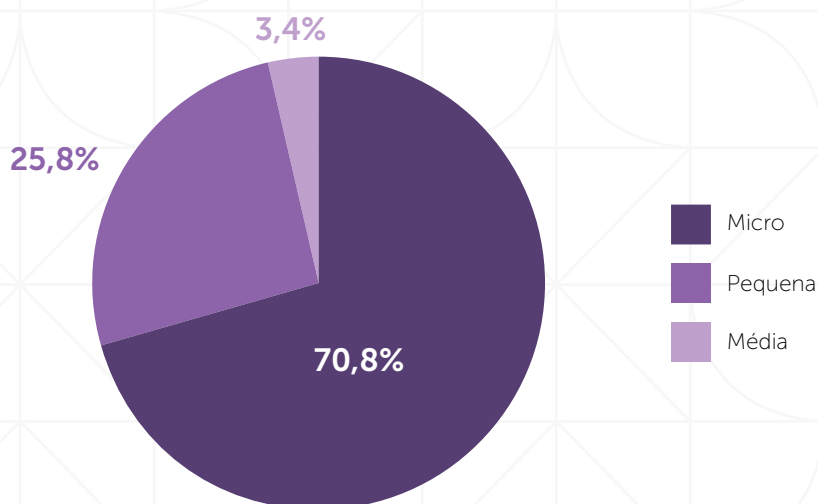
## 3. RESULTADOS

### 3.1. PERFIL DA EMPRESA

O gráfico abaixo reproduz a distribuição por porte das empresas, considerando como critério de classificação, o número de funcionários, onde as empresas de micro porte apresentam a quantidade de funcionários entre 1 e 19; as de pequeno porte entre 20 e 99 funcionários; médio porte entre 100 e 499 funcionários e grande porte mais de 500 funcionários.

Os dados continuam indicando desde a pesquisa da FGV em 2005 que a indústria moveleira do Estado do Rio de Janeiro é formada na maior parte por micro empresas, representando 70,8% dos respondentes.

**Gráfico 1 – Distribuição às empresas por porte**



**Base: 178 respondentes**

P1. Quantos funcionários ao todo trabalham na empresa?

Nota: As empresas que constavam no cadastro como de grande porte mudaram de faixa.

A tabela abaixo reproduz a distribuição por Regiões FIRJAN. Verificamos que a maior parte está situada nas empresas de Micro porte em todas as regiões.

**Tabela 2 – Distribuição às empresas por porte**

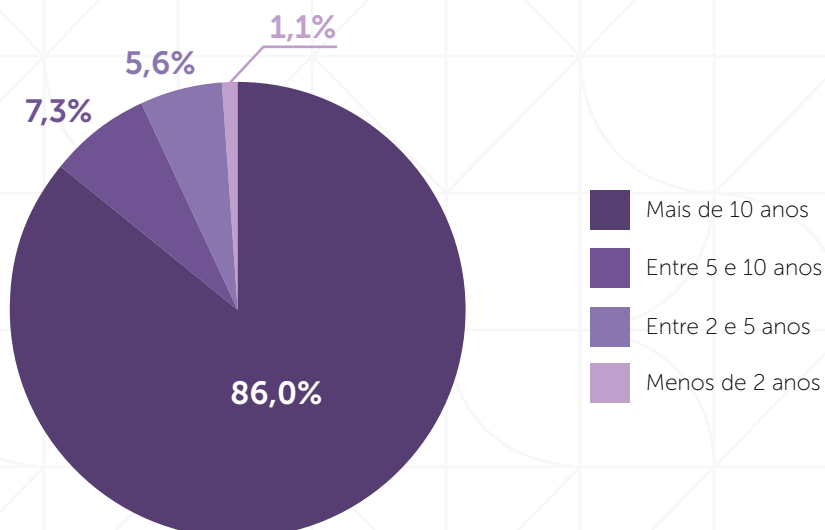
Porte da empresa (critérios nº funcionários)	Regiões FIRJAN									
	Total		Capital		Baixada I / Baixada II		Serrana		Leste/Norte/Sul/Noroeste	
	Qtd	%	Qtd	%	Qtd	%	Qtd	%	Qtd	%
Micro	126	70,8%	33	75,0%	34	72,3%	22	64,7%	37	69,8%
Pequeno	46	25,8%	9	20,5%	13	27,7%	12	35,3%	12	22,6%
Médio	6	3,4%	2	4,5%	0	0%	0	0%	4	7,5%
Grande	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
<b>Total</b>	<b>178</b>	<b>100%</b>	<b>44</b>	<b>100%</b>	<b>47</b>	<b>100%</b>	<b>34</b>	<b>100%</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>

P1. Quantos funcionários ao todo trabalham na empresa?

### 3.1.2. Tempo de atuação no setor

No que se refere ao tempo de atuação das empresas no setor, elas apresentam tradição na produção de móveis atuando há mais de 10 anos (86,0%).

**Gráfico 2 – Distribuição de empresas segundo o tempo de atuação no setor moveleiro**



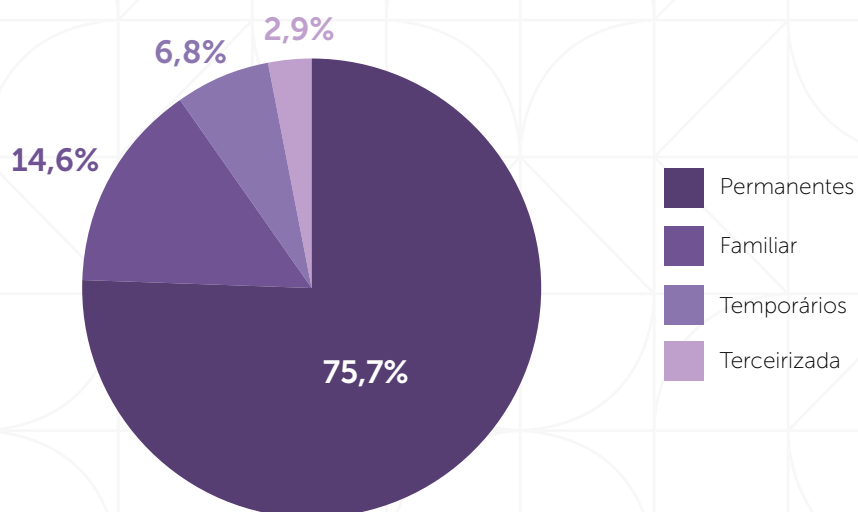
Base: 178 respondentes

P2. Há quanto tempo o(a) Sr.(a) atua nesse setor moveleiro?

### 3.1.3. Tipo de mão de obra

Elas apresentam mão-de-obra com contratos de trabalho permanentes, com 75,7% das menções. Mas observa-se também, a utilização de mão-de-obra familiar em 14,6% das citações.

**Gráfico 3 – Distribuição de mão-de-obra utilizada pelas empresas**



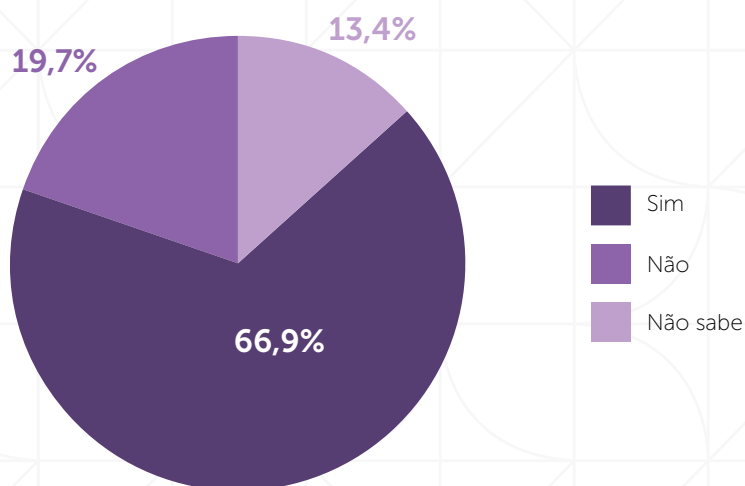
Base: Múltiplas respostas com 206 citações.

P3. Em sua maioria, a mão de obra utilizada na sua empresa é?

### 3.1.4. Sindicalização

Levando em consideração a utilização dos cadastros sindicais, 2/3 das empresas afirmaram ser sindicalizadas, representando 66,9% dos respondentes.

Gráfico 4 – Percentual da filiação das empresas a sindicatos



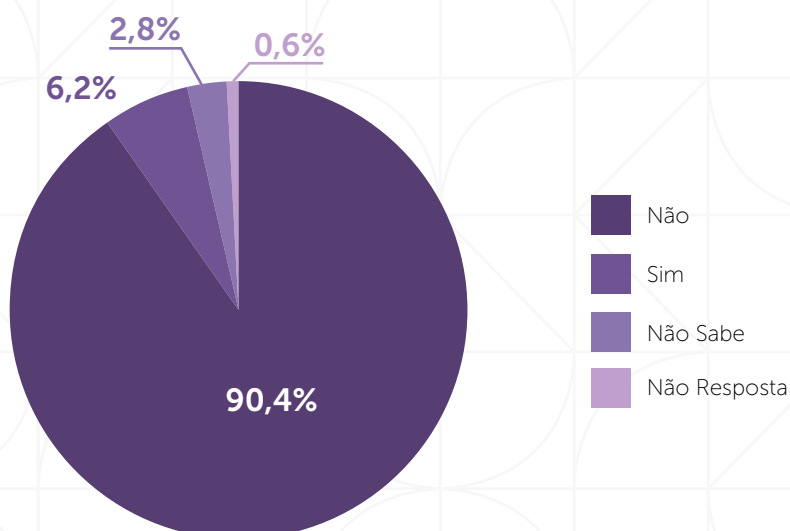
Base: 178 respondentes

P4. A empresa é filiada a algum sindicato?

### 3.1.5. Associativismo

Quando o assunto é associativismo, 90,4% das empresas **não** são associadas a grupos moveleiros.

Gráfico 5 – Percentual de associação das empresas



Base: 178 respondentes

P5. A empresa é associada a algum grupo moveleiro do Estado do RJ?

Observando entre as Regiões FIRJAN, verificamos que a maioria das empresas não é associada a nenhum grupo moveleiro.

**Tabela 3 – Percentual de associação das empresas**

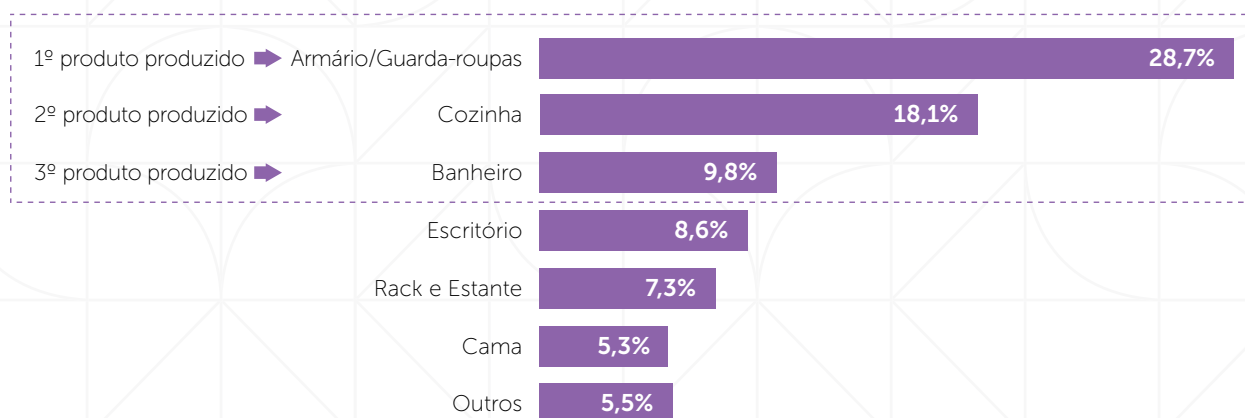
Associação à grupo moveleiro do estado do RJ	Regiões FIRJAN									
	Total		Capital		Baixada I / Baixada II		Serrana		Leste/Norte/Sul/Noroeste	
	Qtd	%	Qtd	%	Qtd	%	Qtd	%	Qtd	%
Sim	11	6,2%	0	0%	5	10,6%	2	5,9%	4	7,5%
Não	161	90,4%	43	97,7%	39	83,0%	30	88,2%	49	92,5%
Não sabe	5	2,8%	1	2,3%	2	4,3%	2	5,9%	0	0%
Não resposta	1	0,6%	0	0%	1	2,1%	0	0%	0	0%
<b>Total</b>	<b>178</b>	<b>100%</b>	<b>44</b>	<b>100%</b>	<b>47</b>	<b>100%</b>	<b>34</b>	<b>100%</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>

P5. A empresa é associada a algum grupo moveleiro do Estado do RJ?

## 3.2. PRODUÇÃO

No que diz respeito à produção, verificou-se que quase um terço das citações está relacionado à produção de “Armário/Guarda-roupas” como o principal produto de seu portfólio, seguido de “Cozinha” como o segundo produto mais produzido e “Banheiro” como o terceiro.

**Gráfico 6 – Principais produtos produzidos em termos de faturamento**



**Base: Múltiplas respostas com 397 citações.**

P6. Quais os três principais produtos produzidos pela empresa em termos de faturamento?

Analisando os dados pelas Regiões o destaque também é para a produção de “Armários/Guarda-roupas”.

**Tabela 4 – Principais produtos produzidos em termos de faturamento**

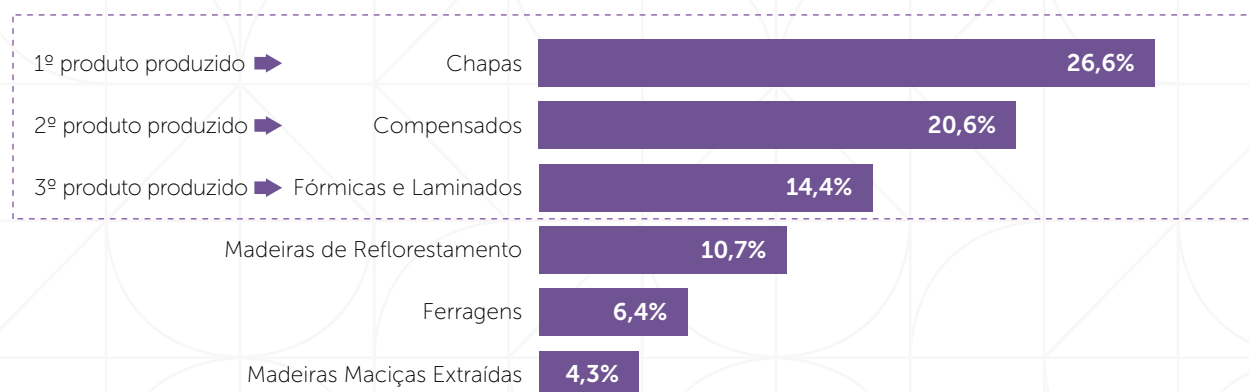
Principais produtos produzidos pela empresa em termos de faturamento	Regiões FIRJAN									
	Total		Capital		Baixada I / Baixada II		Serrana		Leste/Norte/Sul/Noroeste	
	Qtd	%	Qtd	%	Qtd	%	Qtd	%	Qtd	%
Armário/Guarda-roupas	114	28,7%	22	23,7%	32	28,6%	27	37,0%	33	27,7%
Cozinha	72	18,1%	18	19,4%	17	15,2%	12	16,4%	25	21,0%
Banheiro	39	9,8%	12	12,9%	6	5,4%	6	8,2%	15	12,6%
Escritório	34	8,6%	7	7,5%	12	10,7%	4	5,5%	11	9,2%
Rack e Estante	29	7,3%	6	6,5%	15	13,4%	5	6,8%	3	2,5%
Outros	22	5,5%	10	10,8%	6	5,4%	3	4,1%	3	2,5%
Cama	21	5,3%	4	4,3%	4	3,6%	6	8,2%	7	5,9%
Estofados	16	4,0%	4	4,3%	4	3,6%	5	6,8%	3	2,5%
Móveis escolares	12	3,0%	1	1,1%	2	1,8%	0	0,0%	9	7,6%
Cômoda e Criado	11	2,8%	0	0,0%	6	5,4%	2	2,7%	3	2,5%
Sala de Jantar	11	2,8%	3	3,2%	4	3,6%	2	2,7%	2	1,7%
Móveis comerciais	6	1,5%	3	3,2%	2	1,8%	0	0,0%	1	0,8%
Móveis tubulares	6	1,5%	1	1,1%	2	1,8%	1	1,4%	2	1,7%
Cadeiras	2	0,5%	1	1,1%	0	0,0%	0	0,0%	1	0,8%
Portas	2	0,5%	1	1,1%	0	0,0%	0	0,0%	1	0,8%
<b>Total</b>	<b>397</b>	<b>100%</b>	<b>93</b>	<b>100%</b>	<b>112</b>	<b>100%</b>	<b>73</b>	<b>100%</b>	<b>119</b>	<b>100%</b>

P6. Quais os três principais produtos produzidos pela empresa em termos de faturamento?

### 3.2.1. Matéria prima

No que se refere aos materiais, encontra-se maior concentração na utilização de Chapas; Compensados; Fórmicas e Laminados, representando 61,6% das citações.

**Gráfico 7 – Principais tipos de matérias-primas utilizadas na produção**



Base: múltiplas respostas com 466 citações.

P7. Quais as três principais matérias primas utilizadas na produção, levando em consideração os principais produtos produzidos termos de faturamento?

Nota: Não estão representados valores inferiores a 3,6%.

Entre as Regiões FIRJAN, as “Chapas” aparecem em primeiro lugar como a principal matéria-prima utilizada na produção nas regiões, Capital, Baixada I/II e Leste/Norte/Sul/Noroeste.

Já na região Serrana a principal matéria-prima é o Compensado.

**Tabela 5 – Principais tipos de matérias-primas utilizadas na produção**

Principais tipos de Matérias-primas	Regiões FIRJAN									
	Total		Capital		Baixada I / Baixada II		Serrana		Leste/Norte/Sul/Noroeste	
	Qtd	%	Qtd	%	Qtd	%	Qtd	%	Qtd	%
Chapas (MDF/Aglomerado)	124	26,6%	34	29,3%	35	27,8%	21	22,6%	34	26,0%
Compensados	96	20,6%	18	15,5%	22	17,5%	25	26,9%	31	23,7%
Fórmicas e Laminados	67	14,4%	18	15,5%	26	20,6%	9	9,7%	14	10,7%
Madeiras maciças de reflorestamento	50	10,7%	13	11,2%	8	6,3%	14	15,1%	15	11,5%
Ferragens	30	6,4%	8	6,9%	8	6,3%	5	5,4%	9	6,9%
Madeiras maciças extraída	20	4,3%	3	2,6%	4	3,2%	6	6,5%	7	5,3%
Colas, tintas e vernizes	17	3,6%	5	4,3%	4	3,2%	5	5,4%	3	2,3%
Espuma	15	3,2%	2	1,7%	5	4,0%	3	3,2%	5	3,8%
Outros	15	3,2%	5	4,3%	5	4,0%	1	1,1%	4	3,1%
Tecidos	11	2,4%	0	0,0%	5	4,0%	4	4,3%	2	1,5%
Chapa de Aço	8	1,7%	5	4,3%	2	1,6%	0	0,0%	1	0,8%
Plásticos	5	1,1%	2	1,7%	0	0,0%	0	0,0%	3	2,3%
Tubos de Aço	4	0,9%	2	1,7%	0	0,0%	0	0,0%	2	1,5%
Fibras naturais	2	0,4%	0	0,0%	1	0,8%	0	0,0%	1	0,8%
Parafusos	2	0,4%	1	0,9%	1	0,8%	0	0,0%	0	0,0%
<b>Total</b>	<b>466</b>	<b>100%</b>	<b>116</b>	<b>100%</b>	<b>126</b>	<b>100%</b>	<b>93</b>	<b>100%</b>	<b>131</b>	<b>100%</b>

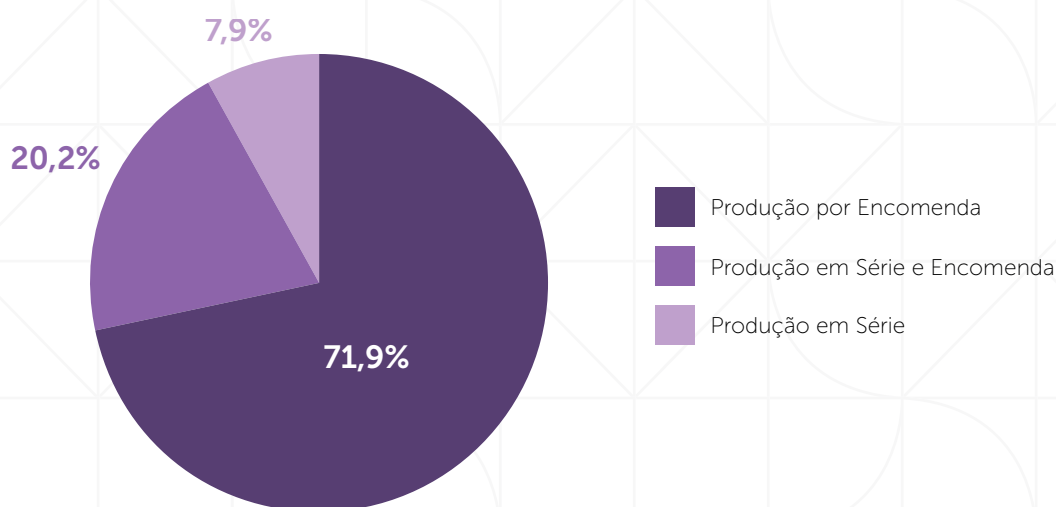
P7. Quais as três principais matérias primas utilizadas na produção, levando em consideração os principais produtos produzidos termos de faturamento?

### 3.2.2. Sistemática da Produção

Conhecendo a respeito da sistemática de produção, as indústrias moveleiras adotam as seguintes: Produção por encomenda, Produção em série e encomenda e Produção em série.

A predominância está na Produção por encomenda utilizada por 71,9% das empresas consultadas; 20,2% utilizam ambas as sistemáticas e 7,9% produção em série.

## Gráfico 8 – Principais sistemáticas de produção



Base: 178 respondentes

P8. Qual a sistemática de produção adotada pela empresa?

Analisando os dados por Região FIRJAN, a sistemática de produção é mantida na forma de Encomenda.

## Tabela 6 – Principais sistemáticas de produção

Sistema de produção adotada pela empresa	Regiões FIRJAN									
	Total		Capital		Baixada I / Baixada II		Serrana		Leste/Norte/Sul/Noroeste	
	Qtd	%	Qtd	%	Qtd	%	Qtd	%	Qtd	%
Produção por encomenda	128	71,9%	36	81,8%	35	74,5%	17	50,0%	40	75,5%
Produção em série e encomenda	36	20,2%	6	13,6%	10	21,3%	12	35,3%	8	15,1%
Produção em série	14	7,9%	2	4,5%	2	4,3%	5	14,7%	5	9,4%
<b>Total</b>	<b>178</b>	<b>100%</b>	<b>44</b>	<b>100%</b>	<b>47</b>	<b>100%</b>	<b>34</b>	<b>100%</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>

P8. Qual a sistemática de produção adotada pela empresa?

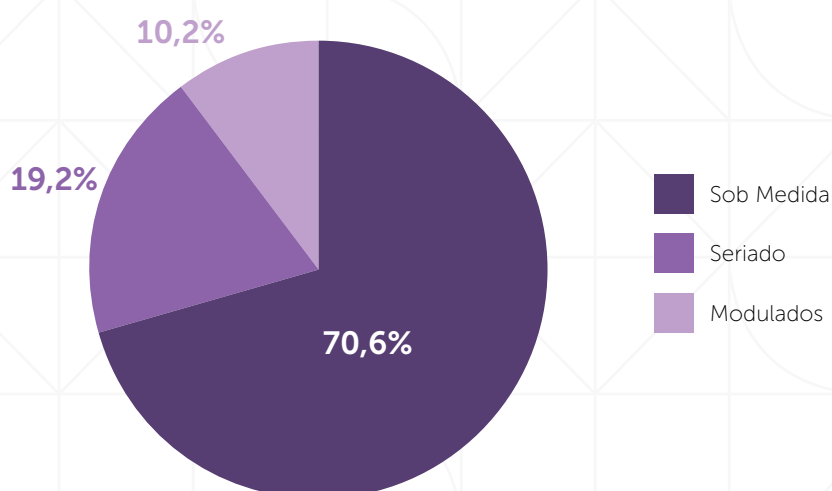
### 3.2.3. Formas de fabricação

Em 70,6% das citações a forma de fabricação mais utilizada é "sob medida". Nessa forma os móveis são planejados exatamente de acordo com as necessidades dos clientes.

Na fabricação de móveis seriados, quando os móveis são produzidos por grandes fabricantes e em grande escala utilizando medidas pré-estabelecidas, apresentaram 19,2% das citações e 10,2% citaram fabricar de forma modular, quando os móveis produzidos a partir de módulos pré-dimensionados pela própria fábrica.



**Gráfico 9 – Formas de fabricação dos produtos das empresas**



**Base: Múltiplas respostas com 214 citações.**

P9. Quais as formas de fabricação dos produtos da sua empresa?

Entre as regiões, a fabricação de móveis “sob medida” é o destaque.

**Tabela 7 – Formas de fabricação dos produtos das empresas**

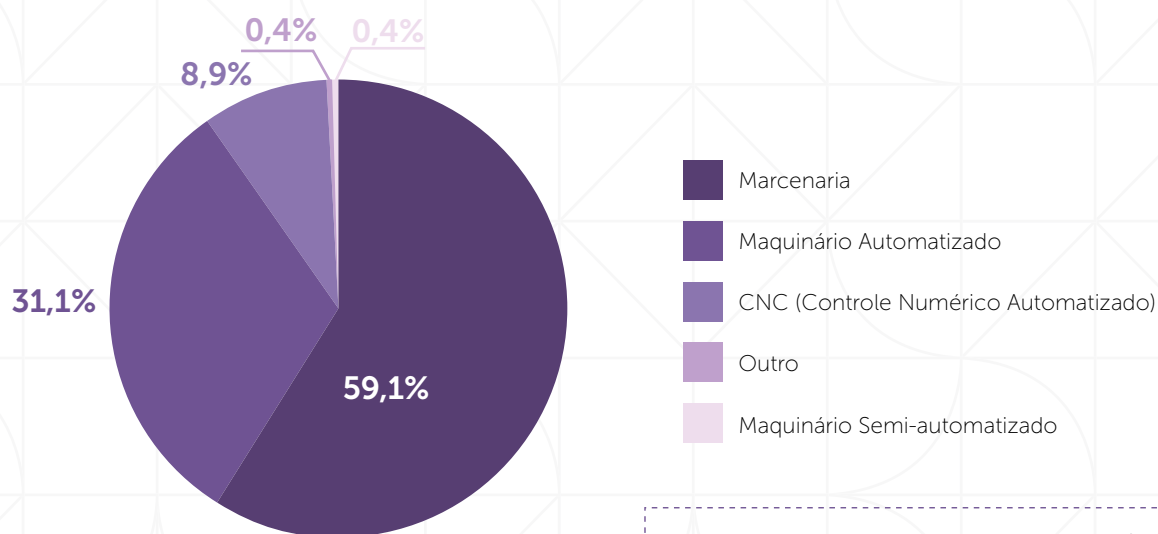
Forma de fabricação dos produtos da empresa	Regiões FIRJAN									
	Total		Capital		Baixada I / Baixada II		Serrana		Leste/Norte/Sul/Noroeste	
	Qtd	%	Qtd	%	Qtd	%	Qtd	%	Qtd	%
Sob medida (são móveis planejados exatamente de acordo com as necessidades do cliente)	151	70,6%	40	72,7%	41	78,8%	28	63,6%	42	66,7%
Seriado (são móveis produzidos por grandes fabricantes e em grande escala e utilizam medidas pré-estabelecidas)	41	19,2%	7	12,7%	9	17,3%	13	29,5%	12	19,0%
Modulados (são móveis produzidos a partir de módulos pré-dimensionados pela fábrica)	22	10,3%	8	14,5%	2	3,8%	3	6,8%	9	14,3%
<b>Total</b>	<b>214</b>	<b>100%</b>	<b>55</b>	<b>100%</b>	<b>52</b>	<b>100%</b>	<b>44</b>	<b>100%</b>	<b>63</b>	<b>100%</b>

P9. Quais as formas de fabricação dos produtos da sua empresa?

### 3.2.4. Maquinários utilizados

O tipo de maquinário mais utilizado pelas empresas do setor é a “Marcenaria” com 59,1% de citações, seguido por “Maquinário automatizado” com 31,2% e CNC (Controle Numérico Computadorizado) por 8,9% das citações.

**Gráfico 10 – Tipos de maquinário utilizados na área de produção da empresa**



Não estão representados valores inferiores a 0,4%:  
 • Maq. Semi-automatizada = 0,4%  
 • Outro = 0,4%

Base: Múltiplas respostas com 225 citações.

P10. Quais os tipos de maquinário utilizados na área de produção da empresa?

A marcenaria é o tipo de maquinário mais utilizado em todas as regiões.

**Tabela 8 – Tipos de maquinário utilizados na área de produção da empresa**

Maquinário utilizado na área de produção da empresa	Regiões FIRJAN									
	Total		Capital		Baixada I / Baixada II		Serrana		Leste/Norte/Sul/Noroeste	
	Qtd	%	Qtd	%	Qtd	%	Qtd	%	Qtd	%
Marcenaria	133	59,1%	29	50,9%	34	57,6%	28	65,1%	42	63,6%
Maquinário automatizado	70	31,1%	20	35,1%	18	30,5%	13	30,2%	19	28,8%
CNC (Controle Numérico Computadorizado)	20	8,9%	8	14,0%	6	10,2%	2	4,7%	4	6,1%
Maquinário semi-automatizado	1	0,4%	0	0,0%	1	1,7%	0	0,0%	0	0,0%
Outro	1	0,4%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	1,5%
<b>Total</b>	<b>225</b>	<b>100%</b>	<b>57</b>	<b>100%</b>	<b>59</b>	<b>100%</b>	<b>43</b>	<b>100%</b>	<b>66</b>	<b>100%</b>

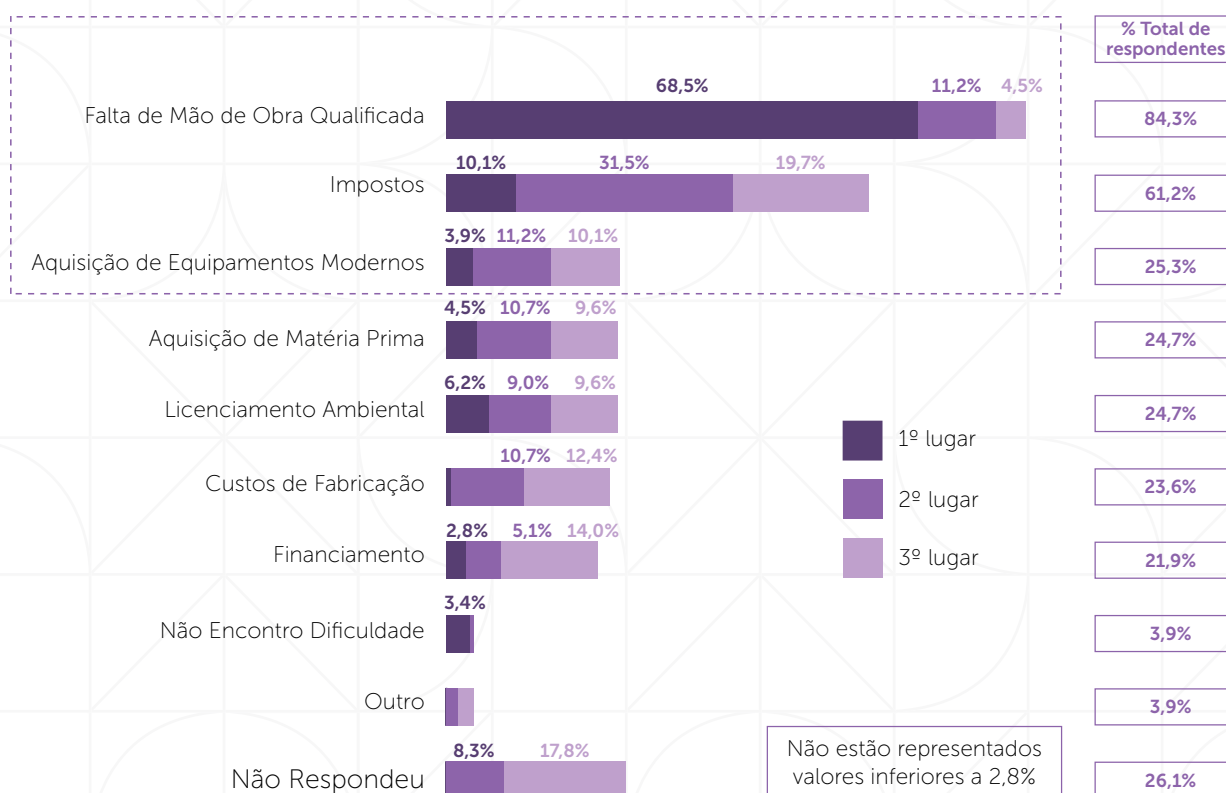
P10. Quais os tipos de maquinário utilizados na área de produção da empresa?

## 3.3. COMERCIALIZAÇÃO

### 3.3.1. Principais dificuldades

Quando o assunto é sobre as dificuldades encontradas no processo produtivo da empresa, a falta de mão de obra qualificada é a principal questão. Seguida pelos impostos pagos e pela dificuldade em adquirir equipamentos modernos.

**Gráfico 10 – Principais dificuldades encontradas no processo de produção da empresa**



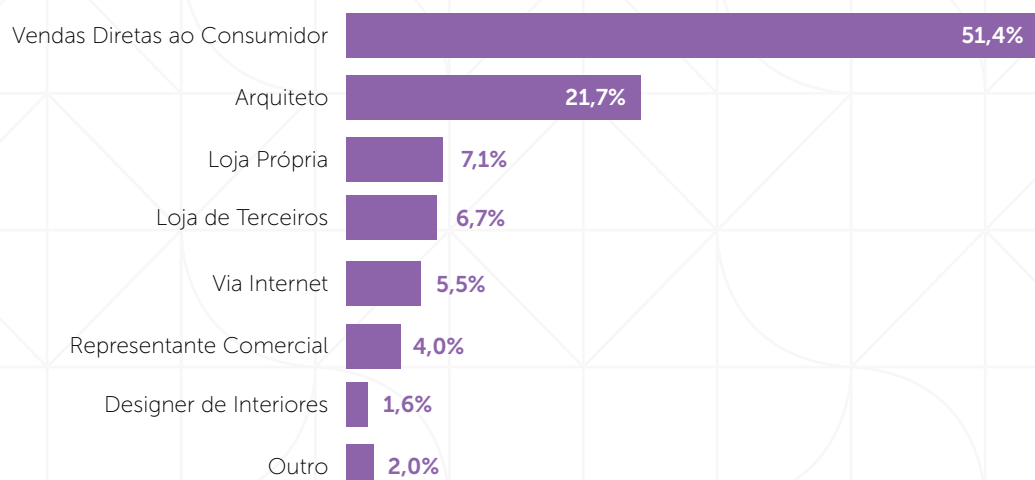
**Base: 178 respondentes**

P11. Quais as três principais dificuldades encontradas no processo de produção da empresa? Qual delas é a 1ª mais importante; a 2ª mais importante e a 3ª mais importante?

### 3.3.2. Comercialização dos produtos

Em 51,4% das citações, identificamos que as empresas têm como principal canal de comercialização as "Vendas diretas ao consumidor". Seguido por 21,7% que tem como destino Arquitetos e 7,1% para Lojas próprias.

## Gráfico 11 – Principais canais de comercialização dos produtos



Base: Múltiplas respostas com 253 citações.

P12. Qual o principal canal de comercialização dos produtos da sua empresa?

Analisando por região, a venda direta ao consumidor é o principal canal de comercialização.

Tabela 9 – Principais canais de comercialização dos produtos

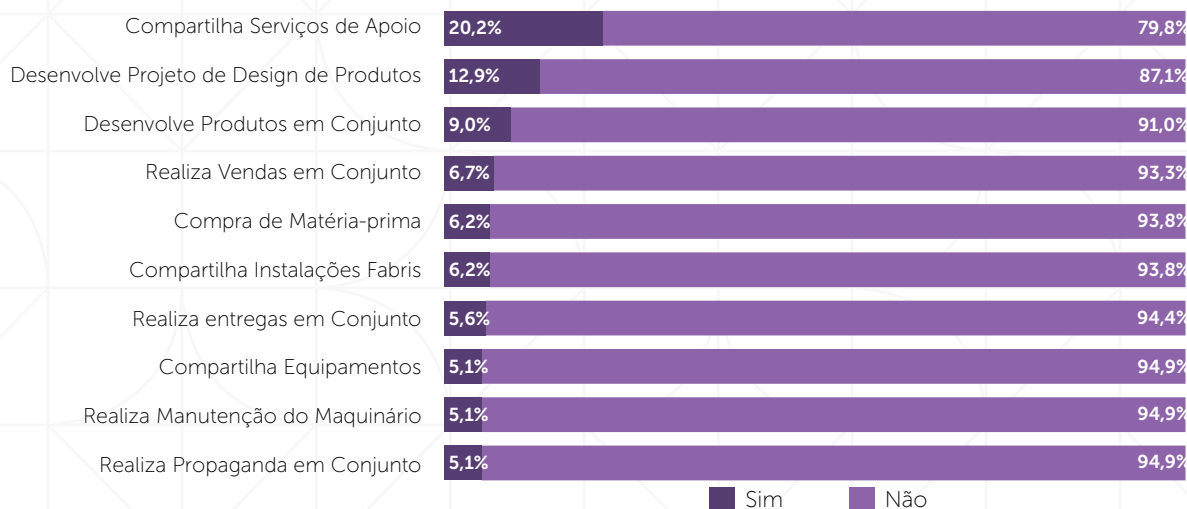
Principal canal de comercialização dos produtos da empresa	Regiões FIRJAN									
	Total		Capital		Baixada I / Baixada II		Serrana		Leste/Norte/Sul/Noroeste	
	Qtd	%	Qtd	%	Qtd	%	Qtd	%	Qtd	%
Vendas diretas ao consumidor	130	51,4%	36	57,1%	34	50,0%	21	42,9%	39	53,4%
Arquiteto	55	21,7%	11	17,5%	16	23,5%	11	22,4%	17	23,3%
Loja própria	18	7,1%	4	6,3%	4	5,9%	6	12,2%	4	5,5%
Loja de terceiros	17	6,7%	3	4,8%	5	7,4%	7	14,3%	2	2,7%
Via internet	14	5,5%	5	7,9%	5	7,4%	0	0,0%	4	5,5%
Representante comercial	10	4,0%	2	3,2%	3	4,4%	2	4,1%	3	4,1%
Outro	5	2,0%	2	3,2%	0	0,0%	0	0,0%	3	4,1%
Designer de interiores	4	1,6%	0	0,0%	1	1,5%	2	4,1%	1	1,4%
<b>Total</b>	<b>253</b>	<b>100%</b>	<b>63</b>	<b>100%</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>	<b>49</b>	<b>100%</b>	<b>73</b>	<b>100%</b>

P12. Qual o principal canal de comercialização dos produtos da sua empresa?

### 3.3.3. Ações em conjunto

A maioria das empresas não realiza ações em conjunto, sendo que daqueles que realizam, 20,2% compartilham serviços de apoio, 12,9% desenvolvem projeto de design de produtos e 9,0% desenvolvem produtos em conjunto.

Gráfico 12 – Ações que as empresas realizam em conjunto



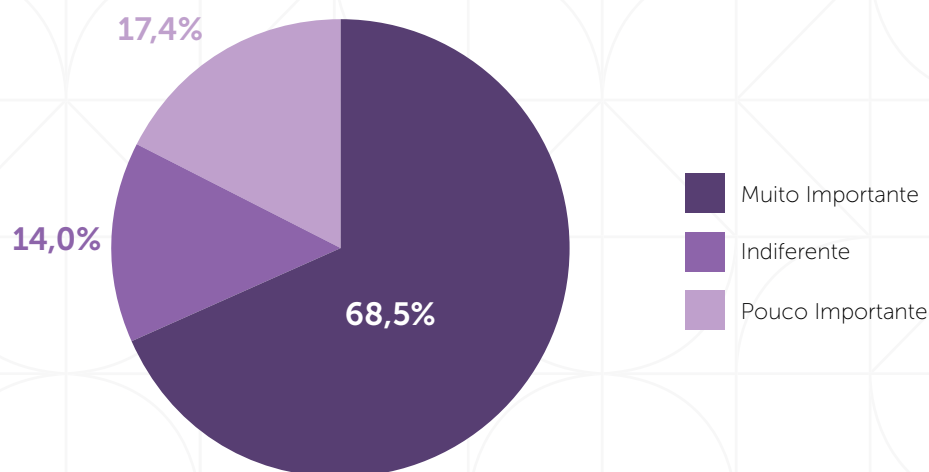
Base: 178 respondentes

P13. Vou ler algumas ações em conjunto com outros produtores e gostaria de saber se o(a) Sr.(a) realiza ou não realiza algumas destas ações na sua empresa?

### 3.3.4. Importância do Designer

Do ponto de vista das empresas, é muito importante a contratação de um designer para o desenvolvimento de produtos na empresa (68,5%). Em contrapartida, 17,4% acham que a contratação é pouco importante para a competitividade dentro do setor.

Gráfico 13 – A importância da contratação do designer para a competitividade



Base: 178 respondentes

P14. Na sua percepção, qual a importância da contratação de um designer no desenvolvimento de produtos para a competitividade do setor moveleiro?

### 3.3.5. Profissional de Design

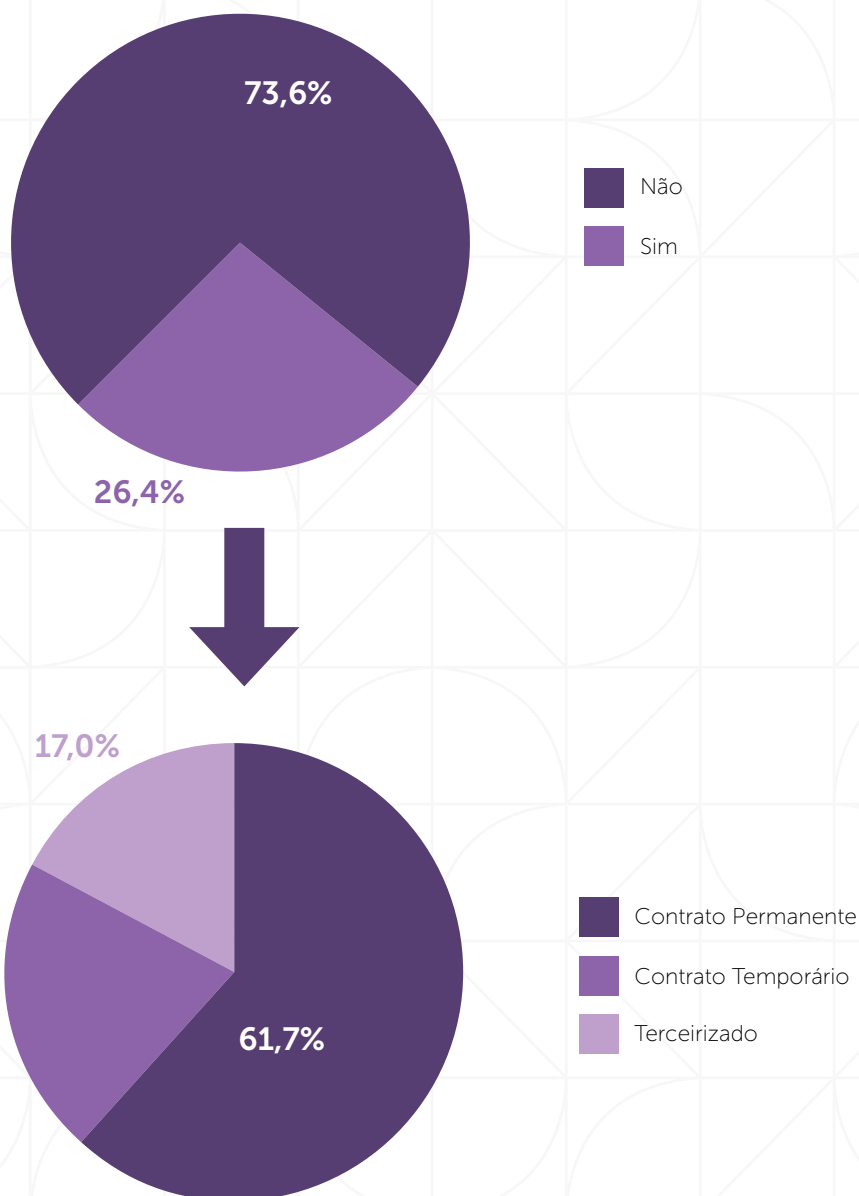
Apesar de 68,5% dos respondentes acharem muito importante a figura de um designer, grande parte (73,6%) não têm esse profissional na empresa quando questionados.

As 26,4% das empresas que têm esse profissional, 61,7% os contratam por intermédio de contrato de trabalho permanente.

#### Gráfico 14 – Atuação do designer no desenvolvimento do produto

Base: 178 respondentes

P15. Na sua empresa, o(a) Sr.(a) utiliza profissional de design no desenvolvimento dos produtos?



#### Gráfico 15 – Forma de trabalho do profissional de design na empresa

Base: 47 respondentes

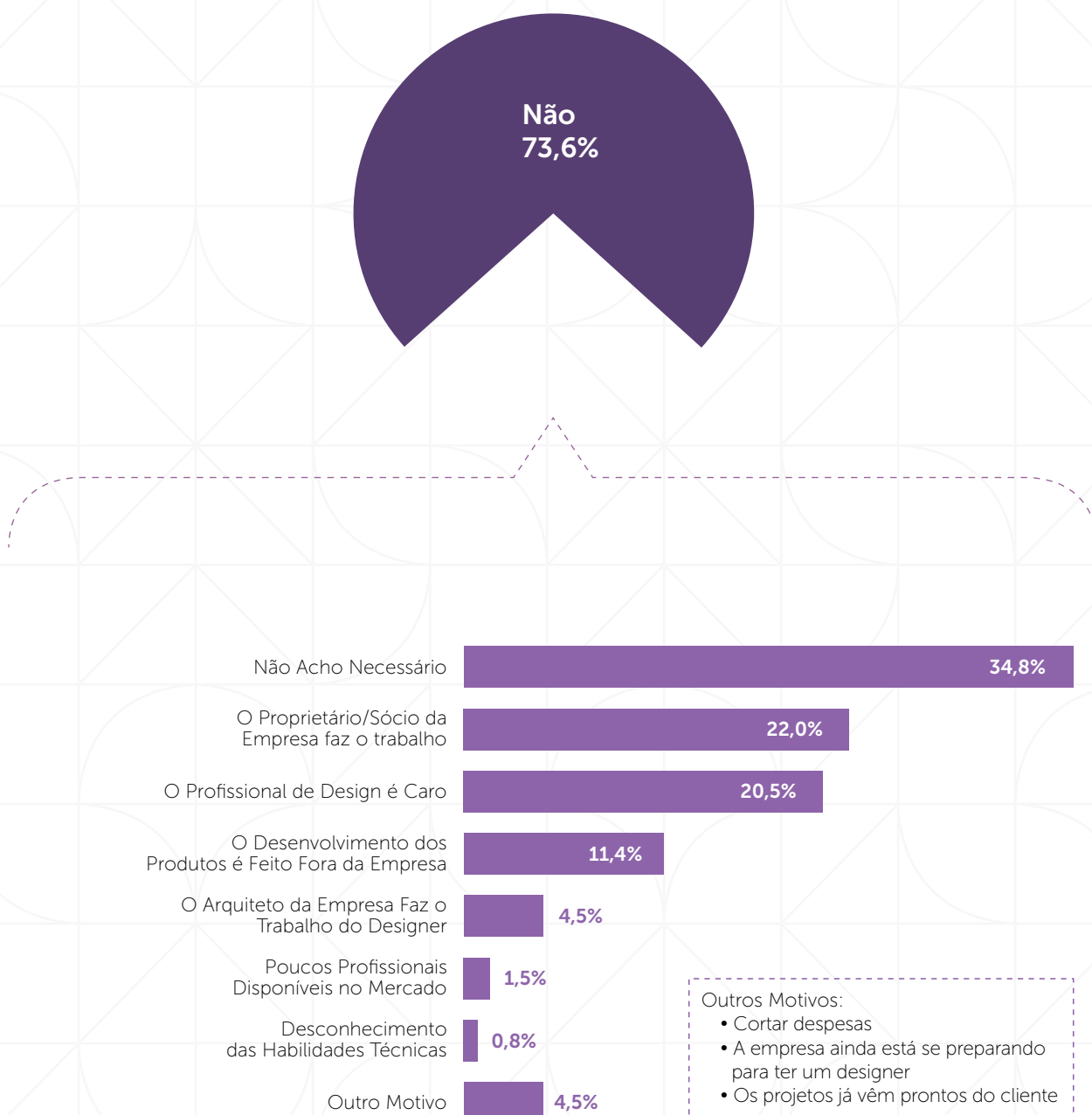
P16. Qual a forma de trabalho desse profissional de design na sua empresa?

### 3.3.6. Designer

Apesar de declararem considerar importante a figura de um profissional de design (68,5%), os entrevistados ainda não percebem a necessidade da inserção desse tipo de profissional na sua realidade empresarial.

#### Gráfico 16 – Atuação do designer no desenvolvimento do produto

Base: 178 respondentes



#### Gráfico 17 – Motivos para a NÃO contratação do profissional de design

Base: Múltiplas respostas com 132 citações

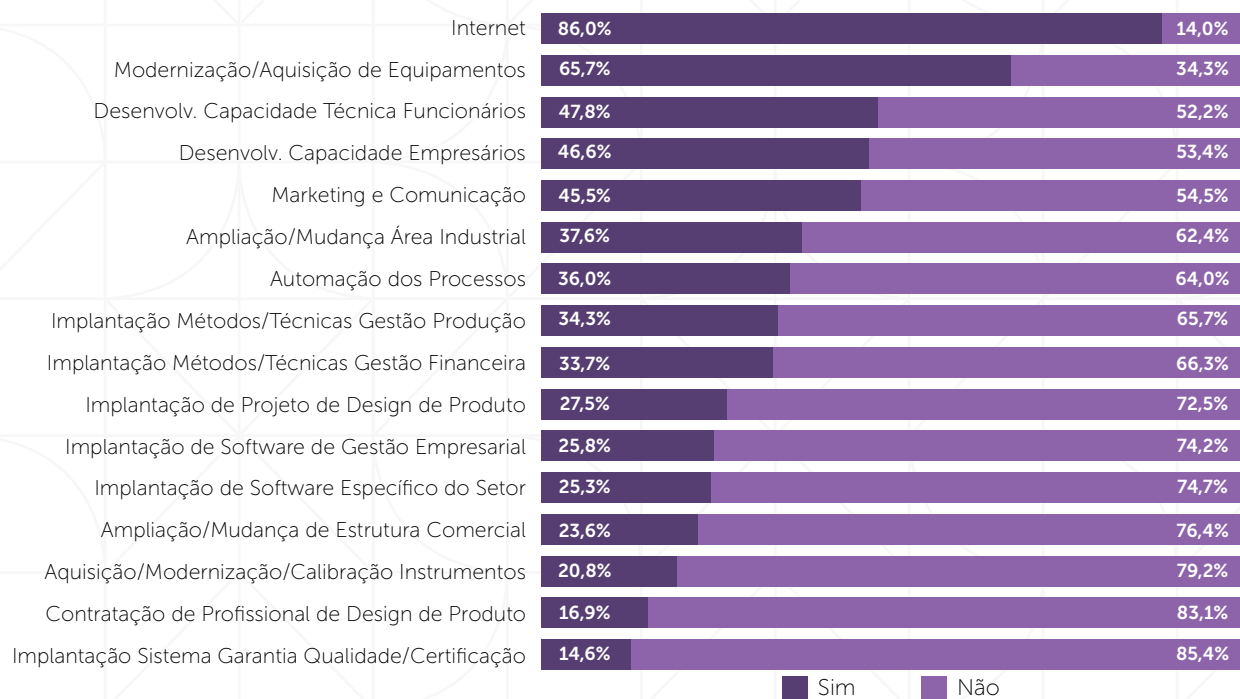
P17. Quais os principais motivos para o(a) Sr.(a) não contratar um profissional de design no desenvolvimento dos produtos da sua empresa?

# 4. INVESTIMENTOS

## 4.1. INVESTIMENTOS REALIZADOS

Nos últimos dois anos a maioria das empresas realizou investimentos para acesso a internet (86,0%), seguido da modernização/aquisição de equipamentos (65,7%).

**Gráfico 18 – Investimentos realizados**



**Base: 178 respondentes**

P18. Pensando nos últimos 2 anos, vou ler algumas formas de investimentos e gostaria de saber se a sua empresa realizou?



## 4.2. ACESSO A FINANCIAMENTO

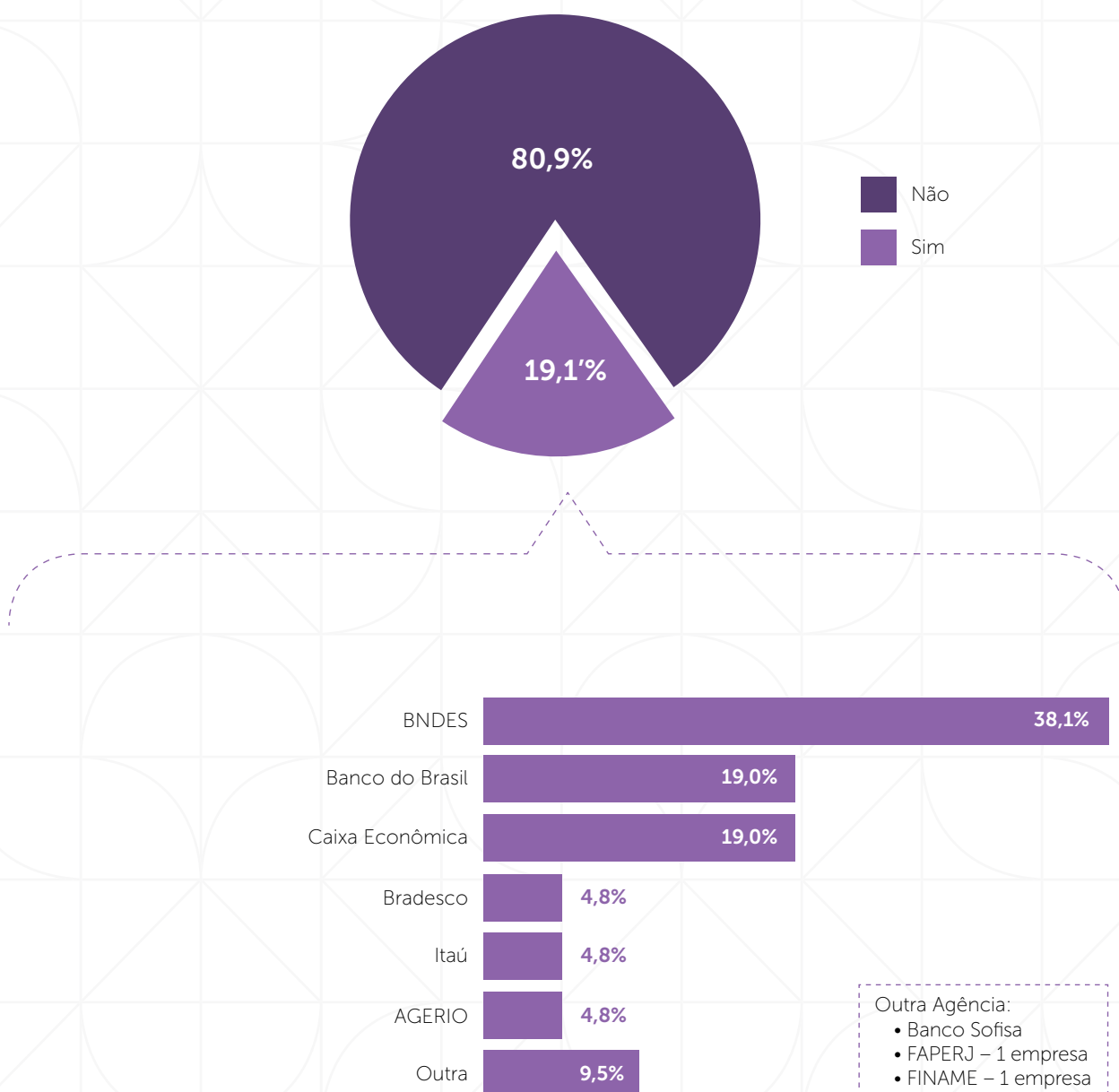
No momento da pesquisa a maioria das empresas não estava à procura de financiamento (80,9%).

Das empresas que estavam buscando algum tipo de financiamento (19,1%), o agente financeiro mais procurado foi o "BNDES" citado por 38,1%, seguido pelo Banco do Brasil e Caixa Econômica Federal, ambas com 19,0% das citações.

### Gráfico 19 – Procura por financiamento

Base: 178 respondentes

P19. O(a) Sr.(a) está procurando algum tipo de financiamento?



### Gráfico 20 – Agência financiadora procurada pelas empresas

Base: Múltiplas respostas com 42 citações.

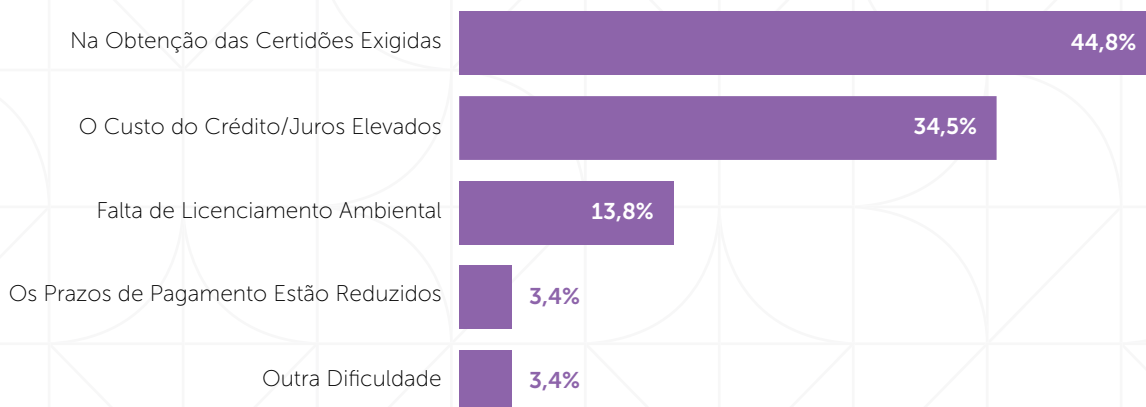
P20. Poderia me informar em qual agência financiadora que o(a) Sr.(a) está buscando esse financiamento?

### 4.2.1. Dificuldades no financiamento

Quando questionadas sobre as dificuldades encontradas na obtenção desse financiamento (19,1%), a maior dificuldade foi na aquisição de certidões exigidas, citada em 44,8% dos casos.

No gráfico abaixo, percebe-se que o custo do crédito/juros elevados também é barreira, sendo citado por 34,5% das empresas.

**Gráfico 21 – Dificuldade na obtenção de financiamento**



**Base: Múltiplas respostas com 29 citações.**

P21. O(a) Sr.(a) está encontrando alguma dificuldade na obtenção desse financiamento?

## 4.2.2. Desinteresse pelo financiamento

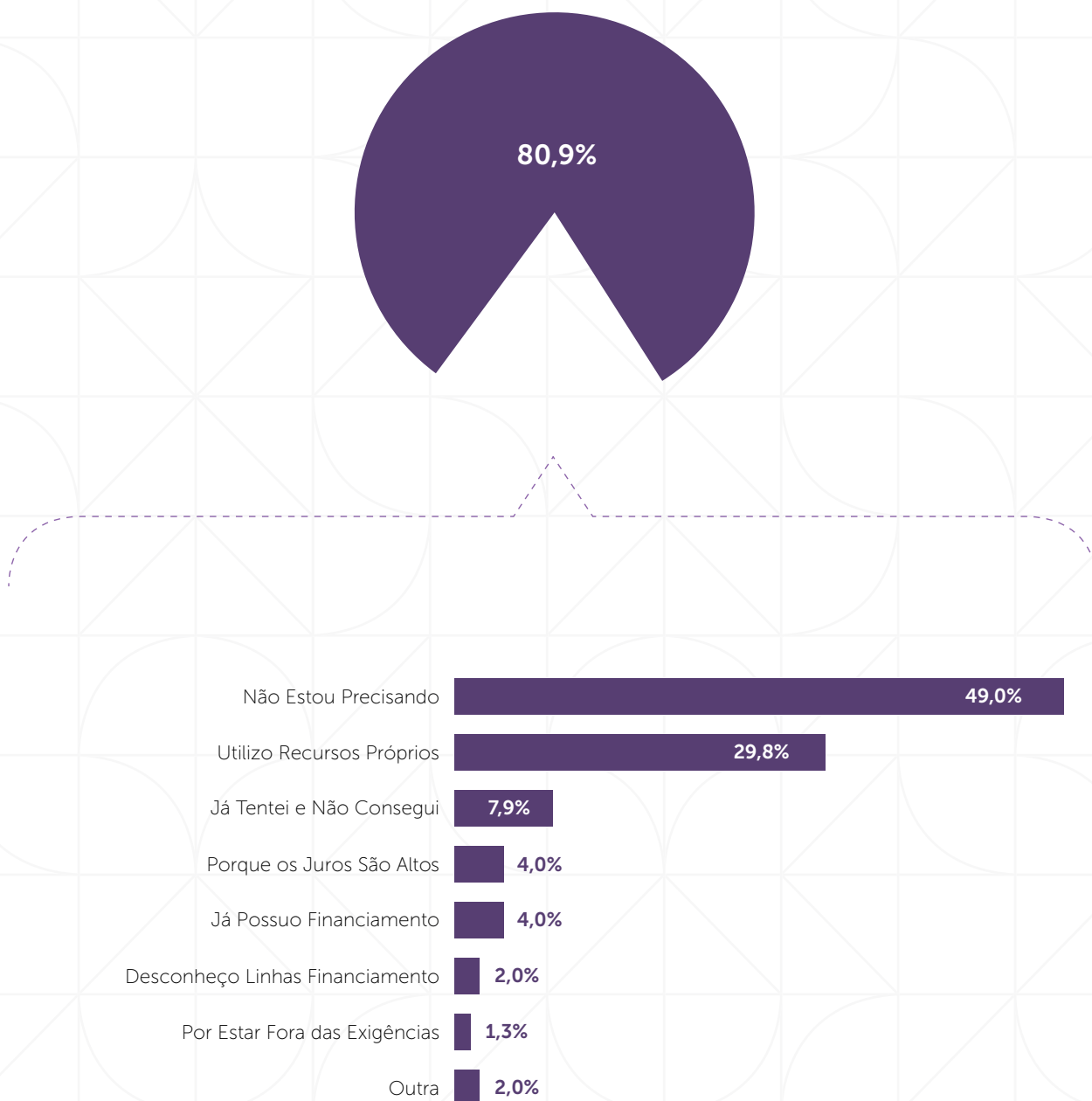
Das empresas que não estavam buscando financiamento (80,9%), quando questionadas sobre o motivo, quase metade (49,0%) das citações foram por falta de necessidade no momento.

Já para 29,8% as menções são na utilização de recursos próprios.

### Gráfico 22 – Motivos pela não procura de financiamento

Base: 178 respondentes

P19. O(a) Sr.(a) está procurando algum tipo de financiamento?



Base: Múltiplas respostas com 151 citações.

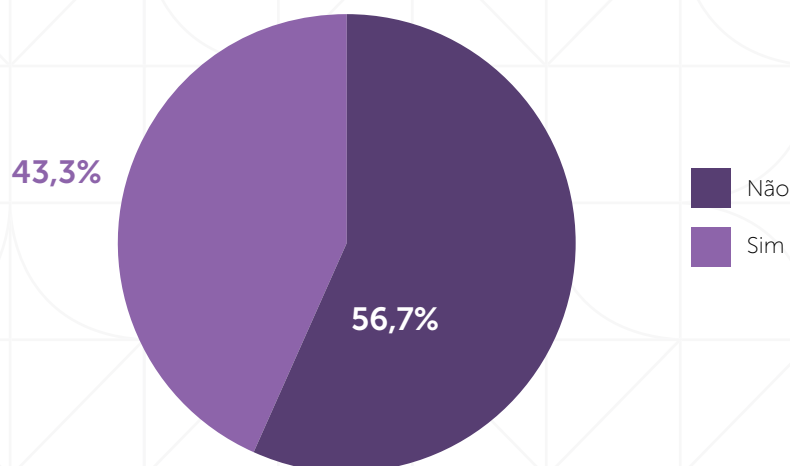
P22. Por que o(a) Sr.(a) não está buscando nenhum financiamento?

# 5. INOVAÇÃO

## 5.1. INOVAÇÃO NA EMPRESA

Nos últimos dois anos, 43,3% das empresas inovaram introduzindo produto novo para a empresa, mas existente no mercado nacional.

**Gráfico 23 – Introdução de inovação e aperfeiçoamento significativo para a empresa**

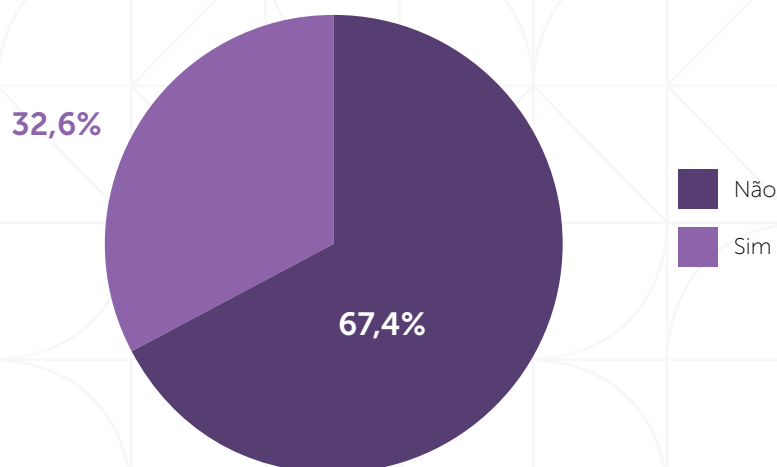


**Base: 178 respondentes**

P23. Nos últimos dois anos, a empresa introduziu produto novo ou significativamente aperfeiçoado para a empresa, mas já existente no mercado nacional?

Pouco mais de um terço das empresas inovou, introduzindo produtos novos ou aperfeiçoados para o mercado nacional.

**Gráfico 24 – Introdução de inovação e aperfeiçoamento significativo para o mercado nacional**

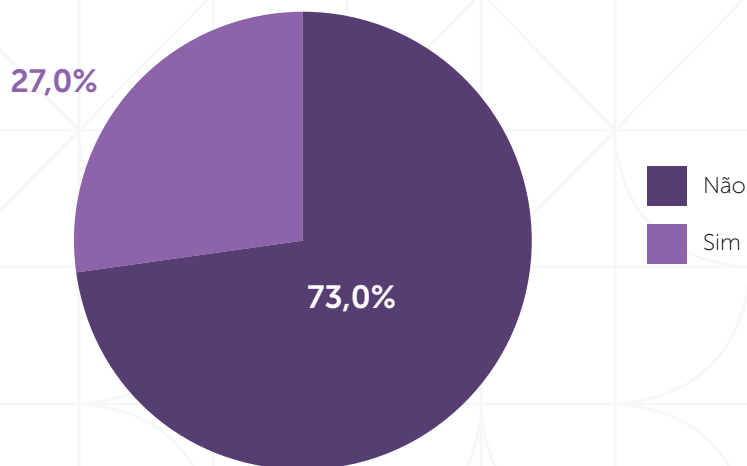


**Base: 178 respondentes**

P24. Nos últimos dois anos, a empresa introduziu produto novo ou significativamente aperfeiçoado para o mercado nacional?

E 73,0% das empresas têm interesse em lançar produtos novos ou aperfeiçoados no mercado nacional.

**Gráfico 25 – Interesse em inovação e aperfeiçoamento significativa para o mercado nacional**



**Base: 178 respondentes**

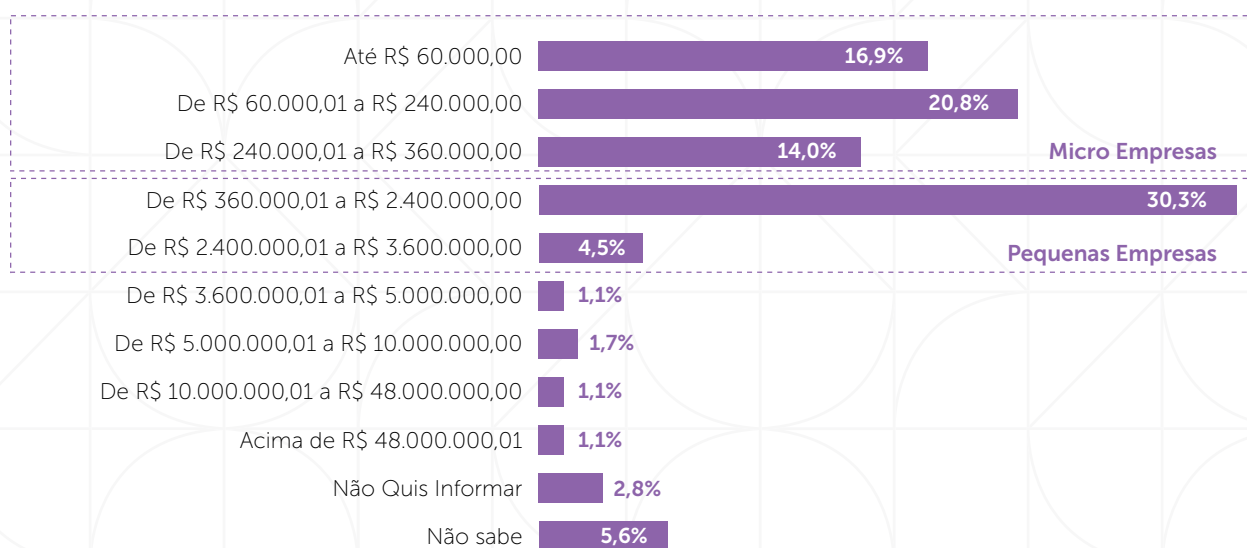
P25. A empresa tem interesse em introduzir produto novo ou significativamente aperfeiçoado para o mercado nacional?

## 6. RECEITA OPERACIONAL

### 6.1. RECEITA OPERACIONAL ANUAL/2013

A Receita Operacional Bruta no ano de 2013 está concentrada na maior parte no faturamento das Micro e Pequenas empresas (86,5%).

**Gráfico 26 – Receita Operacional Bruta no ano de 2013**



**Base: 178 respondentes**

P26. Pensando na sua receita operacional bruta no ano de 2013, vou ler algumas faixas e gostaria que o(a) Sr.(a) me informasse em qual delas a sua empresa se enquadra?

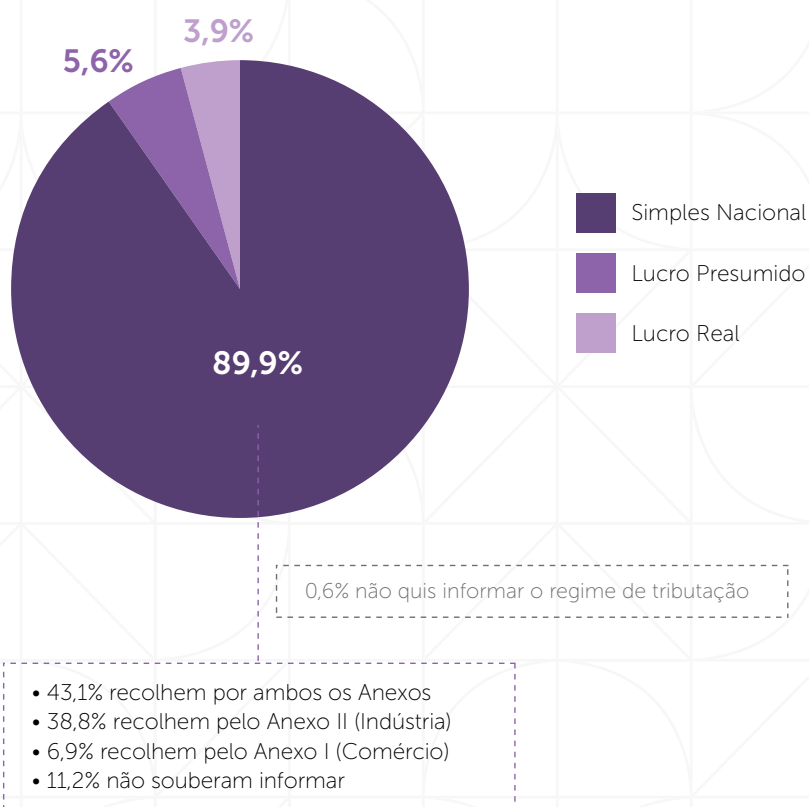
## 6.2. REGIME DE TRIBUTAÇÃO

O Simples Nacional é o regime de tributação citado pela maioria das empresas entrevistadas (89,9%). Contudo, 43,1% delas recolhem por ambos os Anexos; 38,8%, pelo Anexo II (Indústria); 6,9% pelo Anexo I (Comércio); 11,3% não souberam informar e 0,6% não quis informar o regime de tributação.

### Gráfico 27 – Tipo de regime de Tributação da empresa

Base: 178 respondentes

P27. Qual o regime de tributação da empresa?



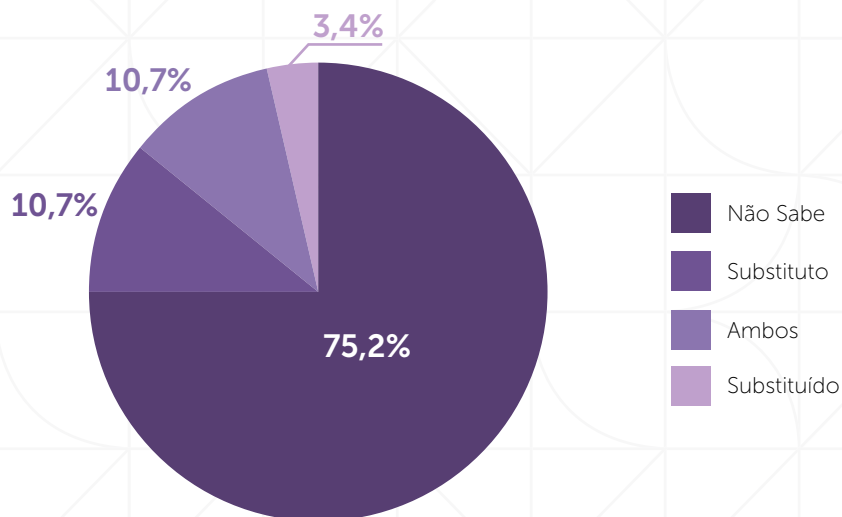
Base: 160 respondentes

P28. Sendo optante pelo Simples Nacional, a sua empresa recolhe por quais dos anexos?

## 6.2.1 Substituição Tributária

Dentre as que souberam informar o regime de tributação da empresa, 10,7% encontram-se em ambos os regimes, mesmo valor de regime Substituto.

**Gráfico 28 – Tipo de regime de Tributação da empresa**



Definição:

- Substituto (deve recolher algum tipo de tributo da sua operação e das anteriores ou seguintes)
- Substituído (tem algum tipo de tributo retido pelo fornecedor)

**Base: 178 respondentes**

P29. A sua empresa é contribuinte?

# CONSIDERAÇÕES FINAIS

Existem inúmeros desafios competitivos capazes de desenvolver a indústria moveleira fluminense, e a partir da análise desta nova pesquisa de perfil e a correlação com a Análise da Competitividade da Indústria Moveleira do Estado do Rio de Janeiro, realizada pela FGV Projetos em 2002 e divulgado em 2005, é possível confirmar pontos críticos a serem enfrentados por produtores dispostos a explorar esse mercado.

De um modo geral praticamente houve inexpressiva alteração do sistema de produção sob encomenda para seriado nas empresas do estado, grande dilema discutido no documento de 2002. A grande maioria das empresas fluminense trabalha com sistema de produção sob encomenda, ou misto. E também com produtos exclusivos, sob medida.

Os grandes pontos críticos identificados anteriormente permanecem e se fazem necessários para ambos os sistemas de produção. São eles: fatores de inovação tecnológica, design como ferramenta de diferenciação, capacitação de mão de obra, novos canais de comercialização, esforço para redução de custos de produção.

E independentemente da decisão pela produção em série ou sob encomenda, exploração das vantagens competitivas decorrentes da organização produtiva clusterizada assume uma importância crucial para o desenvolvimento da indústria, como já comentado em 2002. Considerando dados da pesquisa atual, que apenas 20,2% das empresas do estado compartilham serviços, 9% desenvolve produtos em conjunto, 6,7% realiza vendas em conjunto entre outras ações associativas; a exploração dos pontos críticos em conjunto é confirmada novamente como mais vantajosa e representativa.

Algumas conquistas já foram alcançadas, como a nova lei estadual de tributação 6.868 de Agosto de 2014, foi reduzida a base de cálculo do ICMS nas operações com produtos da indústria moveleira, de modo que a incidência do imposto se dá pela alíquota efetiva de 3%, ante a 13% até então praticada.

Segundo dados atuais da FECOMÉRCIO e SINDMÓVEIS Rio – Sindicato de Lojistas de Móveis e Decorações do Rio de Janeiro, o Rio continua sendo o segundo maior mercado consumidor de mobiliário do país, perdendo apenas para São Paulo. Considerando que mais de 90% dos produtos moveleiros vendidos no estado são produzidos fora, em outros polos moveleiros, conclui-se que a indústria moveleira fluminense vislumbra grande oportunidade de mercado consumidor para reconquistar.



Segundo estudo realizado pela Pöyry, o Rio de Janeiro, somando todos os setores, consome apenas 1,2% da madeira produzida em território nacional. Para suprir o consumo equivalente in natura, seriam necessários que fossem produzidos 119,2 mil hectares de plantio florestais. Além disso, apenas 10,6% da madeira utilizada aqui, é também produzida no estado. Vê-se assim que a cadeia produtiva do setor moveleiro no Rio não está completa, havendo espaço para o crescimento sustentado da produção e venda de madeira e seus derivados. Ainda segundo este estudo, o investimento em plantio florestal também atrairia a implantação de indústrias competitivas de processamento de madeira, como as que produzem painéis de fibra de média densidade (MDF). Tudo isso sem prejuízos para a agricultura e a pecuária. E com potencial abastecedor para as indústrias moveleiras locais e dos estados vizinhos que utilizam chapas, visto que a restrição da oferta de madeira e derivados a preços compatíveis impede diretamente a expansão das indústrias moveleiras no estado e a rentabilidade desses empreendimentos.

○ desenvolvimento do setor moveleiro gera, pelo menos, os seguintes benefícios: Favorecimento da redução da taxa de desemprego, pois o setor é intensivo em mão-de-obra; Estímulo ao desenvolvimento da indústria criativa (Design); Elevação da receita tributária devido à elevação do produto estadual; Oportunidade de inclusão social e distribuição de renda.

Podemos concluir, que a indústria moveleira possui, pelo menos, sete eixos estratégicos capazes de ampliar sua competitividade: Investimento em design e desenvolvimento de novos produtos; Decisões políticas de incentivos ao setor; Acesso a tecnologia de ponta; Qualificação da mão-de-obra; Inserção internacional; Cooperação entre produtores; e Desenvolvimento do setor de silvicultura.

# BIBLIOGRAFIA

FGV. Análise da competitividade da indústria moveleira do estado do Rio de Janeiro. Fundação Getúlio Vargas. FGV Projetos. 2002

BNDES. O setor de móveis na atualidade: uma análise preliminar. BNDES Setorial, n. 25, 2007

Diagnóstico de Infraestrutura e Capacitação Profissional da Indústria Moveleira do Estado do Rio de Janeiro. CentroDesignRio, FIRJAN. 2010

IBGE. Pesquisa Industrial Anual – Empresas. 2011

PöyrySilviconsult. Estudo de mercado: consumo de produtos de base florestal. 2012

BNDES. O setor de móveis na atualidade: uma análise preliminar. BNDES Setorial, 2013

FIRJAN. Índice FIRJAN de Produção Exportada. Notas Técnicas, 2014.



Sistema  
**FIRJAN**



INFORMA, FORMA, TRANSFORMA.

Acompanhe as redes sociais do Sistema FIRJAN:    