

Móveis de Madeira

BOLETIM DE TENDÊNCIAS

JUNHO | 2015

SEBRAE SIS

Man caves

Mobiliário para o público masculino

O público masculino apresenta grande potencial para o mercado de móveis. Para o empresário que tiver interesse em atuar com este público, deve se familiarizar com o termo ***man cave*** (também conhecido como **santuário** ou **recanto do guerreiro**). A expressão indica os espaços dedicados exclusivamente aos homens. No Boletim de Tendências em questão será possível identificar as principais características deste conceito e como o pequeno negócio pode criar oportunidades a partir dele.



> *"Uma sala, espaço, canto ou área de habitação que é especificamente reservada ao homem, para ficar em condição solitária, longe do restante dos moradores da casa, a fim de trabalhar, jogar, envolver-se com hobbies ou atividades sem ser interrompido. Esse ambiente geralmente é decorado pelo homem sem qualquer influência feminina."*
>
> Urban Dictionary

HOMENS NO BRASIL E EM SANTA CATARINA

49%
da população brasileira é representada por homens.

49,62%
do total da população em Santa Catarina é do sexo masculino. Ou seja, a população de homens e mulheres no estado é praticamente a mesma.

R$ 2.259
é a renda média mensal de um homem em Santa Catarina.

Fontes: Roni Evans. Man cave. Urban Dictionary. 2004. Raphael Calintro. Censo 2010. Uol. 2010. Santa Catarina tem a menor desigualdade do país, de acordo com IBGE. Diário Catarinense. 2014. Diego Iraheta. Distrito Federal e Santa Catarina têm maior diferença salarial entre homens e mulheres no Brasil, segundo PNAD. Brasil Post. 2014.

Perfil de consumo do
público masculino

Estudos mostram a mudança no perfil do consumidor masculino. Hoje, o homem adquire produtos de segmentos que antes eram dominados pelas mulheres, como moda, beleza e decoração. Em alguns casos, passam a cuidar da casa tanto quanto a mulher. Ao permanecer mais tempo em casa, **investem em móveis e decoração em busca de espaços que tenham sua identidade**. Porém, o mercado ainda carece de produtos voltados exclusivamente a este público.



Com base na análise dos perfis de consumo, é possível observar qual o tipo de móvel e abordagem de venda que devem ser escolhidos para conquistar os consumidores.

Publicidade e comunicação

Para conquistar este novo tipo de consumidor, empresas precisam investir em publicidade e comunicação diferenciada. Para atingir este público, é necessário ter equilíbrio entre razão e sensibilidade, evitando usar termos que façam referência ao universo feminino.

Perfil do consumidor masculino por faixa etária

20 anos

São mais antenados e consumistas. Buscam sentimento de prazer na compra, e citam artigos de design como objeto de desejo.

30 anos

Compram mais por prazer que por necessidade. São objetivos na hora da compra, e não agem por impulso.

40 anos

Compram apenas o necessário. Associam a sensação e o poder ao ato da compra.

50 anos

Permanecem objetivos e aprimoram a observação. Valorizam os detalhes e o atendimento prestado;

60 anos

São os mais objetivos e consomem estritamente o necessário. Também são os mais atentos às forma de atendimento.

Fontes: Claudia Jordão. Adeus aos machões. IstoÉ. Liana Bittencourt. O mercado voltado para o público masculino, Bittencourt Consultoria. 2009. Lívio Galeno. Pesquisa desvenda os desejos de consumo dos homens brasileiros. Cidade Verde. 2011. Maurício Scoz. Linha de Mobiliário "monte você mesmo" voltada ao público masculino. Sinapse da Inovação. 2013. A identidade do Homem moderno. Business Review. 2015.

Man caves:
produtos e características

Para montar uma *man cave* é necessário, antes de tudo, ter mobiliário condizente com a identidade masculina, além dos objetos decorativos. Abaixo, alguns produtos que geralmente são encontrados neste ambiente, e que podem ser explorados pelo empresário do setor de móveis.

Sofás

Banquetas

Mesas e bancadas

Painéis e revestimentos

Prateleiras e estantes

Itens decorativos**

**como caixas, bandejas e quadros (para guardar rolhas ou tampas de cerveja, por exemplo)

Cores e texturas

Algumas cores e texturas tendem a dar uma característica masculina a um produto ou ambiente e podem ser utilizadas no mobiliário proposto.



Cores sóbrias, como cinza, preto, prata e verde;



Inox, madeira, tijolos à mostra, granito e cimento queimado;



Móveis pretos ou em madeira mais escura;



Painéis fotográficos em tons de cinza (P&B).

Temas

Muitas *man caves* são temáticas. Abaixo, algumas ideias de temas utilizados nestes ambientes.



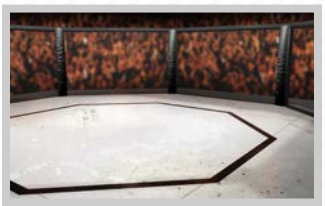
Bebidas (Ex.: Jack Daniels, cerveja, vinhos, entre outros)



Motos e carros (Ex.: Harley Davidson, Cadillac, entre outros)

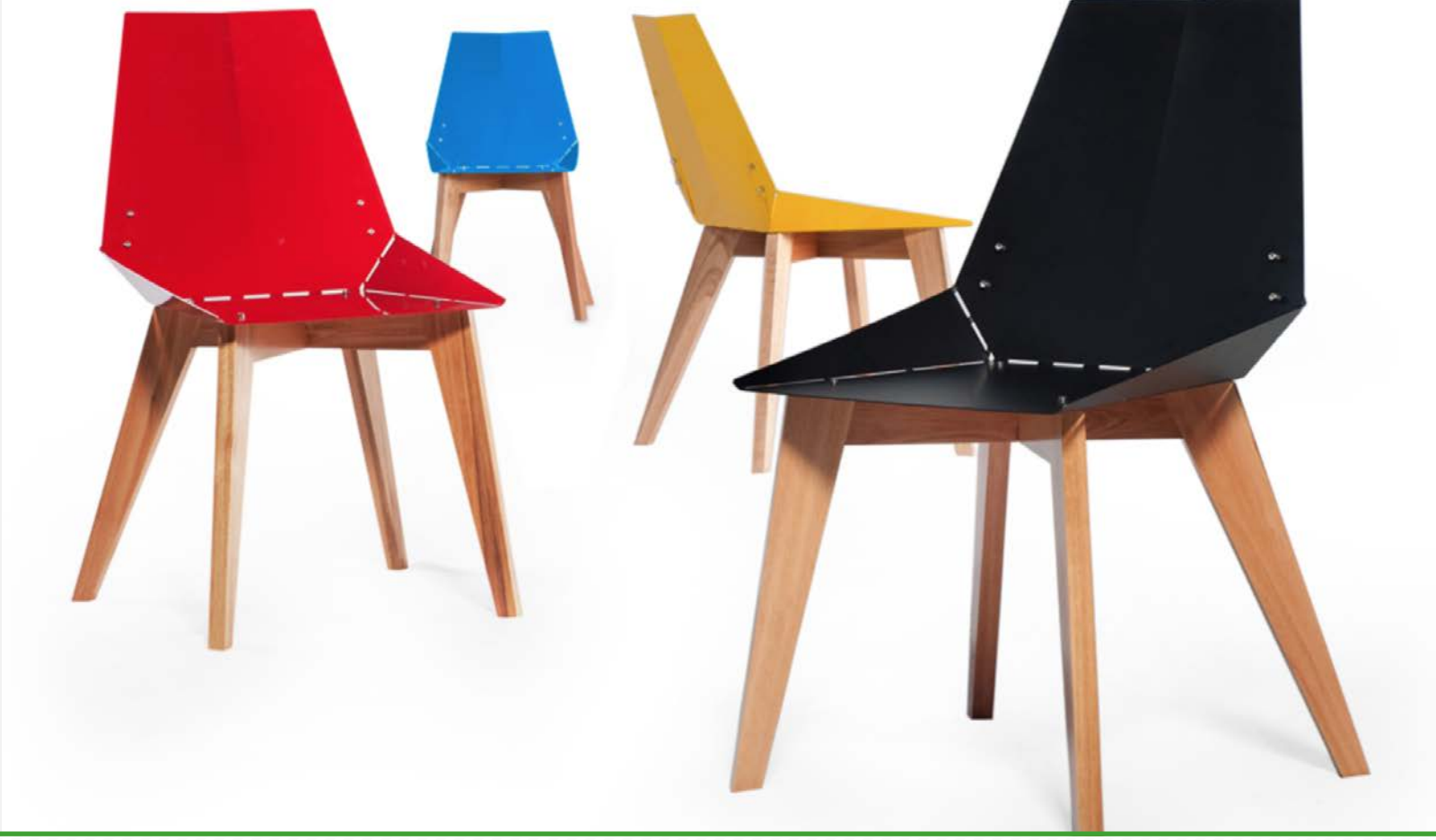


Filmes (Ex.: Star Wars, Homem Aranha, entre outros)



Esporte (Ex.: Futebol, UFC, entre outros)

Fontes: Decoração masculina Altenburg. 2013. Andre Leonardo Ramos. Inspiração da semana. Ipsilon Design. 2015.



Ipsilon

Mobiliário para o público masculino

A empresa

A Ipsilon Design encontrou neste nicho uma grande oportunidade de negócio. Segundo André Ramos, Altino Alexandre e Maurício Scoz, sócios da empresa, o aumento de produtos e serviços destinados aos homens indicou o caminho na criação e comercialização de peças focadas no público masculino.

Produtos - comercialização

A empresa comercializa seus produtos pela internet, por meio de sua loja virtual. O mobiliário é enviado desmontado, permitindo que o consumidor participe do processo de montagem. Entre os produtos vendidos estão banquetas, cadeiras, mesas e prateleiras.

Divulgação

Uma das formas de divulgação dos produtos é a produção de vídeos, disponibilizados no canal da empresa no YouTube. No vídeo da cadeira alpha, por exemplo, é mostrado o passo a passo da montagem, rodeado de elementos, como trilha sonora, cores e até mesmo uma cerveja, que transmitem a identidade da marca – que vai ao encontro do que seus consumidores buscam.

Fonte: Ipsilon Design.



AÇÕES RECOMENDADAS

Mantenha-se informado sobre o setor moveleiro acessando os sites TrendMovel, RG Móvel e eMobile;

Visite mostras de decoração como a Casa Cor, Artefacto e Decora Líder. Nelas, é possível visualizar ambientes montados, como a 'suíte do homem', e identificar possíveis oportunidades de produtos a serem desenvolvidos;

Visite feiras do setor como Fimma Brasil e ForMóbile e conheça novas tecnologias e fornecedores;

Confira o relatório do Sebrae O design como estratégia no setor de madeira e móveis.

Móveis de Madeira
BOLETIM DE TENDÊNCIAS
JUNHO | 2015



Coordenador: Jackson Silva
Gestor do Projeto: Douglas Luís Três
Conteudista: Renata M. Schneider

SEBRAE Santa Catarina
Endereço: SC 401, KM 01, Lote 02
Parque Tecnológico Alfa - João Paulo
CEP: 88030000 - Florianópolis – SC
Telefone: 48 3221 0800

Dúvidas ou sugestões sobre o conteúdo do relatório envie um e-mail para:
atendimento.sis@sebrae.sc.com.br

Faça também suas contribuições para o SEBRAE-SC enviando um e-mail para:
falecom.sis@sebrae.sc.com.br

Todos os direitos reservados. A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610). Fotos: Banco de imagens.