

EM PAUTA

Inovação e e-commerce impulsionam o crescimento da Madesa no Brasil

Estratégia digital, produtos personalizáveis e foco no cliente sustentam a trajetória de crescimento da marca

Sofia Kramp Leke

sofial@jcrs.com.br

Fundada em 1977, na cidade de Bom Princípio, no Vale do Caí, a Madesa transformou uma operação regional em uma das maiores referências da indústria moveleira no Brasil. Com mais de quatro décadas de atuação, a empresa ultrapassou a marca de R\$ 1 bilhão em receita anual e consolidou sua presença em todo o território nacional por meio de uma estratégia que combina inovação, eficiência operacional e forte conexão com o consumidor.

Especializada na fabricação de móveis para toda a casa, a companhia atua em segmentos como cozinhas, dormitórios, salas de jantar, salas de estar e escritórios. Entre os produtos de maior destaque estão as cozinhas planejadas, consideradas o carro-chefe da marca.

O diferencial se encontra na combinação entre a experiência de um projeto personalizado e a praticidade de uma operação baseada em estoque para pronta entrega, permitindo mais agilidade na logística e maior competitividade no mercado, além de uma reputação baseada na qualidade dos produtos e na excelência do atendimento.

Esses fatores se tornaram pilares estratégicos para que a empresa crescesse em um setor marcado pela forte concorrência e pela constante evolução das demandas dos consumidores. A marca busca oferecer soluções que unem funcionalidade, design e custo-benefício, atendendo principalmente clientes das classes B e C, sem abrir mão de linhas mais sofisticadas para diferentes perfis de público.

Um dos movimentos mais relevantes da história recente da companhia foi a transformação digital de seu modelo de negócios, onde, recentemente, promoveu uma migração gradual das vendas realizadas por meio do varejo tradicional para os canais digitais. Em 2019, aproximadamente 20% das vendas da empresa eram realizadas pela

internet e atualmente, quase a totalidade das transações ocorre em ambiente digital, por meio do e-commerce próprio e de marketplaces parceiros.

Ao aproximar a indústria do consumidor final, a empresa também ampliou significativamente seu portfólio, que hoje supera 6 mil itens disponíveis. O novo modelo também fortaleceu o relacionamento com os clientes, gerando maior conhecimento sobre hábitos de consumo e contribuindo para o crescimento das vendas.

O compromisso da companhia é transformar espaços em lugares vivos e cheios de energia. Por isso, desde a escolha da matéria-prima à entrega do produto, todos pequenos detalhes são levados em conta para que o cliente tenha todas suas necessidades e preferências atendidas.

No âmbito de inovação, a empresa lançou recentemente a linha de guarda-roupas NEO, criada a partir de um conceito modular que permite ao consumidor personalizar a composição de acordo com o espaço disponível e suas necessidades específicas. O projeto amplia para os

dormitórios a expertise construída pela marca no segmento de cozinhas planejadas, priorizando a versatilidade e melhor aproveitamento dos ambientes.

Na principal categoria da empresa, as cozinhas, um dos destaques é a linha Vik. Inspirada no visual americano, a coleção combina elementos clássicos e contemporâneos para criar ambientes elegantes, acolhedores e atemporais.

Disponível em diferentes opções de cores e acabamentos, a linha reforça a aposta da companhia na personalização e na valorização da experiência do cliente. Além disso, em prol de viabilizar ainda mais a criação de uma identidade individual do consumidor, a linha também pode ser combinada com laterais brancas ou no padrão Rustic.

A Madesa reafirma seu propósito de participar das conquistas e dos sonhos de seus clientes. Ao mesmo tempo em que amplia sua presença no mercado nacional e internacional, a companhia busca gerar impacto positivo na região onde está inserida, contribuindo para o desenvolvimento econômico e social do Rio Grande do Sul.



“A Madesa tem como propósito fazer parte das conquistas e dos sonhos de seus clientes, gerando impacto positivo por meio de uma atuação responsável e comprometida com o desenvolvimento da região, guiando suas ações através de valores como paixão, confiança, sustentabilidade, simplicidade, colaboração e inovação.”

Pedro Cini,
CEO

Raio-x

- **Empresa:** Madesa
- **Ano de fundação:** 1977
- **Cidade de origem:** Bom Princípio
- **Diferenciais competitivos:** Qualidade nos produtos e excelência no atendimento. A marca une inovação, funcionalidade e o melhor custo-benefício para transformar qualquer ambiente do lar.
- **Principais clientes:** A Madesa possui um portfólio amplo, que atende diferentes perfis de consumidores, com linhas das mais acessíveis, até soluções mais sofisticadas. De uma forma geral, a empresa atende consumidores das classes B e C.
- **Visão de médio prazo:** Com seu parque fabril localizado no RS, a Madesa vem fortalecendo sua presença em mercados estratégicos no exterior por meio de canais digitais, incluindo e-commerce próprio e marketplaces parceiros. O movimento acompanha a crescente demanda internacional por móveis com design funcional, boa relação custo-benefício e soluções adaptadas a diferentes perfis de consumidores. Tendo como base uma trajetória marcada pela inovação, a empresa segue investindo em tecnologia e no aprimoramento da experiência de compra, mantendo o foco na satisfação do consumidor.



Com mais de quatro décadas de atuação, a empresa ultrapassou R\$ 1 bilhão em receita anual e consolidou sua presença em todo o País