

Elements

Onde está o jogo, e
onde a Elements joga.

V1.0 · MAIO 2026 · SOULSTORY PARA ELEMENTS

"A Elements ocupa sozinha o ecossistema premium nacional integrado, mas perde valor onde promete sustentar e falha em sustentar."

FRASE-SÍNTESE DA VISÃO DE MERCADO · 23 PALAVRAS

É · MARCA

Capital simbólico raro.

Capital simbólico estético raro e nomenclatura cosmológica grega proprietária: Astra, Sophy, EOS, Signa, Helene, Galatea, Calaena, Lunari, Aiven. Nenhum dos outros oito concorrentes nacionais opera repertório semelhante.

FAZ · NEGÓCIO

Ecossistema único, pós-venda lento.

Única do painel com ecossistema integrado sob marca única, cadeira, mesa elétrica, acessórios e móveis. E, ao mesmo tempo, com tempo médio de resposta de 7 dias e 4 horas no Reclame Aqui, contra 1 dia e 10 horas da Flexform e 1 dia e 2 horas da DT3.

FALA · COMUNICAÇÃO

Uma língua só, e um vácuo aberto.

A categoria brasileira fala uma única língua visual saturada, e nenhum dos nove players reivindica o código feminino-neutro ou doméstico, num mercado em que 61,6% dos trabalhadores em home office são mulheres.

O ativo mais raro do painel convive com a fricção mais crônica, e o vácuo mais escalável do mercado está aberto esperando ser reivindicado. É esse retrato que a [saturação semântica](#) ■ explica.

O mercado é grande, está desacelerando, e se reorganiza em cinco vetores ao mesmo tempo.

R\$ 91,5 bi

de faturamento da indústria moveleira brasileira em 2024, com 439,9 milhões de peças e alta de 8,6% em volume. O varejo moveleiro fez R\$ 127,7 bilhões, com alta de 10,6%

01

Home office em retração e majoritariamente feminino.

Caiu de 8,4% dos trabalhadores em 2022 para 7,9% em 2024, 6,6 milhões de pessoas. 61,6% são mulheres, com incidência de 13% entre as mulheres ocupadas contra 4,9% entre os homens.

03

Premiumização nacional verificável.

Em país com 64% de ressentimento moderado ou alto contra elites, o premium nascido e fabricado aqui, com lastro mostrável, supera o importado de discurso aspiracional.

05

Marketplace-led contra D2C nativo.

O D2C da Elements é vantagem estrutural, e está exposto à captura de tráfego de marca pela Comfy.
© Elements

US\$ 11,6 bi

é a projeção global do subsegmento de móveis ergonômicos para 2033, partindo de US\$ 6,28 bilhões em 2024, a um CAGR de 6,99%

8% e 22%

é o que o premium nacional responde no mobiliário corporativo: 8% do volume e 22% da receita

02

A busca por IA ■ substituindo a tradicional.

No Google tradicional, a ordem por tráfego orgânico é Flexform, Elements, DT3, Comfy, Herman Miller. Na busca por IA, a ordem é DT3, Elements, Comfy, Herman Miller, Flexform. Quem está em lista comparativa é citado. Quem só faz SEO técnico fica de fora.

04

Design feminino-neutro como vácuo.

Nenhum dos nove players brasileiros reivindica o código.

0,5%

é o crescimento em volume que o IEMI projeta para a indústria em 2026, freado por juros altos, Copa do Mundo e reforma tributária

Onde dois nomes dividem a célula há sobreposição. Onde há um nome só, quase-monopólio. Onde não há nenhum, vácuo.

FAIXA	HOME OFFICE	CORPORATIVO	GAMER
R\$ 500 a 1.500	Comfy, DT3 Vita	Plaxmetal Brizza	DT3 entry, ThunderX3 Yama1
R\$ 1.500 a 3.000	Elements Astra, DT3 Helora	Cavaletti NewNet, Flexform Tecton	DT3 mid, ThunderX3 EC1
R\$ 3.000 a 6.000	Elements Sophy, Calaena, Slik Ergos	Flexform topo, Cavaletti Velo	ThunderX3 XTC
R\$ 6.000 a 12.000	Elements EOS, Lunari, Aiven	Flexform Patrick Norguet	Herman Miller Vantum
Acima de R\$ 12.000	Herman Miller Aeron, Embody	Herman Miller Aeron	HM Embody Gaming

Em mesa elétrica o mapa é outro. Slik e Genio Desk competem diretamente com a Elements. Cavaletti tem zero, Flexform tem zero, ThunderX3 é inexistente, a DT3 é entrada recente e a Comfy revende multimarca. É o que o [Strategic Group Map](#) ■ torna visível.

FORÇA	INTENSIDADE	A LEITURA NO RECORTE
Rivalidade	Alta	A DT3 sobrepõe quase todo o mix. A Comfy ataca o piso e o termo elements em Google Ads. A Herman Miller cresce 108% em SEO
Compradores	Média a alta	B2C compara antes de comprar. O B2B enterprise é controlado por consultorias e integradores, com tickets de R\$ 1 a 5 milhões
Fornecedores	Média	Pistão, mecanismo e mesh parcialmente concentrados na China e em Taiwan. A Flexform fabrica pistão internamente desde 1978
Entrantes	Média a alta	Barreira alta para fábrica integrada, baixa para D2C de marca via importação. A pressão asiática começa em R\$ 1.500
Substitutos	Baixa a média	Cadeira gamer barata, almofada lombar avulsa, mesa em pé sem cadeira

A categoria inteira fala a mesma língua. Onde ela se cala está o território.

O DICIONÁRIO SATURADO

Paleta	preto sobre cinza, grafite, ônix
Materialidade	mesh tecnológico, plástico injetado, cromados, nylon
Forma	encosto em S, lombar côncava destacada, exoesqueleto à mostra
Argumento	NR-17, BIFMA, teste destrutivo, número

DT3, ThunderX3, Cavaletti, Comfy e a linha Magna da Elements compartilham o mesmo dicionário visual e verbal.

O VÁCUO QUE PESA MAIS

O código feminino-neutro ■. Nenhum dos nove players o reivindica. 61,6% do home office brasileiro é feminino, e 20% das vendas atuais da Elements são para mulheres. É a maior escala estatística do diagnóstico inteiro.

O que a Elements já tem de proprietário, e ainda subexpõe: a nomenclatura cosmológica grega, a estética de feed coerente como assinatura visual, e o ecossistema integrado sob marca única.

OS QUATRO VÁCUOS

NENHUM OCUPADO POR PLAYER BRASILEIRO DO RECORTE

- 01 Cores quentes e neutras: terracota, areia, oliva, mostarda.
- 02 Materiais naturais: madeira aparente, couro vegetal, palha sintética.
- 03 Formas orgânicas, anti-exoesqueleto.
- 04 Estética doméstica, não corporativa.

Cada player ganha em um lugar e sangra em outro. O mapa é a leitura das duas colunas ao mesmo tempo.

PLAYER	POSIÇÃO	ONDE GANHA	ONDE SANGRA
DT3	Principal sobreposição D2C	Pós-venda sete vezes mais rápido no tempo de resposta. Licenças culturais. Liderança em busca por IA. 74,3% voltariam a fazer negócio	Não é fabricante, é importadora. 14 de 32 cadeiras esgotadas em maio de 2026
Comfy	Price fighter e predador de palavra-chave	Captura o termo elements em posição 1 absoluta, 27.100 buscas mensais. Eficiência de captura de demanda	White label sem patente. Padrão recorrente de reclamação de dor. 8,5% do tráfego vindo de mídia paga
ThunderX3	Gamer marketplace-led	657 anúncios no Mercado Livre. Licenças Warner Bros. Nota 8,2 no Reclame Aqui	Garantia de 6 meses, a vulnerabilidade mais explorável do painel. 71,5% do catálogo em peças de reposição. Sem mesa elétrica
Herman Miller	Teto aspiracional importado	Garantia de 12 anos com peças e mão de obra. Aeron no MoMA. Alta de 108% em SEO, o maior salto do painel	Reparo em até 100 dias para peça importada. Nota 4,4 no Reclame Aqui. Cobertura restrita ao eixo São Paulo, Rio, Brasília e Campinas
Flexform	Líder de tráfego e de lastro	Laboratório Galileo, acreditado pela CGCRE desde 1996, único no segmento. Garantia de 7 a 10 anos. Authority Score 41, o maior do painel	Passivo reputacional ESG ativo. Queda de 20% em SEO. Sem D2C premium digital estruturado
Cavaletti	Líder contract regional	133 mil m² de parque fabril e até 4.000 cadeiras por dia. R\$ 34,8 milhões de Fundopem aprovados em janeiro de 2025	Zero D2C, declarado em resposta pública. Sem mesa elétrica. Ausente da mídia de design premium
Slik	Pioneira em mesa elétrica	Posição 1 orgânica nas queries estruturantes da categoria. Origem catarinense	Catálogo majoritariamente esgotado. Queda de 48% em SEO, a maior do painel. Garantia comunicada diferente da praticada
Genio Desk	Mesa elétrica premium editorial	PRO Smart com Wi-Fi e Alexa, única nacional, com janela de 12 a 18 meses. Liderança editorial tech	Tráfego caiu cerca de 16 vezes em 18 meses. Pós-venda combativo. Portfólio de cadeira nascente

Ninguém no painel é forte nas três dimensões ao mesmo tempo. Quem tem lastro não tem canal. Quem tem canal não tem lastro. Quem tem os dois não tem preço. É o que o teste de substituição ■ deixa de pé.

■ ONDE A MARCA PERDE VALOR

Promete sustentar, e falha em sustentar. O painel mede isso.

TEMPO DE RESPOSTA NO RECLAME AQUI

Elements **7 dias e 4 horas**. Flexform 1 dia e 10 horas. DT3 1 dia e 2 horas. Sete vezes mais lento que a DT3.

INTENÇÃO DE RECOMPRA

74,3% dos clientes da DT3 voltariam a fazer negócio, contra **48,2%** da Elements.

GARANTIA

Elements: **até 10 anos**, condicionada a post em rede social. Herman Miller: 12 anos com peças e mão de obra, sem exclusões centrais. Rimowa: vitalícia para todo dano funcional. ThunderX3: 6 meses.

TRÁFEGO ORGÂNICO EM SEIS MESES

Elements **menos 22%**, com 137.789 visitas mensais. Herman Miller mais 108%. DT3 mais 14%. Cruzamento previsto em menos de 12 meses.

NA PRÁTICA

A Comfy compra o termo elements em Google Ads, em posição 1 absoluta, e captura 27.100 buscas mensais. A Elements ainda não faz defesa publicitária do próprio nome. É o detrator mais barato de corrigir do documento inteiro.

O QUE O PRODUTO DEVOLVE

Pistão, reclino e base aparecem em 261 comentários orgânicos no YouTube, com vida útil percebida abaixo de dois anos. A Astra tira 3,5 no Reclame Aqui contra 7,6 da Magna, com volume de queixa similar. E o ciclo logístico quebra no pico: 468 reclamações de atraso, 43% do total, com dezembro de 2024 em 323 e dezembro de 2025 em 118.

Não falta ativo. Falta a estrutura que sustenta o ativo depois da venda. E a garantia condicionada ■ é o ponto onde isso fica mais visível.

Cinco marcas já resolveram, em outro mercado, o problema estrutural que a Elements tem agora.

MARCA	O MECANISMO	O QUE IMPORTAR
Secretlab	Conselho consultivo de ergonomia independente, com médicos e pesquisadores de nome público, e certificação externa. A transição de gamer para premium feita em uma década sem perder a base	Construir conselho científico com nome, foto e publicação vinculada ao produto
Herman Miller	12 anos de garantia com peças e mão de obra inclusas, sem exclusões centrais. Aeron na coleção permanente do MoMA	Reposicionar a garantia como manifesto público auditável, sem letra miúda e sem condicionante
Humanscale	Três volumes publicados pelo MIT Press entre 1974 e 1981, com mais de 60 mil pontos de dados de fatores humanos. Avaliação ergonômica oferecida como serviço	Publicação científica vinculada ao produto, via parceria com universidade ou hospital. Ativo de tempo, não de orçamento
Rimowa	Garantia vitalícia cobrindo todo dano funcional, e especialistas em loja treinados para reparar no local	Programa de reparo visível como ativo de marca, e SLA de troca total em defeito de fabricação no primeiro ano
Uplift Desk	15 anos de garantia com as menores exceções da indústria, e presença ativa em comunidade técnica, respondendo à crítica onde ela nasce	Presença em comunidade técnica brasileira. Comentar no vídeo crítico, não só no amigoso

OS QUATRO PADRÕES QUE DEFINEM O TETO DA CATEGORIA

autoridade biomecânica verificável · garantia ampla como manifesto · reparabilidade como narrativa de premium · presença orgânica em comunidade técnica

Marcas que operam os quatro definem o teto. Marcas que não os operam disputam no piso, no eixo produto e preço. E o que importar é método ■, nunca o ativo.

Quatro teses sobre a mesa. A densidade de evidência cruzada · ordena, e não decide.

TESE	VIABILIDADE	A EVIDÊNCIA	O PRIMEIRO MOVIMENTO
1 · Premium nacional verificável	Alta. Já tem produto, preço, ecossistema e marca. Falta o lastro científico publicado	O quadrante de R\$ 4.000 a 8.000 com tecnologia alta está vazio entre os nove players. A Flexform tem laboratório acreditado, mas opera B2B contract	Contato com universidade de referência para pesquisa biomecânica vinculada a um produto âncora. Obstáculo: 24 a 36 meses e R\$ 2 a 5 milhões
2 · Programa arquitetos	Média a alta. Tem produto e logística nacional. Falta rede, conteúdo técnico e presença em feira	Cavaletti ausente da CASACOR com nome próprio. Flexform foca enterprise. Herman Miller opera por dealers com reparo em 100 dias	CASACOR 2027 e showroom para arquitetos em São Paulo. R\$ 3 a 5 milhões de earned media com R\$ 500 mil a 1 milhão de investimento
3 · Linha mulher home office	Alta em escala estatística, parcial em execução	61,6% do home office é feminino, com sobre-representação de 2,65 vezes. Nenhum dos nove reivindica o código. 20% das vendas atuais da Elements	Abrir a pesquisa qualitativa da Lacuna 1, de 10 a 15 entrevistas em profundidade, de 4 a 6 semanas
4 · Ecossistema integrado	Alta. Não exige construir ativo, exige construir narrativa pública	Nenhum dos oito concorrentes cobre as quatro categorias ao mesmo tempo. A categoria global migra para venda de ambiente	Página única Ambiente Elements no site, com os quatro hubs juntos em foto editorial coerente

LEITURA DE DENSIDADE, E NÃO RECOMENDAÇÃO FECHADA

Tese 1.

Maior densidade de evidência cruzada: combina vácuo competitivo objetivo, capital simbólico existente e ambição declarada.

Tese 3.

Maior escala estatística do diagnóstico, e depende de fechar a Lacuna 1.

Tese 4.

A mais imediata em execução, porque o ativo já existe.

Tese 2.

A mais lenta em construção de canal.

A decisão sobre a tese primária dos próximos 24 meses, ou sobre a combinação possível, é da liderança fundadora. O diagnóstico fotografa as quatro opções.

DECODIFICAÇÃO DE VALOR · 43 ITENS COM TAG VM

PRESERVAR · 13 PROMOTORES

O capital simbólico estético.
A nomenclatura cosmológica proprietária.
O ecossistema integrado único no painel.
A fabricação nacional em Palhoça como vantagem logística.
Os 219 mil seguidores, maior alcance do painel.
Os 494 criadores em relação orgânica.
A marca já dentro do conjunto considerado do consumidor.

ELIMINAR · 14 DETRATORES

O posicionamento indistinto no bloco competitivo.
O ciclo logístico que quebra no pico.
O pós-venda sete vezes mais lento que a DT3.
A garantia condicionada a post.
O mecanismo com vida útil percebida abaixo de dois anos.
A Astra como sinal vermelho.
A captura do termo elements pela Comfy.
A queda de 22% em tráfego orgânico.

DESTRAVAR · 16 ACELERADORES

Reposicionar a garantia como manifesto público auditável.
Construir lastro biomecânico com universidade ou hospital.
Defender o próprio nome em Google Ads.
Capturar o segmento feminino em home office.
Criar o canal arquiteto no mid-market.
Tornar visível o ecossistema Elements, Legacy e Instituto.
Programa de embaixadoras com contrato.
Inclusão editorial como o novo SEO.

A Elements tem o ativo mais raro do painel. O trabalho é construir a estrutura que o sustenta depois da venda.