



Sofá Raupe/Vanessa Martins

Portfólio mais enxuto

Autorais ou criados em parceria com designers de diversas regiões do Brasil, os produtos da ASA priorizam o conforto duradouro, a experiência de uso e móveis que dialogam com projetos e estilos diferentes.

A coleção 2026 apresenta cerca de 25 sofás, 25 poltronas e três modelos de camas, incluindo opções modulares que permitem diferentes configurações. Entre os destaques está o sofá Raupe, criado por Vanessa em 2023. Com três módulos, a peça pode assu-

mir mais de dez formatos diferentes e recebeu medalha de ouro em um concurso de mobiliário.

Já, o sofá JK, desenvolvido pela designer Beth Hargreaves, é inspirado na residência de Juscelino Kubitschek, em Brasília. O modelo combina estrutura de ferro e tecido aveludado, explorando o contraste entre materiais.

Do briefing ao produto final

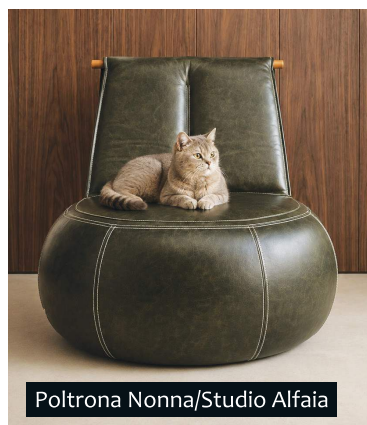
O desenvolvimento de cada peça começa com pesquisa de mercado, comportamento do consumidor e referências de design nacionais e internacionais. A partir dessas informações, é elaborado um briefing para orientar a criação dos produtos, que pode envolver tanto o desenvolvimento interno quanto parcerias com designers de várias regiões do país.

Depois da aprovação inicial, o produto passa por prototipagem e avaliações técnicas e de conforto. As peças são testadas no cotidiano da fábrica e podem passar por diferentes ajustes antes da aprovação definitiva.

Embora a ASA não venda diretamente ao consumidor final, os produtos podem ser adaptados nas lojas. O cliente pode escolher tamanho, tecido, couro, cores e diferentes configurações de peças modulares, de acordo com o projeto. Para arquitetos, a empresa também desenvolve projetos específicos e produtos sob medida a partir de desenhos e necessidades particulares.



Sofá Bagé/Fernanda Lanzarin



Poltrona Nonna/Studio Alfaia

design de interiores: variações de verde, vermelhos mais terrosos e mostarda. Quanto às formas, a ASA mantém uma das características de sua identidade, os estofados em formato orgânico.

Vanessa diz que, diferente do mercado europeu, que se arrisca mais no mobiliário, e o próprio Brasil em relação à moda, o mercado nacional é bastante conservador. “O italiano senta em um sofá bem baixinho e o brasileiro tem regras bem rígidas em relação à altura do sentar”, aponta. “Mas, percebi que estamos aceitando um pouco mais o colorido dentro de casa. Percebo uma aceitação pelas peças mais orgânicas, e um pouco mais de cor, trazendo alegria para dentro da casa”, aponta.

Escuta do mercado

Segundo Vanessa, para acompanhar as mudanças de comportamento, a empresa mantém contato próximo com lojistas, arquitetos e especificadores. A estratégia inclui conversas com parceiros comerciais, eventos na fábrica e acompanhamento dos projetos desenvolvidos pelos profissionais.

A intenção é entender o que os consumidores procuram, quais são suas principais demandas e como essas informações podem contribuir para o desenvolvimento de novos produtos. Para a ASA, essa aproximação entre marketing, comercial, design e produção é parte importante da construção das próximas coleções.

Tecnologia e controle de qualidade

A fábrica mantém investimentos em equipamentos para aumentar a precisão dos processos. Entre os recursos estão máquinas para cortes de espuma, trabalhos em madeira e diferentes tipos de costura em tecidos e couro.

Nos últimos meses, a ASA também reforçou a equipe responsável pelo controle de qualidade, com profissionais dedicados à avaliação dos produtos antes da saída da fábrica.

Cores e formas ganham espaço

Após um período marcado pela predominância de tons neutros, a ASA já planeja a coleção 2027 agregando tecidos e texturas como veludo cotelê, linho e sarja. Nas cores, o destaque fica por conta de tonalidades já presentes há algum tempo na arquitetura e no

ASA MÓVEIS ESTOFADOS

Estrada Federal, BR-166, km 222, nº 888, Dois Irmãos

Telefone/WhatsApp: (51) 99343-2607

@asamoveisestofados
asamoveisestofados.com.br