

ANUÁRIO

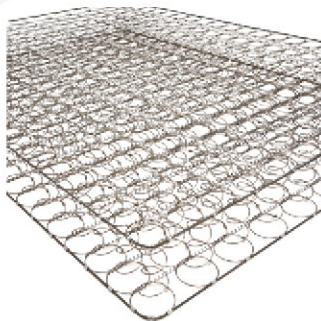
COLCHÕES BRASIL 2021



BRASIL MOLEJOS
QUALIDADE QUE VOCE MERECE



ANUÁRIO
COLCHÕES BRASIL 2021



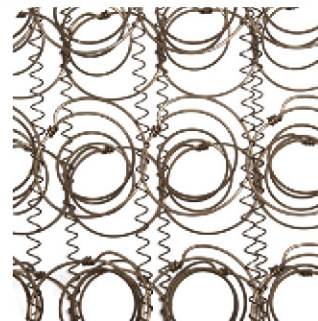
Molejo Bonnell

Ainda considerado o molejo de maior consumo do mundo, o Bonnell da Brasil Molejos segue à risca as premissas que o colocaram como número 1 entre os molejos. Esse produto é composto por aço com alto teor de carbono, com opções de têmperas por indução elétrica, e também forno contínuo total. Ambos permitem que o molejo suporte ainda mais peso por m².



Molejo Ensacado Individualmente

O molejo ensacado da Brasil Molejos foi desenvolvido com base no que o mercado brasileiro de fato busca: produtos com alta resistência ao peso e conforto. Disponível em diversas versões e alturas, esse produto se tornou o carro chefe da empresa.



Molejo Pró-Lastic

Construído a partir do conceito da Bonnell, o Pró-Lastic possui ainda mais molas por m², com suporte superior, fazendo com que o molejo tenha mais firmeza, sem deixar de garantir o conforto que só molejos dessa família oferecem. Ideal para colchões UNIBOX / ACOPLADO / CONJUGADO e colchões que exigem uma alta resistência ao peso.





BRASIL MOLEJOS
QUALIDADE QUE VOCÊ MERECE 

Brasileira de nascimento e nordestina de coração.

A Brasil Molejos está há 2 anos operando sua fábrica na Paraíba, em localização estratégica para atender os clientes de toda a região Nordeste.

Especialista em molejo bonnel, molejo ensacado individualmente e molejo pró-lastic.

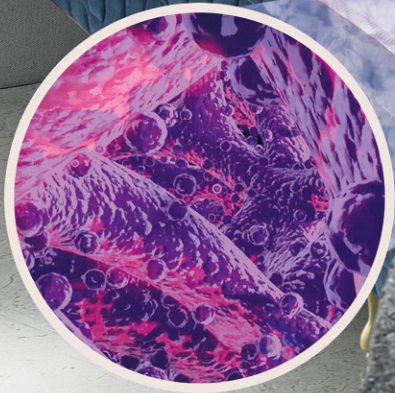
Contato

Rod. BR 101, KM96,2
Firmeza do Gramame- Dist. Industrial
CEP 58.322-000 | Conde- PB
+55 83 3690 0288

contato@brasilmolejos.com.br

tecnologia de ponta que
melhora o desempenho
do seu sono

IMAGENS MERAMENTE ILUSTRATIVAS



NANOTECNOLOGIA

nanoeX™

EKO'7 TECHNOLOGY

Inovação marcante dentro da Eko'7, o Nanoex é uma tecnologia em espuma de poliuretano flexível, fundamentada com ingredientes nanotecnológicos, eficiência antimicrobiana comprovada, além de características hidrofóbicas, que reduzem a absorção de líquidos na superfície.

assista o vídeo



Acesse o site e saiba mais +

www.eko7.com.br



EKO'7 TECHNOLOGY - EKO'7 TECHNOLOGY - EKO'7 TECHNOLOGY

Inovação,
bem-estar,
exclusividade e
sustentabilidade

siga
nossas
redes

  eko7oficial

eko'7

WWW.EKO7QUIMICA.COM.BR 

INVESTIMENTOS CONSTANTES PARA ATENDER OS MAIS DIVERSOS SEGMENTOS.

Fornecemos espumas laminadas, em blocos ou peças, de acordo com a necessidade de cada cliente. As espumas são fabricadas seguindo rigoroso padrão de qualidade, com controles em todas as fases do processo produtivo, garantindo confiabilidade e rastreabilidade.

sempre um passo à frente!

Primando pelo o que existe de mais moderno no segmento, a Eko7 Química é revolucionária em produzir soluções para as mais diversas necessidades do mercado. A inovação é a principal matéria-prima no desenvolvimento dos produtos.

Profissionais especializados ligados constantemente às tendências mundiais, que são aplicadas em todas as linhas de produtos. Através de tecnologias de última geração, produzimos espumas com as mais variadas densidades, diferentes características voltadas a diversos segmentos.

O laboratório conta com know-how próprio, que contribui para o desenvolvimento de fórmulas e simulação da produção de blocos de espuma, para testes de acordo com as necessidades do cliente.

As recentes aquisições tornaram o processo 100% automático. Cortes nos dois sentidos, vertical e horizontal, além de uma técnica de laminação mais rápida e eficiente com software de última geração.

siga
nossas
redes

  [eko7oficial](#)



EKO7
QUÍMICA



bom dia



BoyteksTekstil

www.boyteks.com

info@boyteks.com



hygiene

hygieneconcept

HORA DE DORMIR MAIS PROTEGIDO

Os produtos da linha hygiene Boyteks foram desenvolvidos para proporcionar um sono perfeito, com proteção contra vírus, bactérias e outros fatores externos.

VGuard

nanobor

ultrafresh

anti zika

iresche

HealthGuard

Sanityper

SILVERGRI

AntiBedbug

proactive

SILVERGRI

GreenShield

aegis

Anti Mosquito

BOYTEKS

Jacquard Woven & Knitted Mattress Ticking



O planeta também precisa de um descanso.

A Herval foi a primeira indústria Brasileira a trazer essa novidade que veio como uma ótima notícia para o meio ambiente: o colchão Exclusive **Ocean**. Seu tampo é produzido com o tecido *Seaqual*, uma malha fabricada a partir de plásticos retirados dos oceanos.

A CADA ANO

8 milhões de toneladas de plástico são despejadas no mar.

1 milhão de aves que se alimentam do ecossistema marinho morrem por causa do lixo.

A poluição dos oceanos mata 100.000 animais marinhos.

Se continuar dessa forma, a previsão é de que, até 2050, tenha mais plástico do que peixes nos oceanos. É um problema que não afeta só a vida marinha, mas a nossa também.

O Exclusive Ocean é uma iniciativa da Herval para contribuir na redução destes números. Vamos juntos? Este é um novo jeito para cuidar melhor do sono de seus clientes e do planeta.

Baixe o APP Clube Herval e acompanhe esta e outras iniciativas da Herval.





SEAQUAL

Herval

colchões

 [hervalmc](#)

 [hervalmc](#)

 [moveisherval.com.br](https://www.moveisherval.com.br) 



Castor

Um sonho de colchão



Ourinhos/SP



Passo Fundo/RS



Juiz de Fora/MG

Qualidade garantida e durabilidade!

A Castor possui um completo centro laboratorial para realizações de testes que avaliam os produtos fabricados. Com equipamentos de última geração e profissionais qualificados, o Laboratório Castor analisa rigorosamente as amostras e realiza inúmeros ensaios dos lotes produzidos pela Castor. Teste de suporte de carga, afundamento, fadiga, molejo, fator de conforto, perda de espessura, resiliência e outros fatores que garantem a procedência do produto final.

Prêmios 2020



1º Lugar no Prêmio Melhores Fornecedores da Hotelaria.



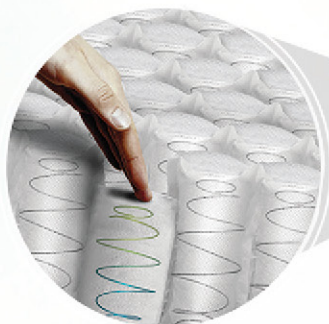
Pelo segundo ano consecutivo, excelência no setor mobiliário no Brasil.

PREFIRA O AUTÊNTICO POCKET® CASTOR.

UMA MARCA EXCLUSIVA DA CASTOR NO BRASIL.

Molas em aço temperado, ensacadas individualmente em resistente tela de Polipropileno, comprimidas e montadas automaticamente com colagem no sistema Hot Melt.

O exclusivo processo de pré compressão, aumenta o suporte de carga prolongando a durabilidade, proporcionando maior firmeza anatômica e o correto alinhamento cervical, evitando ainda que o peso de um corpo influencie no outro.



Prêmios 2020



Marca mais lembrada no setor moveleiro do Brasil na categoria: **Colchão de Espuma e Mola**



Marca mais lembrada no setor moveleiro do Brasil na categoria: **Box Spring.**

Por **Ari Bruno Lorandi**, CEO do Intelligence Group e diretor da Móveis de Valor

É difícil imaginar quanto a pandemia do novo coronavírus mudou a vida das pessoas, mas é possível afirmar que a maior parte, literalmente, tem sido em cima da cama. E isso elevou a imagem do colchão a um novo patamar. As vendas dispararam e as pessoas aprenderam (ou se obrigaram) a comprar pela internet, duplicando a participação das vendas de colchões via e-commerce em relação ao ano anterior. Esse verdadeiro fenômeno não é pouca coisa e precisa ser mais bem compreendido por fornecedores, fabricantes e lojistas de colchões, especialmente para que não se perca a oportunidade de consolidar o setor neste novo patamar.

A indústria de colchões no Brasil lutou muito para chegar aonde está hoje. E contou com apoio de muitos bons fornecedores e outros tantos bons lojistas. Um novo patamar de qualidade foi criado com as Normas Técnicas para colchões de espuma e de molas, apesar das idas e vindas do Inmetro, criando nos últimos meses algumas inseguranças e incertezas sobre o que vale efetivamente nas normas.

Alguns números também soam interessantes, como por exemplo o fato de contarmos com 366 fábricas de colchões no Brasil, um mercado superior a 10 bilhões de reais. Conta também o fato de que os preços de colchões no varejo aumentaram 25,5% entre janeiro e outubro, um índice que recompõe parte dos custos enfrentados pela indústria no período.

Por sinal, a escassez e as altas às vezes exageradas de preços de insumos, foi um dos fatores que mais impactaram a indústria de colchões este ano.

Contamos hoje no Brasil com as principais tecnologias em matérias-primas, insumos e equipamentos para produzir colchões. A maior parte do que está disponível no mundo também está aqui.

E, se de um lado não somos grandes exportadores de colchões, foram apenas 186 mil peças que renderam US\$ 11,5 milhões, por outro também compramos poucos colchões do exterior. Em 2020 importamos apenas 132 mil peças no valor de US\$ 1,5 milhão, segundo dados da comexstat do MDIC.

Uma apurada pesquisa realizada pelo Intelligence Group mostra que existem no Brasil hoje 168,6 milhões de leitos que utilizam colchões, incluindo residenciais, hospitalares, hotelaria em geral e até o sistema prisional.

O último levantamento realizado sobre a produção de colchões no País, de 2018, mostra que o volume atinja 26 milhões de unidades, suficientes para substituir toda a demanda apontada acima em pouco mais de seis anos de uso. E seria muito saudável se assim fosse.

Mas isso não acontece, porque continuamos dependendo de um comércio de colchões ainda deficiente em relação a qualificação de vendedores, o que dificulta a transferência de informações ao consumidor sobre propriedades dos colchões. Torna-se difícil para o consumidor decidir sozinho e, na dúvida, acaba comprando o mais barato. Isso compromete o desenvolvimento do setor porque inibe a expansão do volume financeiro disponível para a compra de colchões. Como visto acima, se considerarmos 26 milhões de colchões para um comércio de 10 bilhões, temos um preço médio de pouco mais de R\$ 384,00 por peça.

Nesta edição do Anuário de Colchões Brasil 2021 voltamos a insistir sobre a necessidade de tornar mais eficiente os pontos de venda, mostrando, através de diversas reportagens, a importância dos colchões na vida das pessoas. Todas as matérias têm um objetivo principal, servir como uma base de informações aos lojistas, gerentes e vendedores de colchões, para enriquecer seus conhecimentos sobre o assunto e melhorar os argumentos de vendas. E, antes de se preocupar com as vendas de e-commerce, saiba que a maioria das pessoas que compram colchão se sentem mais satisfeitas quando fazem isso em lojas físicas.

Um dado significativo de um estudo do BSC (braço de educação do consumidor da ISPA) é que mais de dois terços dos compradores disseram que acabaram comprando em uma loja física no final de sua jornada de compra. E 75% das pessoas que responderam à pesquisa disseram estar felizes com sua experiência de compra de colchão. E observe outro ponto importante: entre os atributos mais relevantes para a escolha de colchão, preço está em quinto lugar, com apenas 48% das respostas. O mais importante é conforto (89%), seguido de durabilidade/resistência (69%), tamanho (61%) e segurança (56%).

Portanto, como vimos esse ano, existe espaço para crescimento do setor colchoeiro, é um novo despertar e que deve ser colocado no centro das discussões sobre o que precisa ser feito para manter essa demanda em alta em 2021 e muito além disso. Não podemos perder esta rara oportunidade que o consumidor está oferecendo. Ele mostrou que quer mais conforto em sua casa e cabe ao setor colchoeiro oferecer isso e muito mais a ele.

Nós, com Anuário de Colchões Brasil 2021, estamos fazendo a nossa parte, levando conteúdo estratégico para a cadeia colchoeira, com apoio de dezenas de empresas que têm o mesmo objetivo, vender mais e gerar mais satisfação ao consumidor. Assim todos ficarão felizes.



Utilize um leitor de QR Code e assista o vídeo

MaxRecovery

Máximo de recuperação para os atletas do dia a dia.

Dormir BEM

para

Viver

MELHOR

A F. A. Colchões oferece a mais completa linha de colchões e complementos de cama com qualidade certificada, adequados a todos os biotipos e preferências de conforto.

F.A.

COLCHÕES
DESDE 1964

www.facolchoes.com.br

facolchoesoficial





CAPA

Capa da edição editada com soluções em molas para colchões da **Brasil Molejos**.

(83) 3690-0288
contato@brasilmolejos.com.br

24

SONO É FUNDAMENTAL MAS COMO CONCILIÁ-LO?

Pesquisa revela como o sono afeta a vida das pessoas e o que elas estão (ou não) fazendo para melhorar seu sono em todo o mundo

26

LUGAR DE TRABALHO É NA CAMA SERÁ?

Na contramão das recomendações médicas, cresce o número de profissionais que estão levando tarefas para um lugar que foi feito para dormir

30

MULHERES NO PODER ELAS BUSCAM O COMANDO

No setor colchoeiro, a presença das mulheres sempre foi expressiva, mas há poucas em cargos de comando, pelo menos por enquanto

42

DO ZERO AO TOPO MANOEL NOGUEIRA

Trabalho, honestidade e respeito ao cliente são a fórmula de sucesso para manter a Orthocrin entre as melhores marcas de colchões

48

COMO EXPLORAR MELHOR AS OPORTUNIDADES

Varejistas e fabricantes têm à disposição um arsenal de estratégias para envolver o consumidor e deixá-lo satisfeito com sua compra

52

COMO AJUDAR OS CONSUMIDORES

Emoções dominantes que muitas pessoas sentem em sua jornada de compra de colchões são: otimismo, alegria e expectativa

56

MOTIVE SUA EQUIPE PARA MELHORAR AS VENDAS

Veja deias para manter a equipe de vendas motivada e focada, mesmo durante os dias de calma no movimento das lojas de colchões



é uma publicação do Intelligence Group do Brasil

REDAÇÃO E ADMINISTRAÇÃO

Rua Dep. Estefano Mikilita, 125 - 3º andar - Portão
CEP 81070-430 - Curitiba - PR - Brasil
(41) 3025-8829 - moveisdevalor@moveisdevalor.com.br
www.moveisdevalor.com.br

Edição: Ari Bruno Lorandi
Textos: Inalva Corsi, Guilherme Arruda e Natalia Concentino

ASSINATURAS E CIRCULAÇÃO

(41) 3025-8829 - 0800 645-4510 - assina@moveisdevalor.com.br

IMPRESSÃO

Gráfica Positiva - (45) 3036-1122
Tiragem auditada: 6.500 exemplares

Diagramação e Arte Final: Erlon Antunes

64

COMO FAZER + COM - EM LOJAS DE COLCHÃO

É certo que os varejistas terão de fazer mais com menos, nos próximos meses, especialmente nas áreas de pessoal e gestão do ponto de venda

70

7 PECADOS CAPITAIS NA VENDA DE COLCHÃO

E como evitá-los a partir de dicas fáceis de serem utilizadas, que vão desde desconhecimento do produto até excesso de otimismo

72

O GUIA DE VENDAS

DO MAIOR VENDEDOR DE COLCHÃO

Iris Gelbcke acaba de lançar um e-book com dicas e orientações técnicas valiosas para quem vende colchões e artigos para o sono

82

A PRIMEIRA ATRAÇÃO É SEMPRE PELO VISUAL

Tecidos para colchões combinam o melhor dos mundos com design sofisticado, conforto e muita tecnologia, um chamariz de vendas

90

JÁ IMAGINOU UM COLCHÃO IMPREGNADO DE CANNABIS?

Por que fabricantes desejam introduzir colchões com infusões de CBD, o composto da cannabis que muitas pessoas associam à maconha?

94

CAMA BOX NO PASSADO

ERAM PROJETOS INCOMUNS

A caixa-cama, também conhecida como cama fechada, cama estreita, tinha a forma originada na mobília medieval do final do século XVIII

98

CAMAS FUNCIONAIS CONFIRA A EVOLUÇÃO

Essas camas oferecem diversas funcionalidades, sem levantar-se da cama, para proporcionar mais lazer e otimizar espaços

102

A CABEÇA DEVE BATER NO TRAVESSEIRO CERTO

Você não vai entrar no mundo dos sonhos facilmente se sua cabeça não estiver apoiada no melhor travesseiro possível

104

UMA BOA NOITE DE SONO PODE COMEÇAR PELO COBERTOR

Cobertor ponderado pesa 10% do peso corporal da pessoa e serve como um estímulo para controlar a ansiedade

106

TESTE HIGIÊNICO DE COLCHÃO

Cada kit contém uma capa de travesseiro e de colchão para quando os consumidores experimentarem na loja

130

GUIA DE SUPRIMENTOS

Relação dos principais fornecedores da indústria de colchões

134

RELAÇÃO DE FÁBRICAS

Lista com 366 fábricas de colchões de espuma e molas cadastrados no Inmetro

ARTIGOS

110 CHEGA DE RISCOS EM PROCESSOS DE ESPUMAÇÃO

112 AS LINHAS QUE UNEM A TECNOLOGIA

114 UNIVAR SOLUTIONS É SINÔNIMO DE PARCERIAS

116 SUPERAR DESAFIOS SEM PERDER O FOCO NO HORIZONTE

118 NANOEX: PERFILADO ALTAMENTE TECNOLÓGICO

120 LATEX, UM PRESENTE DA NATUREZA

122 EM SINTONIA COM AS TENDÊNCIAS

124 FERRAMENTAS BLU AJUDAM O SETOR

126 SOLUÇÃO IDEAL PARA O CLIENTE

127 TECNOLOGIA A SERVIÇO DO SETOR

Mais de

12 mil
lojistas

economizam

na compra com
fornecedores!

Desde 2016, lojistas de colchões de todo o país pagam seus fornecedores através da Blu, utilizando o saldo de suas vendas parceladas **em até 12X sem taxas de antecipação.**

Pagar através da Blu
garante economia de
até 15% no seu negócio.

Venha você também
transformar taxas em
mais investimento
para a sua loja.

Vem
pra Blu!

Aponte a câmera
do seu celular e saiba mais!

ou acesse bit.ly/blu-MV-anuário-colchões





SONO É FUNDAMENTAL, MAS COMO CONCILIÁ-LO?

Em reconhecimento ao Dia Mundial do Sono, comemorado dia 12 de março, a Philips mais uma vez executou sua pesquisa anual do sono para gerar insights sobre como o sono afeta a vida das pessoas e o que elas estão (ou não) fazendo para melhorar seu sono em todo o mundo. Foram pesquisados mais de 13.000 adultos em 13 países para capturar atitudes, percepções e comportamentos em relação ao sono. Os resultados mostraram que, embora apenas metade das pessoas no mundo inteiro esteja satisfeita com o sono, elas são menos propensas do que antes a tomar medidas para melhorá-lo.

Foram entrevistados moradores da Austrália, Brasil, Canadá, China, França, Alemanha, Índia, Japão, Holanda, Cingapura, Coreia do Sul e Estados

Unidos. E a pesquisa revela que, 77% dos adultos reconhecem que o sono é essencial, mas 62% admitem que não dormem bem e apenas 10% afirmam ter ótimas noites de repouso. Metade de todos os entrevistados também acha que o descanso noturno é o fator mais importante para o bem-estar. Ele estaria à frente da alimentação (41%) e do exercício físico (40%), que juntos compõem o que está sendo chamado de tripé da vida saudável.

“É claro que as pessoas estão despertando para a realidade de que o sono é fundamental. Mas, para a maioria, a qualidade ainda é algo fora do alcance”, comenta em comunicado à imprensa, o psicólogo Mark Aloia, líder global do departamento de Mudança de Comportamento, Sono e Cuidados Respiratórios na Philips.

O que dificulta o descanso

Infelizmente, 44% dos entrevistados contam que seu sono piorou nos últimos cinco anos, enquanto apenas 26% dizem que melhorou e 31%, que não mudou em nada. Os aspectos mais citados que levam a esse cenário são ansiedade e estresse (54%), um local inadequado para dormir (40%), cronograma escolar ou profissional (37%) e problemas de saúde (32%). O levantamento revelou que, apesar de 69% dos brasileiros acreditarem que dormir tem um impacto importante na saúde e no bem-estar, 36% reclamam de insônia frequentemente. E um número significativo de pessoas cita distrações com entretenimento como um complicador: 35% reportam que televisão, filmes e redes sociais afetam o descanso. Outros 75% dos entrevistados passam pelo menos por uma condição que impacta a hora de recarregar as energias, desde insônia até apneia. Entre os 10% dos portadores desse último problema, 65% não fazem tratamento. Diante da grandeza do problema, surge também uma infinidade de sugestões para que as pessoas consigam o que é considerado – como vimos acima – o mais importante do tripé da vida saudável, o sono reparador. ■



As sugestões de especialistas em sono incluem:

Compreender e reconhecer as maneiras pelas quais a falta de sono afeta todas as facetas da vida - trabalho, relacionamentos, produtividade

Apenas 53% das pessoas concordam que compreendem o que as impede de dormir bem

Crie uma rotina de dormir e mantenha-a

Atualmente, apenas 30% das pessoas têm um horário definido para dormir / acordar

Identifique os vários fatores que podem estar contribuindo para seus problemas de sono pesquisando suas opções e / ou consultando um médico para resolvê-los.

Preocupação/estresse, relacionamentos e uso de telefone celular foram relatados como as principais barreiras para dormir bem em 2020

Use a tecnologia estrategicamente. Pesquise e identifique tecnologias que possam impactar positivamente seu sono (como terapia do sono ou dispositivos de auxílio ao sono), mas desconecte-se de telefones e telas pelo menos 30 minutos antes de dormir, de preferência dormindo sem eles ao seu lado

Quase três quartos (74%) das pessoas usam o celular na cama, 39% admitem usá-lo logo antes de adormecer.



LUGAR DE TRABALHO É NA CAMA.

SERÁ?

Na contramão das recomendações médicas, cresce o número de profissionais que estão levando tarefas para um lugar que foi feito para dormir

Esqueça por um segundo a mesa da sala de estar ou a escrivaninha, lugares onde você costumeiramente põe o notebook para executar suas tarefas em home office, ou ainda participar de reuniões virtuais ou lives. Com tempo de convívio em família estendido desde que a pandemia começou a fazer parte da vida de milhões de pessoas, algumas regras da casa foram afrouxadas: o quarto, por exemplo, virou ponto de encontro e a cama de dormir deixou de ser pretexto para assistir filmes, fazer lanches, jogar, brincar com os filhos ou apenas dormir. Passou a ser também o local eleito para trabalhar.

Fabricantes de colchões, roupas de cama, travesseiros e acessórios agradecem.

Amostragem feita com varejistas indica que de cada 100 consumidores que mostraram interesse em comprar colchão nos últimos oito meses, pelo menos cinco admitiram que o objetivo da compra era para trabalhar na cama. “Logo nos primeiros meses de pandemia apareceram clientes manifestando interesse em adquirir um novo colchão para se sentirem mais confortáveis para trabalhar na cama”, relatou o vendedor de uma loja especializada em colchões em Porto Alegre.

Do ponto de vista de saúde e bem-estar, usar a cama para trabalhar pode não ser o ideal. Especialistas são categóricos em afirmar que é melhor preservar o quarto para dormir sempre que possível. Mas as empresas de colchões não vão reclamar que as pessoas estejam passando mais tempo nela. Talvez você se sinta desconfortável ao fazer uma videochamada enquanto está sentado em sua cama, mas quem vai saber que você está trabalhando nela?

“Embora especialistas em sono recomendem reservar a cama para dormir e relaxar, entendemos que as pessoas estão trabalhando e morando onde se sentem mais confortáveis”, conta Julie Elepano, da Sleep Number, tradicional fabricante de colchões, de Minneapolis, Minnesota (EUA), cujas vendas no terceiro trimestre tiveram alta de 12%. O médico Eduardo Garcia, pneumologista especialista em sono da Santa Casa de Porto Alegre é contra levar trabalho para cama. “A mensagem de cama é de dormir”, faz questão de ressaltar.

A amostragem feita na capital gaúcha indica que o perfil desse comprador é formado em grande parte por homens casados trabalhando em home office. O segundo maior grupo inclui solteiros que



moram em apartamentos compactos e o que chama atenção é a justificativa para comprar um colchão novo: ter um local apropriado para colocar o notebook e ao mesmo tempo que fosse aconchegante para passar algumas horas sentado.

O fator home office

Ao analisar o fenômeno home office, Garcia diz que ele ajuda na mesma proporção em que pode atrapalhar. “Ajuda preservar a rotina das pessoas de uma forma mais simples, sem depender de deslocamento para o local de trabalho. Tudo fica ao alcance do dedo. E atrapalha porque muitas das rotinas importantes, como caminhar até o local de trabalho, o convívio com as pessoas, tomar cafezinho, toda essa diversidade faz parte da nossa essência de vida. Ao simplificar o modo de viver (acordar, se alimentar, trabalhar em casa, assistir um programa e voltar a dormir) empobrecemos a nossa vivência. Temos menos gasto energético, e ao transformamos a nossa vida em uma rotina mais simples pode dificultar o sono”, explica.

A doutora Luísa Klaus Pitz, pesquisadora do Laboratório de Cronobiologia e Sono do Hospital das Clínicas de Porto Alegre, também compartilha e diz que é possível pensar em vantagens e desvantagens do home office. “Por um lado, temos maior possibilidade de dormir o suficiente, caso os horários sejam

flexíveis e se não precisamos contabilizar o tempo de ida até o trabalho. Por outro lado, as pistas temporais para o nosso relógio biológico tendem a ficar reduzidas – sendo luz/escuro, a principal delas. Por isso que é importante tentar manter as rotinas regulares.

Outra pista temporal importante são os horários de alimentação”, diz.

As famílias podem até levar em conta os alertas da área médica, mas no mundo real continuam reorientando o orçamento doméstico e investindo em itens que assegurem um nível maior de conforto, pois estão passando mais tempo juntas. Elas poderiam ter feito uma viagem, ido a um evento esportivo ou assistido a um show musical, mas estão transferindo os gastos para o lugar onde tem passando mais tempo.

“Como as pessoas estão hospedadas em suas próprias residências e não fazem viagens, a casa está recebendo os benefícios”, comenta Philip Krim, CEO da marca de colchões Casper, com sede em Nova York (EUA).

Fernando Tourinho, gerente de marketing da Onix Colchões, de Teresina (PI) lembra que duas décadas atrás a indústria de colchões oferecia garantia de 10, 12 anos para os consumidores, mas com o uso muito mais frequente do produto de uns anos para cá reduziu o prazo para um ano. “Caiu a qualidade? Não. Naquela época as pesquisas que tínhamos informavam que as pessoas apenas dormiam no colchão. Mais adiante, porém, as pesquisas





identificaram outros usos para a cama, o que acelera o processo de desgaste. O pessoal sente que está na hora de trocar quando começa a sentir dor no corpo”, assinala o executivo. Há outros fatores que podem estar contribuindo positivamente para impulsionar o negócio de colchões. Um deles é a opção de transferir a residência para lugares mais afastados dos centros urbanos, como sítios e praias: à medida que fazem esta escolha, investem na aquisição de itens para reequipar a casa.

Ritmo acelerado

O boom de vendas está se traduzindo em um esforço grandioso para manter o ritmo nas fábricas de colchões. Amanda Fischer e Sá, responsável pelo segmento de franquias da Anjos Colchões, está permanentemente ligada no suprimento das 91 lojas que tem no país. Não é para menos: comparando agosto de 2020 com o mesmo mês do ano passado, o crescimento na comercialização de colchões pela sua rede foi de 89%. “A preocupação é manter as franquias continuamente abastecidas e contornar situações eventuais”, informa, referindo-se, por exemplo, a demora no fornecimento de algumas matérias-primas para a produção de colchões. “Houve crescimento, sem dúvida”, assegura Fernando Tourinho, da

Onix Colchões. “O fato de as pessoas conviverem mais em casa despertou para aquele item considerado o mais importante da casa, aquele que dá energia e disposição para trabalhar no dia seguinte, mas costuma ser o último a ser trocado”, explica o gerente. “A preferência é primeiro trocar a tv de 40 polegadas por outra de 60, ter uma geladeira melhor, um sofá maior, mas onde você passa a maior parte da vida é postergado”, lamenta. Tourinho completa que a pandemia fez com que as pessoas despertassem para o colchão. “Chegou a faltar no mercado, além de bicicleta e webcam”, esclarece.

A rede de mais de 180 lojas franqueadas da First Class Home, especializada em cama, mesa e banho sofreu com o abate e fechamento do comércio, mas desde que a instabilidade diminuiu, a procura por itens como lençol, pijama, roupão e mantas aumentou.

“O pessoal sente que está na hora de trocar quando começa a sentir dor no corpo”

Porém, nada foi tão expressivo como a busca por travesseiros, toalhas e jogos de cama. Gabriele Dresch, consultora

da loja do Barra Shopping, de Porto Alegre começou a observar crescimento vigoroso destes itens a partir de agosto. “Principalmente, travesseiros, que o pessoal deixa para comprar por último”, explica.

A indústria de roupas de cama está desfrutando de um aumento nas vendas em cerca de 30% superior em relação ao ano passado, estima Jerry Epperson, diretor de banco de investimento e consultoria corporativa Mann, Armistead & Epperson, com sede em Richmond, Virgínia (EUA). “A impressão é que as pessoas estão valorizando mais estes produtos, talvez pelo fato de estarem muito mais tempo em casa”, considera Gabriele, da First Class Home.

Este é um ótimo momento para estar no negócio de colchões e acessórios para dormir. ■



UTILIZE TECNOLOGIA OFEREÇA CONFORTO

Quando componentes Leggett & Platt são usados na produção de colchões, poltronas ou sofás, o produto é valorizado.

Investimentos constantes em inovação tecnológica, aliados ao rigor nos processos produtivos, resultam em alto desempenho. Se tem Leggett & Platt, não há dúvidas que a qualidade é superior.

SAIBA MAIS EM:

www.leggett.com.br



Leggett & Platt®



Aponte a camera do seu celular para o QR Code acima para ver detalhes da pesquisa

ELAS BUSCAM O COMANDO

No setor colchoeiro, a presença das mulheres sempre foi expressiva, mas ainda há poucas em cargos de comando. Nesta reportagem, mostramos alguns exemplos de que a realidade está mudando

A linha de produção das indústrias de colchões sempre teve grande participação das mulheres, especialmente nas áreas de costura e acabamento. No setor administrativo elas também costumam ser maioria. Mas, quando falamos de cargos estratégicos e de gestão, ainda são poucos os exemplos. Apesar disso, a realidade parece estar mudando e já é possível encontrar mulheres chefiando equipes na produção, na área financeira e marketing e desenvolvimento. Mas quais são os desafios enfrentados por elas no dia a dia? Como superam o preconceito e provam que tem capacidade igual ou maior que muitos colegas do sexo oposto? Como conciliam carreira e vida pessoal? Com base em **pesquisa realizada pela TRIWI**, agência de marketing digital, com mais de 2.500 empresas para identificar a representatividade das mulheres no meio corporativo, fizemos estas e outras perguntas a um grupo seletivo de mulheres em funções estratégicas e você confere nesta reportagem.

MOVIDA POR DESAFIOS



Taís Bevilacqua, diretora de marketing da Eko 7

Taís Bevilacqua é a mais jovem das nossas entrevistadas, mas, apesar dos seus 26 anos de idade, já acumula ampla bagagem na Eko 7. Ela nos conta que iniciou na empresa catarinense que atua com colchões de alto padrão e fornece espumas industriais para fabricação de estofados e colchões,

em 2010, quando a empresa ainda era pequena e não contava com departamento de marketing e eventos estruturado. “Ajudei a montar degrau a degrau esta área e juntos construímos uma rica história de valor, baseada em pessoas. Hoje participo das estratégias de marketing, eventos e desenvolvimento de produtos”, afirma.

“A mulher com preparo e formação tem poder nas mãos e pode dominar o que quiser se usar esse poder com sabedoria.”

Taís é casada, mãe de dois filhos (Richard, de 6 anos, e Paula, de 4), formada em gestão empresarial e reconhece que é um desafio conciliar vida profissional e pessoal. “Essa é uma luta travada por toda mulher moderna, que busca se desenvolver e alcançar cargos de gestão em grandes empresas”, lembrando que a vida é feita de escolhas e sempre cobra seu preço. “Por isso, se a mulher assume muitas funções no trabalho, deve saber que a relação com a família, especialmente com os filhos, ficará comprometida. Mas não devemos ver isso como punição e sim como uma consequência”, pondera, destacando que a palavra equilíbrio deve fazer parte do dicionário feminino. “Acho importante falar sobre isso com as mulheres. Afinal, toda mulher deve buscar se entender, gestar suas emoções e priorizar o que é realmente importante, sempre tendo equilíbrio e respeitando suas vontades internas”. Em relação às barreiras enfrentadas ao longo da carreira, a executiva cita a mudança de mindset como um dos obstáculos que ela mais busca superar. “Precisamos quebrar os paradigmas e os preconceitos que a sociedade nos impõe quanto

a setores que normalmente são mais masculinos. Também devemos lutar para transpor barreiras culturais, principalmente quando se fala do machismo. E claro, a conciliação das atividades do trabalho, filhos, marido e a casa é um desafio diário”, reconhece.

Mas ela nos conta que já vivenciou desrespeito de homens em diversas reuniões de trabalho. “Mas hoje entendo que quando isso acontece diz mais sobre eles, do que sobre mim. Ou seja, quando uma mulher incomoda o colega do sexo oposto, a ponto de tirá-lo do trilho da calma, é porque está fazendo algo impactante”, defende Taís, enfatizando que para mudarmos a realidade a nossa volta, precisamos urgentemente repensar nossos comportamentos e atitudes. “A mulher com preparo e formação tem poder nas mãos e pode dominar o que quiser se usar esse poder com sabedoria”.

Em relação a atitude das outras mulheres, Taís sabe que consegue inspirar muitas na busca por posições de comando nas empresas onde atuam. De qualquer modo, lamenta ainda conviver com sentimentos medíocres como a inveja, ciúme e insegurança por parte de algumas. “Mas a questão está em onde colocamos nosso foco. Entender que nunca agradaremos todo mundo é o que me fez agir com mais sabedoria e discernimento para aos poucos conquistar o prestígio que é muito importante no mundo corporativo”, destaca. Taís lembra que na Eko’7 existe sim uma preocupação com a igualdade de gêneros e raça e que isso deve ser premissa em qualquer empresa. “Aqui na Eko’7 temos muitos cargos de liderança ocupados por mulheres e algumas inclusive recebem salários maiores que os homens”, comemora. Quanto a evolução feminina no mercado de trabalho, a executiva da Eko’7 percebe mudança positiva e acredita que só tende a crescer. “Apesar disso, precisamos mudar essa imagem de que a mulher é frágil e incapaz. Muitas vezes, são as mulheres que, por falta de confiança, acabam não se candidatando a grandes cargos”, afirma, acrescentando que a mulher possui muitas competências, assim como os homens. “Mas quando o assunto é sensibilidade, é provado que somos melhores, e isso faz grande diferença na tomada de decisão”, completa, não sem antes dizer que é uma mulher ambiciosa e sonhadora, que não consegue ficar parada e que tem projetos audaciosos para o futuro.

RESULTADOS FAZEM A DIFERENÇA



Olga Fonseca,
diretora de marketing da Flex Brasil

Olga Fonseca é uma executiva com uma carreira sólida, com passagens por grandes empresas, e que viu no setor colchoeiro um caminho para resultados e fazer diferença para as pessoas. Atualmente é diretora de Marketing na Flex Brasil. “Sou publicitária de formação e trabalho há 20 anos com marketing estratégico. Iniciei a

carreira em uma consultoria de desenvolvimento e marketing da qual me tornei sócia. Nesse período trabalhava com projetos para diferentes empresas, desde gigantes multinacionais como Raízen, Electrolux, Siemens, até empresas de médio e pequeno portes. Foi ainda na consultoria que comecei a trabalhar para o setor colchoeiro, com projetos de marketing, vendas e desenvolvimento de produtos para a CBP”, conta, acrescentando que sempre gostou de projetos que fazem diferença para as pessoas e para os resultados e, nesse sentido, trabalhar com um mercado em evolução e tão desafiador quanto o colchoeiro, foi um terreno bastante fértil. “Deixei a consultoria e fui convidada para gerenciar o setor de marketing da CBP com um prazo mínimo de dois anos; acabei ficando por cinco bons anos. Depois, fiquei um ano trabalhando com a consultoria People and Sales e em 2019 assumi a direção de marketing da Flex Brasil”. A Flex é uma multinacional espanhola, presente em mais de 9 países e com grandes marcas no Brasil, como Simmons, Flex e Epeda; é uma empresa muito relevante no mercado nacional e internacional. “Foi uma honra para mim e aceitei esse desafio muito feliz. Eu só não esperava que poucos meses depois teríamos uma pandemia desse porte e estaríamos enfrentando momentos tão inéditos. No entanto, apesar de todo esse cenário, sinto que estar na indústria do sono, conforto e bem-estar, é um privilégio”, descreve. Olga é casada há dois anos e tem um filho de 25 anos do primeiro casamento e reconhece que

hoje é mais fácil conciliar trabalho e vida pessoal, pois o filho já é adulto. “Mas, nos últimos 20 anos, não foi uma tarefa fácil. Tive filho muito jovem e acabei focando muito no trabalho, até mesmo pela insegurança de ficar sem ter como sustentá-lo, então me pressionei muito. Hoje, percebo que poderia ter sido menos rígida comigo mesma e com ele”, reflete.

Ações afirmativas que reforçam a importância da divisão de papéis fazem as pessoas reverem crenças limitantes e preconceitos.

Quando questionada sobre as dificuldades enfrentadas ao longo da carreira, a diretora de marketing da Flex traça um panorama do quanto o Brasil é um país desafiador, que já passou por crises diferentes, então, muitas vezes os profissionais se acostumam a trabalhar no caos. “No meu primeiro trabalho, a sede americana da empresa ficava em Nova Iorque, ao lado das torres gêmeas, e logo depois do atentado eles simplesmente cancelaram todas as operações internacionais. Tivemos que nos virar, aprender a nacionalizar a operação. Eu fui aprender contabilidade, finanças e o que fosse preciso para não deixar a operação falir. De lá para cá eu acredito que nunca passei um ano sem vivenciar alguma crise. Essa sobrevivência pode ter um lado positivo, mas em longo prazo dificulta crescimento e inovação. Além disso, ainda hoje conciliar trabalho e vida pessoal é um ponto de atenção para mim”, reconhece.

Com relação ao respeito dos colegas, Olga garante que sempre se sentiu respeitada, mas acredita que teve que lutar por isso, sim. “Uma luta comigo mesma para superar meus próprios preconceitos, culpas e complexos” admite. Para ela, a mulher é submetida a uma pressão diferente do que os homens e isso vem até mesmo da própria estrutura familiar, que tem resquícios machistas. “Isso vem mudando um pouco, mas ainda é presente”.

“Nunca senti nenhum tipo de preconceito. Nunca disputei com uma mulher por poder ou cargo. Inclusive trabalhei e estudei com mulheres incríveis, que me ensinaram muito”, lembra.

Quanto a ter que entregar mais que os colegas homens, Olga diz que esta é uma pergunta difícil e que não sente que isso lhe é exigido, mas que, paradoxalmente, sempre se cobra a entregar mais. “Na Flex existe plano de carreira com igualdade de condição entre os gêneros e as diferenças salariais existem em um mesmo cargo apenas por tempo de casa e em um mesmo nível hierárquico apenas se houver diferença de responsabilidades”, afirma. Quanto à posição da mulher no mercado de trabalho, a executiva percebe uma grande evolução e acredita que é devido principalmente a uma maior divisão dos cuidados com filhos e com as tarefas domésticas, especialmente entre as famílias mais jovens. “Por isso acredito muito nessa nova geração, que é mais livre desse tipo de preconceito. Entretanto, ainda temos muito a conquistar, especialmente em cargos de gestão e liderança”, analisa, lembrando que se por um lado, no geral, nunca sentiu diretamente preconceito por ser mulher nas empresas que trabalhou, por outro, teve muita pressão para desistir e não ocupar esse tipo de cargo. “Essa pressão vem da estrutura social, da família, está internalizada em nós e, assim, também está presente nas empresas, de alguma forma. Olga admite que muitas mulheres não se preparam mais para assumir cargos de liderança porque não têm o apoio integral da família, não se sentem bem em (poder) ganhar mais do que o marido ou não têm a divisão igualitária com seus parceiros para cuidar dos filhos e da casa. Por isso ela acredita que ações afirmativas e educacionais para o tema são tão importantes. “No meu caso foram anos de terapia, muito coaching, investimento em educação e a presença da minha sensacional rede de apoio, que considero minha grande força e maior diferencial”, compartilha.

Quanto ao que ainda precisa avançar para que as mulheres estejam em pé de igualdade com os colegas homens, Olga faz uma análise mais ampla. “Para mim são duas coisas fundamentais: a primeira é ampliar a licença paternidade. Na Alemanha acredita-se que as crianças que passam mais tempo da primeira infância com os pais, se tornam cidadãos melhores, mais responsáveis com a Pátria. Por isso, além da licença para as mães durante o aleitamento, concedem mais tempo para o pai ficar em casa com a criança quando a mãe volta a trabalhar. Ok, não somos a Alemanha, mas podemos aumentar a licença paterni-

Um produto de qualidade faz toda a diferença, principalmente se ele estiver revestido com um tecido 100% Nacional que proporcione conforto, durabilidade e bom gosto.

Tecido 100% Nacional

Antialérgico

Fácil conservação e limpeza

Têxteis de confiança

É com muito critério que escolhemos os insumos que utilizamos em nossa fábrica e temos orgulho em dizer que, além de sermos a 11ª indústria têxtil para o mercado moveleiro no mundo, estamos totalmente de acordo com as mais rigorosas exigências internacionais.



• vendas@textiljerrano.com.br • www.textiljerrano.com.br • +55 11 4158-8100



dade para que pais e mães se sintam igualmente responsáveis pelos filhos. Afinal, são raras as creches e escolas no Brasil que ligam para o pai quando o filho está com um problema. Normalmente é a mãe que sai do seu trabalho e o pai só precisa ser ‘incomodado’ com esse tipo de coisa se for algo grave, né?”, questiona, emendando a segunda questão. “Precisamos de ações afirmativas nas empresas e na própria sociedade. O papel das mulheres na sociedade deve ser reforçado a todo momento, discutido, debatido. Ações afirmativas que reforçam a importância da divisão de papéis fazem as pessoas reverem crenças limitantes e preconceitos”, ressalta.

Olga continua observando que “precisamos ampliar a diversidade não apenas gênero, mas também LGBTQI+, raça. Isso será cada vez mais importante para as empresas. O mercado buscará cada vez mais esse tipo de postura. Prova disso é o recente caso do Nubank que perdeu vários clientes por conta das declarações impensadas de sua CEO sobre ações afirmativas, tendo que rever suas políticas e decisões (por isso deve ser valorizado). E, na outra ponta, o Magazine Luiza, que aumentou o valor de suas ações após anunciar um programa de Trainees voltado para negros, mesmo tendo recebido muitas críticas”, exemplifica a diretora de marketing da Flex Brasil.

Por último, Olga se define como uma pessoa realizada e que tem orgulho do que construiu. “Mas ainda penso em contribuir mais para a sociedade”, revela.

CONQUISTA DEGRAU A DEGRAU



Claudia Gonçalves,
diretora de vendas internacionais

Claudia Gonçalves construiu uma carreira profissional degrau a degrau. Começou a trabalhar muito jovem, aos 14 anos. “Além de uma necessidade, trabalhar era uma diversão”, recorda. Mas suas conquistas profissionais aconteceram na J Serrano, onde está há 25 anos e hoje é diretora

de vendas internacionais. “Passei por vários setores até me consolidar na área comercial. Sou feliz com meu trabalho, amo o que faço. Atuar na área comercial, com clientes internacionais, é desafiador e apaixonante. Cada vez que conquisto um novo mercado para a empresa, me realizo pessoalmente”, garante. Claudia, casada, dois filhos, uma filha e uma neta do coração, reconhece que atualmente as coisas se tornaram mais tranquilas em relação a família.

“A mulher precisa ter muito domínio e conhecimento do ramo de atuação para se impor e conquistar o respeito masculino, principalmente em setores industriais.”

“Os filhos já crescidos, com 25, 20 e 14 anos, já não demandam quantidade de tempo e sim qualidade do tempo que estamos juntos”, define, lembrando que nem sempre foi assim. “Com certeza a chegada da maternidade é um desafio na carreira feminina. Conciliar carreira e vida pessoal e familiar é uma grande matemática, principalmente quando os filhos são pequenos e não se tem uma estrutura familiar de apoio. O custo de qualquer profissional (empregada, babá) normalmente é bastante alto e muito difícil de absorver quando se está no começo da carreira, o que leva muitas mulheres a desistirem e acabar aceitando cargos e funções que demandem menos carga horária e possibilite conciliar as tarefas com a família. Para mim, esse foi um período bastante difícil, mas nunca passou pela minha cabeça desistir”. Para a diretora da J Serrano, a geração anterior de líderes era mais propensa a acreditar que homens eram mais adequados para determinados cargos. Por conta disso, ela mesma treinou colegas homens para serem seus superiores, mas garante que sempre acreditou no “tempo” e nunca perdeu oportunidades de se mostrar disponível. “Como profissional, a mulher precisa ter muito domínio e conhecimento do ramo de atuação para se impor e conquistar o respeito masculino, principalmente em setores industriais (chão

de fábrica), como é o moveleiro. A predominância masculina é notória e pode ser comprovada com uma simples visita a uma feira do setor, onde se vê a maioria masculina em cargos de executivos, representantes comerciais e outras funções”, destaca, acrescentando que em todos estes anos no setor, consegue notar um aumento no número de mulheres atuantes no negócio. Claudia também reconhece que toda mulher que consegue obter uma carreira serve de inspiração para as mais jovens e que tem sorte de trabalhar em uma empresa que valoriza a meritocracia, independente do gênero. “A J Serrano tem plano de carreira, mas muitas vezes se nota a dificuldade de parte do público feminino em aceitar cargos que demandam mais, principalmente quando há necessidade de viagens”, afirma. De qualquer modo, a executiva reconhece evolução e que as mulheres estão ocupando cada vez mais espaço em diversas áreas. “Mas ainda há muito a ser dito e melhorado sobre o assunto, no ambiente profissional e na sociedade como um todo”, acrescenta a executiva que trilha uma carreira, superando todos os desafios.

A FORÇA ESTÁ NO DNA



Maria Eunice Mariotto Silva (ao centro), presidente do grupo Castor, com as filhas Helenice Silva Miguel, diretora administrativa, e Hedenise Silva Oliveira, diretora financeira

O setor colchoeiro é basicamente formado por empresas familiares, portanto é comum encontrarmos nas indústrias membros da família ocupando cargos estratégicos. No caso da Castor, uma das maiores fabricantes de colchões

do Brasil, esse exemplo é evidente. Fundada pelo Dr. Hélio Silva, em 1962, a empresa atualmente tem à frente sua esposa e seus 4 filhos. Mas aqui vamos focar na força feminina. Maria Eunice Mariotto Silva, esposa do Dr. Hélio Silva, está presente na empresa desde a fundação. A partir de 1990, com o falecimento do marido, assumiu a presidência do Grupo Castor, atuando na empresa até hoje. As filhas Helenice Silva Miguel e Hedenise Silva Oliveira, começaram cedo na empresa da família e hoje ocupam cargos estratégicos ao lado dos irmãos.

“É preciso trabalhar em parceria com os homens, não competir com eles. Bons profissionais somam com os colegas, sejam eles homens ou mulheres.”

Helenice, que é formada em Direito, casada e mãe de dois filhos, atua na empresa desde 1987, quando tinha 18 anos. Iniciou na função de auxiliar financeiro e passou por diversas funções como: conferente de caixa, compradora, setor de vendas, SAC e hotelaria. Hoje exerce o cargo de diretora Administrativa do Grupo Castor. A irmã Hedenise, que também tem formação em Direito e especialização em Business e Marketing em Boston (EUA), é casada e mãe de três filhos. Iniciou carreira em 1991, na área financeira, hoje exerce a função de diretora Financeira do grupo Castor e também atua no setor de hotelaria e implementação de lojas. Elas contam que sempre conseguiram conciliar a jornada dupla, a vida pessoal e profissional, equilibrando a dedicação entre as funções de mãe, esposa, dona de casa e empresárias. “Como tudo na vida, a sabedoria é a chave para lidar com cada situação”, destacam. Com relação ao convívio no ambiente profissional, as mulheres da família Silva são enfáticas ao afirmar que o respeito é uma conquista importante em qualquer situação, seja em um grupo de homens, de mulheres ou quando lidamos com equipes de profissionais mais velhos ou com mais tempo de casa. “Enfim, respeito é uma conquista

do profissional, independente do gênero. Trabalhamos para nos aperfeiçoar e evoluir, levamos isso de forma construtiva. É preciso trabalhar em parceria com os homens, não competir com eles. Bons profissionais somam com os colegas, sejam eles homens ou mulheres”.

Para elas, as mulheres evoluíram muito profissionalmente e estão cada vez mais preparadas e buscando por mais espaço no mercado de trabalho em diferentes cargos e funções. Porém, reconhecem que é preciso evoluir sempre, sem perder a essência feminina. Afinal, a mulher tem várias características e o chamado “instinto feminino”, que favorece a execução de suas tarefas.

Maria Eunice, Helenice e Hedenise resumem: “a vida é uma jornada repleta de surpresas, é preciso estar sempre pronta para enfrentar os desafios que surgem, pois são eles que nos qualificam e possibilitam o sucesso que está por vir”.

UM SONHO REALIZADO



Juliana De Poli Koury, conselheira da CBP

Desde pequena Juliana De Poli Koury sonhava em trabalhar no chão de fábrica como seus pais e tinha certeza que queria ser química. “Então me formei em Engenharia Química em 1999, quando eu já estagiava na Rhodia. Logo após me tornei engenheira trainee na Rhodiaco, dentro da usina química da Rhodia, em Paulínia”, lembra Juliana, acrescentando que foi uma experiência inesquecível e em um universo quase que exclusivamente masculino. “Seguindo meus planos, ingressei na empresa da família na área técnica, desenvolvendo produtos, acompanhando a produção e implantando o setor de qualidade. Posteriormente acompanhei as adequações às normas do Inmetro nos colchões, a implantação da ISO 9000 e das normas de meio ambiente. Após algum tempo, passei a participar dos grupos da ABNT e ABICOL, dando contribuições para a normatização do

setor”, afirma. Em 2015, com a implantação da governança corporativa na empresa, Juliana foi se desligando do operacional para iniciar uma nova jornada no Conselho de Administração, onde é conselheira.

Divorciada e mãe de dois filhos (Luigi, de 15 anos, e Lara, de 13), Juliana é noiva do Fernando. “Hoje, com os filhos grandes, é mais fácil. Porém, não vou negar que no passado dividir o tempo entre ser mãe e ser executiva não foi uma tarefa simples”, acredita, mas acrescentando que: “É possível”.

“Os homens gostam de opiniões femininas. Portanto as mulheres são valorizadas sim, mesmo sem ocupar posição de comando nas empresas.”

A conselheira da CBP também lembra que no início da carreira, demonstrar aos mais experientes que estava ao lado deles para somar, foi trabalhoso. Assim como desmistificar a ‘filha do fundador’ e ocupar o seu lugar na empresa. Mas garante que nunca teve dificuldades para conquistar o respeito dos colegas. “Sempre me pautei pela ética. Além disso, os homens gostam de opiniões femininas”, acrescenta, destacando que sua área de formação é muito masculina, mas está em constante mudança. Portanto as mulheres são valorizadas sim, mesmo sem ocupar posição de comando nas empresas. Quando perguntada se as mulheres precisam entregar mais que homens nas empresas, Juliana responde que mais qualificação é uma exigência do mercado em geral. E neste ponto, as mulheres muitas vezes entregam mais do que os homens. E, sobre isso, ela pontua que a CBP está em constante evolução na área de recursos humanos, desenvolvendo planos de carreira e garantindo a inclusão de PCDs e menores aprendizes. “Mas uma regra por escrito para igualdade dos gêneros ainda não”, admite. Quanto aos avanços das mulheres no mercado de trabalho, Juliana destaca que ao longo dos seus 21 anos de profissão, percebe que as mulheres estão garantindo cada vez mais presença



Beautyrest[®] THE ORIGINAL
 USA
TECHNOLOGY

O colchão americano
mais desejado do mundo.



no mercado de trabalho, e inclusive ocupando posições de comando ou funções estratégicas. “Estão cada vez mais preparadas para assumir responsabilidades do negócio e entregar resultados”, comemora.

Apesar disso, a conselheira da CBP pontua que ainda temos muito para avançar. “Na minha visão, o pensamento dos homens precisa ser mais aberto, porque são eles que pré-julgam a capacidade feminina”.

Em relação à condução da sua própria carreira, Juliana garante que se sente realizada, pois sempre traçou objetivos e foi buscá-los. Apesar disso, destaca que “o mundo não para e se eu disser que alcancei todos os meus objetivos, não estaria sendo verdadeira. Então, ainda busco me realizar mais”, conclui.

CARREIRA PAUTADA POR MÉRITO



Quelli Cristina da Silva,
gerente de Marketing do Grupo Sanko

Quelli Cristina da Silva atua no grupo Sanko Espumas/Sankonfort Colchões há 20 anos. Formada em publicidade e propaganda e design gráfico, Quelli começou a carreira no cargo de auxiliar da chefia de produção, onde teve oportunidade de aprender e conhecer toda a dinâmica de produção e desenvolvimento

de produtos. Dois anos depois foi promovida à chefia do departamento de marketing do grupo, cargo que ocupa até hoje.

“Esse aprendizado hoje impacta positivamente na criação de produtos e nas campanhas de marketing”, afirma.

Solteira e sem filhos, Quelli reconhece que um dos maiores desafios é achar o equilíbrio entre vida pessoal e profissional. “Passei anos me dedicando mais ao profissional, mas atualmente busco dar o mesmo peso à vida pessoal e a possibilidade de construir minha própria família”, afirma, lembrando que faz isso com planejamento e muita disciplina para não

deixar as coisas saírem dos trilhos. “Acho que desta forma, nós mulheres podemos conciliar a carreira com a vida pessoal”.

A gerente de Marketing do Grupo Sanko destaca que faz parte de uma geração de mulheres que precisou quebrar regras e paradigmas para mostrar que é possível assumir cargos de liderança, e que viveu inúmeras situações em que precisou mostrar e demonstrar sua competência para as funções que assumiu. “Comecei muito jovem na empresa. Então, todos acompanharam meu crescimento, maturidade e inteligência emocional. E, com o passar dos anos, a gente aprimora o pulso firme e o jogo de cintura para lidar com cada tipo de situação”, lembra, já emendando que isso foi essencial para a conquista do respeito e apoio de todos. “Hoje somos uma boa equipe e trabalhamos juntos e fortes”.

“Devemos apoiar as mulheres, dando oportunidades para que possam mostrar seu trabalho e conquistar posições de prestígio.”

Para Quelli, estar em uma posição de liderança representa o compromisso de ser exemplo e, além de servir de inspiração, abrir espaço para que outras mulheres alcancem carreiras semelhantes. Afinal, a representatividade das mulheres em cargos estratégicos ainda é baixa. Mas, independentemente de gênero, Quelli defende o profissionalismo, a postura, a educação e o respeito entre colegas. “Tenho a felicidade de trabalhar com uma equipe unida, onde cada um respeita a posição e a liderança do outro. Esta, aliás, é a postura do grupo”, completa. Em relação aos avanços, Quelli reconhece que as mulheres têm conquistado cada vez mais cargos de destaque no mercado, e não apenas na chefia, como também nas áreas operacionais. Setores que antes eram majoritariamente masculinos agora começam a dar passos largos para a diversidade. “É verdade que muito já

foi feito, mas a realidade é que ainda há muito por fazer. A mudança é feita a cada dia”, reconhece, acrescentando que algumas empresas estão diversificando processos, incrementando políticas e criando culturas de diversidade. Isso significa que as mulheres estão ganhando espaço. “Mas devemos continuar a promover a igualdade de gênero e apoiar as mulheres, dando oportunidades para que possam mostrar seu trabalho e conquistar posições de prestígio. Representatividade inspira e motiva”, finaliza.

A FORÇA DA MULHER NORDESTINA



Joelia Teles,
diretora financeira do Grupo Ley

Joelia Teles atua no Grupo Ley, do Ceará, há 25 anos. Ela começa a entrevista brincando que já fez um pouco de tudo na empresa: financeiro, compras, logística, crédito e cobrança, RH, entre outros setores. “Com o tempo fui aprendendo a delegar, mas entender um pouco de todas as áreas me deu experiência para

cobrar resultados”, destaca, acrescentando que agora atua no setor financeiro, mas admite que nas horas vagas dá suporte ao departamento de marketing e que está maravilhada com a dinâmica deste setor.

Casada com Sandoley Teles (CEO do Grupo Ley), e mãe de Beatriz, de 19 anos, e Pedro Gustavo de 15, Joelia conta que no começo não foi fácil. “Quando tive minha filha, mesmo tendo feito cesariana, voltei para trabalhar com 21 dias e levava ela comigo para onde eu ia dentro da empresa. Mas é algo que não recomendo, porque uma indústria não é um ambiente bom para um recém-nascido. Quando tive o Pedro Gustavo pude contar com ajuda e ele não precisou passar pela mesma situação. Mas eu voltei com 14 dias após o parto”, recorda Joelia, abrindo um parêntese para agradecer um anjo chamado Patricia, que foi quem a ajudou a criar seus filhos. “Não carrego culpa por nada, inclu-

sive por não tê-los amamentado e hoje passamos bons momentos juntos”, enfatiza. Além de contar com o respeito dos funcionários do grupo, Joelia diz que é amiga de todos e que convive com algumas de suas funcionárias fora do ambiente de trabalho. “Sou muito respeitada. Sei ouvir, sei me calar, mas quando preciso me impor também faço sem drama. E acho que se você respeita a todos é natural que seja respeitada”, ensina, destacando que no Grupo Ley todos tem uma missão e cada um faz a sua parte para que o resultado seja bom para todos. “Aqui, comemoramos cada pequena conquista”, e destaca que a política da empresa é de valorização de todos, independente se homem ou mulher.

“Nunca permita que te façam pequena, que digam que você não é capaz. Você é capaz sim. Todas nós somos”.

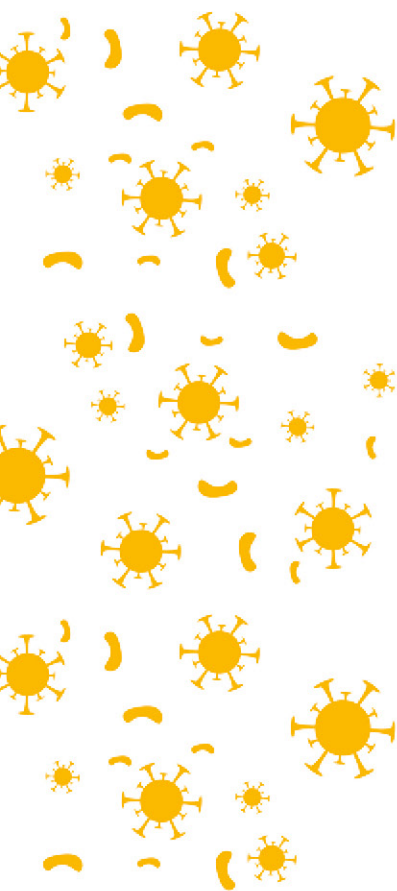
Joelia se diz realizada profissionalmente e destaca que divide o comando da empresa com o marido sem muito estresse, porque cada um tem suas funções e luta pelo mesmo objetivo. Quando sugerimos deixar um conselho às mulheres, esta nordestina revela sua força dizendo que as mulheres têm tudo para ocupar posições ainda maiores, porém, precisam mostrar determinação e força. “Nunca permita que te façam pequena, que digam que você não é capaz. Você é capaz sim. Todas nós somos”. ■

“Essas são apenas alguns exemplos de mulheres empoderadas do setor colchoeiro, e através delas homenageamos a todas as mulheres que atuam no setor.”



virase®

AJUDA A COMBATER A PROPAGAÇÃO DE INFECÇÕES VIRAIS



DENTRO DE 2 HORAS

A BekaertDeslee é a primeira do setor a fornecer a prova de uma redução superior a 99% (uma redução log2) da atividade viral dentro de 2 horas na superfície de um tecido para colchão de produção própria (variações são possíveis dependendo da composição do tecido).

A SOLUÇÃO DE HIGIENE TUDO-EM-UM*

- Bactérias
- Mofo
- Vírus
- Ácaros de pó doméstico
- Não tóxico e adequado para a pele

iDENTITY

COLEÇÕES 2020



BEKAERT DESLEE
Close to you

DO ZERO AO TOPO: MANOEL NOGUEIRA

Trabalho, honestidade e respeito ao cliente são os componentes da fórmula de sucesso de Manoel Nogueira para manter a Orthocrin entre as melhores marcas de colchões do Brasil

Empreender no Brasil definitivamente não é para os fracos. Alta carga tributária, burocracia jurídica e de regulação, altos encargos sobre a folha de pagamento e custo exorbitante do dinheiro para investimento são apenas alguns dos desafios enfrentados pelo empreendedor. Mas se esta é a realidade atual, imagina há mais de 50 anos... Certamente os desafios eram ainda maiores. Mas nenhum desafio foi suficiente para demover dois jovens mineiros de empreender. Aqui, vamos contar esta história a partir do olhar de um deles, hoje um senhor que do alto de seus 80 anos de idade, tem muito a ensinar. Manoel Nogueira, nosso personagem, fundou há exatos 56 anos, junto com Walter Flores (já falecido), a Orthocrin, empresa localizada atualmente em Santa Luzia (MG), e que está entre as principais fabricantes de colchões do Brasil.

Seu Manoel começa nos contando que a ideia veio de conversas com médicos que buscavam colchões ortopédicos. “E como na época se usava crina de cavalo na composição dos colchões, daí nasceu o nome: Ortho, do grego orthos reto, direito, vertical, e crin, de crina”, relembra, acrescentando que em 1964 ele e o amigo Valter viram esta oportunidade próspera de negócios e montaram a empresa em uma casa no bairro Floresta, em Belo Horizonte. Na época, a capacidade de produção se limitava a seis colchões ortopédicos por mês e eles vendiam de porta em porta. Além dos dois sócios, a empresa contava com apenas um colaborador, que costurava à mão os colchões.



Manoel Nogueira, fundador da Orthocrin

Mas, com o crescimento da produção, a Orthocrin adquiriu seu primeiro galpão no bairro São Francisco, ainda em Belo Horizonte. “Fizemos várias ampliações neste galpão, até chegar a um ponto que não tinha mais para onde crescer. Foi então que decidimos mudar a empresa para Santa Luzia, onde construímos uma fábrica e começamos a produção de espumas”, destaca. E o município de Santa Luzia passou a ser a sede da marca desde então. Tanto que, em 2016 a Orthocrin inaugurou uma fábrica ampla e moderna, onde a empresa



Saiba mais sobre a história da Orthocrim. Acesse ao QRCode e assista ao vídeo.

concentra a produção atualmente. “Construímos uma das mais modernas fábricas de colchões da América Latina”, orgulha-se Manoel Nogueira.

Sucessão familiar

Outro grande motivo de orgulho para Manoel Nogueira é a atuação dos filhos nos negócios. “Hoje os três estão à frente da operação, tendo Alexandre como diretor Operacional, Paula como diretora Industrial e Carol focada na gerência das franquias e digital/ecommerce”, afirma, recordando que Alexandre desde novinho vinha passar férias com ele na fábrica. E tanto ele como a irmã Paula assumiram funções ainda muito jovens dentro da indústria. “Meus filhos lutam muito”, reconhece o pai orgulhoso, destacando que o sucesso da empresa vem da gestão compartilhada com a segunda geração da família, unindo tradição e modernidade. Seu Manoel também reconhece a participação da esposa Aparecida, que embora tenha feito carreira fora da fábrica, sempre foi fonte de inspiração para ele. Juntos há mais de 50 anos eles criaram os 3 filhos e hoje contam com 8 netos.

Parceiros de jornada

Mas, por mais capaz que seja uma pessoa, nenhum empresário alcança o sucesso sozinho. As parcerias ao longo da jornada é que fazem a diferença e, no caso da Orthocrim, foram muitas, como lembra seu Manoel. “Tivemos e temos muitos fornecedores e clientes parceiros, que nos apoiaram ao longo desta trajetória. Mas nossos colaboradores sempre foram fundamentais para o sucesso da empresa”, acrescenta, destacando que hoje são mais de 350 colaboradores na operação. E a Orthocrim tem histórico de muitos funcionários com longa permanência. Mas aqui vamos nos concentrar em dois deles: Salim Mansur e Ana Lucia Rosa, que estão nesta jornada há mais de 40 anos.



Manoel Nogueira com os filhos Alexandre P. Pereira, Paula Borlido e Carol P. Ferolla

Salim começou na Orthocrim em 1977, como químico, e foi contratado diretamente pelo seu Manoel para montar o laboratório de espumas. “Quando eu comecei a empresa fabricava somente colchões ortopédicos, mas a partir daí passou a fabricar colchões de espuma e a produção desta matéria-prima, com a minha chegada, saltou de 5 blocos para 40”, lembra, acrescentando que anos depois deixou o laboratório para assumir outras funções na empresa e que passou pela produção e área de compras.

Uma grande conquista da qual Salim se orgulha é o Selo Pró-Espuma e destaca que em 30 anos, a Orthocrim nunca teve uma sanção por deixar de cumprir as exigências impostas pelo selo, que conta com reconhecimento nacional. Ainda na ativa, Salim Mansur diz que a história da Orthocrim se confunde com sua própria história. “São 44 anos juntos”, enfatiza.



Salim Mansur está na Orthocrim há 44 anos



Ana Lucia passou por várias funções na empresa

Já Ana Lucia começou na Orthocrin como recepcionista. Muito jovem, para fugir da carreira do magistério, se inscreveu à vaga que viu no jornal, sem que a mãe soubesse. “Minha mãe não queria que eu trabalhasse, mas eu queria ajudar meu pai no sustento dos oito filhos. Então me inscrevi à vaga, embora não soubesse fazer nada do que o cargo pedia”, lembra, acrescentando que foi selecionada e que chegou atrasada no primeiro dia de trabalho, por não conhecer o local onde a fábrica funcionava. Assumiu a função de telefonista e teve que aprender até a usar o telefone de ramal, que era

algo novo para ela. Mas, apenas seis meses depois, graças a sua curiosidade e vontade de aprender, foi transferida para a área comercial. “Eu digo que fui adotada pelos meus patrões e me sentia em casa na Orthocrin, tanto que passei por muitas áreas na empresa. Já fui RH, já fui marketing, mas onde me identifico mesmo é na área comercial”, afirma Ana Lucia, que tem como lema: o cliente está acima de tudo. “Eu aprendi que para a empresa ter sucesso é preciso cuidar bem do cliente e dos funcionários. E é o que eu sempre procurei fazer e vou continuar fazendo enquanto estiver aqui na Orthocrin”, finaliza.

56 anos de boas histórias

E assim, com o sócio ideal, com funcionários dedicados, apoio da família e prestígio dos fornecedores e clientes, a Orthocrin chega aos 56 anos de atividades. E seu Manoel, quando perguntado se em algum momento desta história pensou em desistir, responde

1969

A Orthocrin adquire seu primeiro galpão no Bairro São Francisco, região da Pampulha, em Belo Horizonte. Essa nova fábrica marca o início da produção de colchões utilizando a espuma como matéria-prima.



1971

A Orthocrin inaugura sua fábrica de espumas de poliuretano com a melhor tecnologia para produção de seus produtos: colchões, travesseiros e matelasses.



1980

Na década de 80 conquistou o Selo Pró-Espuma, criado pelo INER (Instituto Nacional de Estudo e Repouso), referência em padrão de qualidade acima da média do mercado.



um enfático não. “Dificuldades foram muitas. Falta de capital, pacotes de governo para atrapalhar... indústria pequena sempre passa por muito aperto. Mas sempre buscamos superar todas com otimismo”. Entre as grandes conquistas, ele destaca a construção da planta fabril atual que, com 33.000 metros quadrados construídos em um terreno de 250 mil metros, é considerada a maior planta industrial da América Latina para produção de colchões e acessórios. “Nossa fábrica é moderna, eficiente e possui alta capacidade de produção. Além disso, conta com maquinário de ponta, e sempre atualizado, o que garante alta qualidade nos produtos”, orgulha-se o fundador da Orthocrin, destacando que a nova fábrica consolida uma trajetória de realizações e sucesso da Orthocrin. Outro momento marcante destacado por seu Manoel é o início das franquias, em 2013. “Criamos a franqueadora Colchões Orthocrin, com um modelo de

franquia com muitas vantagens e atualmente temos 80 lojas na rede”, enfatiza.

Principais valores da Orthocrin

“Somos uma empresa sólida, com trabalhadores dedicados, família comprometida e o maior legado é o respeito ao cliente”. É assim que seu Manoel define a Orthocrin, destacando que muito trabalho, honestidade acima de tudo e muito respeito ao cliente sempre pautaram as ações da empresa. Aliás, quando perguntado sobre as características para um empresário vencer no Brasil, o fundador da Orthocrin responde objetivamente: “Trabalhar muito, arregaçar as mangas, acreditar no que está fazendo e não desistir nunca”. E à pergunta se tivesse que empreender hoje, faria tudo como fez à época, ele suspira e diz: “Seria a melhor coisa do mundo começar tudo de novo... começaria tudo do mesmo jeito”, finaliza. ■

1993

Em um terreno de 70 mil metros, adquiridos pela Orthocrin na cidade de Santa Luzia, foram construídos galpões que se transformaram em uma das maiores plantas industriais para a produção de colchões e acessórios. Neste período, a Orthocrin junto com seus mais de 350 colaboradores, consolidou ainda mais a força da marca e dos produtos que são referência de qualidade.

2016

23 anos depois a Orthocrin constrói a maior planta industrial da América Latina para produção de colchões e acessórios, em Santa Luzia.

Uma grandiosa conquista que se apresenta em uma área construída de 33 mil metros quadrados e um terreno de 250 mil metros quadrados.



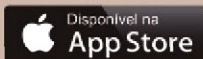
Ampla e moderna, a fábrica da Orthocrin é uma das mais modernas da América Latina

OPUS ECOFLEX

A **beleza** e a
elegância
traduzidas em
um colchão único.



Baixe o **app da Ecoflex** no seu celular





Colchões
ecoflex

Faz bem dormir bem

www.ecoflexnet.com.br




Por **Guilherme Arruda**, jornalista convidado

COMO EXPLORAR MELHOR AS OPORTUNIDADES

Varejistas e fabricantes de produtos de cama têm à disposição aqui um pequeno arsenal de estratégias para envolver o consumidor e deixá-lo satisfeito com sua compra





Este é o novo normal?” A melhor resposta é: “Existe alguma coisa normal na vida, nos negócios e no mundo? Enquanto se discute sobre isso, o que os proprietários de lojas de colchões devem fazer? Nossa recomendação: estar preparado para tudo. E, assim, preparamos uma série de estratégias que podem ajudá-lo bastante, independente do que irá acontecer nos próximos meses, seja na economia ou na política, dois setores que não temos como influenciar, pelo menos não os empresários. Independentemente da mudança do padrão de compra das pessoas, há uma variedade de estratégias disponíveis que fabricantes e varejistas podem adotar para melhorar suas chances de sucesso em seus negócios. Afinal, as residências foram transformadas de forma repentina em local de trabalho, de lazer e de estudo, que estão resultando adaptações e melhorias enquanto a ciência concentra seus esforços na produção de uma vacina. Nesse mix de incertezas é preciso levar em conta também o tormento de uma segunda onda que assombra o mundo. Diversas pesquisas têm captado as transformações nestes oito meses de 2020. Bens e móveis para casa estão entre os principais itens de compras. O Boletim Cielo Impactos do COVID-19 no Varejo Brasileiro mostra exatamente isso: entre março e outubro o segmento de bens duráveis (inclui móveis, material de construção, eletro e lojas de departamento) apontou crescimento de 2,1% em relação ao período pré-pandemia. Na semana compreendida entre 18 e 24 de outubro, a alta foi de 2,2%. Não são taxas desanimadoras, pois os gastos de consumo per capita devem recuar para a faixa de 5,2% em termos reais neste ano e a previsão é que não retornem aos níveis de 2019 antes de 2022.

No fundo, as pessoas estão buscando mais do que melhorar o ambiente

doméstico: querem conectar a compra de um colchão a melhorias de saúde e isso ajuda a enquadrar esse item como necessidade, pois a vontade de dormir melhor é maior do que nunca.

Estudo recente realizado pelo Better Sleep Council (BSC), braço de educação do consumidor da International Sleep Products Association, descobriu que os americanos estão mais estressados e dormindo pior do que há um ano. Na pesquisa de março 52% dos entrevistados descreveram seu sono como regular ou ruim, em comparação com 38% em 2019. Menos pessoas estão tendo a quantidade recomendada de sono na comparação com o ano passado.

Algo que não difere muito da realidade brasileira. Estudo realizado pela The Bakery Health Lab, braço de saúde do grupo Bakery, internacional de inovação corporativa, revela que 44% está tendo dificuldades para dormir devido as mudanças de rotina e que 67% dos pesquisados estão trabalhando em home office. Tomados em conjunto, esses dados sugerem que as pessoas precisam do que a indústria tem a oferecer, se pudermos determinar como interagir de forma eficaz e ajudá-los durante o ambiente caótico atual.

Chamando a atenção

Como envolver as pessoas? Várias descobertas da pesquisa da jornada do comprador do BSC podem fornecer respostas interessantes. O trabalho mostrou como as pessoas compram colchões e produtos de cama e os resultados dessas jornadas. Uma das descobertas mais surpreendentes foi que a forma como as pessoas faziam compras - e não o que acabaram de comprar - foi o principal fator de satisfação com a compra. E indicou quão bem as pessoas dormiam em seu novo colchão.

A sabedoria convencional sugere que



o marketing focado em convencer as pessoas dos benefícios de seus produtos em relação a outros produtos não apenas encorajará a realizar a compra, mas as deixará mais satisfeitas com o que acabaram de adquirir. A pesquisa do BSC sugere que ajudar as pessoas a ter uma jornada de compras mais satisfatória é a verdadeira chave para sua felicidade e seu sucesso. Como fabricantes e varejistas podem afetar o modo como as pessoas compram? Conforme o próprio BSC, existem vários comportamentos do consumidor que podem ajudar fabricantes e varejistas a promover estratégias. Exemplo: para a maioria das pessoas, comprar colchão é uma jornada. Apenas 16% dos entrevistados disseram que “acabaram de fazer a compra” sem fazer exploração e pesquisa. Significa que a grande maioria gasta tempo (geralmente de uma a quatro semanas) para fazer suas pesquisas e, como parte do dever de casa, usam três ou quatro fontes diferentes de informação, incluindo sites, amigos e avaliações, bem como visitas à loja.

Assim sendo, sugere que a maioria que entra numa loja já fez o dever de casa ou está em ação para fazer pesquisa. Eles podem não estar prontos para comprar, mas estão prontos para aprender. Concentrar-se em responder às suas perguntas para garantir que eles tenham as informações necessárias para tomar uma decisão inteligente os ajudará a se sentirem mais confortáveis com sua escolha final e mais favorável para seus negócios. Uma das melhores aferições sobre o pro-

cesso de compra de colchões do consumidor brasileiro foi feito pela Alutec. O trabalho indica que 47% foram até uma loja física para pesquisar o produto, 34% pesquisaram em sites dos fabricantes ou sites de lojas multimarcas e 3% levaram o produto para testar em sua residência. Não há dados sobre o tempo gasto no processo de compra, mas entre os atributos mais relevantes para fazer escolha de um colchão o primeiro é conforto (veja quadro abaixo):

Atributos mais relevantes para escolha de colchão

Conforto _____	89%
Durabilidade/Resistência _____	69%
Tamanho _____	61%
Segurança _____	56%
Preço _____	48%

A pesquisa do BSC descobriu que as pessoas que tinham mais conhecimento sobre colchões antes de começarem a comprar acabaram ficando mais satisfeitas com a experiência de compra e com o produto que adquiriram. Constatou ainda que as pessoas que se sentiram mais conhecedoras dos colchões no momento da compra também ficaram mais satisfeitas com a experiência e o produto. Mostrou também que as pessoas têm menos conhecimento sobre marcas, recursos e opções de varejo.

Preencher essas lacunas de informação é importante. Além disso, incentivar as pessoas a fazerem suas próprias pesquisas os ajudará a se tornarem compradores e clientes mais felizes.

Ao comentar pesquisa feita pela Alutec em relação às dificuldades na compra do colchão, os consumidores brasileiros disseram, entre outras coisas, que o vendedor deixou a desejar na explicação do melhor colchão para o meu biótipo, que não fica claro a melhor opção, se com ou sem molas; não ter certeza se o colchão era o que eu esperava; não ter informações suficientes sobre o produto e não saber se fiz uma boa escolha/compra; não ficou claro os benefícios para a qualidade do sono. Enfim, poucas informações as deixaram confusas.

A Ortolux traz para o Brasil mais uma **INOVAÇÃO** para a **qualidade do SONO!**

Ortolux

COBERTOR PONDERADO

Proporciona o alívio de ansiedade e estresse.

Melhora a qualidade do sono!



Mais Informações: (41) 3204-7070
www.ortoluxcolchoes.com.br





COMO AJUDAR OS CONSUMIDORES

Incentive as pessoas a se concentrarem no que é mais importante para elas, em vez de tentar satisfazer tudo em sua lista de desejos

Ajude os compradores a priorizar suas necessidades e desejos. Descubra a coisa mais importante que o cliente deseja em um colchão. Depois, mostre a eles produtos que fornecem o maior valor nessas prioridades. Para a Resonate, empresa especializada em marketing de inteligência do consumidor, com sede em Reston, Virginia (EUA), os atributos de produto mais procurados entre as pessoas que compram produtos e móveis para o lar no ambiente atual são o custo-benefício e a durabilidade. Por certo, alguém que entra em uma loja ou faz compras online pode ter outras prioridades mais específicas com base em suas necessidades e situações específicas. “Em qualquer caso, incentive as pessoas a se concentrarem no que é mais importante para elas, em vez de tentar satisfazer tudo em sua lista de desejos. Lembre-os de suas prioridades e da importância de atender a essas necessidades em vez

Emoções dominantes que muitas pessoas sentem em sua jornada de compra de colchões são: otimismo, alegria e expectativa

de marcar mais itens em sua lista. Eles ficarão mais felizes com sua decisão e mais satisfeitos com sua experiência de compra” enfatiza a Resonate. Outra descoberta da jornada do comprador do BSC toca nos sentimentos. Fazer uma compra importante - algo em que você vai gastar muito dinheiro - parece ser uma decisão racional e financeiramente viável. Mas a maneira

como as pessoas se sentem em vários estágios de sua experiência de compra afeta o quanto satisfeitas estão com o resultado. O estudo descobriu que emoções dominantes que

muitas pessoas sentem ao iniciar sua jornada de compra de colchões são otimismo, alegria e expectativa. Eles estão ansiosos para comprar um colchão. Essas e outras emoções positivas, como confiança e serenidade, tendem a permanecer fortes durante todo o processo para muitas pessoas. Conectar-se e reforçar esses sentimentos positivos

ajuda os clientes a se sentirem bem com a experiência que tiveram ao fazer negócios com você. Nem todos experimentam emoções positivas. Cerca de 30% dos entrevistados relataram sentir emoções negativas, mais comumente sentimentos de estar oprimido, apreensivo e confuso. Não é de surpreender que estas pessoas também estivessem mais propensas a ficar insatisfeitas com sua experiência de compra. Curiosamente, essas emoções negativas estão relacionadas à como as pessoas se sentem em relação à tomada de decisões, e não como são tratadas pelos varejistas ou fabricantes. Parece haver uma conexão natural e

Siga estas dicas

Apesar do alto índice de satisfação na compra do colchão, o consumidor encontra muita dificuldade para amadurecer na experiência de compra devido à falta de informações mais claras e consistentes que ajudem na tomada de decisão. Há nichos ainda pouco explorados como o consumo acima de 60 anos e as gerações mais novas com comportamento de compra disruptivo em relação ao modelo atual, tendo como base as plataformas digitais que requerem maior integração e qualidade da informação. A quebra de paradigma do preço como principal atributo para tomada de decisão, reforça que esse atributo está diretamente relacionado a experiência do consumidor. Quanto maior o conhecimento e a experimentação do produto, menor será o apelo do preço. Deve-se considerar o investimento na capacitação dos profissionais em toda a cadeia como diferencial competitivo. Pessoas que consideraram três ou mais colchões antes de comprar ficaram menos satisfeitas com a decisão do que aquelas que consideraram apenas dois. Vários estudos descobriram que, quando apresentadas a muitas escolhas, as pessoas têm mais dificuldade para tomar decisões e são menos propensas a ficarem felizes com a escolha que acabam fazendo. É o chamado paradoxo da escolha. Muitas escolhas tornam a tomada de decisões estressante e menos satisfatória. Apresentar opções ou tentar direcioná-los para uma marca ou produto é igualmente perigoso. Nenhuma das estratégias tem probabilidade de ser bem-sucedida e pode prejudicar a opinião dos consumidores em relação às compras em sua loja, que ainda é onde quase 60% dos compradores fazem sua compra final.

lógica entre essas emoções e algumas das características psicológicas. Converter emoções negativas em positivas deixará as pessoas mais confiantes e satisfeitas em relação à compra. Conseguir isso envolve duas estratégias:

1ª Trate as tendências psicológicas e comportamentos de auto sabotagem. Essas são as causas prováveis de muitas dessas emoções negativas. Ajude os consumidores a imaginar a compra de um colchão como algo que consideram positivo – uma reforma em casa, uma mudança ou um casamento. Conecte-o aos benefícios do sono para a saúde e como parte da solução para ter uma noite de sono melhor – principalmente nestes tempos de pandemia. Ajude-os a definir prioridades e reduzir o número de alternativas que consideram. Ajude-os a se sentirem mais informados, confiantes e capacitados para tomar uma decisão inteligente.

2ª Enfrente essas emoções negativas de frente. Descubra como esse comprador individual está se sentindo ao comprar um colchão. Aprenda o que está causando as emoções negativas que ela pode estar sentindo. Desfazer a embalagem pode ajudá-lo a lidar com a preocupação ou problema subjacente que está causando esses sentimentos negativos.

Essas percepções e estratégias extraídas da pesquisa do BSC podem ajudar fabricantes e varejistas a ganharem com os clientes, independentemente de quão caótico seja o ambiente atual. Embora as circunstâncias do mercado e os ambientes sociais possam mudar diariamente, as necessidades, emoções e características psicológicas das pessoas não mudam. As pessoas têm as mesmas preocupações e aspirações de sempre. E eles precisam de uma boa noite de sono. ■

Qualidade de vida é cada vez mais essencial



Bonnell para estofados



Fio Pró-Lastic



Bonnell



Pró-Lastic



Enxacado Individualmente



Enxacado Mini Pillow



Enxacado para Assento

Incorporar mais tecnologia, desenvolver produtos com mais qualidade é fundamental.

Isso, para a Alpha Motion não é novo, mas comprova a necessidade de reforçar essa posição que norteia a atuação da empresa.

Contribuir com as indústrias de colchões para oferecer qualidade de vida para as pessoas é fundamental e, isso, não tem preço.

Conheça nossa linha de produtos.

www.alphamotion.com.br



Alpha Motion do Brasil - Matriz

Fone: +55 (67) 3565-9100

Av. das Américas, 1328 - Distrito Industrial II
CEP 79570-000 - Aparecida do Taboado - MS

comercial@alphamotion.com.br



PARA MELHORAR AS VENDAS DE COLCHÕES MOTIVE SUA EQUIPE

Ideias para manter sua equipe de vendas motivada e focada, mesmo durante os dias de calma no movimento das lojas de colchões

Como alguns vendedores ficam motivados e permanecem motivados? Todos nós sabemos quanto tempo de inatividade pode haver nos departamentos de varejo de colchões. Em dias de calma no movimento da loja os vendedores podem ficar por horas a fio sem ver um único cliente. Ao meio-dia, eles se sentem cansados e preguiçosos. A última coisa que eles querem é que alguém venha com “ideias”.

É isso que vamos discutir neste artigo. Como os vendedores de varejo se livram da letargia de um dia dolorosamente lento?

Então, quem ou o que é o motivador? A meu ver, a responsabilidade de se manter (se você for o vendedor), ou de manter seus vendedores (se você for o gerente de vendas) motivados, precisa ser abordada de dois pontos de vista diferentes. Em primeiro lugar, o que o vendedor faz para se manter focado? Em segundo lugar, o que o gerente de vendas faz para manter os vendedores preparados e prontos?

Mantendo-os motivados

O espaço de exposição de colchões e complementos de cama pode variar de uma loja de colchões em um pequeno shopping a superlojas especializadas. Você deve abordar a motivação de seus vendedores da mesma forma, não importa o tamanho do showroom? Na maior parte, eu diria que sim, com algumas exceções.

Então, o que motiva os vendedores de varejo? O que os gerentes de vendas devem saber e fazer para motivar sua equipe?

Qualquer inovação começa com uma nova maneira de pensar. O processo de mudança organizacional precisa ser aceito por todos.

Aqui estão algumas novas maneiras de pensar que podem ajudá-lo a gerenciar a jornada do cliente para capitalizar os leads recebidos.

1. PAGAMENTO

A principal motivação para as pessoas trabalharem é o pagamento. Como observei em artigos anteriores, os vendedores de colchões e complementos de cama, em média, NÃO estão entre os trabalhadores mais bem pagos. Os incentivos de pagamento variam de loja para loja. Os melhores vendedores acabarão





migrando para as lojas que (eles acreditam) pagam salários mais altos. Portanto, os proprietários das lojas devem ser incentivados a oferecer um pacote de remuneração pelo menos igual (e de preferência, maior) ao da concorrência. Esses pacotes podem incluir salário base mais comissão, cronogramas de comissão aprimorados com base no desempenho e bônus por cumprir ou superar as metas de vendas.

2. TREINAMENTO

Treinamento e preparação completos estão entre os melhores motivadores para equipe de vendas. Mesmo que eles ganhem menos do que um médico ou advogado, é motivador e gratificante ser considerado um especialista por pessoas que precisam de ajuda. Como eles se tornam especialistas em colchões? Estude bastante e aprenda tudo sobre o negócio de camas. Curiosamente, descobri que os especialistas também ganham muito mais dinheiro do que aqueles que passaram os últimos anos apenas “tentando realizar venda”. Uma loja bem administrada deve ter um programa de treinamento de classe internacional para os recém-contratados e um programa ainda melhor para treinamento

avançado e contínuo. Os negócios de colchões e complementos de camas não são negócios estáticos. Manter seus vendedores em ótima forma é um trabalho sem fim.

3. RECONHECIMENTO

O reconhecimento de colegas e da gerência é um GRANDE motivador. Reconhecimento significa status. Os gerentes de vendas devem desenvolver um programa para reconhecer vendedores de alto desempenho que seja independente dos aumentos de remuneração. Existem muitas maneiras de reconhecer uma realização. E para algumas pessoas, o reconhecimento vale mais do que dinheiro.

4. ESPECIALISTA EM SONO

A apresentação deve ser semelhante a quem faz uma venda na casa do cliente. Certifique-se de que os vendedores estejam preparados, tendo uma compreensão da situação do cliente antes de sugerir uma solução. Saiba como será o uso do quarto e por quem (crianças, quantidade de pessoas, animais de estimação), pergunte sobre as preferências de estilo, quando o produto é personalizado, saiba qual o orçamento e preferência de financiamento. Trate as apresentações na loja como uma experiência VIP: pense em um pacote de soluções. Esteja pronto para o sucesso!

5. ATRIBUIR RESPONSABILIDADE

Isso geralmente não é um problema em uma loja, mas assumir responsabilidades extras pode ser um bom motivador. Trabalhadores diligentes e conscienciosos geralmente respondem a esse tipo de demanda em seu tempo. Alguns exemplos de atribuições de responsabilidades são:

- Ler criticamente a publicidade da concorrência e publicar es-

sas informações em relatórios internos para todos verem.

- Elaborar gráficos comparativos entre os modelos da concorrência e os modelos da loja.
- Liderar discussões em grupo com vendedores para aumentar o fluxo de novas ideias.

6. AMBIENTE DE TRABALHO

Um ambiente de trabalho limpo, moderno e até mesmo sofisticado é um excelente motivador para os funcionários. Todo mundo menospreza as “vitrines sujas”, que cheiram a fumaça de cigarro e batatas fritas. Alguns artigos que li sugerem que uma sala de descanso muito legal é uma boa ideia. Eu não tenho certeza sobre isso. Alguns vendedores podem ser motivados a não sair da sala de descanso confortável.

7. CULTURA DE COMPETIÇÃO

Essa ideia se encaixa na seção de reconhecimento. A competição vem em dois sabores. Um deles é absolutamente essencial. Você deve vencer a concorrência de sua loja para permanecer no mercado. Seus vendedores devem estar firmemente impressionados com essa ideia. Faça a venda! Mas também, os vendedores podem ser incentivados a competir entre si, por meio de vários concursos de vendas. As recompensas podem ser reconhecimento, pagamento de bônus e até promoção.

8. DÊ AO VENDEDOR TODAS AS FERRAMENTAS

Este é muito importante. Um antigo chefe impressionou-me com isso há muitos anos. Certifique-se de que seus vendedores tenham todas as ferramentas de que precisam para fazer a venda. Para um especialista é deprimente perder uma venda porque a loja na mesma rua oferecia algo que sua loja não oferecia.

Essas ferramentas incluem:

- Preços competitivos
- Disposição de negociar
- Opções financeiras mais amplas
- Disponibilidade de estoque grande e imediata
- Melhor treinamento
- Maior seleção
- Melhor entrega
- Grandes marcas
- Ótima localização
- Publicidade permanente.

A lista é longa e continua... Não perca vendas e bons vendedores por ser negligente no fornecimento de TODAS as ferramentas de que precisam.

9. ENCORAJE O FEEDBACK

Os vendedores podem ter boas ideias; talvez até uma ideia que a gerência de vendas nunca tenha pensado antes. As lojas devem fornecer um mecanismo, como reuniões regulares de vendas ou algum outro local para promover o fluxo de ideias.

10. REUNIÕES DE VENDAS

As reuniões de vendas podem variar de aborrecimentos a festas que proporcionam motivação e educação, além de comidas e bebidas gratuitas. Os gerentes de vendas podem usar reuniões regulares





estofama
estofados e colchões

TM&© 2020



Fazer 32 anos para alguns parece pouco. Para outros parece muito. Se olharmos de um ponto de vista, 32 anos é nada. Se olharmos por outro ângulo, 32 anos é muito. Para a Estofama, 32 anos é tempo suficiente para entregarmos produtos de extrema qualidade, aprender e melhorar todos os dias, valorizar as pessoas que fazem parte dessa história e pensar no futuro. Temos muito orgulho da nossa jornada. Obrigado por confiar na Estofama e nos deixar entrar na sua vida.



estofama.com.br



estofama



para transmitir novas ideias, vendas e informações sobre produtos, concursos, regras e regulamentos, notícias sobre a concorrência e informações sobre o setor. Elas devem ser bem planejadas e espontâneas ao mesmo tempo. Conduzir reuniões de vendas eficazes é uma arte.

11. DESCONTOS DE FUNCIONÁRIO

Já vi bons vendedores saírem de uma loja e irem para outra só porque a nova loja oferecia descontos atraentes para funcionários. Os funcionários também compram colchões e complementos de cama. A notícia se espalhará se sua loja não for generosa com seus funcionários.

12. DISCUSSÕES DE GRUPO

Costumávamos chamar isso de “sessões de touros”, mas não tenho certeza se a linguagem é mais permitida. Essas discussões podem ser apenas uma reunião de vendedores, com ou sem a presença de gerentes de vendas, para falar sobre ideias; o que funcionou e o que não funcionou. Acho que essa é uma ótima maneira da equipe compartilhar informações. Também pode ser motivador, especialmente quando uma ideia nova e estimulante é compartilhada.

Já vi bons funcionários saírem de uma loja e irem para outra só porque a nova loja oferecia descontos atraentes para funcionários.

Finalmente, aqui está uma boa pergunta que um proprietário ou gerente de loja pode fazer a si mesmo. Minha loja é um lugar onde eu gostaria de trabalhar como funcionário? Ou preferiria trabalhar naquele lugar no fim da



rua que tem um ambiente de trabalho muito mais atraente? Os proprietários / gerentes de lojas devem fazer um trabalho tão bom em descobrir como a concorrência compensa seus funcionários quanto em descobrir produtos e preços competitivos. Você não pode perder seus clientes ou vendedores especialistas.

Permanecer no jogo

Em última análise, motivar, treinar, educar e aprender no trabalho são **AUTO-REALIZÁVEIS**. Isso significa que a equipe deve se esforçar. Existe um velho ditado que diz: “Você pode levar um cavalo até a água, mas não pode obrigá-lo a beber”. Isso é enfaticamente verdadeiro no processo de educação. Apenas se sentar em uma sala de aula ou assistir a um vídeo não é educação. Não pode ser fornecido à força para alunos desinteressados. Então, como os vendedores se mantêm motivados e no jogo?

O reconhecimento de colegas e da gerência é um GRANDE motivador. Os gerentes de vendas devem desenvolver um programa para reconhecer vendedores de alto desempenho, independentemente da remuneração.

Aproveite os Programas de Treinamento da Sua Loja: Algumas lojas oferecem bons programas de treinamento. Se a sua tiver, use-o, especialmente durante o período de treinamento inicial, quando você contratar. Quanto mais rápido você aprender sobre os produtos, políticas, publicidade, estoque e financiamento da sua loja, mais rápido terá sucesso. Se sua loja não tiver um bom programa de treinamento e você decidir trabalhar lá mesmo assim, deverá descobrir todas essas informações por si mesmo.

Use seu tempo de inatividade: Todo trabalho de varejo tem um tempo de inatividade. Não o desperdice. Ficar ocupado durante o tempo de inatividade não apenas o manterá alerta, mas também motivado.

Evite distrações: incluem coisas como ligações sociais, mensagens de texto, videogames, palavras cruzadas, sonhar acordado etc. Antes de seu dia de trabalho começar, você deve ter um plano para usar o tempo de inatividade.

Mantenha sua mente no trabalho: Permaneça mentalmente alerta para o próximo cliente. Se você se encontrar no meio de um emocionante jogo em seu smartphone, pode ficar irritado por ter que desligá-lo para atender um cliente que talvez “só esteja olhando”. Seu aborrecimento pode aparecer. Algumas lojas não permitem que os vendedores usem telefones celulares pessoais ao trabalhar no showroom, mas os dispositivos móveis podem ser úteis para educação e contato com o cliente.

Há um velho ditado: “Se você quiser que algo seja feito, entregue o trabalho à pessoa mais ocupada da casa”. Ficar ocupado mantém você alerta e motivado.

Treinamento avançado: até que você saiba tudo - e eu não conheço ninguém que saiba - o tempo de inatividade deve ser usado para o autotreinamento avançado. Os tópicos que precisam ser revisitados, revisados ou aprendidos pela primeira vez incluem:

- Os produtos da sua loja
- O estoque da sua loja
- Políticas da sua loja
- Publicidade da sua loja
- Planos financeiros de sua loja

Depois de dominar esses tópicos, pergunte-se: “Eu sei tudo sobre os produtos, estoque, políticas, publicidade e planos financeiros de cada concorrente?”

Então pergunte-se: “Eu sei tudo sobre a indústria de colchões, incluindo leis e normas técnicas, práticas de fabricação, concorrência doméstica e de importação?”

Então pergunte a si mesmo; “Quando foi a última vez que visitei os sites dos 10 maiores fabricantes de colchões do Brasil? Quando foi a última vez que li a última edição do Anuário de Colchões Brasil? Quando foi a última vez que visitei os sites de todos os concorrentes da minha área geográfica? Quando foi a última vez que pesquisei os arquivos da Móveis de Valor, com conteúdo do setor de colchões?”

Cada uma dessas atividades aumentará seu conhecimento. O aumento da especialização fará você ganhar mais dinheiro. Isso lhe dará mais reconhecimento. ■

Editado a partir do conteúdo de David Benbow dave@bedsellersmanual.com
(publicado originalmente por Furniture World Magazine)

UM ÓTIMO DIA COMEÇA



MACIO



TECIDO MALHA



MOLHAS ENSACADAS



ULTRASOFT foam



COM UMA ÓTIMA NOITE.

inducol

Ofereça Inducol a seus clientes.

inducol

É ÓTIMO.



BORDA EXTRA FIRME



TURN-FREE

COMO FAZER MAIS COM MENOS EM LOJAS DE COLCHÃO

É altamente provável que os varejistas terão de fazer mais com menos, nos próximos meses, especialmente nas áreas de pessoal e gestão do ponto de venda



J á sabemos sobre as principais razões que levaram as pessoas a pensar seriamente sobre a troca de móveis em casa e, de modo especial, do colchão, até então relegado a um segundo plano entre as prioridades de compras. Foi preciso um isolamento de semanas ou até meses para que as pessoas percebessem que a cama não estava mais garantindo um bom descanso e, finalmente, foram às compras. Comércio fechado, a opção foi a internet. E as vendas de colchões nunca estiveram em níveis tão elevados no e-commerce. Agora o problema tem sido atender a demanda elevada, exatamente quando os fornecedores e fabricantes também fecharam as portas por causa da pandemia e pararam de produzir. A estimativa mais otimista é de que o equivalente a dois meses de produção deixou de ser realizado, o que está gerando o desabastecimento do varejo. Mas, depois de atendida essa demanda, acentuada pelas razões apontadas acima, haverá uma estabilização na relação oferta e procura. Então, é hora de começar a planejar estratégias para continuar vendendo bem por longo tempo.

Aqui estão 16 estratégias de David McMahon, profissional financeiro e operacional de varejo e fundador da PerformNOW, para ajudá-lo a enfrentar os novos tempos.

Demanda x Oferta

Mudanças na demanda são bastante comuns, motivadas pelas mais diversas circunstâncias, inclusive uma pandemia como a que está afetando o mundo atualmente. Isso pode fazer com que a curva de demanda se mova “para a direita” ou aumente em alguns setores e “para a esquerda” ou diminua em outros. Geralmente, um evento repentino faz com que mais (ou menos) consumidores estejam no mercado para certos produtos. Depois de abril de 2020, vimos a curva de demanda de móveis residenciais, especialmente colchões, mover-se para a direita, enquanto a curva de demanda de viagens mudou para a esquerda. Com essas mudanças repentinas, ocorrem escassez e excesso de oferta. Eu acredito que a curva de demanda por móveis é mais inelástica de preço agora. Isso significa que o comportamento de compra do consumidor é menos influenciado pelo preço e mais pela disponibilidade.

Escassez



Os dois maiores desafios enfrentados pelos varejistas no momento são a escassez de produtos e preços. A escassez de produtos resultou de paralisações de fábricas, trabalhadores da fábrica indisponíveis e interrupções na cadeia de abastecimento.

Antes da pandemia, quando o desemprego estava em níveis históricos, encontrar e desenvolver profissionais de qualidade era um grande desafio. Esta situação foi de mal a pior à medida que o medo da infecção pelo COVID-19, o aumento dos benefícios de desemprego, os baixos salários no varejo e a percepção de indesejabilidade em alguns empregos em lojas de móveis e colchões tornaram os trabalhadores escassos. E, como consequência, os fatores apontados acima forçaram a elevação dos preços.

Fazendo mais com menos

Vamos examinar uma série de práticas que podem ajudá-lo a resistir à uma tempestade, fazendo mais com menos.

1. Compre mais, acerte mais

Com uma cadeia de suprimentos fluindo sem problemas, uma estratégia de reposição de estoque just-in-time funciona bem. Você poderia comprar “amplamente” em todas as categorias de mercadorias e reabastecer somente quando necessário. No entanto, com o fornecimento irregular, todas as apostas estão canceladas.

A melhor aposta pode ser comprar “mais profundamente” em seus melhores fornecedores. Se você seguir essa estratégia, certifique-se de ter dados comprovados sobre quais itens seus clientes desejam agora. Essa estratégia pode sair pela culatra se você investir em um produto não testado.

2. Errar por excesso de estoque

Prazos de entrega maiores equivalem a níveis de estoque mais altos. Se sua situação de caixa e capacidade de armazenamento forem tais que você possa carregar uma porcentagem de estoque maior do que o normal, você deve fazer isso desde que esteja comprando a mercadoria certa. Não cometa o erro de investir demais em um novo produto.



3. Separe o produto nessas duas categorias.

Os clientes e vendedores se beneficiarão ao saber quais itens estão disponíveis hoje - amostras na loja ou produtos em seu depósito (a categoria “disponível agora”). Os clientes que desejam algo personalizado ou um item novo (a categoria “pedido de fábrica”) podem escolher um pedido de fábrica sujeito aos prazos de produção disponíveis. Para os clientes que optam por fazer pedidos novos da fábrica, seja claro sobre os prazos de entrega. Evite dar intervalos de datas de entrega. Em vez de dizer: “Vai levar de

oito a dez semanas”, diga: “Devido à situação atual, para fabricar esses novos itens para você, pode levar mais de dois meses”.

4. **Continue vendendo após a venda**

A venda começa quando você recebe um pedido, mas isso não deve ser o fim. Quer você tenha feito uma venda disponível agora ou um novo pedido de fábrica, acompanhe várias vezes e revenda. (Três acompanhamentos proativos no mínimo). Para economizar o tempo de todos, ligue para seus clientes antes que liguem para você.

5. **Repense os preços com desconto**

Se você tem uma quantidade limitada de estoque disponível agora, considere vender itens com margens regulares. Não há nenhuma necessidade de oferecer vantagens ou descontos. O preço, especialmente em um ambiente de escassez de produtos, não é o fator mais importante nas decisões de compra do consumidor.

Os comportamentos de compra do consumidor são menos influenciados agora pelo preço e mais pela disponibilidade.

6. **Procure o equilíbrio nas relações com seus fornecedores**

Quando a pandemia chegou, alguns fornecedores foram capazes de reagir rapidamente, recalibrar suas operações e aumentar a produção. Muitos têm lutado para reagir à mudança na demanda e, ao mesmo tempo, manter seus trabalhadores seguros. Todo mundo foi atingido. É mais importante do que nunca focar na construção de relacionamentos de qualida-

de e, ao mesmo tempo, cultivar novas fontes de abastecimento. A menos que você tenha uma loja de marca, depender demais de um fornecedor pode ser arriscado. Não ser importante o suficiente para nenhum fornecedor também é arriscado. Procure o equilíbrio.

7. **Concentre-se na venda por agendamento**

Compromissos entre vendedores e clientes permitem um melhor uso do último recurso escasso - o tempo. Na situação atual, o cliente e o vendedor devem se concentrar em obter um resultado em um período definido, por exemplo, uma hora. Realizadas da maneira certa, as marcações ocupam menos pessoas e menos tempo para produzir um determinado volume de vendas. Várias lojas tomaram a decisão de continuar a operar apenas com hora marcada.

8. **Oriente o tráfego na loja com mais eficiência**

Para aqueles que acreditam que conduzir negócios somente com hora marcada é um passo radical demais para um varejista de colchões, trabalhe para controlar melhor o tráfego na loja. A melhoria contínua nesta área deve ser a meta de todo gerente de vendas. Para aumentar as vendas com menos recursos de vendedor, os gerentes devem seguir a linha tênue de mover os vendedores entre clientes, sem causar frustração. Use a tecnologia para ajudar. A comunicação de rádio ou Bluetooth habilitado para aplicativo é necessária na maioria dos casos. Considere empregar recepcionistas (ao invés de vendedores) para direcionar os clientes às áreas apropriadas do showroom.



SLEEP TEST 100 NOITES

**Mais nacional
do que nunca.**



Atravessar o País levando melhores noites de sono para muito mais gente sempre foi o nosso desejo.

Agora é realidade: nossa operação digital está completa. Todos os produtos Maxflex podem ser comprados em nosso site e entregues para todo o Brasil.

Loja on-line e logística robusta. Investimos para que os nossos clientes se sintam confortáveis em toda a jornada - da compra aos melhores sonhos.

maxflex.com.br 


maxflex



9. Use etiquetas de preço para contar uma história

As etiquetas de preço não se referem apenas ao preço. Eles informam os clientes e lembram os vendedores sobre as opções de produtos e serviços. Considere a criação de tags que mostram disponibilidade, opções adicionais de produtos, financiamento e serviços, como proteção e entrega. Com a tecnologia atual, é simples colocar um código QR Code em tags que apontam para informações do produto, opções adicionais e vídeo. Os códigos QR Code podem até mesmo solicitar que um vendedor peça ajuda. Isso já é uma realidade em outros tipos de varejo, por que não de colchões?

Os códigos QR Code podem até mesmo solicitar que um vendedor peça ajuda. Isso já é uma realidade em outras indústrias, por que não de móveis?

10. Direcione o tráfego virtual de forma mais eficaz

Capitalizar o tráfego de clientes potenciais ajuda a realizar mais com menos recursos humanos. Durante a pandemia muitas lojas fizeram isso através do WhatsApp. O objetivo deve ser sempre fazer uma conexão significativa com um cliente em potencial e, em seguida, agendar uma data e hora para um encontro na loja. Dessa forma, seu dever de casa pode ser feito antes do cliente chegar na

loja, resultando em uma taxa de fechamento mais alta, maior média de vendas e um cliente mais satisfeito.

11. Alavancar recursos para acompanhamento

Para fazer mais com menos, pense em usar e-mails automatizados, enviar mensagens de texto personalizadas e contratar funcionários cujo único objetivo seja o contato com os clientes.



12. Mais entregadores e melhor remuneração

A entrega de colchões em casa é uma tarefa difícil. Indiscutivelmente, a entrega de colchões exige mais fisicamente e mentalmente. Os níveis de remuneração e de pessoal devem ser altos o suficiente para garantir que essa função vital seja bem executada. As posições de back-end de centros de distribuição (depósitos) estão diretamente relacionadas à velocidade de receita em organizações de varejo.



13. Pratique o fluxo de mercadoria interno LEAN

As práticas LEAN (sistema enxuto de manufatura) são agora mais

importantes do que nunca. A natureza do LEAN é fazer mais com menos, melhorando constantemente os processos. Observe a maneira como você atualmente conduz atividades, como recebimento e entrega. Descubra o que o atrasa e, em seguida, planeje e documente processos aprimorados. Se você puder aumentar a produção de vendas por meio de atividades mais enxutas, fará melhor uso do tempo de sua equipe.

14. Aproveite a tecnologia para problemas de serviço

A logística reversa, também conhecida como “problemas de atendimento ao cliente após a venda”, pode ser demorada e perturbadora. Uma estratégia importante para fazer mais com menos é controlar o trabalho, em vez de ser controlado pelo trabalho. Por exemplo, usar tecnologias de atendimento ao cliente para tornar mais fácil para eles inserirem suas próprias reivindicações de garantia ou proteção em seu site pode permitir uma resposta mais rápida e produtiva.



15. Reveja as opções para funções de terceirização

Aqui está uma lista de algumas das funções em uma operação típica de loja que pode ser terceirizada: marketing tradicional, marketing digital, desenvolvimento de conteúdo, CFO

/ contabilidade, RH, folha de pagamento, / entrega e reparo. Os parceiros terceirizados devem ser especialistas e capazes de se adaptar ao seu modelo de negócio. Assim como acontece com os funcionários, um parceiro de terceirização pode ter sucesso ou não, dependendo de seu nível de compromisso, habilidade, personalidade e desejo de fazer o trabalho adequadamente.

Conclusão

David McMahon, autor destas preciosidades que dividimos com você, recomenda: “Desde o momento em que essa viagem maluca começou, muitos de nós estamos apenas aguentando. É complicado. É exaustivo. Pare um pouco, diminua o ritmo, observe sua empresa e pense em como você pode fazer mais com menos. Seja honesto com sua situação e esteja aberto a novas práticas que deem a seus funcionários e clientes o que eles desejam. Se você tentar, poderá obter o que precisa. Aproveite o seu passeio por esta tempestade; surfe bem, de modo que quando você passar para o outro lado, esteja à frente de seus concorrentes. ■

(Texto editado a partir do publicado na Furniture World)



Mais sobre David McMahon: David McMahon é um profissional financeiro e operacional de varejo e fundador da PerformNOW.

Ele dirige vários projetos de consultoria e tem o orgulho de liderar 6 grupos de desempenho de mentores de negócios. Para conectar com David: <https://www.linkedin.com/in/davidvmcmahon/> ou david@performnow.net

SETE PECADOS CAPITAIS DA VENDA DE COLCHÃO - E COMO EVITÁ-LOS

1. Falta de conhecimento do produto.

Você deve saber mais sobre colchões do que seus concorrentes. Se os clientes o perceberem como um especialista em produtos, eles terão muito mais probabilidade de comprar de você do que de outra pessoa. Você está vendendo colchões; você deve conhecer os produtos por dentro e por fora. Os clientes esperam encontrar vendedores com conhecimento quando entram em uma loja de colchões. Desapontá-los com essa pontuação pode custar a venda.



2. Perda de tempo.

Cuidado com a Internet, que pode ser uma grande perda de tempo. Se você tiver um tempo ocioso em sua loja, use-o para saber mais sobre a indústria de colchões e mais sobre seus produtos. (cuidado com o pecado mortal nº 1). Não demore no Facebook.



3. Mau planejamento.

Qual é a sua estratégia para o sucesso? O vendedor de sucesso segue uma fórmula cuidadosamente escrita: Saudação, qualificação, apresentação, superação de objeções e fechamento. Sim, você tem alguma flexibilidade na maneira como passa por esse processo, mas mantenha o foco em onde deseja chegar, que é o fechamento da venda.



4. Muita insistência.

Este é um grande problema, mostraram estudos com consumidores. Repetidas vezes os consumidores dizem que não gostam de vendedores insistentes.



Existe uma arte em dar espaço aos consumidores e estar atento às suas necessidades. Domine essa arte. Não ataque os clientes no momento em que eles entram na loja. Dê a eles a chance de olhar em volta primeiro. Depois de cumprimentá-los, não tenha medo de deixá-los ter espaço para experimentar uma cama ou duas. Assista à distância e esteja pronto para se envolver novamente quando houver uma pergunta.

5. Falta de confiabilidade.

Você precisa saber elogiar os produtos que vende. O mesmo acontece com a sua loja. Fazer isso significa garantir aos clientes que sua empresa estará lá para atender às suas necessidades, principalmente após a venda. Este é um componente essencial para criar confiança nos consumidores.



6. Conduta não profissional.

É tentador esmagar a concorrência, se a oportunidade se apresentar, mas não faça isso. Você está aqui para falar sobre seus produtos e serviços – não para criticar os produtos de outras pessoas. Mantenha-se positivo para criar sentimentos positivos sobre o que você tem a oferecer.



7. Otimismo ilimitado.

Honestidade é a melhor política. Se você não puder entregar o produto quando o consumidor desejar, diga com clareza, sem preocupação em perder a venda. Nunca prometa mais do que você pode cumprir. Promessas vazias vão assombrá-lo - e custam muito caro para as vendas futuras com esse cliente. ■



(Dicas do treinador de vendas Ed Henry, de Ontário-Canadá)



SLEEP
TEST 100
NOITES

Feito no Brasil, para todo o Brasil.



Novo
e-commerce
com entrega
para todo
o Brasil.

Atravessar o País levando melhores noites de sono para muito mais gente sempre foi o nosso desejo.

Agora é realidade: nossa operação digital está completa. Todos os produtos Maxflex podem ser comprados em nosso site e entregues para todo o Brasil.

Loja on-line e logística robusta. Investimos para que os nossos clientes se sintam confortáveis em toda a jornada - da compra aos melhores sonhos.

maxflex.com.br 



maxflex

GUIA DE VENDAS DO MAIOR VENDEDOR DO BRASIL



Iris Gelbcke, proprietário da Vitrine Móveis

Iris Gelbcke, proprietário da Vitrine Móveis, de Itaiópolis (SC), foi considerado pelo Anuário de Colchões 2017 o Maior Vendedor de Colchões do Brasil. E o título se baseou nos números da época, que mostraram que no período de quatro anos sua loja havia vendido 13.553 peças, entre colchões e travesseiros, para os 21 mil habitantes da pequena cidade catarinense.

Muita coisa mudou neste período. E mudou para melhor. Iris segmentou sua loja, com mais de 3 mil metros de área, criando o espaço Soft Store, onde vende colchões e outros produtos para o sono. Com isso, as vendas destes itens cresceram e o tíquete médio aumentou. Responsável pelo treinamento direto da equipe de vendas, Iris Gelbcke acaba de lançar um e-book (livro digital) com dicas e orientações técnicas valiosas para quem vende colchões e artigos para o sono.

Gentilmente o Maior Vendedor de Colchões do Brasil aceitou compartilhar um pouco do conhecimento adquirido em mais de 26 anos de experiência com os leitores deste anuário.

Além do resumo que você vê a seguir, disponibilizamos QR Code para baixar o e-book do Iris completo.





Fique ligado:

Colchões para berço possuem medidas diferenciadas, mas a mais comum é 0,70 x 1,50 m.

DETALHES TÉCNICOS DO COLCHÃO

Conheça os principais tamanhos de colchões comercializados hoje no mercado brasileiro:



Solteiro
0,88 x 1,88 m

Twin Size
0,96 x 2,03 m

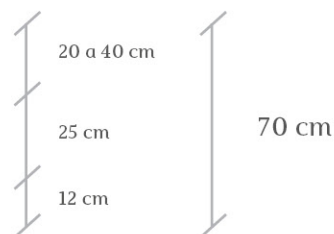
Casal
1,38 x 1,88 m

Queen Size
1,58 x 1,98 m

King Size
1,93 x 2,03 m

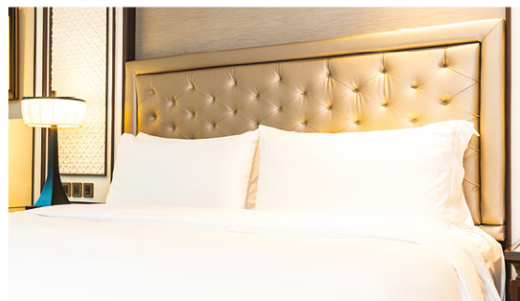
Altura

A altura do colchão varia de acordo com as camadas de conforto, que serão mencionadas posteriormente. As alturas dos pés e da base também variam de acordo com cada modelo. Em média, o colchão tem altura de 20 a 40cm, enquanto o somiê cerca de 25cm, e os pés, 12cm. Logo, sua altura total em relação ao solo fica em torno de 70cm, medida que facilita o movimento de deitar e levantar do colchão, de forma confortável e ergonômica.



Altura do colchão x cabeceira

A altura do colchão está diretamente ligada com a altura da cabeceira que será usada. A cabeceira, por sua vez, além de tornar o ambiente mais bonito e aconchegante, tem como função evitar que a umidade da parede chegue até o colchão.



Somiê

Os colchões box possuem, além do colchão propriamente dito, uma base chamada de Somiê, que sustenta toda a unidade. Normalmente, têm sua estrutura em madeira e são revestidas por tecido. Em geral os “pés” do somiê também são feitos em madeira e possuem proteções para garantir que não haja dano ao piso do ambiente onde o colchão foi posicionado.

Somiê único x duplo

A base do colchão pode ser composta por uma base única ou duas unidades separadas, formando o somiê duplo. Varia de acordo com cada fabricante, mas em sua maioria, os tamanhos Solteiro, Twin Size e Casal (1,38m) possuem Somiê único, enquanto os tamanhos Queen (1,58m) e King (1,93m) possuem um Somiê duplo.



Somiê único



Somiê duplo

Tecidos

Tecido sintético



Os tecidos sintéticos, produzidos artificialmente, normalmente possuem características antialérgicas, evitando o acúmulo de poeira e materiais orgânicos. Tem um custo menor de produção, e por essa razão, é visto como uma alternativa para colchões com menor valor agregado. Com o atrito, este tecido tende a esquentar com mais facilidade que os demais, diminuindo o conforto do usuário

Tecido em malha



O Tecido em malha permite maior liberdade dos movimentos durante o sono, proporcionando uma malha com elevada sensação de conforto e bem-estar. É um tecido leve, confortável, versátil, macio e não amassa. A malha é campeã de vendas. Pois alia aconchego e qualidade.

Tecido de linho



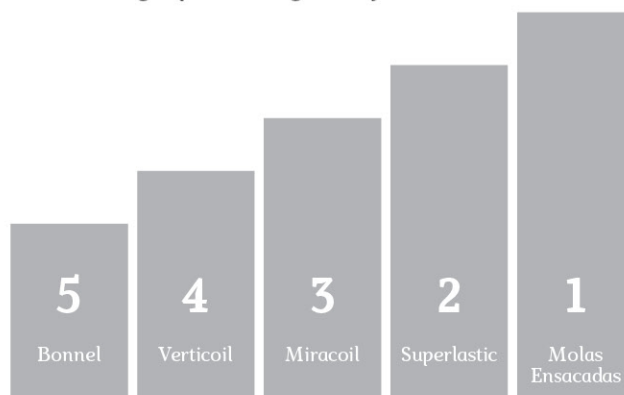
É um dos melhores tecidos disponíveis no mercado para o segmento de colchões. Promove conforto, maciez e toque fresco. O linho possui alta capacidade de absorção de umidade em qualquer época do ano, além de ter alta durabilidade devido a sua fibra natural. A fibra de linho tem um diferencial: O fabricante comprova que ao longo do tempo de uso, oferece mais conforto. Ou seja, quanto mais se usa, melhor ele fica.

Molas

Sem dúvidas, um dos pontos essenciais na escolha de um colchão é o sistema de molas, responsável por garantir conforto e qualidade de sono. Mas você sabia que existe uma grande diversidade de sistemas de molejo?

O Pódio

Cada sistema de molas é indicado para determinado biotipo de usuário. Entretanto, de forma geral, o Maior Vendedor de Colchão do Brasil classifica as molas em grupos da seguinte forma:



Na sequência, apresentaremos cada um destes sistemas com dicas e detalhes que precisam ser analisados na hora da venda e da compra.

/Reconflex
/Reconflexoficial
www.reconflex.com.br



Acesse o QR Code com seu smartphone e saiba mais sobre a Reconflex.

PARA TODOS OS SONHOS.



Ao longo desses 27 anos, aprendemos ouvindo nossos clientes e estudando sobre os benefícios de uma boa noite de sono: dormir bem permite um despertar com mais energia e disposição, fortalece o sistema imunológico e favorece o bem estar.

Entendemos que não basta produzirmos produtos com qualidade, eles precisam ser adequados às necessidades individuais dos nossos clientes. Por isso, investimos constantemente nas mais modernas tecnologias de molas, espumas e tecidos disponíveis no mundo. Tecnologia que faz sonhar!

COLCHÕES
Reconflex
TECNOLOGIA QUE FAZ SONHAR



Você sabia?

O sistema Superlastic era conhecido por ser o sistema de molas mais comercializado no mundo. Mas atenção: tal fato não se refere a ela ser a mola de maior qualidade disponível no mercado



Teste do “joelho”

Em diversos varejos, é comum não se deitar no colchão para testá-lo. Por isso, alguns vendedores utilizam o teste do joelho, pressionando apenas a extremidade do colchão para testar as molas. Sabendo disso, alguns fabricantes reforçam apenas essa região externa e deixam o restante da estrutura frágil. Com isso, o comprador fica impressionado e acredita estar levando um produto de qualidade, quando na verdade, não está

Superlastic



Possui como nome técnico “Fio contínuo entrelaçado”. Este sistema distribui de forma adequada a pressão exercida, deixando o molejo uniforme, gerando firmeza e um toque de conforto. Indicada para pessoas que procuram um molejo mais firme. Entretanto, aconselha-se conhecer a linha de molejo ensacado, que fornece muito mais conforto e qualidade de sono

Bonnell



A mola bonnell foi uma das primeiras a serem comercializadas. Com sua estrutura em forma de barril, apresenta sustentação, mas proporciona menor nível de conforto.

Resistência Progressiva

O sistema de molas Bonnell resulta no que chamamos de resistência progressiva. Quanto maior o peso aplicado sobre elas, maior a resistência. Tal fato se aplica devido ao seu formato bicônico. A mola bonnell possui menor valor agregado comparado aos outros tipos de mola, o que reflete em um colchão com custo mais baixo. Entretanto, cuidado! Apesar de muitos fabricantes ressaltarem o valor baixo na hora da venda, o conforto também diminui bastante com este tipo de molejo.

Verticoil



Considerada a evolução da mola Bonnell, a mola Verticoil reduz o efeito balança, garantindo 70% de individuali-

dade ao usuário. Esta mola é indicada para colchões de solteiro, pois não garante 100% de individualidade.

Você sabe o que é individualidade?

Ao se movimentar em um colchão, ocorre uma vibração que percorre as molas, fazendo com que o outro usuário deitado sinta o movimento, gerando um desconforto. Individualidade significa que as molas, cada vez mais tecnológicas, não transferem este esforço. De forma simples e direta, com a individualidade um se move e o outro não sente.

Este sistema de molas é posicionado dentro dos colchões em “filas”, ou seja, faixas ao longo do colchão. Como benefício, em um sentido ocorre grande estabilidade. Enquanto isso, no outro sentido (perpendicular), ocorre a transmissão dos esforços e consequentemente, a diminuição da individualidade. Simplificando, com as molas Verticoil ocorre mais individualidade em um sentido do que no outro.

Miracoil



Também chamado de fio contínuo não Entrelaçado, este tipo de molejo possui elevada capacidade de absorção e distribuição de peso e por essa razão, é recomendada para biotipos elevados, pois suporta biotipos de até 150kg. Entretanto, para conseguir este resultado, ela possui estrutura mais firme. Em outras palavras, o colchão fica mais “duro”. Por essa razão, Iris não recomenda a compra de produtos com este molejo, já que existem outras molas que também sustentam pesos elevados mas com muito mais conforto.

Renove-se

você merece o novo conforto!



Colchões
Americanflex[®]



www.americanflex.com.br/



blog.americanflex.com.br



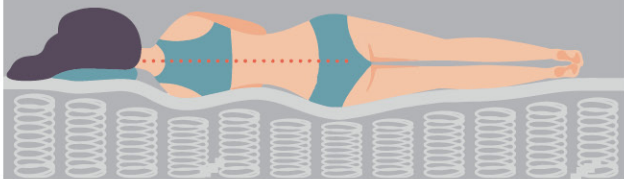
[/americanflex](https://www.facebook.com/americanflex)



[@americanflex](https://www.instagram.com/americanflex)

Dores nas “costas” x mola do colchão

As molas do colchão estão diretamente ligadas com dores nas costas. Ao se deitar, o molejo deve trabalhar de forma individual para que a coluna vertebral fique alinhada, evitando sobrecargas e, conseqüentemente, dores. As melhores molas para corrigir este problema são as molas ensacadas individualmente, listadas na sequência.



Molas ensacadas individualmente



É o sistema de molejo que garante a maior sensação de conforto ao usuário. Elas reagem de forma individual aos movimentos do corpo, proporcionando 100% de individualidade.

As molas ensacadas recebem este nome, porque estão, como o próprio nome já diz, encapsuladas em um tecido. Dessa forma, elas não se deslocam horizontalmente e podem trabalhar verticalmente uma a uma.

Confira os principais tipos de molas ensacadas:

PWS

Firmeza anatômica perfeita; Aumentando resistência; Maior durabilidade

PHP

Maior sustentação; Melhor distribuição do peso; Apropriada ao descanso

LOW

Pillow Top; Excelente aeração; Alta flexibilidade

Escolha sem erro

Entre todos os tipos de molejos mencionados, os colchões de molas ensacadas individualmente são, sem dúvidas, as melhores escolhas para todos os biotipos.

Nos colchões top de linha é comum associar os três tipos de molas ensacadas individualmente com o intuito de obter os melhores resultados. Ou seja, unir as molas PWS, PHP e LOW para que tenham desempenho de ponta. Além disso, associam-se estas molas às camadas de conforto, para garantir uma qualidade ainda maior.

Bola de boliche x taça d'água

O teste da bola de boliche é excelente para demonstrar a individualidade das molas ensacadas. Neste teste consagrado na Vitrine Móveis, Iris arremessa a bola de boliche contra o colchão, causando uma grande vibração nas molas. Enquanto isso, na outra extremidade do colchão, está posicionada uma taça com água. Mesmo com a grande deformação em um ponto do colchão causada pela bola de boliche, a taça permanece intacta, sem derramar o líquido. Isto comprova que, mesmo que um dos usuários se movimenta muito durante a noite, a outra pessoa que está deitada não irá nem perceber.



Espuma

No caso da espuma, deve-se observar a densidade, considerando o biotipo de cada pessoa:

D23 — até 50 kg; D28 — até 80 kg;
D45 — até 150 kg; D26 — até 60 kg;
D33 — até 100 kg



Argumento de venda

Um colchão padrão no tamanho King (1,93 x 2,03m) que possui 211 molas por m², possui em sua totalidade 826 molas. Esse cálculo pode ser feito com todos os tamanhos para agregar valor a estrutura do colchão e, conseqüentemente, vender produtos com maior valor agregado.

CONJUNTO Safira



Seu sono **seguro** e **feliz**.



SEU
NOVO
PRODUTO
FAVORITO



SERFLEX
colchões



@serflexcolchoes | serflexcolchoes.com.br



Quanto maior a densidade da espuma, mais peso ela suporta. Entretanto, isso não quer dizer acréscimo de conforto, pois a rigidez do material também aumenta.

Látex

Material extraído de árvores seringueiras, pode ser feito no modelo Dunlop (mais tradicional) ou na forma Talalay (nova tecnologia). Sua principal característica é se moldar ao corpo diminuindo os pontos de pressão, proporcionando alto conforto.

O látex é matéria-prima da borracha. Com isso, ácaros e outros microorganismos são repelidos, já que não conseguem sobreviver neste material.

Visco

Proporciona a circulação sanguínea e alívio dos pontos de pressão. Além disso, suporta bem as articulações. Sua adaptação às curvas do corpo, propriedades que evitam acúmulo de umidade e ácaros e temperatura super agradável são outros diferenciais.

Pillow Top

Consiste em uma camada de espuma colocada sobre o colchão como se fosse um “grande travesseiro”. Proporciona maciez à superfície e reduz as ondas provocadas pelos movimentos do corpo. Entretanto, este tipo de espuma é usado normalmente como correção devido à compra de um colchão inadequado para o biotipo.

Espuma Ecofresh

Possui qualidade e durabilidade superiores às espumas convencionais. É considerada uma espuma de última geração, com elevado nível de conforto, que exerce uma excelente relação entre maciez e suporte, maior passagem de ar e sensação de frescor com toque aveludado, contribuindo para uma vida mais saudável a quem a utiliza. ■



Você sabia?

O visco foi utilizado pela NASA em revestimentos de aeronaves, devido a sua capacidade de absorver impactos

PROCURE UM ESPECIALISTA

Investimento que vale a pena

Um dos produtos mais importantes de toda a casa é o colchão. Afinal, você precisa dormir todo dia, sem exceção.

VIDA SAUDÁVEL

Muito se fala em uma vida equilibrada e saudável

Para isso, muitos especialistas indicam um tripé bastante conhecido: Alimentação saudável, atividade física e um sono de qualidade. Os 3 precisam estar em harmonia para uma vida realmente equilibrada.

PROCURE ORIENTAÇÃO

Só um especialista irá definir

O colchão perfeito para cada biotipo, adequando peso e altura e garantindo uma qualidade de vida ainda melhor.



AZmax

Colchões

Confortável como a vida deve ser!

Tecnologia Europeia
Europillow



Tecido em Nobuck, garantindo
sophisticção e durabilidade.

Instagram icon /azmaxcolchoes

Facebook icon /azmaxcolchoes

Phone icon 44 2031-0050

Phone icon 44 2031-0049

Acesse o nosso site e conheça toda nossa linha:
azmaxcolchoes.com.br





TECIDOS PARA COLCHÕES COMBINAM O MELHOR DOS MUNDOS

Design sofisticado, conforto e muita tecnologia fazem dos tecidos para colchões um chamariz de vendas

É inegável que muitos consumidores julgam o colchão pela capa, afinal a primeira atração é pelo visual. E se é assim, a indústria de tecidos se esforça cada vez mais para que os tecidos sejam muito mais do que belos. Afinal, tecidos inovadores fornecem pistas importantes aos consumidores sobre a qualidade e os benefícios que o colchão pode oferecer. A começar pelas cores e estampas, que chamam atenção inicial, os tecidos contam com atributos como maleabilidade (especialmente para os bed in a box), saúde e higiene (propriedades antivirais) e natural e sustentável (algo muito desejável pelo consumidor engajado). E, para conhecermos mais sobre os tecidos com esses atributos, selecionamos produ-

tos de dois importantes fabricantes mundiais.

Cores e estampas

As cores e os padrões de um tecido para colchão devem, inclusive, fotografar bem. Afinal é o atributo que primeiro chama atenção do cliente, seja na loja física ou no canal de e-commerce. Mas, se é assim, por que muitas lojas ainda mostram um mar de branco ou um mar de cinza? Certamente não é por falta de oferta dos fornecedores de tecidos. Afinal, em suas cartelas existem muitas opções de cores quentes e frias e estampas variadas. E vem mais novidade para 2021.

Segundo Lars Muller, general manager da BekaertDeslee Brasil, a tendência de cores é analisada anualmente pela

BekaertDeslee. Para 2021, segundo a WSGN – empresa líder em tendências, a cor do ano é a A.I Aqua, mas também destaca a Quiet Wave (verde tecnológico), o Oxy Fire (vermelho reativo), a Lemon Sherbet (amarelo conforto) e a Good Gray (cinza neutro). “Sintonizada com estas tendências, a BekaertDeslee tem uma cartela de cores ampla, que já conta com tons claros de azul, bege, verde e cinza. E, para os mercados que apreciam cores mais fortes, disponibiliza opções em vermelho e laranja”, afirma Lars, lembrando que bege e cinza são cores que fazem parte do cotidiano da marca, que busca sempre produzir tecidos com mais cor e mais riqueza de detalhes. “E, para atender o mercado nacional e internacio-

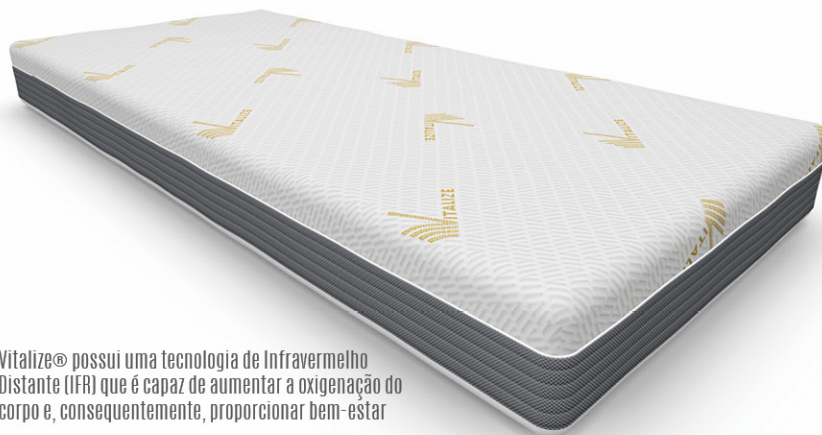
nal, a BekaertDeslee apresenta duas coleções anuais de malhas e jacquards, que acompanham tendências de cores, estilo e tecnologia”, enfatiza. Já para Aydin Aydin, da área de marketing da Boyteks, as cores mais claras e lisas são sempre preferidas em tecidos

para colchões. “Na verdade, as características culturais dos países desempenham um papel importante nessas preferências. Por exemplo, enquanto os países europeus preferem produtos menos coloridos e de cor branca, na parte oeste do Oriente Médio e nos países



Para a Boyteks, a tendência aponta para tecidos mais escuros e com estampas nos próximos anos, por isso, o Dark Concept é uma das apostas da marca

africanos opta-se por produtos mais coloridos. “As cores lisas e brancas também são populares no mercado dos EUA”, afirma, acrescentando que a tendência aponta para tecidos mais escuros e com estampas mais marcadas nos próximos anos.



Vitalize® possui uma tecnologia de Infravermelho Distante (IFR) que é capaz de aumentar a oxigenação do corpo e, conseqüentemente, proporcionar bem-estar

Látex, um presente da natureza

Tudo o que fazemos na Latexco mostra nosso cuidado e nosso senso de responsabilidade com o meio ambiente.

Nós da Latexco amamos o látex natural, pois é um presente da natureza e uma matéria-prima natural inesgotável. Todas as seringueiras, em todo o mundo, neutralizam mais de 90 milhões de toneladas de CO2 por ano.

Também adoramos o látex por ser uma garantia segura para o conforto e durabilidade de todas as linhas de colchões de classe mundial. O látex natural transmite ao corpo humano uma



latexco
We support your dreams



Quando o assunto é o bed in a box, o ideal é usar malhas com alto poder de descompressão, como a Knitted White, da Boyteks

Tecidos Maleáveis

A tendência dos colchões na caixa (bed in a box) veio para ficar, tanto que já temos no Brasil quase uma dezena de empresas produzindo colchões em caixa. Sem falar das empresas internacionais que estão buscando espaço no mercado brasileiro. Este tipo de produto apresenta como vantagens a facilidade de transporte e armazenamento no ponto de venda (e-commerce, inclusive) e a facilidade que o consumidor tem de receber o produto em casa, desembalar e começar a

usar. Esse tipo de solução também minimiza os problemas relacionados ao manuseio de colchões que possuem algum conteúdo rígido e as passagens estreitas em residências tipicamente reduzidas de grandes centros urbanos.

Mas para que o usuário tenha um produto perfeito, após desembalar, os colchões na caixa precisam ser produzidos com malhas com alto poder de descompressão.

Saúde e Higiene

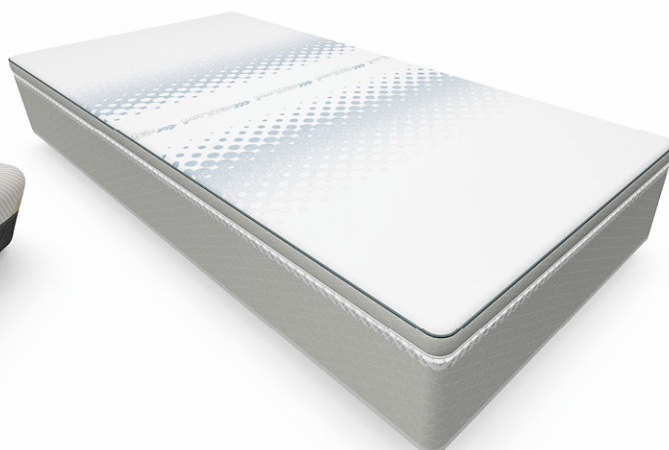
E se a saúde é importante, a BekaertDeslee investiu na linha Vitalize®, com tecidos para colchão com a tecnologia de Infravermelho Distante (IFR). O fio de alta tecnologia é feito de fibras de poliéster, permanentemente ligadas a cristais minerais de cerâmica. Os tecidos da linha Vitalize® têm a capacidade de refletir os raios infravermelhos distantes para o corpo que os gerou. Por volta de 60% da energia desaparece através do aquecimento do nosso corpo. Vitalize® usa essa energia desprendida para estimular seu corpo, aumentando a oxigenação e, conseqüentemente, proporcionar bem-estar.

“Temos também os tecidos com



A Boyteks destaca seus tecidos com adição de CBD e cânhamo que podem provocar uma sensação maior de relaxamento

O grande lançamento da BekaertDeslee para saúde e higiene em 2020 foi o Virase, que prova uma redução superior a 99% da atividade viral dentro de 2 horas na superfície de um tecido para colchão. Enquanto os tecidos com acabamento Purotex são ótimos para limpar os tecidos de alergênicos





SEJA NOSSO PARCEIRO!
(85) 98800-0029



leycolchoesfabrica
www.leycolchoes.com.br





O destaque da Boyteks para a proteção contra vírus, bactérias e outros fatores externos é o VGuard

acabamento Purotex® que contém probióticos ativos nos tecidos para colchões e travesseiros, o Purotex® limpa permanentemente os tecidos de alergênicos garantindo um ambiente de sono fresco e limpo. E nosso último lançamento, mais importante neste momento é o Virase®, que prova uma redução superior a 99% da atividade viral dentro de 2 horas na superfície de um tecido para colchão de nossa produção. E testes recentes confirmaram que além de reduzir a atividade viral, também combate bactérias, mofo e ácaros do pó doméstico”, explica Lars.

Já para a Boyteks a higiene é um dos atributos mais importantes e vem ganhando cada vez mais força. “Nossos produtos da coleção Hygiene foram desenvolvidos para proporcionar um sono seguro, pois contam com proteção contra vírus, bactérias e outros fatores externos”, destaca Aydin, lembrando que quando a pandemia surgiu na China a companhia logo começou a trabalhar nos produtos antivirais. “O VGuard foi um dos primeiros que lançamos e inclusive já estamos exportando para vários países”, acrescenta.

Natural e sustentável

E pensando nas pessoas que se preocupam com o bem estar comunitário, a BekaertDeslee desenvolveu, muito antes da pandemia, a linha Seaqual™, que conta com tecidos produzidos com plásticos recolhidos do oceano por pescadores. Esse material é higienizado e processado para ser transformado em fios, o que beneficia não apenas os oceanos, mas também comunidades de pescadores de diferentes regiões do mundo. “Na linha de sustentabilidade também temos os tecidos de algodão orgânico, porque entendemos que a saúde se tornou o ponto de maior atenção para as pessoas. O aumento de tempo de permanência na residência trouxe a oportunidade de uma alimentação mais saudável e de melhor qualidade”, destaca Lars Muller.

Na linha dos produtos com conceitos natural e sustentável, o coordenador de marketing da Boyteks destaca os tecidos com adição de CBD e cânhamo, que tem grande demanda atualmente, e os das linhas Ecocycle e Reprove Ocean, fabricados a partir de fios feitos com plástico coletado dos oceanos. ■



As linhas Ecocycle e Reprove Ocean da Boyteks usam fios feitos com plásticos coletados dos oceanos para compor seus tecidos

A linha Seaqual é o grande destaque da BekaertDeslee quando o assunto é o bem-estar comunitário, ele é feito com plásticos recolhidos do oceano por pescadores

Aumente o mix de sua loja com produtos de alta qualidade e o melhor custo benefício do mercado



Cabeceira Dallas Presence / Divã Dallas


Especialista em cabeceiras box, recamier e baú box, a Bonan Móveis está no mercado há 14 anos e não abre mão da beleza, conforto e durabilidade em seus produtos. A empresa também possui uma postura de responsabilidade com os valores ambientais e sociais, além de fundamentada na preservação do meio ambiente e melhoria da qualidade de vida das pessoas. Por isso, mantém sua própria usina de energia fotovoltaica.




Parque fabril, localizado em Valentin Gentil - SP

 www.bonanmoveis.com.br

 Rua Liberato Zanovelli, 141 – Distrito Industrial
Cep 15.520-000 – Valentin Gentil -SP

 Fone: (17) 3485-2745

 bonanmoveis@hotmail.com

 Instagram: [bonanmoveis](https://www.instagram.com/bonanmoveis)

BONAN
MÓVEIS

O sonho está no lar

Com os Colchões Kappesberg, um sonho é realizado em cada venda.

Nosso compromisso é proporcionar que todas as pessoas vivam no lar dos sonhos. Para isso queremos alavancar suas vendas, levando satisfação e conforto dos Colchões Kappesberg para a casa dos seus clientes.

Entre em contato e conheça nosso catálogo completo.



kappesberg^{colchões}



Para mais
informações,
aponte sua
câmera no QR
Code abaixo.





JÁ IMAGINOU UM COLCHÃO IMPREGNADO COM CANNABIS?

Por que os fabricantes norte-americanos desejam introduzir colchões e outros produtos infundidos com CBD, o composto da planta de cannabis que muitas pessoas ainda associam à maconha? Da perspectiva deles, uma pergunta melhor poderia ser: por que eles não gostariam? Como produto de consumo, o CBD vem se espalhando como o kudzu (uma das grandes apostas da comida medicinal) mais do que a maconha. “O CBD vai crescer para uma indústria de quase US\$ 25 bilhões nos próximos cinco anos, segundo a pesquisa”, diz Shane Mutter, diretor nacional de vendas e marketing da Seed2System, um

fornecedor de cânhamo com sede no Colorado (EUA).

“Pelo que estou vendo, as pessoas estão usando produtos CBD muito mais do que o público em geral provavelmente percebe, e isso atravessa a maioria das faixas etárias”, diz Mutter. “Começou como um produto que você coloca em um vidro com conta-gotas e coloca debaixo da língua. Agora está em loções, protetores solares, protetores labiais, óleos de banho. Há até chiclete de CBD. Existem inúmeros produtos por aí”.

Dado o aumento no uso de CBD - para não mencionar suas propriedades calmantes e relaxantes -, parecia ine-

vitável que o produto chegasse à cama mais cedo ou mais tarde. Mais cedo, chegou em janeiro, quando vários produtos com infusão de CBD - de colchões e capas de colchões a travesseiros - foram introduzidos no Winter Las Vegas Market.

Como eles foram recebidos? Digamos que muitos fabricantes são, se você perdoa o trocadilho, extremamente eufóricos no futuro do CBD no setor colchoeiro.

“Eu acho que a energia e a emoção em torno disso são muito fortes e acredito que as pessoas estão ávidas por algo novo e emocionante”, diz Mary Helen Rogers, vice-presidente de marketing e comunicações da Associação Internacional de Produtos do Sono. “Acho que veremos produtos CBD para vários mercados futuros”, acrescenta Rogers. “Os consumidores gostam de ver ofertas inovadoras e, do ponto de vista da indústria, ajudam as empresas a se diferenciarem de seus concorrentes e permitem a introdução de produtos que não eram oferecidos antes”.

“b-calm” já está no mercado

Em janeiro, a Therapedic International apresentou sua coleção b-calm de colchões infundidos com CBD. “O pré-lançamento em Las Vegas foi nosso lançamento de produto mais bem recebido em 10 anos”, diz Gerry Borreggine, presidente e diretor executivo do grupo de licenciamento, que tem sede em Princeton, Nova Jersey. Os três modelos b-calm da Therapedic sugeriram preços de varejo em tamanho queen de US\$ 999 a US\$ 1.499, e estão disponíveis em construções híbridas ou totalmente em espuma.

“Começamos a pesquisar esse CBD e descobrimos que ele era usado como um agente calmante para muitos, e também estava sendo usado pela comunidade médica para tratar a insônia”, diz Borreggine. “Com isso, achamos que seria bom colocar num colchão”.



A linha b-calm da Therapedic International inclui três itens com preços entre US \$ 999 e US \$ 1.499. Os colchões, que incorporam óleo de CBD, estão disponíveis em todas as construções de espuma ou híbridas.

O terapeuta não está sozinho nesse pensamento. A Paramount Sleep, a Mlily USA e a startup ZBD Bed também lançaram colchões com infusão de CBD, e Malouf e NCFI introduziram travesseiros com infusão de CBD. Mais produtos estão a caminho. A ideia por trás desses colchões e produtos relacionados é simples. O CBD demonstrou em estudos incutir sentimentos de calma e relaxamento. Curiosamente, os insones relatam que o CBD também tem sido uma ferramenta eficaz para ajudá-los a dormir melhor.



Calma? Relaxamento? Propriedades de combate à insônia? Parece o produto ideal para ser incorporado na rotina de dormir, para uma noite de sono mais restauradora, não é?

“O setor colchoeiro gravitava para o CBD por causa dos estudos e pesquisas realizados sobre os efeitos do composto de cannabis relacionados ao sono e à ansiedade”, diz Mutter. “O sono é um dos componentes mais importantes da vida, e a indústria colchoeira acha que o CBD poderia ajudar as pessoas a ter uma melhor noite de sono”.

De fato, ajudar as pessoas a dormir melhor é o credo dos fabricantes de colchões há gerações. Agora, alguns estão colocando seu dinheiro onde está seu mantra, acreditando que o CBD pode valer o investimento. “O CBD se tornou cada vez mais popular”, diz Stephen Chen, presidente da Mlily USA, com sede em Knoxville, Tennessee, fabricante do novo colchão Mprove com infusão de CBD. “Estudos mostraram que o CBD tem grandes benefícios à saúde na redução do estresse e da ansiedade. Isso contribui para uma noite de sono mais profunda, e é disso que se trata”.

Sem licença da FDA

É importante notar que o uso de CBD em uma ampla variedade de produtos, incluindo colchões e travesseiros, atualmente não tem a bênção da Administração de Medicamentos e Alimentos dos EUA, que afirma que as perguntas permanecem sem resposta sobre a segurança e a eficácia do CBD. Além disso, a legalidade dos produtos CBD varia de estado para estado; portanto, os fabricantes devem proceder com cautela e trabalhar com consultoria jurídica para entender que tipos de reclamações eles podem ter sobre produtos que contêm CBD e entender claramente onde eles podem fazer e vender esses produtos.

Os fabricantes dizem que uma tarefa fundamental para eles é educar varejistas e consumidores sobre o CBD - o que é e o que não é; o que faz e o que não faz.

“Felizmente, não houve muita reação, o que significa que a educação existe e as pessoas estão aprendendo, mas ainda é provavelmente a nossa maior barreira. Para alguns clientes, isso simplesmente não combina com o que eles estão procurando”, admitiu um fabricante. ■

(Artigo de Jimmy Tomlin, publicado originalmente por Bed Times)



Aos não iniciados

CBD é a abreviação de cannabidiol, um derivado natural da cannabis, a planta que também fornece maconha, uma droga há muito proibida e que alguns estados norte-americanos começaram a legalizar nos últimos anos. Como a maconha faz com que os usuários fiquem chapados - e às vezes desencadeia paranoia, atrapalha o julgamento, prejudica as habilidades motoras e diminui as inibições - a droga tem um estigma sombrio que também pode pairar sobre o CBD.

Levando **mais conforto** para os Nordestinos!



Allflex é a
escolha ideal
para o sono dos
Nordestinos

Allflex
COLCHÕES

PENSANDO
SEMPRE EM
VOCE



CAMAS BOX

NO PASSADO ERAM ASSIM

A caixa-cama, também conhecida como cama fechada, cama estreita, era uma cama construída em móvel que se parece com um armário, entreaberta ou não. A forma se origina na mobília medieval do final da Europa Ocidental.

A cama-box é fechada em todos os lados por painéis de madeira. A pessoa entra removendo cortinas, abrindo uma dobradiça de porta - ou portas de correr - em um ou dois lados. A cama é colocada sobre pés para evitar a umidade, devido ao chão sujo.

Em frente à cama-box costumava haver um grande baú de carvalho, com o mesmo comprimento da cama. Este sempre foi o 'assento de honra' e serviu também como um degrau para subir na cama. Também era usado para armazenar roupas, roupas íntimas e roupas de cama no resto do tempo.

Na Bretanha, a cama fechada (francês: lit-clos) (bretão: gwele-kloz) é um mobiliário tradicional. Em casas geralmente com apenas um cômodo, a cama box permitia alguma privacidade e ajudava a manter as pessoas aquecidas durante o inverno. Móveis de

cama fechados semelhantes também foram encontrados no oeste da Grã-Bretanha; Devon, Cornwall, Wales, particularmente em Gower.

Alguns leitos fechados foram construídos um acima do outro em um arranjo de dois andares. Nesse caso, os jovens estavam dormindo no andar de cima.

Foi o principal mobiliário das casas rurais da Bretanha até o século XX. Frequentemente esculpido e decorado, era o orgulho de seus proprietários. Os leitos fechados tinham 1,60 a 1,70 m de comprimento, longos o suficiente para as pessoas daquela região que tinham pouca estatura. E porque dormiam quase sentados, recostavam-se em três ou quatro travesseiros. Era tradição da Idade Média não dormir deitado, porque essa é a posição dos mortos e das efígies.

Mais tarde, fora de moda e porque eram caras para fazer, as camas box foram gradualmente abandonadas nos séculos XIX e XX. Peças finas foram colocadas em museus (Lampaul-Guimiliau, Nantes, Quimper, Rennes, St-Brieuc), enquanto a maioria delas foi convertida em estantes, cômodas ou armários de TV.



Cama box na Austria, que se encontra no Museu Kastenbett, na cidade alemã de Dietsheim



Cama fechada em Finistère (França).



A Enfermeira, obra de Jacob Vrel, mostra uma mulher lendo em uma cama box com um companheiro olhando pela janela



Um armário-cama fechada holandesa



No século XXI, as locadoras oferecem noites em autênticas camas-box. Os designers bretões contemporâneos Erwan e Ronan Bouroullec reinterpretaram a forma com seu lit-clos, 2000 para Galerie kreo (veja ao lado).

Os canteiros também eram usados para proteger as pessoas da casa dos animais (porcos, galinhas) que também viviam na casa, ou mesmo para protegê-los de lobos que poderiam entrar nas casas e arrebatá-los.

Na Holanda, o armário-cama, ou bedstede, era de uso comum no século XIX, especialmente em casas de fazenda no campo. As camas-armário eram fechadas por uma porta ou cortina.

Uma das vantagens do armário-cama era que podia ser embutido na sala e fechado durante o dia, tornando desnecessário um quarto separado. A outra grande vantagem era que, durante o inverno, a pequena área do armário-cama seria aquecida pelo calor do corpo. Isso significava que o fogão não precisaria ser mantido alimentado à noite. A porta não seria fechada completamente, mas deixada um pouco aberta.

Durante os séculos XVI e XVII, as camas embutidas eram muito menores. Deitar-se estava associado à morte e, portanto, dormir era feito com a postura semiereta. Essas camas embutidas acomodavam duas pessoas e, por baixo delas, frequentemente havia gavetas “rolkoetsen” que abriam e forneciam camas para as crianças. ■



A Mother's Duty, de Pieter de Hooch, mostra uma mulher despenteando o cabelo de seu filho na frente de uma cama box elevada que pode ser escalada pelo baú abaixo dela.

FEITO DE LÁTEX E PONTO.

COLEÇÃO 2021

ROUPAGEM MODERNA, DESIGN ELEGANTE,
CONFORTO ENVOLVENTE E ESTÁVEL.
PLANA SUA POSTURA, E PROTEGE SUA
SAÚDE. SENDO 3X MAIS DURÁVEL,
É LIVRE DE ÁCAROS, FUNGOS
E BACTÉRIAS.



ACESSE AQUI
A COLEÇÃO COMPLETA



QUEM COMPRA, AMA QUEM VENDE APROVA:

ESTAR ENTRE OS COLCHÕES MAIS DESEJADOS NÃO É À TOA, TRABALHAMOS MUITO PARA OFERECER QUALIDADE, CONTEÚDO E RELEVÂNCIA. VEM FAZER PARTE DO UNIVERSO LATEX FOAM.



Cliente Laurindo
Sono Leve Colchões - Brasília/DF

Trabalhamos com colchões há 15 anos e nunca vimos nada igual à Latex Foam. São produtos diferenciados, com qualidade e durabilidade inquestionáveis. Após uma demonstração detalhada, não há um cliente, que não se encante. Os colchões Latex Foam têm nos proporcionado uma nova experiência de vendas que tem agregado muito, não somente em números, mas também em excelência de atendimento e exclusividade aos clientes que são cada vez mais exigentes.

Cliente Adriane
Fábrica de Sonhos - Umuarama/PR

Fiquei muito impressionado com o acabamento e qualidade do produto. Desde quando conheci em um stand, estamos trabalhando sem interrupções com a empresa. Sempre tivemos um relacionamento muito bom com a fábrica e espero poder continuar com esta parceria por muitos anos ainda.



Cliente Fábio
Arte do Sono - Belo Horizonte/MG

A Latex Foam tem um mix de produtos de alto padrão em tecnologia, conforto e beleza. Clientes que querem investir em saúde e bem estar, dão preferência pelo produto.

Sempre falo para meus colaboradores: "Dormir bem é um investimento. E se o seu cliente se dá valor, o preço é mero detalhe."



Cliente Márcia
Colchões House - Palhoça/SC

A parceria entre a Colchões House e a Látex Foam é forte há alguns anos. A marca confecciona produtos bem elaborados e com matéria prima de alta qualidade, proporcionando excelência em conforto, trazendo mais requinte para nossas lojas além de clientes muito satisfeitos.





CONFIRA A EVOLUÇÃO DAS CAMAS MULTIFUNCIONAIS

Camas multifuncionais são ideais para quem deseja conforto e comodidade

Já pensou em realizar diferentes tarefas sem levantar-se da cama? As camas multifuncionais tornam isso possível. Essas camas oferecem diversas funcionalidades para proporcionar mais lazer e otimizar espaços. Com elas, você pode relaxar e fazer várias coisas deitado na cama. As camas deixaram de ser apenas o local para dormir, quando as camas baú e as bicamas chegaram ao mercado. Essas camas eram diferentes das demais da época por oferecerem mais funcionalidades. O sucesso delas deu início à evolução que culminou nas camas multifuncionais.

O que são camas multifuncionais?

As camas multifuncionais são camas que oferecem mais funcionalidades para os

consumidores. Camas comuns só proporcionam uma boa soneca, uma cama multifuncional pode ir muito além disso. Dependendo do tipo de cama multifuncional, o consumidor pode aproveitar recursos como mesas de cabeceira e gavetas embutidas, mesinhas para refeições, criado-mudo e funcionalidades tecnológicas, como entradas USB.

O que essas camas podem oferecer?

Listamos algumas funcionalidades oferecidas pelas camas multifuncionais no parágrafo acima. Abaixo, saiba mais sobre quão úteis elas podem ser no seu dia a dia. Confira!

• Gavetas e criado-mudo

As gavetas e os criados-mudos embutidos são itens bastante presentes

Átala

COLCHÕES

MÁXIMUS

MOLAS ENSACADAS COM CABECEIRA



O prazer do sono começa aqui!

WWW.ATALACOLCHOES.COM.BR



Av. Pedro Neiva de Santana, km 06, nº 26 Lagoinha, Imperatriz-MA | (99) 3523-7091

em modelos de camas funcionais. Neles, o consumidor pode garantir uma boa sustentação para o colchão e ter um espaço compacto para guardar roupas, acessórios e outros objetos.

A principal vantagem desses itens é que eles ajudam na otimização do espaço. Quem mora em locais pequenos, sempre precisa arrumar maneiras de organizar melhor o local. E, com as gavetas e o criado-mudo, você consegue guardar mais coisas sem ocupar mais espaço no quarto.

Além disso, as camas multifuncionais com gavetas são super confortáveis. Esses itens ajudam a dar sustentação à base da cama, então, não há riscos de quebrar a estrutura por conta deles.

- **Escrivaninha e/ou mesa de cabeceira embutida**

Outra funcionalidade que ajuda a otimizar o espaço é a escrivaninha e a mesa de cabeceira. Geralmente, elas são embutidas na base da cama e podem ser montadas facilmente sempre que preciso.

As escrivaninhas e mesas de cabeceira podem tanto ser postas ao lado da cama como atravessadas no colchão. Assim, você pode tomar um café na cama sobre sua mesinha de cabeceira.

E pode puxar a escrivaninha para fazer um trabalho. Além disso, é possível que a mesa da escrivaninha seja usada, bastando levantar a base da cama, o que também é bem prático e ajuda a economizar ainda mais espaço.

Esses recursos trazem comodidade e ajudam na otimização do espaço, sendo muito úteis para o dia a dia de quem mora em locais pequenos e trabalha em casa.

- **Tomadas e função massagedora**

Muitas camas multifuncionais com colchões embutidos trazem a função mas-



sageadora. Assim, você pode aproveitar uma massagem relaxante enquanto está deitado. Geralmente, também há outras funções que permitem que a cama seja retrátil e reclinável para maior comodidade.

Outra funcionalidade bastante presente em novos modelos de camas multifuncionais são as tomadas. É possível encontrar camas com tomadas 110V e 220V e entrada para USB, por exemplo.

Esses recursos aumentam a comodidade do consumidor. Você pode, por exemplo, ouvir uma música, colocar o smartphone para carregar ou aproveitar a mesa de cabeceira para apoiar o notebook e deixá-lo ligado na tomada.

Além de boas funcionalidades, as camas multifuncionais ganharam espaço por terem boa resistência e durabilidade e, muitas vezes, por terem um preço bem acessível, se tornando competitivas no mercado. ■



Nós temos a solução perfeita para sua indústria de espumas e colchões.

Batedor CF 17000

Batedor industrial 1 caixa. Produtividade, qualidade, economia e segurança.



OPERASOMA

MÁQUINAS PARA PRODUÇÃO DE ESPUMAS E COLCHÕES

Trabalhamos com componentes e processos de alta tecnologia possibilitando produtos de qualidade, segurança e melhor custo benefício. Nossos projetos são elaborados conforme a necessidade de cada cliente, possibilitando fazer alterações para maximizar a produção de cada um. Descubra a variedade de equipamentos e serviços que podemos oferecer para o seu negócio.



Rod. Bento Fernandes Dias
PR 558, Km 18. Araruna - PR
44 3562-1426 ☎ 44 99157-5730
f @ /cofamabr

A CABEÇA DEVE BATER NO TRAVESSEIRO CERTO

Ter uma boa noite de sono depende de muitos fatores, mas você não vai entrar no mundo dos sonhos facilmente se sua cabeça não estiver apoiada no melhor travesseiro possível. As boas notícias? Existem muitos tipos diferentes que podem ser recomendados aos seus clientes. Esta lista pode ajudá-lo a compreender algumas das muitas possibilidades ao comprar os travesseiros para vender na sua loja. É provável que alguns não estejam disponíveis no mercado, mas se julgar necessário é possível sugerir à indústria sua produção ou, em último, caso, importá-los. O principal objetivo deste artigo é ajudar sua equipe de vendas a conhecer melhor as propriedades e características de cada tipo de travesseiro para sugerir a melhor solução para cada tipo de cliente. Outro aspecto imprescindível: o travesseiro é uma peça fundamental para uma boa noite de sono e até para atenuar problemas de saúde, como se lê aqui. Por isso, em alguns países o preço de um travesseiro pode chegar a 50% do valor do colchão. Portanto, nada de oferecer travesseiros de graça na compra de colchão.

Travesseiros de penas



Acha que as penas são todas fofas? Travesseiros de penas oferecem conformabilidade, maciez e suporte. As penas usadas em um travesseiro de qualidade são muito pequenas e altamente enroladas. Você sabia que uma dessas penas é tão forte quanto fibra de carbono? Eles são a fonte natural da natureza.

Travesseiros de plumas

Se você quer o travesseiro mais macio e suave, escolha este. A penugem vem do peito do ganso



- pense em penas macias. Os travesseiros de plumas são macios, fofos e flexíveis, e conhecidos por seu luxo máximo. Um tipo popular de travesseiro de plumas é o de ganso europeu. Travesseiros de plumas são fofos, leves e aconchegantes, mas não têm o objetivo de oferecer suporte.

Travesseiros de espuma viscoelástica



Travesseiros de espuma viscoelástica são ótimos porque lembram de você a noite toda. Você fica confortável porque o travesseiro se ajusta ao seu formato individual, o que permite que seus ombros, pescoço e cabeça repousem em uma posição natural. Os travesseiros de espuma viscoelástica ajustam-se automaticamente à medida que se movimenta durante a noite. Feitos com espuma viscoelástica, vêm em uma variedade de formas e tamanhos e são projetadas para retornar à sua forma original em diferentes velocidades.

Travesseiros Microbead



Já os travesseiros de micropérolas são feitos de pequenas esferas chamadas poliestireno não expandido (EPS). Essas contas fornecem um suporte rígido. Travesseiros de pescoço de viagem são geralmente feitas de microesferas.

Travesseiros de trigo sarraceno



Procurando por algo totalmente natural e à base de plantas? Os travesseiros de trigo sarraceno são preenchidos com cascas de sementes de trigo sarraceno. Eles oferecem um suporte rígido.

Travesseiros para apneia do sono



Você está dormindo com uma máquina CPAP nasal? Os travesseiros para apneia do sono são projetados para acomodar os tubos e cabos da máquina de CPAP. Este tipo de travesseiro é feito com enchimento de fibra de poliéster ou espuma. É importante experimentar um travesseiro para apneia do sono com a CPAP para ter certeza de que tem o toque e a altura certos para suas necessidades.

Travesseiros de pescoço



Os travesseiros de pescoço são construídos com um defletor projetado para apoiar sua coluna, de forma que sua cabeça e pescoço fiquem posicionados corretamente para um sono confortável.

Travesseiros corporais

Aconchegue-se em um travesseiro corporal. Essas longas almofadas (nor-



malmente 140 centímetros) podem ser colocadas entre as pernas para apoiar o quadril e a região lombar. Eles são ótimos para se aconchegar e se abraçar à noite. Este tipo de almofada pode salvar vidas durante a gravidez.

Travesseiros lombares



Se você tem dor lombar, um travesseiro lombar pode ser exatamente o que você precisa. Essas almofadas fornecem suporte logo acima da região lombar, permitindo que a região lombar relaxe naturalmente. Ahh!

Travesseiros cunha



Os travesseiros cunha têm uma forma triangular que pode ser usado para apoiar diferentes áreas do corpo. Estes travesseiros são feitos de espuma, enchimento de fibra de poliéster ou uma combinação de ambos. Eles são ótimos para ler na cama ou para apoiar a parte superior do corpo para ajudar a aliviar o refluxo ácido. Um travesseiro em cunha também pode elevar as pernas e os pés para ajudar a aliviar o desconforto das veias varicosas. Travesseiros cunha são perfeitos para a gravidez e podem ajudar a sustentar a barriga durante o segundo ou terceiro trimestres. ■

(Texto com dados do The Better Sleep Council)

A RESPOSTA PARA TER UMA BOA NOITE DE SONO PODE ESTAR NO COBERTOR

O chamado cobertor ponderado deve pesar pelo menos 10% do peso corporal da pessoa e serve como um estímulo para controlar a ansiedade e melhorar a noite de sono

Já passou do tempo em que apenas uma pequena parcela da população sofria com transtornos mentais, hoje a saúde mental é um tópico muito discutido pela comunidade científica e pela mídia, que veem aumentar cada vez mais o número de pessoas que sofrem de ansiedade, depressão, déficit de atenção e ataques de pânico. E qual o significado de uma boa noite de sono para essas pessoas? O mesmo que para qualquer outra. Quando o sono está em dia, a pessoa consegue se concentrar e executar melhor as tarefas do dia a dia, o que ajuda muito quem já sofre com uma mente muito acelerada e tem de se esforçar mais que o normal para conseguir realizar algumas simples ações.

Não é novidade que existem pesquisas e que o cobertor ponderado é usado há alguns anos como forma de ajudar crianças que sofrem de autismo, por exemplo, mas o que se sabe até agora é que a sua amplitude pode ser bem maior. Esse tipo de cobertor também pode auxiliar no tratamento do estresse e da ansiedade, fazendo com que o corpo libere mais serotonina e dopamina (hormônios que trazem sensação de bem-estar), relaxando mais a mente e ajudando a adormecer, além de ter um sono mais profundo. Um estudo publicado em 2015 no JSciMed Central Publications aponta

que as pessoas que usam esse tipo de coberta acordam sentindo-se mais descansadas. Em outra publicação, de 2008, do periódico *Occupational Therapy in Mental Health*, cientistas reportaram que os usuários da roupa de cama em questão manifestavam

63% menos ansiedade e 78% dos participantes da pesquisa preferiam o cobertor pesado às opções farmacêuticas para trazer o estado de calma e paz.

O cobertor ponderado deve pesar aproximadamente 10 a 15% do seu peso corporal. Este tipo de estímulo aumenta sua sensação de segurança e calma, e levam a um sono mais profundo, como é explicado pelo Dr. Mats Alder, que coordenou uma pesquisa realizada na Suécia e publicada no *Journal of*



COBERTOR PONDERADO

Alívio de ansiedade e estresse, melhora a qualidade do sono



Ortolux
colchões

Clinical Sleep Medicine. “Uma explicação sugerida para o efeito calmante e promotor do sono é a pressão que o cobertor pesado faz em diferentes pontos do corpo, estimulando a sensação do toque e a sensação dos músculos e articulações, semelhante à acupressão – terapia derivada da acupuntura chinesa para reativar a circulação energética – e massagem”, disse.

Diante de todos esses benefícios e estudos feitos no exterior, o que se espera é que os brasileiros também tenham acesso aos chamados “gravity blankets” (cobertores de gravidade em tradução livre) e possam experimentar essa alternativa para ter uma vida mais saudável. Por isso, a Ortolux lançou em 2020 o seu cobertor ponderado, que está disponível no e-commerce.

Aliás, a Ortolux faz questão de enfatizar que eles têm vários cobertores à pronta-entrega. Antigamente esse tipo de coberta só podia ser adquirido por meio de importação, o que implica em taxas e um prazo maior para o recebimento da mercadoria e agora será muito mais fácil de comprar. Inclusive, a empresa já está negociando com lojistas para que o cobertor ponderado possa estar presente em diversos pontos de venda.

Para os brasileiros, essa pode ser uma novidade muito agradável, principalmente com toda a carga de estresse que vem sendo acarretada pela pan-

demia e, pensando nisso, que a fábrica resolveu aproximar o público local do cobertor, que já é muito usado na Suécia, Estados Unidos e Inglaterra, sendo até uma recomendação de especialistas em saúde nesses países. Ele pode se tornar mais um aliado das pessoas que sofrem de transtornos mentais, embora ainda precise de uma comprovação nacional para que possa ser vendido com o rótulo de terapêutico.

O que se sabe até o momento é que muitas mães de filhos autistas ou com TDAH (Transtorno de déficit de atenção com hiperatividade) estão satisfeitas com a inclusão dessa coberta no mercado brasileiro, a Ortolux garante que já recebeu mensagens de mães que conheciam as propriedades do seu uso e agora tem a disponibilidade de encontrá-lo para compra diretamente aqui no Brasil. Essas mães relatam que seus filhos se sentem abraçados ao usar o cobertor, o que os deixa mais calmos para uma boa noite de sono.

E como o cobertor deve ser comprado de acordo com o peso corporal de quem irá usá-lo, a Ortolux trabalha com as versões de 3,5,7,9 e 11kg, além de ser vendido somente na medida de solteiro, pois um casal é formado por pessoas de pesos diferentes, fazendo com que uma delas não tivesse os benefícios do uso de um cobertor pesado. ■



TESTE HIGIÊNICO DE COLCHÃO É SUCESSO NOS ESTADOS UNIDOS

Uma fornecedora de tecidos para as indústrias colchoeiras, nos Estados Unidos, projetou e desenvolveu o primeiro kit de teste de colchão higiênico, como parte de sua linha de proteção de colchão e travesseiro da marca SlumberShield. Cada kit contém uma capa de colchão e uma de travesseiro que os vendedores de varejo podem usar quando os consumidores experimentarem os colchões de teste na loja. Com as preocupações contínuas do vírus COVID-19, os consumidores podem ser cautelosos em deitar-se em um colchão em um ambiente de varejo por medo de transmissão de coronavírus. Os kits selados individualmente são projetados para serem usados na loja para proteger contra contágios. Os consumidores podem deitar-se sobre a capa do colchão durante o teste, uma vez usado, são descartados no lixo.

“Enquanto os profissionais de saúde trabalham incansavelmente para nos manter seguros, é importante que sejam tomadas precauções de segurança para proteger o público contra a propagação contínua do vírus”, disse Scott Tesser, diretor executivo da Precision Textiles. “Os colchões entram em contato direto com os consumidores, pois uma parte essencial do processo de compra é o teste do sono.

Para se adaptar à atual crise de saúde, os kits são lacrados para uso único para tranquilizar os consumidores”. O tecido fino é feito de uma mistura antimicrobiana de poliés-



ter-rayon que é suave ao toque, não enrugua e não afeta a sensação do colchão ou travesseiro. “Acreditamos que à medida que as lojas reabrirem, esse será o novo padrão para a higiene das compras de produtos para dormir por algum tempo”, acrescentou Tesser. Um bom exemplo para ser seguido aqui no Brasil, sem dúvida, pelas mesmas razões que o kit vem sendo utilizado nos Estados Unidos. ■



Kits de uso único embalados individualmente permitem que os clientes “comprem confortavelmente” enquanto experimentam novos colchões nas lojas físicas.



“

**Trabalho, Honestidade e
Respeito ao Cliente
são o nosso legado.**



Manoel Nogueira
Fundador | Presidente

Fundada em 1964, a marca Colchões Orthocrin foi concebida com a missão de trazer **o sono de saúde** para a família brasileira.

São 56 anos de muito trabalho e grandes conquistas.

Agradecemos pela confiança e por fazer parte também da sua história.

www.orthocrin.com.br

 [/Orthocrin](https://www.facebook.com/Orthocrin)  [/Orthocrin](https://www.instagram.com/Orthocrin)



COLCHÕES
ORTHOCRIN
O SONO DE SAÚDE



EMPRESA INVESTE EM PROCESSO PARA RECICLAGEM DE COLCHÕES

Uma empresa fornecedora de insumos para o setor colchoeiro desenvolveu um processo de reciclagem química para colchões usados e está iniciando testes-piloto na fábrica de Schwarzheide, em Brandemburgo, na Alemanha. Os materiais dos colchões antigos devem ser reciclados de modo a serem utilizados para a produção de novos colchões. “O objetivo é recuperar as matérias-primas com uma qualidade comparável à das matérias-primas não recicladas/virgens”, explica Shankara Keelapandal, da gerência de produto de Isocianatos da Europa. Com o processo, a empresa está abrindo novos caminhos e respondendo às expectativas crescentes em matéria de sustentabilidade da indústria de espuma e de colchões, bem como às expectativas dos consumidores. Trata-se de um passo importante para, eventualmente, reintroduzir os resíduos pós-consumo nos ciclos de vida dos produtos. O processo separa o poliuretano flexível e fornece o polioli usado inicialmente. A partir daí, a empresa pode produzir novas espumas com uma pegada de carbono significativamente menor, pois menos recursos fósseis são usados. “Os projetos desta natureza são bastante interessantes porque, embora os colchões sejam fáceis de recolher e de selecionar, no final do seu ciclo de vida acabam por ser incinerados ou depositados num aterro”, explica o diretor técnico do projeto, Arno Volkmann. Os primeiros volumes do material reciclado serão entregues aos parceiros envolvidos no final deste ano para desenvolver pro-

jetos-piloto em conjunto. “O projeto é tecnicamente complexo, mas o potencial de reduzir os volumes de resíduos e economizar recursos faz com que tudo valha a pena” comenta Keelapandal. Com o novo processo, a fornecedora intensifica seus esforços para aumentar a sustentabilidade e dá mais um passo em direção a uma economia circular. “É por isso que desenvolvemos uma solução para fechar o ciclo para espuma de poliuretano flexível com a reciclagem química de colchões”, acrescenta Keelapandal.

Estudo compara destinação de colchões

A Política Nacional de Resíduos Sólidos brasileira, instituída em 2010, traz critérios determinando os materiais que devem ser destinados à coleta seletiva ou entrar em sistema de logística reversa a ser implementado pelas empresas. O estudo feito pela Fundação Espaço Eco® (FEE) “Comparação





do desempenho ambiental e econômico da destinação final de colchões”, feita para a Associação Brasileira das Indústrias de Colchões (Abicol) compara as alternativas de destinação. Entre os dados, foi verificado que enviar 1000 colchões de espuma para

coprocessamento pouparia o consumo energético equivalente a 12 residências durante um ano. Também evitaria as emissões de 10 toneladas de carbono para a atmosfera, o que representa uma viagem em torno da Terra em um carro de passeio.

“Avaliamos o desempenho ambiental e econômico do que seria viável no Brasil, levando em conta a destinação para aterro, reciclagem mecânica, coprocessamento ou recuperação energética”, explica Rafael Viñas, gerente de Sustentabilidade Aplicada da FEE. “O novo processo de reciclagem química é a combinação de alternativas mais ecoeficientes. É um dado interessante para fomentar a estruturação de logística reversa e parque industrial para esta destinação na América do Sul” considera. ■

(Com informações agrolink.com.br)

Qualidade
que se
une a sua Vida.



A KISAFIX TEM UM PORTFÓLIO COMPLETO PRA VOCÊ

Uma das líderes no mercado de adesivos na América Latina, a Killing apresenta, através da sua marca KisaFix, um portfólio completo de soluções em tecnologia e inovação com alto desempenho para a colagem de colchões e estofados.



 kisafix.com |  /kisafix |  /kisafix



CHEGA DE RISCOS

O novo momento nos fez aprender novas formas de fazer negócio, novos desafios e adaptações ao novo cotidiano. E como nosso propósito sempre foi oferecer tecnologias sob medida para marcas inovadoras, não podíamos deixar de buscar novas soluções, principalmente em um ano atípico como esse.

Em um processo de espumação o risco é um fator relevante, pois existem muitas variáveis que contribuem para problemas indesejáveis que podem trazer prejuízo.

A Flexível com sua expertise de mais de 20 anos também se adaptou ao novo, e nosso centro de pesquisa e desenvolvimento Flexlab, desenvolveu uma tecnologia para garantir uma melhor processabilidade e evitar prejuízos indesejáveis no processo de fabricação da espuma.

Estamos falando do Flexx ADT 428 uma tecnologia para a fabricação de espumas convencionais em geral, especialmente para suportar as mais diversas variações químicas. Seu uso na formulação traz uma grande tranquilidade na produção de espumas, pois possui uma larga latitude de processo, melhorando as propriedades e diminuindo os riscos de rasgo, colapso, perda de altura entres outros.

Flexx ADT 428 apresenta ótima processabilidade com uso de agente de expansão químico, melhorando as propriedades físicas da espuma (resiliência, fadiga e deformação permanente). Além disso, oferecemos suporte técnico em todos os processos, com eficiência e agilidade de resposta. Contamos com técnicos com vasta experiência no mercado de poliuretano com expertise em desenvolvimento de fórmulas, análise de propriedades e entendimento sobre os processos.

A assistência técnica é um diferencial e uma das grandes vantagens de quem é cliente Flexível. Como diretriz de trabalho, a equipe comercial e técnica do flexxLab passa a atuar a partir do momento em que o cliente faz o contato. Os suportes são oferecidos imediatamente por telefone ou com visitas in loco, conforme a necessidade.

Garanta um processo seguro e de qualidade com nossas tecnologias Flexxaditives para espumas convencionais. ■



SEU
CLIENTE
PODE
NÃO VER,

MAS SENTE
NA PELE A
TECNOLOGIA
FLEXÍVEL.

Inovação está no nosso DNA. Com a experiência de mais de duas décadas, a Flexível oferece **tecnologias e soluções exclusivas de poliuretano para empresas do mercado moveleiro** que buscam a inovação constante para fabricar produtos com alta performance em conforto.

Conte com a nossa expertise para se destacar no mercado!

+55 47 3270 1900 | flexivelpu.com.br



flexível

Tecnologias em poliuretano



AS LINHAS QUE UNEM A TECNOLOGIA

Ao comprar um colchão, dificilmente o consumidor vai reparar nas linhas utilizadas na costura dos tecidos e bordados. Mas, se elas se romperem ou rasgarem o tecido, serão responsabilizadas na hora por conta de todo o transtorno causado, implicando inclusive na troca do produto. Seguindo essa lógica, as melhores linhas são aquelas que, simplesmente passam despercebidas pelo consumidor. Lógico que criar uma linha que tenha a resistência adequada não é tarefa fácil mas, com quase 35 anos de mercado, a Quachiotex tem experiência e conhecimento suficientes para fornecer um material de alta qualidade para a indústria colchoeira.

Rodrigo Quachio, diretor comercial da empresa, conta que no início prestavam serviços a grandes empresas de diversos segmentos, mas nos últimos 15 anos a indústria voltou-se 100% ao setor colchoeiro e é parceira das grandes marcas brasileiras. “Nós trabalhávamos em parceria com grandes indústrias de linha de costura que eram fornecedoras das fábricas de colchões. Fazíamos parte do processo, mas os produtos eram comercializados em nome dessas parceiras. Assim, fomos adquirindo conhecimento para produzirmos nossas próprias linhas para costura de colchões, até focarmos somente nisso”, conta.

O diretor destaca a evolução do mercado colchoeiro do Brasil nesses últimos anos. “No passado poucas marcas de colchão atuavam no mercado, porém ele foi crescendo, mais empresas foram surgindo e conseguimos acompanhar essa expansão do setor. Esse foi um dos fatores que nos motivaram a focar 100% em linhas para costura de colchões, além de percebermos que era um setor de alto volume e grande solidez”, afirma.

Atualmente a Quachiotex atende grande parte do mercado colchoeiro nacional e esse sucesso se deve a alguns diferenciais. “As linhas de costura não são produtos que seguem tendências de moda, por isso, o que vai fazer uma indústria se destacar no merca-

do, além de seu comprometimento, é ter produtos dentro das especificações exigidas, com resistência e que ofereçam segurança ao cliente para que ele não enfrente problemas em sua produção e com o consumidor. “Aqui nós prestamos assistência e fazemos visitas técnicas, caso o cliente solicite, além de desenvolvermos junto a eles, de acordo com as suas necessidades e demandas”, explica Rodrigo.

O diretor enfatiza também a importância da linha de costura para os colchões. “A linha é responsável pela estrutura dos colchões, sendo tão importante quanto os tecidos, molas e espumas. Uma boa linha de costura requer resistência e rendimento na hora da sua utilização, oferecendo economia e produtividade, além de beleza e segurança ao consumidor”. Vale lembrar que em alguns casos o colchão recebe em seu bordado pontos-corrente e, caso a linha não seja de qualidade, ele poderá se soltar, acarretando danos em sua estrutura bordada.

Rodrigo Quachio vai além nas explicações. “A linha de costura usada para o matelassê, tem papel fundamental não só na estética do tampo dos colchões, mas também na resistência exigida para tal processo e produto, uma vez que todo atrito na utilização final de um colchão é concentrado em sua parte superior. Em suas laterais, tão importante quanto o matelassê, temos a costura do cadarço, processo de produção onde se une o tampo bordado a toda a parte estrutural do colchão”.

Para resumir o sucesso da Quachiotex no mercado, Rodrigo salienta três pontos fundamentais: “Nosso comprometimento é fornecer produtos de qualidade, bom atendimento e pontualidade”, finaliza. ■





Quachiotex[®]

QUALIDADE EM FIOS E LINHAS PARA COSTURA. DESDE 1986.



Fornecedor Associado:
ABICOL
ASSOCIAÇÃO FABRIL DE IMPORTADORES DE COSTURAS

19 3407.5574 19 3645.6000
atendimento@quachiotex.com.br

 quachiotex  linhas_quachiotex
www.quachiotex.com.br





UNIVAR SOLUTIONS É SINÔNIMO DE PARCERIAS

Nos momentos de dificuldade é que as parcerias se fortalecem e a Univar Solutions estará sempre presente ao lado de seus parceiros para poder aliviar, auxiliar e ajudar.

A Univar Solutions é líder global na distribuição de produtos químicos e ingredientes, presente em todo o mundo. O nosso alcance global, experiência técnica e conhecimento de mercado nos permite oferecer ao mercado a inovação que leva ao sucesso.

Somos parceiros de companhias renomadas no mercado de poliuretano e trabalhamos em conjunto com fornecedores e clientes para garantir a sua próxima inovação. Por meio da nossa extensa rede de fornecedores, oferecemos um portfólio completo para as mais diversas aplicações, além de contarmos com uma equipe técnica e comercial preparada para ajudá-los a navegar pelas melhores opções de formulação.

E nós vamos além da distribuição: na Univar Solutions, você encontra uma ampla gama de serviços oferecidos por nossos centros de soluções, como assistência técnica, sugestões de fórmulas, recomendações de matérias-primas e avaliação de performance, além de inúmeros ensaios e testes.

Mesmo nos momentos mais difíceis, trabalhamos em colaboração para termos certeza de que o mercado continue funcionando. Independentemente de onde você se encon-

tra no processo produtivo, estamos dedicados ao sucesso de seus produtos de poliuretano.

Continuamos focados e atentos, trabalhando para buscar novas tecnologias e produtos, mantendo serviços técnicos que estão à disposição de nossos clientes.

E para 2021 nós temos algumas metas de sustentabilidade em várias áreas da empresa e entre elas estão a redução do uso de energia e as emissões associadas; impulsionar uma economia circular; proteger nossos funcionários, comunidades e o meio ambiente, liderando uma cultura para minimizar as principais liberações; melhorar continuamente o histórico de segurança da Univar Solutions; liderar pela transparência na cadeia de suprimentos, gerenciando com responsabilidade os impactos ambientais e sociais de nossos fornecedores; e demonstrar nosso compromisso com a igualdade entre os nossos funcionários. ■



*Estamos juntos,
mesmo nos momentos
mais difíceis*

Na Univar Solutions, você encontra um parceiro para a sua próxima inovação em Poliuretano. Por meio da nossa extensa rede de fornecedores, oferecemos um portfólio completo para as mais diversas aplicações. E vamos além da distribuição: você ainda pode contar com os serviços oferecidos em nosso centro de soluções, como assistência técnica, avaliação de performance e uma ampla gama de ensaios e testes.

Continuamos dedicados ao sucesso dos seus produtos de Poliuretano.

UnivarSolutions.com



info.brasil@univarsolutions.com | 11 3602-7222.





SUPERAR OS DESAFIOS SEM PERDER O FOCO NO HORIZONTE

O ano de 2020 impôs desafios superlativos às empresas e no setor de colchões não foi diferente. Entre as consequências negativas da pandemia, destaco a escassez de matéria-prima, como aço e TNT, e o aumento de preços destes mesmos insumos, básicos para produção de molejos. Por outro lado, tivemos o aumento da demanda por produtos relacionados ao conforto em casa. E, aí entra o colchão, por exemplo.

Nós, da Starsprings, temos como propósito de negócio o desenvolvimento e fabricação de produtos para assento e para o sono no preço e na qualidade corretos, atendendo as necessidades dos clientes em todos os momentos. E não foi diferente durante a pandemia. Nosso objetivo é ser líder de mercado e em tecnologia para o conforto em assento e o sono. Dentro deste propósito, a busca pela diferenciação no mercado acontece através do desenvolvimento de produtos inovadores, de alta tecnologia e que agreguem valor perceptível aos clientes.

No Brasil a especialidade da marca está na fabricação e fornecimento de molas ensacadas individualmente de alta qualidade, a partir de 5 cm de altura, com diversas configurações e características de conforto únicos. A Starsprings trabalha com molas ensacadas fortemente pré-comprimidas, tendo produtos com as mais altas taxas de pré-compressão do mercado. Os produtos feitos pela marca têm até 66% de pré-compressão. Isso significa que as molas são mais altas, com mais material, e ao serem ensacadas elas são severamente comprimidas. Isso melhora muito a durabilidade dos molejos. Inclusive, a Starsprings produz molejos ensacados com nível tão alto de pré-compressão que além de ser muito durável, dispensa a colocação de bordas de espuma na fabricação do colchão. O Molejo S-Super tem essa característica, e o colchoeiro pode fabricar um colchão em que o molejo ocupa toda a área, não sendo necessária borda de espuma.

Outro destaque é o molejo PWP, que é o produto mais vendido, justamente por ter alta pré-compressão, e ser um molejo mais “aerado”, com molas ensacadas de maior espaçamento, que propicia ventilação melhor ao

colchão, além de ter uma boa relação custo-benefício.

Módulos de conforto de ajuste de firmeza para os colchões também são produzidos e fornecidos pela marca, são eles: S-shift e S-shift light. Inclusive, o S-shift é um produto pensado principalmente para casais, pois como os cônjuges dificilmente tem o mesmo biótipo e as mesmas preferências quanto ao conforto, isso faz com que alguém tenha de abrir mão de suas predileções. Isso significa que esta pessoa irá dormir em um colchão que não lhe agrada.

A Starsprings conta com pesquisas constantes feitas com o público geral e colchoeiros a fim de identificar potenciais necessidades do mercado. De acordo com os últimos dados levantados, a empresa acredita que nos próximos cinco anos haverá um aumento significativo de consumo de colchões que o consumidor possa ajustar o conforto por conta própria. Por esse motivo, a Starsprings continua pesquisando e desenvolvendo produtos nesse segmento.

Para que esses processos aconteçam de forma eficiente e integrada, a equipe brasileira tem muita interação com os times da Suécia, Polônia e Estados Unidos, que são considerados fontes de conhecimento e tecnologia para o desenvolvimento de produtos no nosso País. Além disso, a Starsprings Brasil possui um dos laboratórios mais bem equipados no segmento de molas para colchões, o que possibilita que os produtos sejam exaustivamente testados antes de serem lançados no mercado. O único empecilho para que algumas tecnologias que já são comercializadas pela Starsprings em outros países cheguem ao Brasil é o custo. As pesadas taxas e impostos de importação acabam atrapalhando a vinda de produtos da Europa, dificultando a entrada de novas tecnologias ao mercado brasileiro. Mas o Brasil tem excelentes fabricantes de colchões, que tem incorporado muitas tecnologias, e estão sempre buscando informações e novidades. Isso faz com que a Starsprings enxergue o mercado local como uma possibilidade de trilhar o caminho de inovação, levando ao consumidor final toda a tecnologia que está sendo apresentada mundialmente. ■



STARSPRINGS

COMFORT BY INNOVATION



STARSPRINGS

fornecedora de **molás ensacadas**
com fábrica no Brasil desde **2001**



Empresa certificada na:



Contate-nos para maiores informações!

Matriz em Araucária: (41) 3204-7000

Filial em Goiânia: (62) 9 8283-0909



NANOEX: PERFILADO ALTAMENTE TECNOLÓGICO

O Grupo Eko'7 tem seus valores bem definidos, e baseia seus trabalhos na política de qualidade da empresa. Comprometida em elevar o bem-estar de seus clientes, dedica-se à entrega de produtos seguros e adequados às necessidades individuais, tudo pensado com tecnologia de ponta. A evolução contínua da empresa e seus produtos, fizeram de 2020 um ano extremamente positivo, mesmo durante à pandemia.

Uma inovação marcante dentro da Eko'7, foi o desenvolvimento do Nanoex, uma tecnologia em espuma de poliuretano flexível, fundamentada com ingredientes nanotecnológicos, eficiência antimicrobiana comprovada, além de características hidrofóbicas, que reduzem a absorção de líquidos na superfície.

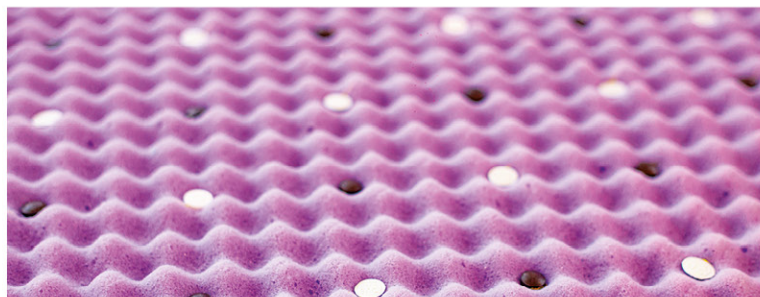
O engenheiro químico do Grupo Eko'7, Fábio Ávila de Souza explica que foram meses de muito estudo e pesquisas, em parcerias com startups e multinacionais, para que o perfilado fosse comercializado. “Encontramos uma oportunidade de diferenciação no mercado, com exclusividade para a marca Eko'7, já que o Nanoex será de uso único nos produtos da fábrica”, explica o engenheiro.

Segundo Fábio, tem mais de 30 anos que o segmento de colchões trabalha com um tipo de produto, o objetivo da empresa foi inovar a partir do que já era utilizado. “Nós procuramos entender as características do perfilado convencional, elencamos todas elas e

fizemos uma seleção. Com isso definimos um escopo de projeto e fomos buscar matérias-primas e processos com tecnologia de ponta”.

Com o Nanoex, desde o início do processo de expansão da espuma já são aplicados materiais e processos mais limpos e inovadores, abandonando-se o ultrapassado processo de vulcanização em estufa. Além disso, o resultado se traduz em benefícios como eliminação do odor característico do perfilado tradicional; maciez e conforto; tratamento que dificulta a absorção de líquidos; característica antialérgica; simulação de massagem digital e estimulante da circulação sanguínea.

De acordo com o engenheiro, o Nanoex veio para quebrar muitos paradigmas no que se refere ao tradicional perfilado: “Inventam-se materiais a todo momento mundo a fora. Porém, tenho certeza de que componentes como o Nanoex, que somam inovação, tecnologia e sustentabilidade, nascem para agregar muito valor aos produtos, assim como levam benefícios mais palpáveis aos consumidores”, conclui Fábio. ■



Nanoex é uma inovação marcante da Eko'7

QUANDO TECNOLOGIA E EFICIÊNCIA TRABALHAM JUNTAS, TUDO SE ENCAIXA.

A Aglutina traz ao mercado brasileiro mais de três décadas de liderança e desenvolvimento de resinas de poliuretano. Oferecendo, assim, matéria-prima para indústria de colchões, rolhas, bojos, pisos emborrachados, EPDM e reciclados de borracha. Entre em nosso site e conheça mais sobre nossa marca.

PRODUTOS PARA INDÚSTRIA DE COLCHÕES

- Colas para AG
- TDI
- POLIOL
- Copolímero
- Silicone
- Cloreto de metileno

A Aglutina oferece assistência técnica em todo território nacional para o desenvolvimento de soluções e acompanhamento de seus clientes.

AGLUTINA

(85) 3033.8130 | aglutina@aglutina.com.br



www.aglutina.com.br





LÁTEX, UM PRESENTE DA NATUREZA

A Latexco NV, com sede em Tielt, Bélgica, segue sua aposta no desenvolvimento de produtos para descanso que tenham em sua composição o látex natural.

Recentemente a empresa desenvolveu em sua linha Pulse, lâminas 100% látex natural, ou seja, o que já era considerada a melhor lâmina de látex produzida mundialmente, ficou melhor ainda, pois após testes realizados, foram registrados números que resultaram em maior elasticidade, mais resiliência, durabilidade e conforto.

O compromisso da empresa com a sustentabilidade e uso de recursos renováveis é antigo e fator motivador, pois o foco não foi só ampliar o uso do látex natural em seus produtos mas, também, atestar que em todos os processos produtivos esteja presente a filosofia de usar recursos que conservem o meio ambiente.

Nos últimos anos, a Latexco reduziu o consumo de energia em suas fábricas em mais de 50%, investindo em novas tecnologias e sustentando os esforços em racionalizar seu uso. Além disso, fez grandes investimentos na instalação de painéis solares gerando quase 100% de energia verde em suas instalações. Também temos uma das mais modernas instalações de reciclagem de águas residuais, que ao final do ciclo, são reutilizadas em 100%; e por último, temos nossa própria fábrica de reciclagem das aparas de látex provenientes da produção, as quais

se transformam em outros produtos para múltiplas áreas.

Anthony Wittich, diretor de vendas para a América Latina, afirmou: “Para garantir que nossos produtos ofereçam qualidades de conforto e durabilidade excepcionais, usamos somente látex natural de alta qualidade, proveniente de plantações selecionadas e controladas, que promovam o comércio justo. Em toda a nossa linha de colchões, lâminas e travesseiros já dispomos de produtos 100% látex natural, o que reforça nosso compromisso com a sustentabilidade e nos ajuda a buscar mercados que valorizam esse tipo de visão. Estamos atentos ao crescimento da “onda verde” no mundo inteiro já faz algum tempo e, mesmo assim, ampliamos esse foco com a adição da linha Pulse 100% natural. Isso nos dá a força necessária para seguir evoluindo e entregando aos clientes o que existe de melhor em termos de conforto e durabilidade, sem agredir o meio-ambiente.” ■



Fazemos parte do seu **dia a dia.**

Na construção de sua casa, no seu carro, móveis, eletrônicos, produtos de higiene pessoal, utensílios domésticos, em equipamentos médicos, calçados, em grandes obras de engenharia, como infraestrutura urbana e agroindustrial, em transportes coletivos e inúmeros outros.

Há **mais de cinco décadas** a FCC utiliza a ciência dos materiais para desenvolver tecnologias que ajudaram várias indústrias a aprimorarem os seu produtos.

Elastômeros
Termoplásticos

Vedantes

ADESIVOS
E COLAS

Argamassas
Poliméricas

Revestimentos
de superfícies

fcc

Encontre o produto certo para sua aplicação!

Entre em contato: 11 99837 6874



EM SINTONIA COM AS TENDÊNCIAS

Por ser uma empresa com presença global, a BekaertDeslee, que tem origem belga e atuação focada em tecidos de malhas e jacquard para colchões e travesseiros, se mantém em sintonia com as tendências mundiais. E as tendências vão além das cores e dos materiais empregados na produção dos tecidos. As mudanças no comportamento das pessoas e o modo como elas se relacionam com o sono são cuidadosamente analisados pelos times de desenvolvimento da empresa em suas unidades ao redor do globo, com contribuição efetiva da unidade brasileira.

A empresa está atenta, por exemplo, à tendência dos colchões na caixa (bed in a box), e fornece malhas com alto poder de descompressão, de forma que após desembalado o produto se reflita o mais rapidamente possível ao que o consumidor espera receber. Algumas empresas brasileiras já estão produzindo colchões em caixa e empresas internacionais estão ganhando espaço no mercado brasileiro. Este tipo de produto apresenta como vantagens a facilidade de transporte e armazenamento no ponto de venda (e-commerce, inclusive) e a facilidade que o consumidor tem de receber o produto em casa, desembalar e começar a usar. Esse tipo de solução também minimiza os problemas relacionados ao manuseio de colchões que possuem algum conteúdo rígido e as passagens estreitas em residências tipicamente reduzidas de grandes centros urbanos.

A tendência de cores também é analisada anualmente pela BekaertDeslee. Para 2021, segundo a WSGN – empresa líder em tendências, a cor do ano é a A.I Aqua, mas também destaca a Quiet Wave (verde tecnológico), o Oxy Fire (vermelho reativo), a Lemon Sherbet (amarelo conforto) e a Good Gray (cinza neutro). Sintonizada com estas tendências, a BekaertDeslee tem uma cartela de cores ampla, que já conta com tons claros de azul, bege, verde e cinza. E, para os mercados que apreciam cores mais forte, disponibiliza opções em vermelho e laranja.

Bege e cinza são cores que fazem parte do cotidiano da marca, que busca sempre produzir tecidos com mais cor e mais riqueza de detalhes. E, para atender o mercado nacional e internacional, a BekaertDeslee apresenta duas coleções anuais de malhas e jacquards, que acompanham tendências de cores, estilo e tecnologia.

Mas este ano observamos mudanças significativas no comportamento das pessoas. E algumas dessas mudanças nem foram por escolha, mas motivadas pela pandemia. Ao serem forçadas a ficarem reclusas, uma parcela da população passou a se preocupar mais com o bem-estar pessoal e comunitário. Neste sentido, elas querem produtos que não afetem o meio ambiente, mas que tenham as características que atendam a sua expectativa e melhoria do conforto em suas residências. E pensando nas pessoas que se preocupam com o bem estar comunitário, a BekaertDeslee desen-

volveu, muito antes da pandemia, a linha Seaqual™, que conta com tecidos produzidos com plásticos recolhidos do oceano por pescadores. Esse material é higienizado e processado para ser transformado em fios, o que beneficia não apenas os oceanos, mas também comunidades de pescadores de diferentes regiões do mundo.

Na linha de sustentabilidade também temos os tecidos de algodão orgânico, porque entendemos que a saúde se tornou o ponto de maior atenção para as pessoas. Realizam atividade física, mesmo que via internet, e se socializam através das mídias digitais.

E se a saúde é importante, a Bekaert-Deslee investiu na linha Vitalize®, com tecidos para colchão com a tecnologia de Infravermelho Distante (IFR). O fio de alta tecnologia é feito de fibras de poliéster, permanentemente ligadas a cristais minerais de cerâmica. Os tecidos da linha Vitalize® têm a capacidade de refletir os raios infravermelhos distantes para o corpo que os gerou. Por volta de 60% da energia desaparece através do aquecimento do nosso corpo. Vitalize® usa essa energia desprendida para estimular seu corpo, aumentando a oxigena-

ção e conseqüentemente e proporcionar bem-estar.

Temos também os tecidos com acabamento Purotex® que contém probióticos ativos nos tecidos para colchões e travesseiros, o Purotex® limpa permanentemente os tecidos de alergênicos garantindo um ambiente de sono fresco e limpo.

E nosso último lançamento, mais importante neste momento é o Virase®, que prova uma redução superior a 99% da atividade viral dentro de 2 horas na superfície de um tecido para colchão de nossa produção. E testes

recentes confirmaram que além de reduzir a atividade viral, também combate bactérias, mofo e ácaros do pó doméstico.

E como a casa é o lugar onde nos sentimos mais seguros, nosso colchão precisa estar em

ótimas condições para garantir um sono revigorante. E a BekaertDeslee entende que o colchão deve oferecer benefícios a saúde, e não ser apenas um lugar para dormir.

A Bekaert Deslee também enaltece que todas as suas ofertas são validadas com estudos independentes de entidades de credibilidade e certificações precisas nas condições às quais se aplicam tecidos usados no ambiente em que um colchão é utilizado. Um exemplo disso são algumas das soluções antivirais apresentadas no mercado, mas que não refletem as normas aplicáveis ao uso em ambiente em que se utiliza um colchão, um quarto, normalmente seco, daí a importância de fabricantes de tecidos estarem atentos sobre as comprovações e certificações aplicadas a cada solução. ■

Hoje com o aumento de tempo de permanência na residência trouxe a oportunidade de uma alimentação mais saudável e de melhor qualidade.





FERRAMENTAS BLU AJUDAM VAREJO E INDÚSTRIA

O ano começou com o esperado crescimento do PIB e o País mostrava traços de recuperação na economia. Para indústrias e varejistas, a expectativa era alta, e muitos faziam planos de expansão para seus negócios. Mas a chegada do Coronavírus e a declaração oficial da pandemia no início de março pegou todos de surpresa. Nunca ninguém pensou que o mundo mudaria tanto em poucos meses. Medidas foram adotadas para conter a transmissão do vírus e o comércio foi afetado de muitas maneiras. Vimos grandes empresas fechando as portas e reduzindo drasticamente seu quadro de funcionários, enquanto médias e pequenas companhias buscavam maneiras de se reinventar para continuar em atividade.

No setor de móveis e molchões o prejuízo foi significativo. As vendas sofreram grandes impactos, e muitos varejistas já não conseguiam continuar suas operações comerciais no começo da crise. Com o impacto no fluxo de caixa, a tendência natural foi de atrasos nos pagamentos a fornecedores, que, por sua vez, também estavam sem crédito para retomar as próprias compras e vendas.

Com a inadimplência batendo à porta e o processo de produção extremamente reduzido, o segmento precisou de medidas rápidas para quebrar esse ciclo e evitar o que poderia ser o mais longo período de recessão da história. Em meio a esse cenário de desafios e instabilidade, a Blu, empresa focada em soluções financeiras para lojistas e indústrias, lançou mão de um recurso simples e efetivo, que permitiu a retomada do segmento. Nós sabíamos que estávamos preparados para ajudar. Após oito anos atuando na garantia de transações entre lojistas, fornecedores e fomentando o desenvolvimento de diversos segmentos do varejo independente, a Blu mostrou expertise para destravar os gatilhos que propiciariam a retomada do crescimento no pós-crise.

Ações para retomada dos negócios

A restrição do comércio e o isolamento social também impactaram no fluxo de capital das empresas e na renda de milhares de brasileiros. Nesse cenário, o limite de crédito talvez tenha sido um dos principais agravantes da crise econômica. Para as vendas do varejo funcionar, o lojista precisa continuar comprando, a indústria vendendo e, no final das contas, o cliente consumindo. Qualquer alteração nesta tríade interfere diretamente no ciclo.

Mas, como manter a cadeia girando, já que os lojistas contavam com poucos recursos para investir na compra de novos produtos? Em meio a todas essas mudanças, nascia o Movimento Blu com Você. Percebemos que apenas se o ecossistema se unisse em torno do mesmo objetivo, teríamos chances. Procuramos nossa rede de fornecedores parceiros e, juntos, criamos as bases do movimento para reerguer o setor de móveis e colchões no país.

Por meio do Movimento Blu com Você, os parceiros se comprometeram a aceitar pedidos de clientes via solução Blu, mesmo existindo pagamentos anteriores em aberto. Além disso, todas as operações comerciais realizadas teriam 100% de garantia de recebimento.

E a Blu conseguiu engajar mais de 1000 indústrias de todo o Brasil. Para os lojistas, além da possibilidade de continuar comprando de seus fornecedores, o Blu com Você representa a maneira mais estratégica para ter mais fôlego no fluxo de caixa em um cenário de crédito tão escasso. A solução da Blu permite o uso do saldo de vendas parceladas em cartão de crédito para pagar fornecedores, sem taxa de antecipação ou qualquer outra. Na ponta do lápis, é uma economia que pode chegar a 15%, além do prazo estendido para o pagamento, que é concedido pelo

próprio fornecedor por meio da plataforma da própria Blu. A economia desses 15% acontece na modalidade de pagamento Antecipação Zero, pois não é preciso pagar taxas para antecipar os recebíveis para o pagamento de fornecedores.

Desde o começo do movimento, a Blu está com novas opções de pagamento. O boleto Blu, Pagamento à Vista e Antecipação Zero. Neste caso, é possível usar o saldo de vendas de cartão em até 12 vezes para fazer novas compras de mercadorias sem custo de antecipação. Já a opção de boleto é ideal para o lojista que precisa de mais prazo para efetuar pagamentos enquanto começa a gerar recebíveis.

As cobranças acontecem dentro dos prazos dos boletos negociados com os vendedores. Além disso, o varejista só precisará ter saldo disponível na conta na data de vencimento dos boletos — e o valor cobrado está alinhado ao

preço da tabela mais usada pelo fornecedor, incluindo o desconto do Movimento Blu com Você (caso o fornecedor esteja participando). Mas se o lojista tiver saldo na conta, é possível efetuar o pagamento à vista com desconto via plataforma Blu. Da mesma forma que acontece na modalidade via boleto, o valor cobrado terá os descontos aplicados, desde que o fornecedor seja parceiro do Movimento Blu com Você.

Mas os varejistas contam com outros benefícios, como fazer novos pedidos mesmo estando com pedidos em aberto, pois a Blu garante o recebimento do crédito ao fornecedor; novos pedidos podem ser feitos com condições especiais de pagamento e descontos dos

fornecedores parceiros; varejistas terão melhores prazos de pagamento; se algum fornecedor não estiver participando do Movimento Blu com Você, o lojista poderá indicá-lo. A Blu está negociando com todos os fornecedores do segmento de móveis e colchões.

Melhore a gestão financeira

Se o seu orçamento foi comprometido por algum motivo e você está com débitos com fornecedores, entre em contato e procure negociar prazos e valores. Com uma conversa clara e transparente, tenha certeza de que muitos estarão dispostos a conversar sobre as melhores soluções para ambos. A Blu pode ser uma boa

parceira neste aspecto.

Por meio da antecipação de recebíveis, o lojista consegue receber valores com data futura antes do prazo. Entretanto, não é interessante fazer dessa modalidade um hábito em uma loja. O ideal é

diminuir os custos com antecipação ou escolher opções que tenham taxas reduzidas.

A Blu oferece a opção de pagamento Antecipação Zero, em que o lojista pode usar o saldo de vendas parceladas em cartão de crédito na compra de estoque com seus fornecedores, sem pagamento de taxa de antecipação.

Por meio de softwares e aplicativos, é possível obter melhores condições de pagamentos e vendas, além de bons descontos com fornecedores. Eu realmente acredito que o Movimento Blu com Você e o app Blu Venda+ estão fazendo a diferença e agindo no cerne do problema dos nossos clientes. Juntos somos mais fortes. ■

Em meio a todas essas mudanças, nasceu o Movimento Blu com Você. Percebemos que apenas se o ecossistema se unisse em torno do mesmo objetivo, teríamos chances.



SOLUÇÃO IDEAL PARA O CLIENTE É PRIORIDADE

Fundada em 1962, a Killing S.A. Tintas e Adesivos já soma quase 60 anos de uma trajetória de sucesso que começou com Leopoldo Celestino Killing e sua visão empreendedora. Hoje, a empresa se divide entre duas marcas, Kisafix e Tintas Killing, compondo um portfólio de aproximadamente 2.500 itens entre tintas, vernizes, massas, texturas, adesivos, solventes, aditivos e produtos complementares. Além disso, a Killing possui quatro plantas fabris, em Novo Hamburgo/RS, Simões Filhos/BA, Buenos Aires, na Argentina, e Queretaro, no México.

Com a marca Kisafix, a Killing se faz presente nos setores da indústria calçadista, revendas moveleiras, indústria de colchões e estofados, indústria moveleira, entre outros. Atualmente, a marca é a líder no segmento de adesivos calçadista na América Latina. Tem em seu portfólio uma ampla linha com tecnologias base solvente, base água, hot melt, PUR, Instantâneos, em complementos como thinners, diluentes, entre outros produtos. Já a Tintas Killing está posicionada entre os maiores players do segmento de tinta do país, com o propósito de facilitar a vida das pessoas.

“Ouvir a demanda do cliente e, com isso, fazer com que a gente disponibilize a ele uma solução ideal às suas necessidades é nossa prioridade. A Tintas Killing tem um propósito muito claro, que é facilitar a vida das pessoas. Nisso, inclui-se nossos colaboradores de processos internos, altamente capacitados, nos quais investimos

e damos respaldo para que produzam sempre focados em inovação e tecnologia”, ressalta Milton José Killing, diretor-presidente da empresa. A Killing também se preocupa fortemente com a Responsabilidade Social, propondo e apoiando diversas ações na comunidade em que se insere. ■





TECNOLOGIA NACIONAL A SERVIÇO DO SETOR COLCHOEIRO

Quando se fala em molejos para colchões, as opções são variadas e a evolução aconteceu de forma acentuada nos últimos anos. Da tradicional mola Bonnel aos molejos com ajuste, cada cliente pode escolher o que melhor se adapta à sua necessidade. E a tecnologia empregada nestes molejos não vem apenas de fora. Aqui mesmo no Brasil tem empresas pensando e estudando as necessidades dos brasileiros e oferecendo molejos com tecnologia nacional.

A Alpha Motion, de Aparecida do Taboado (MS), atua com dois focos bem definidos: atender de forma ágil e personalizada seus clientes e ter capilaridade nacional. Por conta disso, o grupo mantém também a Brasil Molejos, na Paraíba, permitindo atender os clientes da região Nordeste com maior agilidade. Segundo o diretor da empresa, Antônio Serini, para se fazer um colchão personalizado, que atenda a necessidade de cada cliente, o molejo é um componente importante.

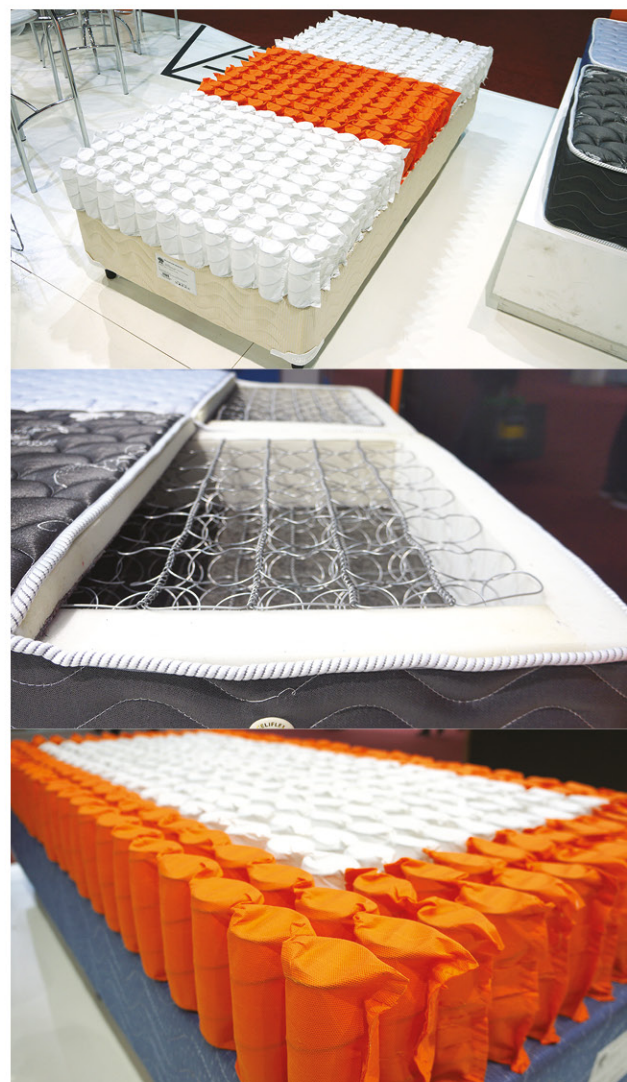
“Oferecemos vários tipos de molejos, como o fio Pró-Lastic, um sistema de molas entrelaçadas que permite a inserção de maior número de molas por m², além de geometria diferente das atuais encontradas no mercado”, destaca Serini.

Com base na demanda do mercado, a Alpha Motion também trabalha com os molejos ensacados com reforço lateral e molejo Tri-Zone. O primeiro conta com molas ensacadas individualmente e com alta resistência nas extremidades, laterais, peseira e cabeceira, proporcionando o efeito de colchão com borda de espuma, porém com a vantagem de utilizar mola, o que evita fadiga e deformação. Já o Molejo Tri-Zone possui diferentes zonas de suporte em pontos determinados e permite a fabricação de molejos para biotipos específicos, aumentando o suporte em pontos necessários, deixando a coluna na posição correta.

Serini faz questão de destacar que toda a tecnologia empregada na Alpha Motion é nacional.

“Além disso, a empresa atende de forma personalizada cada cliente, através do desenvolvimento de produtos exclusivos para necessidades específicas”, enfatiza.

E apesar do ano ter sido de desafios o Grupo Alpha Motion prepara novidades para o mercado colchoeiro a partir do início do próximo ano. ■



Molejo Fio Pró-Lastic (Fio Contínuo), molas ensacadas com reforço lateral e molejo Tri-zone, da Alpha Motion

**SE O COLCHÃO
TEM ESTE SELO,
PODE CONFIAR.**



2020 - MISSÃO CUMPRIDA, QUE VENHA 2021!

Missão de praticar o distanciamento, missão de refletir sobre condutas pessoais, profissionais e empresariais. Missão de praticar a resiliência, missão de se adaptar, missão de resignificar, missão de seguir em frente, com cuidado, com responsabilidade, com os pés no chão e os olhos mirando um futuro melhor.

2020 foi um ano de muito trabalho para toda a diretoria e comissões temáticas da Associação Brasileira da Indústria de Colchões - ABICOL, especialmente devido aos impactos decorrentes da pandemia. “Manter o equilíbrio diante de tantos desafios, surpresas e barreiras de todo tipo e ordem, enquanto se atravessa uma pandemia, só é possível com o envolvimento e dedicação de todos. Creio que estamos, no que nos compete, conseguindo lidar com o novo normal”, considera o presidente da entidade, Rogério Soares Coelho.

A ABICOL reformulou seus planos e refez sua agenda para adequar-se às condições impostas pela pandemia. Foram meses de estudos, elaboração de cartilhas e de protocolos. Por incrível que pareça, a associação conquistou mais produtividade nas comissões temáticas. O tempo, que antes era gasto pelos associados no deslocamento para reuniões presenciais, foi um aliado nas reuniões remotas e no desenvolvimento de projetos. Os encontros virtuais contaram com expressiva participação dos associados. “A ABICOL, no ano de 2021, priorizará as reuniões remotas, independente da eventual liberação e ou flexibilização das barreiras sanitárias. Ampliaremos as ações para envolver para envolver os gestores das empresas associadas oriundos das áreas vinculadas aos temas das comissões: Normas e Certificações, Combate à Fraude, Sustentabilidade, Legislação Tributária e Comunicação e Marketing”, destaca o primeiro vice-presidente da entidade, Rodrigo Melo.

INSUMOS E MATÉRIAS-PRIMAS

Neste ano de 2020, fatos nunca experimentados por praticamente todos os setores produtivos do mundo e, de modo assustador, pelo setor colchoeiro provocaram muita preocupação. Primeiro, interrupção compulsória das atividades dos setores não essenciais por conta da propagação do Coronavírus, depois, com o retorno gradativo das atividades, paradas provocadas por escassez de matérias-primas e de insumos. Aliás, convive-se com este aterrador cenário até hoje. Para o próximo ano a meta da associação é ampliar estudos sobre a dinâmica do fornecimento global das matérias-primas e insumos indispensáveis para a indústria colchoeira.

A pandemia mostrou o quanto é necessário o desenvolvimento de estruturas inteligentes, bem-articuladas e capazes de antever os cenários de abastecimento e prospectar alternativas. Os estudos por insumo e ou matérias-primas poderão suprir a entidade de dados e de informações a ponto de orientar estratégias de defesa do setor colchoeiro como, por exemplo, pleitos junto ao governo federal para revisão da estrutura tarifária brasileira. “Queremos que os associados reconheçam na ABICOL a principal e mais confiável fonte de informações do setor colchoeiro. Trabalharemos sem cessar para conquistar e mantermo-nos em tal posição”, declarou o presidente.



www.abicol.org



NORMAS, CERTIFICAÇÕES E COMBATE À FRAUDE

O ano de 2020 trouxe importantes modificações no cenário de normas e certificações. O novo modelo regulatório do Inmetro classificou o produto colchão como de risco leve e ou inexistente, dispensando-o de registro e de anuência para importação. Em que pese a certificação dos colchões continuar compulsória junto ao Inmetro, ainda há muito trabalho a ser feito, tanto na defesa por regulamentos mais claros e coesos (regulamentos dos colchões de espuma e colchões de molas) quanto no aperfeiçoamento das normas técnicas da ABNT voltadas para colchões. 2021 será o ano em que será concluída a unificação das normas ABNT para garantir a permanência de critérios que realmente representem os requisitos mínimos indispensáveis para que o consumidor possa usufruir de um produto com melhor qualidade e desempenho. Afinal de contas, o Artigo 39 do Código do Consumidor estabelece que produtos em desacordo com as Normas Técnicas não podem ser colocados no mercado pelos fabricantes nem pelos revendedores. “Em 2021 vamos defender essa causa e suprir o consumidor com os recursos necessários para extirpar do mercado fabricantes que insistem em práticas desleais que tanto lesam consumidores e mercado em geral”, disse Rogério Coelho.

SUSTENTABILIDADE

A impossibilidade de reuniões presenciais trouxe uma condição de maior produtividade da comissão de Sustentabilidade em 2020. Projetos como “Boas Práticas na Prevenção contra Incêndios”, “Assistência Técnica Compartilhada”, “Ciclo de Vida do Colchão” e “Economia Circular” foram beneficiados e tiveram significativos avanços. Os integrantes desta comissão estão inteiramente empenhados em desenvolver e disseminar conteúdos, boas práticas e ações que, de fato, representem a sustentabilidade da indústria colchoeira nacional, fortalecendo as relações com o mercado e com sociedade como um todo.

SELO ABICOL E QUALIFICAÇÃO DE FORNECEDORES

2020 também foi tempo de repensar os requisitos para concessão de uso do Selo Abicol. Em plena consolidação de seus critérios obrigatórios, o ano que passou reforçou a

importância que o Selo tem no sentido de orientar o consumidor de colchão quanto a melhor escolha entre a infinidade de opções de compra e também no reconhecimento de empresas que adotam, cumprem e respeitam os pilares de boas práticas estabelecidos pela ABICOL. 2021 marcará uma nova fase para o Selo, que contemplará, entre outras novidades, a qualificação de fornecedores da cadeia produtiva de colchões, que será feita por regional e será conduzida pelos respectivos vice-presidentes das regiões Sul, Sudeste, Centro-Oeste, Norte e Nordeste.

“A cada ano, a Associação Brasileira da Indústria de Colchões se torna cada vez mais forte e representativa”.

Rodrigo Melo, vice-presidente da associação afirma: “A voz do setor colchoeiro deve ser forte, coerente e vibrar em uníssono com todos os fabricantes de colchões que atuam de forma ética e responsável. O associativismo propicia isso cada vez que o associado se manifesta, participa e traz o interesse coletivo como prioridade. Contamos com isso”.

“Cumprimos a missão 2020, que foi um exercício pesado, mas que serviu para fortalecer os músculos deste sistema chamado associativismo. 2021, ano que a entidade completará 10 anos, será repleto de conquistas a serviço do setor colchoeiro nacional. Não há desafio capaz de impedir a nossa missão em busca do melhor, sempre o melhor”, finaliza o presidente da Abicol, Rogério Coelho.

ASSOCIADOS ABICOL

FABRICANTES: • Americanflex • Anjos Colchões • Apolospuma • Becflex • Biflex • Bom Pastor • Castor • CBP Brasil • Celiflex • Copespuma • Cristalflex • Ecoflex • Estofama • Eurosono • F.A. Colchões • Flex • Formato • Gazin Colchões • Hellen Colchões • Herval • Kappesberg • Líder Colchões • Luckspuma • Maxflex • MGA Moveleira • Montreal • Onix • Orbhes • Orthocri • Ortobom • Ortola • Passalacqua • Pelmex • Plumatex • Polar • Reconflex • Serflex • Simbal • Sleep Comfort • Tropical • Umaflex

FORNECEDORES: • Alpha Motion • Alutec • Basf • Bekaert Deslee • BLU • C&L • Covestro • Dow • Evoni • Flexível • Grupo Assuré • Grupo Isorecort • H.B. Fuller • Itabox • Killing Adesivos • Leggett & Platt • Momentive • Overseas • Purcom • Quachiotex • Starsprings • Univar Solutions • Wanhua





**ANUÁRIO**
COLCHÕES BRASIL 2021

www.anuariodecolchoes.com.br