

## A mágica no descanso

*Impregnados por muita engenharia, ciência e arte, os colchões serão cada vez mais reconhecidos como maravilhas tecnológicas*

*Por Satye Inatomi\**

“Qualquer tecnologia suficientemente avançada é equivalente à mágica”, disse o escritor inglês Arthur C. Clarke (1917-2008), famoso por suas obras de ficção científica. A sentença, primorosa, vale para os mais variados produtos do nosso dia a dia. Inclusive para os colchões. Com uma história fascinante, impregnada por muita engenharia, ciência e arte, eles sem dúvida constituem maravilhas tecnológicas. Essa magia nem sempre é reconhecida, mas isso está mudando.

Segundo historiadores, dormir sobre um suporte, e não diretamente no chão, é um hábito relativamente novo. Ele ganhou força cerca de 5 mil anos atrás, quando as pessoas passaram a empilhar ramos, palhas e folhas para se deitar. Os amontoados logo foram recobertos por peles de animais. Posteriormente, os romanos difundiram o repouso sobre grandes capas de tecido recheadas por lã, penas ou pelos de animais.

Na Idade Média, os enchimentos naturais, compactados, começaram a ser envolvidos por mantas de tecidos finos como o veludo e a seda. A Revolução Industrial abriu caminho para a criação dos estofados de algodão e dos colchões de molas. E o século 20, que começou embalado por novidades como os enchimentos de algodão comprimido e as molas ensacadas individualmente, trouxe a revolução dos plásticos e das espumas sintéticas. O mercado deu um salto incrível.

Hoje, a oferta de colchões é ampla e bastante diversificada. Só no Brasil existem mais de 460 fabricantes. A atividade cada vez mais adquire caráter científico, despertando nos consumidores a consciência de que o colchão não é um ônus, mas sim um recurso a serviço do bem-estar. É comprovada a relação entre um bom colchão e mais qualidade de vida. Uma noite bem dormida ajuda a aliviar o stress e a evitar quadros de depressão, ansiedade e insônia, os grandes males atuais.

O desafio do mercado é atender a um consumidor mais informado e crítico, especialmente por causa da internet. As marcas líderes têm investido alto em desenvolvimento e utilizado materiais sofisticados. O viscoelástico, originado de pesquisas para aplicações aeroespaciais, é um exemplo. Parte significativa dos brasileiros já ouviu falar na “espuma da NASA”. A população também vai assimilando jargões do setor como pillow top, molas ensacadas individualmente, king size...

A variedade de tamanhos, sistemas de molejo, densidades de espumas e tipos de revestimento faz com que os colchões atuais atendam a todos os gostos e necessidades. Não é raro encontrar modelos com propriedades hipoalergênicas, antiácido e antibacteriana. Certos exemplares oferecem benefícios ao sistema

circulatório e à pele. A nanotecnologia vem sendo empregada para atribuir funções terapêuticas ao produto, bem como fios de lingerie na composição do revestimento dos colchões. Incorporados às tramas dos tecidos, microfilamentos de carbono neutralizam a energia estática do corpo, proporcionando alívio do stress durante o repouso. Também já existem colchões com propriedades termorreguladoras, que proporcionam alívio nas noites mais quentes ou frias.

No varejo nacional, já existe até mesmo uma solução em acondicionamento a vácuo que possibilita ao consumidor comprar e levar na mesma hora para casa, no porta-malas de seu veículo, um colchão de molas enrolado. Quem imaginaria esse tipo de comodidade até pouco tempo atrás?

Toda essa “magia” precisa ser comunicada. O reaquecimento da economia renovará o interesse do brasileiro em trocar de colchão, trazendo mais chances de informá-lo sobre a importância de um upgrade e das tecnologias que já estão ao seu alcance. Ações de marketing, em todas as esferas e vertentes, poderão estimular aumentos de escala e consequentes reduções de custos. Os produtos de ponta ficarão acessíveis para um número cada vez maior de consumidores. Esse cenário certamente fará mais pessoas despertarem para os encantos dos colchões.

*\* Satye Inatomi é gerente de marketing da Flex do Brasil, fabricante de colchões e equipamentos de descanso de alto padrão das marcas Simmons, Flex e Epeda. A empresa é afiliada ao Flex Bedding Group, da Espanha, um dos maiores players mundiais do setor.*

## **Sobre o Grupo Flex**

A Flex do Brasil é uma empresa especializada na fabricação de colchões e comercializa as seguintes marcas: Simmons, Flex e Epeda. Membro do Flex Bedding Group, de origem espanhola, a Flex do Brasil iniciou suas atividades no país em 2000 e hoje possui fábrica em Limeira, interior do Estado de SP. O Flex Bedding Group opera em oito países com operação e fábrica próprias: EUA, Chile, Portugal, Espanha, Reino Unido, Brasil, Cuba e Canadá atendendo a grandes redes varejistas como Carrefour, Macy's, Bloomingdales, El Corte Inglés, Harrods, entre outros, além de atender também as maiores redes de hotéis no Brasil e no mundo. O grupo tem mais de 100 anos de história, é líder de vendas na Espanha e está entre os 10 maiores do mundo na fabricação de colchões, camas articuladas, edredons, travesseiros, roupas de cama e mobiliários para dormitórios. Entre os mais recentes investimentos da companhia está a aquisição da empresa canadense Marshall Mattress. Mais informações: [www.flexdobrasil.com.br](http://www.flexdobrasil.com.br)

## **Informações para Imprensa:**

### **2PRÓ Comunicação**

Teresa Silva - [teresa.silva@2pro.com.br](mailto:teresa.silva@2pro.com.br) | (11) 3030-9463

Carolina Mendes – [carolina.mendes@2pro.com.br](mailto:carolina.mendes@2pro.com.br) | (11) 3030-9436

Guilherme Kamio – [guilherme.kamio@2pro.com.br](mailto:guilherme.kamio@2pro.com.br) | (11) 3030-9403