

## EM PAUTA

# Volis aposta em novas tecnologias e na consolidação de franquias para expandir



VOLIS/DIVULGAÇÃO/JC

Marca de colchões, que pertence ao Grupo Herval, tem quase dois anos de atuação no varejo especializado no bem-estar do sono

## Automação é aposta para os próximos lançamentos

Marina Mugnol

marinam@jrcs.com.br

Com quase dois anos de atuação no varejo especializado em soluções para o bem-estar do sono, a Volis Colchões, marca que integra o Grupo Herval, de Dois Irmãos, acelera agora sua estratégia de crescimento.

A aposta está na consolidação de franquias, com uma loja já inaugurada em Xangri-Lá, no Litoral Norte, e com o plano de expansão gradual para outras regiões do País.

Ao mesmo tempo em que foca em ampliar sua presença no varejo, a marca também já pensa em novas tecnologias para os próximos produtos. De acordo com o coordenador de desenvolvimento do Grupo Herval, Ramon Lampert, os projetos ainda estão em fase de testes e homologação.

No entanto, a aposta para os próximos lançamentos, explica ele, está na automação, por meio

de camas inteligentes com acionamento eletrônico, comandos de voz, regulagem automática de posições e sistemas de massagem integrados. “Estamos estudando tecnologias que realmente agreguem conforto ao consumidor, mas o desenvolvimento de colchões exige uma série de validações técnicas e certificações antes do lançamento comercial, todo esse processo acaba sendo mais longo do que em outros segmentos”, explica.

Um dos principais produtos da Volis até o momento é o colchão Zart, lançado no final de 2025. O modelo incorpora o sistema Heat Way, tecnologia que promove aquecimento, ventilação e desumidificação do colchão. Segundo Lampert, a ideia surgiu a partir de uma demanda muito clara no Estado, onde o inverno é bastante rigoroso e o uso de lençóis térmicos é comum. “Percebemos que o consumidor precisava comprar vários produtos para obter conforto térmico. Nossa proposta foi entregar tudo em uma única solução”, afirma.

O coordenador salienta ainda que a tecnologia presente no

colchão não apenas aquece, mas também ventila, permitindo que ele seja utilizado tanto no inverno quanto no verão. “Ele ventila pelos canais internos presentes na espuma. Dessa forma, se você estiver em um ambiente a 23 graus, ele vai conduzir para dentro do colchão o ar do ambiente e, assim, também irá resfriá-lo, e não apenas aquecê-lo”, explica.

Além disso, a tecnologia integra um ciclo específico voltado ao controle de ácaros e outros agentes associados ao acúmulo de umidade. Quando acionado, o sistema promove a circulação de ar em alta temperatura por aproximadamente quatro horas, período definido com base em parâmetros técnicos para criar condições desfavoráveis à proliferação de microrganismos.

O colchão, comercializado a partir de R\$ 19 mil, é direcionado ao segmento premium. De acordo com Lampert, o público-alvo é formado principalmente por consumidores acima dos 30 anos, que já possuem residência consolidada e enxergam o colchão como um investimento em qualidade de vida. Além do consumi-

dor residencial, Lampert observa também o aumento da procura por hotéis, pousadas e cabanas, especialmente em destinos turísticos da Serra Gaúcha, onde a experiência de hospedagem tem se tornado um diferencial competitivo. “Hoje existe uma preocupação crescente em oferecer conforto completo ao hóspede. O colchão também faz parte dessa experiência”, comenta.

A ideia de oferecer o melhor ao cliente está diretamente ligada ao objetivo da marca: aproximar a indústria do consumidor final, suprimindo uma demanda de compreender melhor os hábitos e as necessidades dos compradores.

A primeira loja da Volis foi em Novo Hamburgo, em 2024, e, poucos meses depois, a inauguração de uma flagship em Porto Alegre escalou o sucesso da marca. Ainda assim, um dos principais desafios do segmento, continua sendo o de “transformar a compra de um colchão, normalmente esporádica, em uma decisão baseada na qualidade, na durabilidade e nos benefícios para a saúde”, explica José Agnelo Seger, presidente do Grupo Herval.

## Raio-X

- **Empresa:** Volis Colchões
- **Ano de fundação:** 2024
- **Cidade de origem:** Dois Irmãos
- **Área de atuação:** Indústria do sono e bem-estar
- **Principais produtos ou serviços:** Colchões, camas, bases, travesseiros e acessórios voltados ao conforto e à qualidade do descanso.
- **Diferenciais competitivos:** A integração entre a indústria, marca e varejo permite entregar mais valor ao consumidor, maior rentabilidade à rede e uma experiência de compra superior, com atendimento personalizado e consultivo, produtos com tecnologia de ponta, forte conhecimento de uma empresa de mais de 65 anos sobre ergonomia e sono.
- **Principais clientes ou segmentos:** O consumidor final é o principal foco, em qualquer momento de compra de colchão durante sua vida: no nascimento de seus filhos, no primeiro colchão de solteiro, casamento, pessoas que buscam maior qualidade no sono e de vida, público sênior e pessoas com necessidades específicas de ergonomia e saúde.
- **Principais valores e como eles se refletem na cultura organizacional:** Qualidade, inovação, atendimento ao cliente, responsabilidade social e ambiental, transparência e conscientização da importância do sono restaurador para o bem-estar e qualidade de vida.



GRUPO HERVAL/DIVULGAÇÃO/JC

“Ao criarmos a Volis Colchões, unimos a tradição e a solidez do Grupo Herval a uma visão contemporânea de sono, conforto, bem-estar e qualidade de vida”

**José Agnelo Seger,**  
Presidente do  
Grupo Herval