

Revista

news

Ano 19 - nº 127 - 2018

eletrolar

EDITORA
C&C

REVISTA DE NEGÓCIOS PARA A INDÚSTRIA E O VAREJO DE ELETROELETRÔNICOS, ELETRODOMÉSTICOS, CELULARES E TI



ESPECIAL NATAL



NOVOS PRODUTOS NOVOS NEGÓCIOS PARA O VAREJO



CAIXAS DE SOM, TELEVISORES, NOTEBOOKS E PORTÁTEIS.
ESSES PRODUTOS AUMENTAM O FATURAMENTO.



REFRIGERADORES

TECNOLOGIA ESTIMULA
A TROCA E ELEVA
O LUCRO

BLACK FRIDAY X NATAL

CADA DATA TEM
SUA VOCAÇÃO

BICICLETAS

VENDAS 10%
MAIORES
DO QUE EM 2017



GRUPO EdsonQueiroz



www.esmaltec.com.br





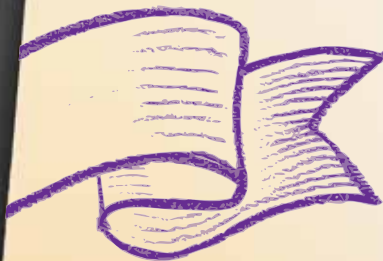
Para deixar a família
completa neste

Natal,

não pode faltar
os nossos fogões.

Torne os seus momentos em família ainda mais completos com a praticidade, sofisticação e design de nossos fogões. Nós temos a honra de nos fazer presentes em diversos lares brasileiros, compartilhando juntos momentos de amor, respeito e união.

**CONHEÇA O NOSSO FOGÃO COM MESA DE VIDRO:
SAFIRA GLASS - 4Q/5Q - BRANCO, PRETO E INOX.**



É BOM.
É MAIS.

Esmaltec
ELETRODOMÉSTICOS

CRIADO PRA



*A eficiência energética necessária para a classificação A++ é de 100 kWh/ano.
**Testado com maçã verde, alface, tomate e cogumelos, com refrigeração de 3 a 7 dias.

Os refrigeradores Panasonic são criados pra Ana, mas também pra você. Isso porque potencializam as vitaminas e mantêm o frescor dos alimentos. Ah, e também entendem o seu uso e rotina, economizando até 43% de energia nos modelos BT55 e BT51 e 27% no modelo BT50*.

www.panasonic.com/br

 [panasonic.br](https://www.facebook.com/panasonic.br)

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

Panasonic

nbs

Criado pra Ana viver
uma vida mais
saudável e econômica.



ECONAVI

vitamin
power

100

100th Anniversary

NESTE NATAL, SURPREENDA SEUS CLIENTES COM A NOVA BATEDEIRA PLANETÁRIA BRITÂNIA



500 W
POTÊNCIA



ACOMPANHA
BATEDORES PARA
MASSA LEVE, PESADA
E CLARAS EM NEVE



SISTEMA EXCLUSIVO
QUE NÃO DEIXA
GRUDAR A MASSA
NAS LATERAIS

FAZ CLARA
E NEVE EM
UM MINUTO

MOVIMENTO
PLANETÁRIO
MISTURA A
MASSA DE FORMA
HOMOGÊNEA

TAMBÉM
NAS CORES



www.britania.com.br

Imagens meramente ilustrativas. Em virtude de constantes aperfeiçoamentos em sua linha de produtos, a Britânia reserva-se o direito de proceder, sem aviso prévio, às modificações técnicas que julgar convenientes.

NOVO LIQUIDIFICADOR BLQ1400: EFICIÊNCIA E POTÊNCIA EM UM PRESENTE IDEAL PARA ESTE NATAL

**TECNOLOGIA
PRO MAXX6**
6 LÂMINAS COM
ALTÍSSIMO PODER
DE TRITURAÇÃO

**11
VELOCIDADES
+ TURBO**

**COPO COM
CAPACIDADE
TOTAL PARA
3,2 LITROS**

**1400 W
POTÊNCIA**



**TAMBÉM
NAS CORES**



DESDE 1956

BRITANIA

Em uma marca, todas as soluções

NESTE NATAL FAÇA A FESTA COM A NOVA
LINHA DE ÁUDIO PHILCO EXTREME

Philco *EXTREME*

SPEAKER PBS04BT



SPEAKER PBS16BT



SPEAKER PBS40BT



SPEAKER PBS50



CAIXA ACÚSTICA PCX5500



SPEAKER PBS200BT



CAIXA ACÚSTICA PCX4000



www.philco.com.br

Imagens meramente ilustrativas. Em virtude de constantes aperfeiçoamentos em sua linha de produtos, a Philco reserva-se o direito de proceder, sem aviso prévio, às modificações técnicas que julgar convenientes.

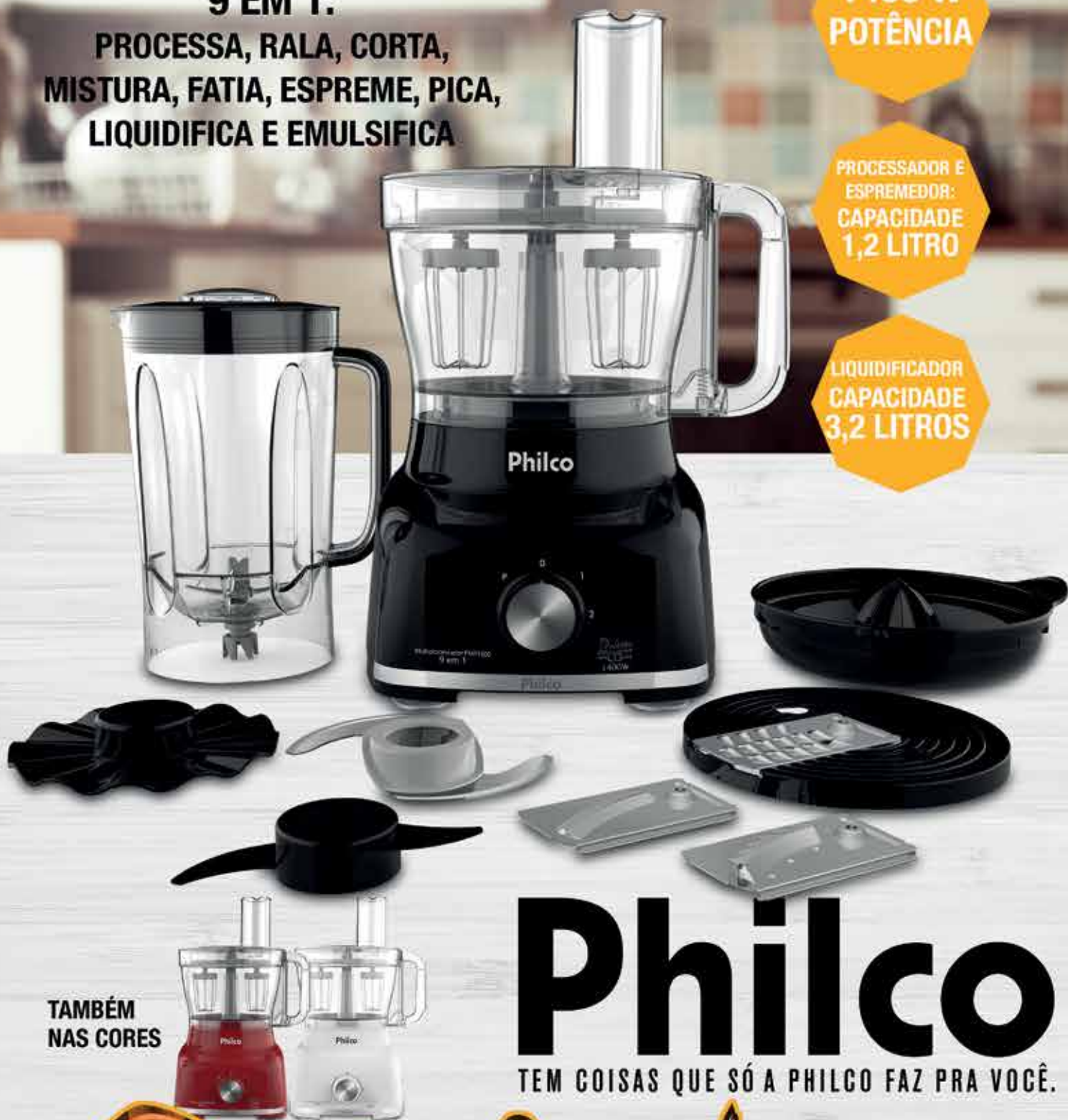
MAIS PRATICIDADE NAS RECEITAS NATALINAS COM O NOVO PROCESSADOR PMP600

9 EM 1:
PROCESSA, RALA, CORTA,
MISTURA, FATIA, ESPREME, PICA,
LIQUIDIFICA E EMULSIFICA

**1400 W
POTÊNCIA**

**PROCESSADOR E
ESPRESSOR:
CAPACIDADE
1,2 LITRO**

**LIQUIDIFICADOR
CAPACIDADE
3,2 LITROS**



**TAMBÉM
NAS CORES**

Philco

TEM COISAS QUE SÓ A PHILCO FAZ PRA VOCÊ.





*A Mondial valoriza e agradece
aos seus clientes pela parceria em 2018.*






MONDIAL

ELETRDOMÉSTICOS





*E deseja um novo ano
de muitas realizações e sucesso.*





Boas Festas
MONDIAL
 ELETRODOMÉSTICOS





pág.

64

BICICLETAS

Vendas 10% maiores do que em 2017

EDITORIAL	14	PORTÁTEIS COLORIDOS Cores quebram sobriedade dos ambientes	54	DOSSIÊ - Televisores	78
ELETROLAR SHOW 2019 ..	16	VITRINE PORTÁTEIS COLORIDOS	60	FEIRAS E EVENTOS Global Source	82
NOTEBOOKS Produtos têm grande apelo nas datas especiais	22	EMPRESA - NKS	63	ARTIGOS Eletros	84
CAIXAS DE SOM Campeãs de vendas no 1º semestre	36	BICICLETAS Vendas 10% maiores do que em 2017	64	Suframa	86
REFRIGERADORES Tecnologia estimula a troca e eleva o lucro	44	ENTREVISTA: ALBERTO SERRENTINO Black Friday e Natal têm vocação diferente	74	FecomercioSP	87
				Abrasa	88
				MOVIMENTO	89
				MERCADO	90
				LANÇAMENTOS	92



Se encantar é:
Fazer o primeiro
almoço na casa nova

groove

NOVA LINHA ATLAS ENCANTO GLASS

Design, praticidade e o encanto da linha de fogões que vai aquecer ainda mais as suas vendas.



Trepes de **Ferro Fundido**



Timer Digital



Queimador **Tripla Chama***



Mesa de **Vidro Temperado**

CAPACIDADE DOS FORNOS

5 queimadores: **100 Litros**

4 queimadores: **60 Litros**



SAC: 0800.707.1696 Venda Direta: 0800.643.6076

atlas.ind.br

/ataseletrrodomesticos

@ataseletrrodomesticos

/ataseletrrodomesticos

Especificações técnicas e design do produto podem sofrer mudanças sem aviso prévio. Fotos meramente ilustrativas.
*Somente na versão Glass de 5 queimadores. **Conforme manual de garantia.



A matéria de capa desta edição traz produtos que podem contribuir para o segmento de eletroeletrônicos ter um grande Natal. As caixas de som, por exemplo, foram campeãs de vendas de janeiro a agosto deste ano, com aumento de 51% na comercialização de unidades sobre o mesmo período de 2017. A elas, se seguiram televisores, que venderam mais 24%, notebooks (+ 6,8%), eletroportáteis (+ 4,7%) e refrigeradores (+ 0,8%), conforme dados da GfK.

Entre as categorias de boa performance em 2018 e que ganham força com a chegada do verão, está a de bicicletas, que vem registrando vendas anuais de 2,5 milhões de unidades. É um mercado em transição, com grande parte da produção concentrada no Polo Industrial de Manaus (AM), que aposta em crescimento de 10% nas vendas, consequência dos novos hábitos da população, que incluem a utilização desses produtos no transporte urbano.

Principal data de vendas do ano, o Natal sempre gera negócios, pois ocorre em um período favorável, quando há mais dinheiro em circulação com o pagamento do 13º salário. Bons resultados, porém, são obtidos à custa de um rigoroso planejamento, porque a data vem depois da Black Friday, embora ambas tenham vocações diferentes, e o dinheiro adicional pode ir para a quitação de dívidas. Sobre o assunto, ouvimos o especialista em varejo Alberto Serrentino.

Uma grande oportunidade de ampliar os negócios e abrir novos canais de venda chegará em 2019, durante a 14ª Eletrolar Show, com os três eventos que serão realizados em paralelo à feira: Latin American Electronics International Trade Show, que abre possibilidades de exportação às empresas brasileiras; Bazaar Home Show, de utensílios domésticos diferenciados; e Latin American Mobile Electronics, com as mais recentes tecnologias e inovações em produtos móveis.

Bons negócios!
Carlos Clur

EXPEDIENTE - ANO 19 - Nº 127

Diretor-executivo - Carlos Clur

Diretor - Mariano Botindari

Diretora Comercial - Cidinha Cabral

Editora-chefe - Leda Cavalcanti (Jorn. resp. - MTb. 10.567) - leda@editoracec.com.br

Chefe de Redação - Neusa Japiassu - redacao@editoracec.com.br

Revisoras - Abigail Cardoso e Maria Inês Caravaggi

Direção de Arte: Luiz Gustavo Silvano

Fotografia - Roberto Assem e Studio Thiago Henrique

Gerente de Marketing Internacional - Roberta Zogbi

Marketing e Assinaturas - Tatiana Lopes

Publicidade - Claudia Clur, Nivaldo Salgado, Ricardo Kühn,

Simone Aguiar, Cintia Araujo e Eliana Cesario

Gerente Operacional - Marcus Ferrari

Eletrolar News é uma publicação da C&C Comercial do Brasil Ltda.

Rua Luigi Galvani, 42 - 5º andar

CEP 04575-020 - São Paulo - SP

Tel: (55 11) 3035 1030

Fax: (55 11) 3035 1034

www.editoracec.com.br info@editoracec.com.br

Editora C&C - Argentina

Av. Córdoba, 5.869, 1º A

(C1414BBE) CABA

Tels. (54 11) 4773-5656 / 7371 / 8737

www.editoracyc.com.ar info@editoracyc.com.ar

ELETROLAR NEWS é uma revista de negócios para a indústria

e o varejo de eletroeletrônicos, eletrodomésticos, celulares e TI.

As matérias, marcas, produtos, ilustrações e preços têm caráter exclusivo de informação e sua publicação não implica compromisso ou responsabilidade.

ELETROLAR NEWS não recebe remuneração pelas informações que publica. Os editores não se responsabilizam pela opinião dos entrevistados, ou pelo conteúdo das matérias recebidas por meio da assessoria das empresas citadas. A reprodução total ou parcial das matérias só será permitida após prévia autorização da editora.



Oster®

Viva. Sinta. Desfrute

Referência em eletroportáteis
com **design e performance** para
atender seus clientes mais exigentes.




Oster®, dos Estados Unidos para o mundo há mais de 90 anos



Diversos produtos com a qualidade Oster®, que complementam as ofertas da sua loja.

 [FACEBOOK.COM/OSTERBRASIL/](https://www.facebook.com/OSTERBRASIL/)

 [OSTERBRASIL](https://www.instagram.com/OSTERBRASIL/)

 [OSTER BRASIL](https://www.youtube.com/OSTERBRASIL/)

QUATRO EM UMA

Uma oportunidade única de ampliar os negócios e abrir novos canais de venda está na realização conjunta da 14ª Eletrolar Show, da Latin American Electronics, da Bazaar Home Show e da Latin American Mobile Electronics, em julho de 2019, em São Paulo.



A feira que gera negócios e é, reconhecidamente, a melhor plataforma de lançamentos para o segundo semestre caminha para a sua 14ª edição, com a adesão, desde já, de importantes empresas, estimuladas pelos resultados obtidos nas edições anteriores. Entre os expositores confirmados para a feira de 2019 estão Caloi, Mondial Eletrodomésticos, Multilaser, Semp TCL, Alfacomex, Frahm, I2GO, Baseus, Mox Dotcell, Knup, Aukey, Gedaite e XTrad.

Marcada para o período de 29 de julho a 1º de agosto de 2019, no Transamerica Expo Center, em São Paulo, a feira receberá compradores que decidem por 30 mil pontos de venda em todo o Brasil. “Ela é mais prestigiada a cada ano porque oferece maior visibilidade às empresas, aos produtos e marcas, aproxima a indústria e o varejo, motiva a formação de parcerias e abre novas perspectivas de negócios”, diz Carlos Clur, presidente do Grupo Eletrolar, organizador da feira.

Com o conceito B2B, a Eletrolar Show é o evento mais adequado para fabricantes, varejistas, distribuidores, importadores e exportadores obterem retorno muito positivo. O investimento vale a pena. Este ano, a feira gerou cerca de R\$ 2 bilhões em negócios, recebeu profissionais de compras de todas as regiões brasileiras e da América do Sul, e foi pauta de todos os veículos de comunicação.

EXPOSITORES

A produtividade da Eletrolar Show fideliza as empresas. A Mondial Eletrodomésticos, expositora em todas as edições, é uma delas. Este ano, na feira, lançou 49 produtos, incluindo o ventilador com oito pás. A Multilaser, que em 2018 expôs 3 mil produtos, entre eles o aspirador robô, vai participar pela décima vez. A Semp TCL, que este ano mostrou televisores da família QLED X6 e portáteis, vai à feira pela terceira vez. Importadora e distribuidora, a Alfacomex participa pelo oitavo ano, com novidades da marca própria Geonav, como fez em 2018.

Há 57 anos no mercado de áudio, a Frahm irá expor pela oitava vez. Este ano, apre-

sentou caixas multiúso e amplificadas portáteis. A Knup vai expor pelo quinto ano suas linhas de acessórios para informática, games, som e multimídia. A I2GO, que em 2018 apresentou a bateria portátil de 20.000 mAh da linha Pro, estará na feira pela tercei-

Marcada para o período de 29 de julho a 1º de agosto de 2019, no Transamerica Expo Center, em São Paulo, a 14ª Eletrolar Show receberá compradores que decidem por 30 mil pontos de venda em todo o Brasil.

ra vez. A Mox Dotcell, por sua vez, que em 2018 expôs aparelho de som 5 em 1 e som para automóvel, vai participar pelo sétimo ano. Representada no Brasil pela Dapon, a



Fotos: Arquivo



Com o conceito B2B, a Eletrolar Show é o evento mais adequado para fabricantes, varejistas, distribuidores, importadores e exportadores obterem retorno muito positivo.

Baseus irá para a feira pela terceira vez, em 2019. Este ano, expôs acessórios para computadores, smartphones e tablets.

A Caloi estará na feira pela sétima vez, em 2019. Este ano, a empresa apostou no segmento de bicicletas com aro 29, como a Schwinn Nevada, para o público feminino, e Mojave, para o masculino. O Aukey International Group, com 15 unidades de negócios, vai expor pelo quarto ano. Em 2018, mostrou produtos da Naipo, Aicok e da marca própria Aukey. A Gedaitte, que estreou em 2018, volta em 2019, com acessórios, como capas para smartphones. E a

XTrad, que desenvolve produtos premium nas categorias de cabos, carregadores e fones de ouvido, lançados este ano na feira, será expositora pela terceira vez.

EM PARALELO

Três grandes eventos serão realizados em 2019, em paralelo à Eletrolar Show. Em sua quinta edição, a Latin American Electronics International Trade Show abre oportunidades para as empresas brasileiras que querem exportar seus produtos. A Bazaar Home Show vai apresentar utensílios domésticos diferenciados, voltados, principalmente, ao mundo gourmet, e a Latin American Mobile Electronics trará as mais recentes tecnologias e inovações nas categorias de produtos móveis. ■■



LATIN AMERICAN ELECTRONICS
International Trade Show

BAZAAR HOME SHOW

LATIN AMERICAN MOBILE ELECTRONICS



Carlos Clur,
presidente do Grupo Eletrolar,
organizador da feira



Fotos: Arquivo

PRESENÇA DE COMPRADORES REGIONAIS PATROCINADOS

COM PASSAGEM E HOSPEDAGEM PAGAS PELO GRUPO ELETROLAR

COMPRADORES QUE REPRESENTAM A FORÇA DE MAIS DE 30 MIL PONTOS DE VENDA NO PAÍS



Norte



Nordeste



Centro-Oeste



Sul



Sudeste



Outros países da América do Sul

VISITANTES **29 MIL** DURANTE OS **4 DIAS** DE EVENTO

PERFIL - PÚBLICO VISITANTE #ES2018



PROPRIETÁRIOS / PRESIDENTES / CEOS - 9%

COMPRADORES / GERENTES - 43%

DIRETORES - 16%

EXECUTIVOS DE VENDAS - 15%

SUPERVISORES / ASSISTENTES - 15%

IMPRENSA - 2%

VAREJO - 44%

DISTRIBUIDOR - 28%

INDÚSTRIA - 8%

ATACADO - 5%

HOME CENTERS - 5%

LOJAS DE DEPARTAMENTO - 5%

E-COMMERCE - 3%

MERCADO CORPORATIVO - 2%



A MAIOR FEIRA DE NEGÓCIOS DA AMÉRICA LATINA
ENTRE A INDÚSTRIA E O VAREJO DE ELETROELETRÔNICOS,
ELETRODOMÉSTICOS, CELULARES, TI E UD.

azulmidia.com.br



**LATIN
AMERICAN
ELECTRONICS**
International Trade Show



#ES2019

**29 DE JULHO A
01 DE AGOSTO DE 2019**

13h às 21h - Transamerica Expo Center
São Paulo - SP - Brasil

10 MIL 700 29 MIL
PRODUTOS MARCAS VISITANTES

COMERCIAL:

11 3035 1030
comercial@gruportrolar.com.br
www.eletrolarshow.com.br

EVENTOS PARALELOS:

**BAZAAR
HOME SHOW**

**LATIN
AMERICAN
MOBILE
ELECTRONICS**

Entrada exclusiva para empresas e profissionais do setor, devidamente identificados. Permitida a entrada somente para maiores de 18 anos.
Importante: Por ser uma feira de negócios, não é permitida a entrada de pessoas sem camiseta e/ou trajando short, bermuda, chinelo ou regata.

ORGANIZAÇÃO
Grupo
eletrolar

REALIZAÇÃO
azuloplay
Feiras e Eventos

MÍDIA PARTNER
Revista
eletrolar

APOIO INSTITUCIONAL
ABRADISTI **Anrasa**

abree
SOLUÇÕES

ELETROS

SEBRAE

SEBRAE

SEBRAE

CIA. AÉREA
**LATAM
AIRLINES**



EFICIENTES A TODA PROVA

Os notebooks não fizeram nem 40 anos e estão mais inteligentes a cada dia. Com a idade, diminuíram de peso, ganharam leveza, potência, bateria mais duradoura e tecnologias sofisticadas. São produtos que têm tudo para render bons dividendos ao varejo neste Natal.

por **Leda Cavalcanti**



A categoria atravessa um bom momento. Desde o início de 2018, obtém resultados positivos de vendas, situação que pode melhorar muito neste final de ano à medida que o varejo receber os consumidores que terão no

Datas sazonais rendem bons negócios, principalmente as do segundo semestre. Mesmo assim, de janeiro a agosto de 2018, as vendas de notebooks cresceram 6,8% em unidades e 11,3% em faturamento ante o mesmo período de 2017, mostra estudo da GfK.

bolso a ajuda do 13º salário. A indústria aposta no histórico dos produtos e no dinheiro adicional. "Notebooks são os bens de consumo de maior desejo entre os bra-

sileiros e, assim, um ótimo investimento para o 13º salário", afirma Adriano Barros, gerente de produtos da Acer.

No mercado de eletrônicos, o período do Natal é tradicionalmente propício para a venda de equipamentos novos porque aumenta o dinheiro em circulação, e a tecnologia mais atual atrai o consumidor. "Os notebooks, por serem versáteis e fazerem parte do cotidiano moderno, têm um apelo grande nas principais datas. Permitem ao usuário trabalhar melhor, estudar mais e até mesmo ter mais diversão", diz Raquel Martins Braga, gerente de marketing de produto para consumidor final da Dell Brasil.

Datas sazonais rendem bons negócios, principalmente as do segundo semestre, conta Cinthya Regina Ermoso Correia, gerente de produtos e procurement da Positivo Tecnologia,



Fotos: Divulgação

que considera os notes a opção mais prática e versátil para quem está em movimento. “As vendas no final do ano são sempre maiores do que nos primeiros meses por conta das promoções da época.” De janeiro a agosto, mostra estudo da GfK, as vendas de notebooks cresceram 6,8% em unidades e 11,3% em faturamento ante o mesmo período de 2017.

LEVES E POTENTES

Há 37 anos, quando o mundo conheceu o notebook, ele pesava 12 kg. A evolução da tecnologia diminuiu o peso e somou atributos. “Enxergamos uma tendência real por modelos finos, leves e com configuração potente. O usuário também busca uma tela incrível, pois gosta de usar o notebook para assistir a filmes e séries. Outro aspecto levado em consideração é a autonomia suficiente para aguentar horas longe da tomada”, diz Sandra Chen, diretora da divisão de notebooks da Samsung, que vê com entusiasmo a tendência de alta das vendas no mercado nacional. “Certamente, a maior oferta de produtos que entregam inovação, recursos exclusivos e configurações robustas garante maior interesse por parte dos consumidores”, acrescenta.

A Lenovo tem investido em notebooks focados na produtividade. “Atentos às tendências do mercado global, lançamos um modelo com o conceito de fino e leve, levando ao mercado intermediário especificações inéditas”, conta Luiz Sakuma, gerente sênior de produtos. “Acreditamos que o mercado terá uma demanda por produtos cada vez mais potentes, com placas gráficas, e mais finos, sem bordas na tela”, diz Henrique Costa, gerente de produtos da Asus, que também confia em vendas mais altas neste Natal do que no ano passado. “O volume do mercado será de 8% a 20% maior que o de 2017.”

Mobilidade é uma tendência cada vez mais forte, incluindo tudo o que a favorece, ressalta Fernando Nogueira, gerente de produto da Multilaser. “O produto precisa ser leve, fino, de transporte fácil e ter bateria com boa autonomia. Para diminuir o peso do note e melhorar sua velocidade, tem se



adotado cada vez mais armazenamento do tipo eMMC/SSD (memória flash). Isso torna o produto mais rápido e, combinado à conexão com a internet, favorece o uso de nuvem para armazenamento.”

Os notebooks, aparelhos reconhecidamente desejados pelos consumidores, têm histórico positivo de vendas e, neste final de ano, podem elevar o faturamento do varejo com a ajuda do 13º salário.

MAIS INTELIGENTES

A categoria de notebooks tem evoluído em ritmo acelerado, e as tendências são os formatos mais compactos e finos, reforça Raquel, da Dell Brasil. “A busca do consumidor por produtos portáteis demanda design inovador, como o de tela infinita, em que o display do equipamento apresenta bordas



Fotos: Divulgação

extremamente reduzidas, o que resulta em um perfil com medidas ultracompactas e uma maior imersão no conteúdo. Eles também têm sido cada vez mais utilizados para o consumo de conteúdo multimídia.”

A indústria tem opções para diversos perfis de público, com funcionalidades para quem vai trabalhar no equipamento, para quem procura diversão e para os que querem apenas navegar na internet.

Os notebooks tendem a ser mais inteligentes, diz Cinthya Regina, da Positivo Tecnologia. “Vão aliar portabilidade e conectividade com outros dispositivos, como relógios de pulso e eletrodomésticos. Suas funções serão cada vez mais úteis no dia a dia das pessoas e terão capacidade de armazenar dados pessoais,

como alertar um idoso sobre a hora de tomar um remédio. Devem ultrapassar os limites da máquina como um dispositivo para tarefas específicas e se tornar uma espécie de secretária, com recursos de assistentes de voz e com conexão a diversos objetos graças à internet das coisas.”

Outra tendência são os notebooks gamers, diz Adriano, da Acer. “O mercado de games é imenso, temos 47% de market share (dados de julho) no Brasil, segundo a GfK. O País tinha 66,3 milhões de jogadores em 2017, que movimentaram os negócios, gerando em torno de US\$ 1,3 bilhão, segundo levantamento da Newzoo, divulgado este ano. A expectativa é que em 2018 serão 75,7 milhões de gamers, que devem gerar US\$ 1,5 bilhão em negócios. Esses jogadores necessitam de equipamentos com alto desempenho, potência, versatilidade, sistema de refrigeração adequado e design agressivo.”

NOTEBOOKS PARA O NATAL

ACER

Seu notebook Predator Triton 700 é potente para games ou programas que exigem alto desempenho. Tem visual preto e azul, tela de 15,6" IPS Full HD de 120Hz, corpo de alumínio, com 18,9 mm de espessura, placa de vídeo com tecnologia NVIDIA® GeForce® GTX 1080 com 8 GB GDDR5, processador Intel® Core™ i7 HQ de 7ª geração, com 32 GB de memória DDR4 e 512 GB SSD de armazenamento e duas ventoinhas Aeroblade 3D com lâminas em metal, com entrada superiores e inferiores. O teclado retroiluminado RGB conta com as tecnologias de áudio Dolby Atmos® e Acer TrueHarmony™.

Outro equipamento, o Aspire 5, modelo A515-41G-1480, tem padrão de wireless 802.11ac, memória de 8 GB, armazenamento de 1 TB, tela LED de 15,6" HD, Bluetooth 4.0, dobradiça 180°, porta USB 3.0 tipo-C e teclado

tipo chiclete, com touchpad grande. A placa dedicada AMD Radeon RX 540 com 2 GB GDDR5 garante alta resolução para vídeos e jogos. Seus diferenciais são as portas USB 3.0 energizada, que carrega dispositivos com o note desligado ou em modo de repouso, e USB 3.1 Tipo-C, para transferência de dados até 10 vezes mais rápida.



Fotos: Divulgação

Adriano Barros,
gerente de produtos
da Acer



Notebook Predator Triton 700



Aspire 5 – modelo A515-41G-1480

ASUS

Um note com o peso e a portabilidade de um ultrabook. Assim é o ASUS VivoBook 15, com Windows 10 e processador Intel® Core™ i5 ou i7 de 7ª geração, com 4 GB ou 8 GB de RAM DDR4, além de opções com placa de vídeo dedicada. Pesa 1,7 kg e tem corpo de 19,4 mm, borda de 7,8 mm na tela NanoEdge de 15,6", antirreflexiva HD (nos modelos sem acelerador gráfico) e Full HD (nos com GPU nVidia), e bateria de longa duração. Tem cartão Wi-Fi a/b/g/n/ac de duas bandas e duas antenas e Bluetooth V4.1. Possui acabamento em círculos concêntricos nas cores cinza a vermelho.

A empresa oferece, também, os notebooks ASUS VivoBook Max, projetados para uma experiência multimídia imersiva. Têm tela de 15,6" e pesam 1,9 kg. São equipados com processador Intel® Core™ i3

de 6ª geração ou Intel® Celeron™ Quad-Core, com o sistema de áudio exclusivo SonicMaster, que incorpora a tecnologia ICEpower®. Contam com a tecnologia SuperBatt, que entrega até 700 ciclos de recarga, e a tecla chiclete com tamanho natural, que proporciona mais conforto na digitação. Estão disponíveis em duas cores, preto com prata e branco.



Foto: Roberto Assere

Henrique Costa,
gerente de produtos
da Asus



ASUS VivoBook 15



**ASUS
VivoBook
Max**

DELL

Com tela infinita de 14" e design ultracompacto e ultrafino, o Inspiron 14 7000, em alumínio escovado, nas cores prata ou dourada, vem com as tecnologias Dell Cinema (otimiza recursos de vídeo) e Dell Mobile Connect (integra o smartphone do usuário com o notebook). A série tem tela com tecnologia IPS, resolução Full HD e recurso Dell True Color. Todos os modelos contam com a 8ª geração de processadores Intel Core e placa de vídeo NVIDIA GeForce MX150 de 4 GB GDDR5, o que permite utilizar o equipamento em tarefas como edição de fotos e vídeo, além de jogos.

Mais um note, o Inspiron 15 5000 é o primeiro da categoria no Brasil com configurações equipadas com o acelerador de sistemas Intel Optane Memory, tecnologia com componentes em hardware e software que estabelece uma ponte

entre a memória do sistema e o armazenamento para aumentar o desempenho do computador. Tem tela de 15", resolução Full HD, acabamento externo metálico premium e alta conectividade, incluindo o novo padrão USB Type C 3.1 e conexão Ethernet. Está disponível em opções com a 8ª geração de processador Intel Core, até 16 GB de memória e placas de vídeo dedicadas.



Raquel Martins Braga,
gerente de marketing de
produto para consumidor final
da Dell Brasil



Inspiron 14 7000



Inspiron 15 5000

LENOVO

Recentemente, o portfólio da empresa recebeu dois novos produtos: o Ideapad 330S, um notebook ultrafino, que inova no mercado de PCs intermediários com sua tela infinita antirreflexo, e o Legion Y530, que traz um perfil de gamer diferenciado para os que gostam de jogar e também precisam de uma máquina com forte desempenho, minimalista e leve para o dia a dia. O Ideapad 330S conta com processador Intel Core i5 ou i76, de 8ª geração, armazenamento de 1 TB, até 8 GB de memória RAM e tela de 14" ou 15", com até 1,8 kg.

O Lenovo Legion Y530 foi projetado com base em uma pesquisa de mercado que apontou as necessidades dos gamers e de usuários que buscam configurações potentes para a diversão e, ao mesmo tempo, querem um equipamento com design sofisticado e de alto

desempenho para uso diário. Tem funcionalidades associadas aos conceitos de mobilidade e carregamento rápido de bateria, que são fundamentais para os consumidores. Dispõe de tela infinita de 15,6" e placa de vídeo NVIDIA GeForce GTX 1050, com 4 GB dedicados GDDR5. Pesa 2,3 kg.



Luiz Sakuma,
gerente sênior de produtos
da Lenovo



Ideapad 330S



Lenovo Legion Y530

DAKO/ors

Inovação, cor e sabor

Reinventamos nosso design para você levar mais cor e sabor aos lares brasileiros. Inspirada, alegre e criativa, a nova linha de fogões Dakolors vai garantir vendas mais incríveis do que você imagina.



groove



Cadastre-se no site:
dako.com.br

DAKO

Ainda
melhor.

MULTILASER

A marca destaca três notebooks para este final de ano: Legacy Cloud, Legacy Professional e o Legacy Air, todos muito finos e leves, com resposta e conexão rápidas à internet e armazenamento de alta performance. Abrem planilhas, arquivos e programas com alta responsividade, mas cada um traz suas particularidades.

O notebook Legacy Air tem tela de 13.3", com resolução Full HD para imagens mais nítidas e rápida conexão à internet. Cabe em um envelope e, apesar de sua espessura fina, conta com acabamento metalizado e uma superbateria. O Legacy Cloud possui ângulo de abertura de 180°, o que facilita a visualização, tela de 14.1", processador Intel Quad-Core e bateria de alta duração.

Mais um equipamento, o Legacy Professional tem tela de 14,1",

resolução Full HD e sistema operacional Windows 10 Pro, com todos os recursos do Windows 10 Home mais as funcionalidades empresariais de criptografia, login remoto e criação de máquinas virtuais. Com esses produtos e mais os modelos M8W e o conversível com touch screen M11W, a empresa espera ter volume de vendas 25% acima da sua média.



Fernando Nogueira,
gerente de produto
da Multilaser



Legacy Air



Legacy Cloud

POSITIVO TECNOLOGIA

Nas cores prata, vermelho e preto, com acabamento emborrachado, o notebook Positivo Motion Q232A pesa 1,4 kg, tem espessura de 18 mm e vem com 2 GB memória RAM. Sua bateria de 10.000 mAh tem autonomia para seis horas de uso. Possui tela de 14" com bordas mais finas, chamadas de narrow frames, para melhor aproveitamento da área de display. O aparelho conta com teclas individuais que dão mais conforto, touchpad de 5" ergonômico e grande e capacidade interna de 32 GB com possibilidade de expandi-la em mais 64 GB via cartão SD.

Mais um aparelho, o Positivo DUO Q432A, em prata, é um notebook híbrido, projetado para facilitar a vida de quem precisa transportá-lo com frequência. Tem 18,2 mm de espessura, cabe em bolsas ou mochilas e pesa 1,1 kg, o que o caracteriza como o mais

leve da categoria. Possui design moderno e compacto e tela de 11,6" narrow frame conversível 360°, sensível ao toque. Essa tecnologia permite que uma tela de 15,6" se encaixe em um notebook de 14". Os dois produtos vêm habilitados ao Positivo Nuvem. Com esta plataforma, os usuários têm mais 64 GB de armazenamento em nuvem gratuito por um ano.



**Cinthya Regina Ermoso
Correia,** gerente de produtos
e procurement da Positivo
Tecnologia



**Positivo
Motion
Q232A**



**Positivo
DUO Q432A**






Faz melhor por você

Pioneira em trazer para o Brasil uma linha de produtos coloridos para a cozinha a **Cadence** leva, além de cor, mais beleza para os lares brasileiros desde 2013. Não deixe de oferecer os produtos desta linha super elogiada pelos consumidores.



Conheça toda a linha Cadence Colors!
Veja em cadence.com.br

 /CadenceBrasil  /cadence_brasil  Cadence Brasil

SAMSUNG

O Odyssey Z, novo notebook gamer da marca, tem um sistema de refrigeração que garante o controle da temperatura, evitando o sobreaquecimento. O hardware de gerenciamento térmico Z AeroFlow é responsável por acelerar a condução do calor gerado pela GPU e pela CPU por meio do sistema de refrigeração e espalhar o ar frio sobre os componentes internos do notebook. Conta com chip gráfico NVIDIA® GTX 1060, 24 GB de memória RAM, sistema de armazenamento com 512 GB de SSD NVMe e processador Intel Core i7 de 8ª geração de seis núcleos. Pesa 2,4 kg e tem espessura de 17,9 mm.

Notebook premium da marca, o Style S51 Pen tem a caneta S Pen, para atividades de desenho e pintura. A caneta tem ponta de 0,7 mm de espessura, reconhece até 4.096 níveis de pressão e é projetada para uso imediato, visto que funciona

independentemente do nível de bateria do computador (ela não necessita de bateria). A tela LED Full HD de 13.3" detecta quando a ponta da caneta está inclinada sobre a superfície do display, garantindo letras e pinturas mais naturais e realistas. Pesa aproximadamente 995 g e tem processador Intel® Core™ i7 Quad-Core, Windows 10 Home, 8 GB, 256 GB de SSD.



Sandra Chen,
diretora da divisão de
notebooks da Samsung



Odyssey Z



Style S51 Pen





AOS 10 ANOS,
ASSINOU COM O SANTOS.

AOS 15,
FOI ARTILHEIRO DE TUDO
O QUE DISPUTOU.

AOS 17,
FOI CONTRATADO
PELO MAIOR
TIME ESPANHOL.

SUPERTELA
COM BORDA INFINITA.

CÂMERA DUPLA
120° PARA SELFIE.

DESBLOQUEIO
DIGITAL E FACIAL.

SEMP TCL

SEMP.TCL.COM.BR

VOCÊ
NÃO PENSOU QUE ESSE
CRAQUE FOSSE O
RODRYGO GOES.



NEM
QUE ESSE
**SMARTPHONE
FOSSE UM TCL.**



O NOVO PODE
SER SURPREENDENTE.



The Creative Life

NATAL COM MÚSICA

As caixas acústicas “sobem o som”, e o Natal promete aumentar o volume do segmento.

por Neusa Japiassu



A categoria de caixas de som promete bons negócios ao varejo nos últimos meses do ano, tanto pelo crescimento no consumo como pela demanda que ocorre nesse período, com a sonorização de grandes festas para receber Papai Noel e comemorar a virada do ano. Novas tecnologias incorporadas ao portfólio de grandes marcas aguçam o desejo do consumidor.

O segmento está em alta. Levantamento da empresa de pesquisas GfK mostra que as vendas de caixas de som cresceram 51% em unidades e 71,2% em valores, de janeiro a agosto deste ano em comparação com o mesmo período de 2017, com destaque para as caixas com Bluetooth. É a tecnologia aumentando o volume das vendas.

A aceitação dos produtos é um estímulo às empresas. Fundada há 57 anos e a primeira fabricante brasileira de caixas amplificadas (em 1969), a Frahm garante que o som está no seu DNA. “Estamos sempre atentos às novas tecnologias e formas de ouvir música. Por isso, nossas caixas de som foram as primeiras a receber conexões como Bluetooth e USB. Para nós, o mercado de caixas de som não é um momento, mas nossa paixão”, diz o diretor comercial, Dirceu Kniess.

TENDÊNCIAS

Os produtos seguem o gosto do consumidor. “Isso inclui caixas com cores mais modernas e demanda crescente das que são à prova d’água”, conta Luciano Sasso, diretor de vendas e marketing de consumer audio da Harman America do Sul, que detém a marca JBL. No momento, seu maior investimento é para os assistentes de voz, como o Google Assistente, que já começam a ser incorporados às caixas de som da marca, ampliando a experiência de áudio.

Itens coloridos são uma tendência, acrescenta Wesley Cruz, supervisor de desenvolvimento de produtos de linha marrom da Philco. “Vemos essa tendên-

cia especialmente na linha de speakers, aparelhos que acompanham o lifestyle do usuário e vêm ganhando cada vez mais espaço entre os consumidores, principalmente os mais jovens.”

As luzes de LED e a maior potência também ganham espaço no mercado do consumo, afirma Tyago M. Berbel, gerente nacional de vendas da Lenoxx. “Essas caixas levam ao consumidor a sensação da festa completa. Mas também temos linhas portáteis, sem iluminação, que priorizam o tamanho reduzido, a conectividade e a qualidade sonora.”

PREFERÊNCIAS

Além da iluminação de LED, a preferência atual é por sistemas que integram diversas mídias de áudio através de Bluetooth,





Dirceu Knies,
diretor comercial
da Frahm



Luciano Sasso,
diretor de vendas e marketing
de consumer audio da Harman
América do Sul, que detém a
marca JBL



Wesley Cruz, supervisor
de desenvolvimento de
produtos de linha marrom
da Philco



Tyago M. Berbel,
gerente nacional de
vendas da Lenoxx

Fotos: Divulgação

USB ou cartão de memória, diz Marcelo Palacios, diretor-geral da Someco. "O consumidor procura portabilidade, e a Novik, nossa marca, tem produtos com bateria recarregável de alta autonomia, inclusive nas caixas acústicas de médio e grande porte."

O mercado está dividido em caixas portáteis, duplas e speaker Bluetooth, relata Bruno Machado, gerente nacio-

coloridas, com potência maior e mais chamativas, conta o supervisor de vendas da Sumay, Marcio do Nascimento Godinho. "Os mais velhos preferem caixas que não chamam tanta atenção. Por isso, os LEDs dos nossos produtos têm a opção liga/desliga."

BOAS DATAS

Resultados positivos nas vendas são esperados pelo setor nos últimos meses do ano. "Hoje, as pessoas curtem música no celular, via aplicativo, e em formato digital. Mas quando querem mais potência buscam as caixas de som devido à facilidade de transporte, bateria, conexões e luz de LED. Estamos preparados para ter um ótimo período de Black Friday e Natal", diz Tyago, da Lenoxx.

A mesma opinião é compartilhada por Dirceu, da Frahm. "O Natal, para nós, é sempre um momento de bons negócios, e cada vez é maior a procura por produtos pequenos e com um bom som. Isso tem sido um desafio para a indústria, mas caixas cada vez menores e com mais som e conectividade é o que o consumidor busca."

nal de vendas da TRC. "Vemos uma demanda crescente na linha de caixas retrôs, jukeboxes e clássicas. Mas o maior desafio é entregar ao consumidor produtos completos, fáceis de manusear e com conectividade. Essa é a nossa essência."

Como caixa de som também segue a moda, os mais jovens optam pelas

O consumidor quer produtos diferenciados, de alta qualidade, que

As vendas de caixas de som cresceram 51% em unidades e 71,2% em valores, de janeiro a agosto deste ano em comparação com o mesmo período de 2017, com destaque para as caixas com Bluetooth, mostra levantamento da empresa de pesquisas GfK.



Marcelo Palacios,
diretor-geral da Someco



Bruno Machado,
gerente nacional de vendas
da TRC



**Marcio do Nascimento
Godinho,** supervisor de
vendas da Sumay

Cores, luzes de LED e sistemas que integram diversas mídias estão em alta no mercado.

acompanham o seu estilo de vida, diz Wesley, da Philco. "O mercado de caixas de som está em expansão e tem terreno fértil para crescimento, seja em volume seja em valor. Por isso, temos ótimas perspectivas em relação ao aumento de nosso market share no segmento."

FUTURO

O mercado está aquecido e deverá triplicar de tamanho nos próximos dois anos, diz Bruno, da TRC. "Na categoria de áudio, a caixa acústica é a única novidade. As outras linhas caem expressivamente. Portanto, o foco ainda estará direcionado às caixas de som. Mesmo com um cenário econômico difícil no País, nossa expectativa para este final de ano é crescer três dígitos em relação a 2017." Marcio, da Sumay, também acredita em crescimento. "Investimos na qualidade e estamos com o estoque preparado para suprir as necessidades dos nossos clientes."

Nos últimos anos, isso é fato, mudou drasticamente a forma de ouvir música, o consumidor está menos disposto a pagar por ela, mas não reduziu a quantidade que ouve, muito ao contrário, comenta Marcelo, da Someco. "O mercado brasileiro atravessa uma crise profunda, principalmente como consequência de fatores políticos, e isso afeta a confiança do consumidor e a sua capacidade para adquirir bens duráveis. Mas estamos muito confiantes na recuperação gradativa da capacidade de consumo da população com a posse de um novo governo."

O crescimento do setor, por outro lado, tem atraído a atenção de falsificadores e prejudicado boa parte dos consumidores, trazendo sérios riscos à saúde e à segurança. Com uma série de ações no País, a Harman alerta sobre a aquisição de caixas de som portáteis e fones de ouvido que tentam imitar os originais da marca, diz Luciano. "A partir dessas ações e das parcerias que firmamos ou reforçamos com grandes magazines que comercializam nossos produtos em lojas físicas e na internet, temos a expectativa de aumentar as vendas."

SOM NAS VITRINES

FRAHM



Enjoy – Acabamento amadeirado, painel com impressão digital, knob emborrachado e display digital com LED branco. Disponível em três modelos: FIT (100 W RMS), Easy (150 W RMS) e Expert (200 W RMS). Também com app Frahm Connect.



Chroma – Caixa de som com 100 W RMS e conexões Bluetooth, USB, SD card, rádio FM, entradas para microfone e violão. Disponível em seis cores. Vem com aplicativo gratuito, Frahm Connect, para controlar funções da caixa na palma da mão.



Linha SoundBox – SB 215, SB One e SB Two possuem como diferencial a conexão USB e um radiador passivo, que proporciona graves mais intensos. A SB One e Two têm a tecnologia Frahm Wireless Connect, que permite a conexão de duas caixas, sem fio.

JBL



GO 2 – Linha de Smart Audio, caixa de som moderna, com novas cores e à prova d'água.



JBL CLIP 3 – Terceira geração da caixa de som portátil, vem com mosquetão. Tem capacidade para até 10 horas de reprodução e é à prova d'água.



Party Box – O lançamento mais esperado da marca é uma potente caixa de som portátil, com iluminação, entrada para guitarra e microfone.

LENOXX



CA340 – Caixa amplificadora com 280 W de potência RMS, display digital, 1 woofer de 12" + 1 tweeter, entradas para microfone, guitarra/violão, USB e auxiliar. Tem função karaokê e conexão Bluetooth. É bivolt. Vem com alça e rodas para o transporte.



CA303 – Caixa amplificadora com 50 W de potência RMS, display digital, rádio FM, conexão USB, entrada micro SD, auxiliar e bateria interna. Tem função para gravação de voz e microfone com fio.



Fotos: Divulgação

BT503 – Speaker compacto com 20 W de potência RMS, função MP3, entradas USB e micro SD. Tem bateria interna recarregável, conexão Bluetooth e LEDs coloridos.

PHILCO



PCX9000 – Caixa acústica com funções Flash Lights, diferentes modos de iluminação, e EX BASS, que aumenta a qualidade do som dos graves com um clique. Tem conexão Bluetooth, entrada USB, auxiliar, subwoofer 6,5", display digital com backlight azul, rodinhas e alças para facilitar a mobilidade.



PCX15000 – Caixa acústica com 1.500 W RMS, com funções Flash Lights e EX BASS. Possui conexão Bluetooth, entrada USB e para cartão SD e cabo AUX, para reprodução de músicas através de outro aparelho. Subwoofer 12", display digital com backlight. É portátil, com rodinhas e alças.

SOMEÇO



Impact-3 – Sistema de áudio com woofer de 12", 2 tweeters de 3" e potência de 1.200 W RMS. Tem iluminação rítmica, conexão Bluetooth, entradas USB e SD card e rádio FM. Bateria de lithium recarregável com autonomia de até 6 horas. Alças e rodas para o transporte.

Twister 4 – Áudio system compacto com 300 W RMS de potência, Bluetooth, entradas USB e SD card, tela LED, iluminação rítmica, bateria recarregável com autonomia de até 5 horas, rádio FM, entrada para microfone e função de gravação. Vem com controle remoto e microfone com cabo.



Fotos: Divulgação

Earthquake – Potência de 2.700 W RMS, 2 woofers de 12" e 2 tweeters de 3". Possui função Auto DJ e Crossfader DJ, conectividade Bluetooth, entradas USB e SD card, tela LED, rádio FM, iluminação rítmica e bateria de lithium recarregável com autonomia de até 6 horas. Alças e rodas para o transporte.

SUMAY



Caixa Thunder – Amplificada, com potência de 400 W. Vem com bateria recarregável de 800 mAh, com duração de até 6 horas e microfone sem fio. É compatível com Bluetooth, USB, auxiliar, rádio FM e cartão SD/TF.



Gallon – Caixa amplificada, pequena e leve, pesa 1.1 kg. Tem 300 W de potência e é compatível com Bluetooth, USB, auxiliar, rádio FM e cartão SD/TF. Possui entrada para microfone.

TRC



TRC 389 – Caixa dupla com 650 W de potência e conexão Bluetooth. Tem entradas USB e cartão, microfone com e sem fio, rádio FM e iluminação em LED. Vem com controle remoto.



TRC 358N – Caixa portátil com 350 W de potência. Tem conexão Bluetooth, rádio FM, entrada USB e cartão SD. Vem com bateria interna, um microfone e entrada para guitarra. Produto com rodinhas e alça para facilitar a mobilidade.

international
**home +
housewares
show** | 2019

IHA
INTERNATIONAL HOUSEWARES ASSOCIATION™
the home authority

Participar da feira é um investimento que garante retorno em todos os aspectos, pois é possível realizar negócios com as melhores marcas do segmento houseware, uma feira que traz inovação e tendências de mercado, a estrutura é excelente e extremamente organizada, o ciclo de palestras é outro diferencial, são esses apenas alguns diferenciais que nos fazem entender a importância de participar a cada ano da feira.

**2 a 5 de março
Chicago, EUA**

Informações sobre a feira e pré-credenciamento
grátis online: www.housewares.org

Priscila Francisca Ramalho
Gerente de Negócios, Segmento Casa
Grupo Angeloni

MAKE A
Smart MOVE

Para mais informação podem também contatar nosso representante para o Housewares Show no Brasil:
Alex Pinheiro, Monchy Lacroix, Tel: +55 11 95431 6634, alex@monchylacroix.com

EM CONSTANTE EVOLUÇÃO

Presente na grande maioria das casas brasileiras, o refrigerador incorpora novas tecnologias e funcionalidades.

por **Maria Inês Caravaggi**



De meados do século 19, quando uma fábrica australiana de cervejas criou a primeira geladeira de que se tem notícia, aos dias de hoje, o refrigerador construiu uma história de constante evolução, tornando-se o mais importante produto da linha branca, com quase 40% do faturamento da categoria, segundo dados da empresa de pesquisas GfK.

A cada ano, formam-se mais de 1,5 milhão de novos domicílios no País, que representam um mercado potencial para os refrigeradores, sem contar o mercado de reposição. “Ainda existem muitos equipamentos antigos, com tecnologia obsoleta e alto consumo de energia. Esses produtos vêm sendo substituídos por outros mais eficazes”, lembra Marcelo Pinto, gerente nacional comercial da Esmaltec.

As empresas vêm observando um aumento nas vendas. “Devido à crise, o mercado ficou retraído durante quase três anos, o que ocasionou uma demanda reprimida que, aos poucos, está retornando ao nível normal”, analisa Sergei Epof, diretor de marketing da Panasonic.

O crescimento ainda é modesto, segundo dados da GfK: 0,8% em unidades de janeiro a agosto de 2018, quando comparado ao mesmo período do ano anterior. Em faturamento, os números são mais expressivos: 11,7% nesses oito meses. A estimativa para o final do ano é otimista, embalada pelas projeções feitas pela Eletros de um aumento de 10% a 15% no volume de vendas de eletrodomésticos.

UM PRODUTO PARA CADA PERFIL

Os fabricantes vêm investindo numa ampla variedade de produtos para atender os mais diversos perfis de consumidor. “O refrigerador tem de se adaptar ao consumidor, não o contrário”, define Ilan Kibrit, gerente de refrigeradores da divisão de Digital Appliance da Samsung. A empresa oferece opções para quem tem casa grande, para os que contam com pouco espaço, para famílias numerosas, para aquelas em que as pessoas ficam mais tempo em casa, para os que moram sozinhos. “Lançamos, por exemplo, modelos com profundidades menores, para passar pelas portas dos apartamentos”, exemplifica.

Tecnologia, flexibilidade e economia de energia são atributos cada vez mais valorizados nos refrigeradores. Os novos modelos permitem, por exemplo, programar a temperatura dos vários compartimentos, controlar a umidade e monitorar o funcionamento do aparelho.

O refrigerador é o mais importante produto da linha branca, com quase 40% do faturamento da categoria, segundo dados da empresa de pesquisas GfK.





Renata Dirickson, gerente de categoria da Electrolux



Marcelo Pinto, gerente nacional comercial da Esmaltec



Kati Dias, gerente-executiva de Linha Branca da LG



Sergei Epof, diretor de marketing da Panasonic



Ilan Kibrit, gerente de refrigeradores da divisão de Digital Appliance da Samsung

A cada ano, formam-se mais de 1,5 milhão de novos domicílios no País, que representam um mercado potencial para os refrigeradores.

de forma remota. “O segmento possui espaço para novas aquisições. É nesse momento que os produtos com tecnologia embutida, design e conectividade se destacam”, afirma Kati Dias, gerente-executiva de Linha Branca da LG.

“O consumidor, hoje, busca produtos tecnológicos, inovadores, sofisticados e, principalmente, que tragam benefícios reais para sua vida – um produto pensado para a saúde, o bem-estar, que utiliza a tecnologia para oferecer ferramentas que otimizam o tempo e tornam as atividades mais fáceis”, acrescenta Renata Dirickson, gerente de categoria da Electrolux. “O consumidor busca produtos inteligentes, que ajudem no dia a dia, com benefícios que ele possa entender na prática”, completa Ilan.

O design e as cores também são fatores de atração. “O refrigerador deixou de ser apenas um eletrodoméstico de conservação de

alimentos e bebidas, se tornou também um item de decoração com recursos que ajudam na economia de energia e no aumento da vida útil dos produtos”, observa Marcelo. Para Renata, a casa expressa as aspirações do consumidor e reflete o estilo de vida que ele quer mostrar. “É uma maneira de demonstrar seu status, seu conhecimento, seu gosto”, resume.

Confira a seguir os modelos que os principais fabricantes vão oferecer neste final de ano.

Fotos: Divulgação



ELECTROLUX

Para este final de ano, a Electrolux destaca o refrigerador Multidoor Platinum. Com quatro portas e capacidade de 540 litros, oferece espaço e flexibilidade para o armazenamento de diferentes tipos de alimentos, de variados tamanhos e formatos. Conta, por exemplo, com a gaveta Flexispace Control Fully: é o consumidor que escolhe a que se destina esse compartimento, de acordo com sua necessidade, podendo usá-lo como freezer ou como refrigerador.

O Multidoor Platinum tem funções exclusivas como a Tastelock, um compartimento interno, com gaxetas de vedação e controle automático de umidade sealed crisper, que mantém frutas e vegetais frescos por mais tempo. Outros diferenciais desse modelo são as funções Tasteguard, que reduz drasticamente odores e preserva o sabor individual dos alimentos, e Drink Express, que gela bebidas rapidamente. Todas as funções são facilmente selecionadas de forma intuitiva no painel blue touch.

Mais: o sistema frost free poupa o trabalho de desligar e descongelar o refrigerador para remover o excesso de gelo. “Tudo foi projetado para quem deseja um eletrodoméstico moderno, elegante e cheio de funcionalidades para deixar o cotidiano mais prático”, afirma Renata Dirickson, gerente de categoria da Electrolux.



**Refrigerador DM90X,
o Multidoor Platinum**

ESMALTEC

Com três opções, a linha Inox de refrigeradores da Esmaltec ganha destaque neste Natal. Um dos apelos principais é a economia no consumo de energia. Todos os modelos contam com etiqueta do Inmetro e Selo Procel, com classificação A em eficiência energética.

O RCD38 Inox tem duas portas, 306 litros de capacidade total, com um freezer de 69 litros. O modelo RCD34 Inox, também com duas portas, tem capacidade total de 276 litros, com um freezer de 55 litros. A terceira opção é o ROC35 Inox, com apenas uma porta, capacidade total de 259 litros e congelador de 27 litros. Esse último modelo vem com gaveta de resfriamento rápido e com porta-latas.

“Toda a linha Inox tem iluminação lateral, prateleiras internas removíveis e reguláveis, pés niveladores para facilitar a limpeza e puxadores ergonômicos”, explica Marcelo Pinto, gerente nacional comercial da Esmaltec.

**Opções da linha inox de
refrigeradores Esmaltec**



Fotos: Divulgação

Novos tempos!
Surpreenda-se.

MILANO
by **NKS**



ML-18

ML-2800

ML-825

ML-900

ML-976



PK-3500



AC-128



AC-149


EXCELLENCE
by **NKS**

LG

Suas apostas para as vendas de fim de ano são os refrigeradores LG Monarch InstaView™ Door-in-Door e o LG New Lancaster InstaView™ Door-in-Door. Ambos contam com a inovadora tecnologia InstaView™, que permite a rápida visualização do interior da geladeira com apenas dois toques: o mecanismo deixa transparente a parte externa da porta, feita de vidro, e acende uma luz por 10 segundos. Isso ajuda a economizar energia e tempo, prolongando a validade dos alimentos e mantendo-os mais frescos.

O exclusivo sistema InstaView™ dá fácil acesso aos alimentos preferidos e diminui a perda de ar frio em até 41%. Com capacidade de 601 litros, o produto é econômico e silencioso, graças a seu compressor Linear Inverter™. Mantém, ainda, o ar purificado, dispondo do filtro Hygiene Fresh+™, que elimina até 99,9% das bactérias.

Outro diferencial dos refrigeradores é a tecnologia LG SmartThinQ, que permite monitorar e operar de forma remota o funcionamento do eletrodoméstico, controlando o consumo de energia e a temperatura. Com o aplicativo, é possível programar para fazer gelo ou receber notificações quando a porta do refrigerador está aberta. “Tudo isso proporciona a maior conveniência e praticidade para o consumidor conectado”, ressalta Kati Dias, gerente-executiva de linha branca da LG.

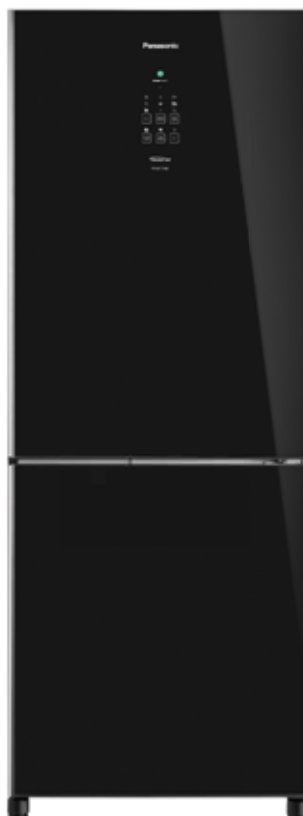


**LG New Lancaster
InstaView™**

PANASONIC

A empresa aposta, neste final de ano, no refrigerador BB53 Black Glass. Tem 425 litros de capacidade e um design sofisticado, com porta de vidro temperado e painel easy touch. “Dispõe da tecnologia Inverter, que proporciona uma economia de energia de até 36%”, informa Sergei Epof, diretor de marketing da Panasonic.

O modelo vem com a exclusiva ECONAVI, que monitora o uso do produto e também contribui para reduzir o consumo de energia. Outra tecnologia exclusiva é a Climate Control, que conserva frutas e verduras por mais tempo, além da Vitamin Power, que, segundo a empresa, potencializa as vitaminas C e D de frutas e verduras.



**Refrigerador BB53
Black Glass**

enjoy

FRAHM

CURTA O MELHOR DA
MÚSICA COM A LINHA
MAIS SOFISTICADA
DA FRAHM



FRAHM CONNECT

Baixe o aplicativo FRAHM CONNECT e controle as funções da caixa no seu smartphone ou tablet



Bluetooth



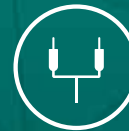
USB



Rádio FM



SD Card



Auxiliar



Controle Remoto
c/ Troca de Pastas



Microfone



Bivolt Automático
90V / 240V



Violão e
Guitarra



Teclado

SAMSUNG

Oferece extenso portfólio de refrigeradores. Uma das linhas que mais vendem é a de modelo dúplex, com uma porta em cima e outra embaixo, com capacidades que vão de 384 litros, com freezer de 89 litros, até 528 litros, com freezer de 125 litros. Todos os modelos dessa linha têm a tecnologia Twin Cooling Plus: são dois sistemas de refrigeração, o ar frio do freezer não se mistura com o ar frio do refrigerador. “Com essa tecnologia, temos até 70% de umidade na parte do refrigerador, fazendo com que os alimentos durem mais”, ressalta Ilan Kibrit, gerente de refrigeradores da divisão de Digital Appliance da Samsung.

A linha tem cinco modos de funcionamento: o dia a dia, com o freezer em cima e o refrigerador embaixo; o econômico, com o freezer desligado e a geladeira funcionando; o férias, com apenas o freezer ligado; o festa, com os dois compartimentos funcionando como refrigerador; e o frigobar, desligando a parte maior e transformando o compartimento do freezer em geladeira. A maior parte das opções dessa linha é em inox. Só o modelo de 453 litros tem, também, a versão em branco e a black edition, lançada este ano, em preto.

Outra linha da Samsung, a French Door tem produtos com duas portas em cima e uma gaveta embaixo, com capacidades que vão de 441 litros até 665 litros. Os modelos dessa linha premium têm espaços adaptáveis e tecnologia que permite ajustar o uso do eletrodoméstico às necessidades do consumidor. São todos de inox, como uma opção black edition, de inox preto. A empresa conta, ainda, com o formato Side by Side, com freezer no lado esquerdo e refrigerador no direito. Um dos modelos dessa linha, é o Side by Side RH77 Food Showcase, com capacidade de 765 litros.



Fotos: Divulgação

APERTE O PLAY!

O mercado de Caixas de Som Bluetooth está em expansão.

A GfK transforma pesquisa de mercado e user experience em decisões de negócio inteligentes. Conheça nossas soluções e otimize sua performance.



58%

de crescimento nas vendas em unidades se compararmos o mesmo período* de 2017.

*Janeiro a setembro. Dados GfK PoS 2018.

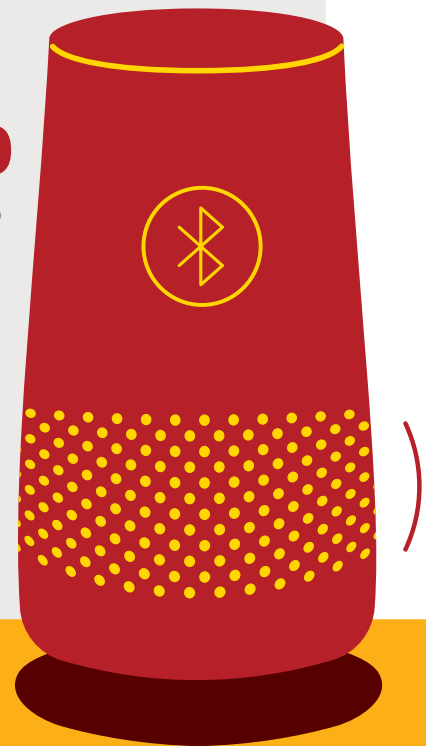


36%

do mercado em 2018 são das caixinhas a prova d'água, que dobraram de importância no período.

12%

de aumento no preço e na potência média, de um ano para o outro.



VIDA EM CORES

Com tons que seguem as tendências internacionais, os eletroportáteis coloridos estão mais ousados e dão um alto astral ao ambiente.

por **Neusa Japiassu**







Fotos: Divulgação

O preparo da festa de Natal começa pela cozinha, um espaço cada vez mais valorizado e transformado em ponto de encontro da família e dos amigos, que assistem aos chefs amadores testando novas receitas. A arquitetura – que eliminou a parede entre a cozinha e a sala, seja para

A tendência chegou ao Brasil há alguns anos. “As cores oferecem uma oportunidade de inovar e acompanhar as tendências mundiais, uma maneira de quebrar a sobriedade e alegrar os ambientes, utilizando o produto como um item decorativo, ou seja, indo além da sua funcionalidade”, conta Giovanni Marins Cardoso, sócio-fundador e copresidente da Mondial Eletrodomésticos, empresa que tem aparelhos coloridos em todas as categorias nas quais atua.

As cores podem dizer muito sobre as características e funcionalidades do produto e devem ser escolhidas com critério. Pesquisas e experimentações com consumidores são de extrema importância e auxiliam na sua definição.

ganhar espaço ou por puro charme – contribuiu para essa aura gourmet, bem como os diversos programas sobre gastronomia apresentados na televisão. Com isso, foi aberto o caminho para a criatividade em eletroportáteis, que ganharam mais status e hoje exibem cores, estampas e design renovados.

Desde 2008, o colorido dos produtos vem se tornando muito mais do que uma tendência no mundo do design e da moda, diz Cristina Perroni, gerente de produtos da SEMP. “De geladeiras a torradeiras, a cor é o novo charme. O colorido de um produto tem o poder de transformar o ambiente, torná-lo mais alegre. A moda, agora, é ter uma cozinha mais colorida. Os designers de eletrodomésticos ficaram mais ousados nos últimos anos, o que re-



Giovanni Marins Cardoso, sócio-fundador e copresidente da Mondial Eletrodomésticos



Cristina Perroni, gerente de produtos da SEMP



Sidney Rufca, professor dos cursos de design de produtos, design gráfico e design de interiores do Centro Universitário Belas Artes de São Paulo

Foto: Roberto Assen



Como os espaços mais discretos, compostos por concreto, metais e vidros, estão cada vez mais presentes nas cozinhas, os eletroportáteis coloridos conferem destaque e dão vida ao ambiente.

sultou no surgimento de espaços intensos, cheios de cores e formatos inovadores.”

VALOR DA COR

As cores podem dizer muito sobre as características e funcionalidades do produto e devem ser escolhidas com critério. Pesquisas e experimentações com consumidores são de extrema importância e auxiliam na sua definição, explica Sidney Rufca, professor dos cursos de design de produtos, design gráfico e design de interiores do Centro Universitário Belas Artes de São Paulo. “As cores contribuem muito para realçar as linhas que definem a forma de um objeto. Quando desenhamos, levamos em consideração o efeito da incidência da luz sobre a superfície da peça, gerando luz e sombra. O resultado é um dos responsáveis por definir o vo-

lume do produto. É nesse momento que a escolha da cor valoriza a intenção do designer, favorecendo e intensificando os contrastes propostos por ele.”

Como os espaços mais discretos, compostos por concreto, metais e vidros, estão cada vez mais presentes nas cozinhas, os eletroportáteis coloridos conferem destaque e dão vida ao ambiente. “Estamos vivendo em um momento em que as pessoas buscam conexões mais alegres e divertidas com seus objetos e produtos”, comenta o professor Sidney. “Produtos atraentes proporcionam uma relação emocional e afetiva mais intensa, positiva e, por consequência, tornam a atividade mais produtiva e prazerosa.”

No mundo globalizado não há mais barreiras para o acesso às informações e tendências, tudo acontece quase ao mesmo tempo em todos os lugares, conta o mestre. “As cores mais fortes, principalmente as cítricas, normalmente estão associadas a países tropicais. Cores discretas, como as terrosas, aparecem com maior frequência nas regiões mais frias. Entretanto, não vejo diferenças no uso das cores nos eletroportáteis em outros países. Algumas pesquisas já apontam que os tons de verde estarão entre as tendências para 2019.”

MODA CÍCLICA

As cores neutras ainda são mais procuradas do que as coloridas, mas estas são uma tendência forte, cíclica e crescente no mercado. “A cor segue as tendências internacionais e se transforma a cada ano, o que, por sua vez, inspira a categoria de eletroportáteis. Algumas cores caem no gosto dos consumidores e permanecem por mais tempo”, diz Giovanni.

O mercado ainda vende muitos eletroportáteis de cores neutras, mas em pouco tempo os coloridos terão maior share, acredita Cristina. “A cor é moda, é cíclica. Nos anos 1970, por exemplo, as cozinhas eram coloridas, usavam-se muito o azul e o vermelho.

Ficamos muitos anos com as cores mais neutras. Agora, a tendência das cores voltou.”

No portfólio de eletroportáteis coloridos da SEMP está a linha Cherry, em vermelho-cereja, formada por batedeira, liquidificador, chaleira elétrica e panela de arroz, que vem obtendo boas vendas. “Para o Natal, a expectativa é dobrar o volume para a linha de eletroportáteis. Também estamos conversando sobre parcerias customizadas com o varejo para a Black Friday”, diz a gerente. A Mondial tem a Linha Red, com batedeira, air fryer, grill e sanduicheira, cafeteira, espremedor, liquidificador, panela de pressão, power mixer e panela elétrica. “Esses produtos devem ter bastante procura no Natal”, acredita Giovanni.





■ **MONDIAL**



Eletric Spiralizer – Primeiro cortador de legumes elétrico lançado por uma marca brasileira. O aparelho corta os alimentos em formato espiral, similar ao espaguete. Disponível na cor vermelha.



Fotos: Divulgação

Air Fryer Family Inox AF-14, da Linha RED, com capacidade para até 3,2 litros. Assa, tosta, cozinha e gratina por convecção a ar. Conta com timer de 60 minutos e controle de temperatura até 200°C. As peças são removíveis para limpeza.

■ **SEMP**



Linha Cherry – Batedeira com 600 W de potência, batimento orbital, 15 velocidades mais turbo, três tipos de batedores, tigela de aço inox com capacidade para 4 litros, 8 ventosas na base e pintura automotiva.



Panela de arroz multicooker, para o preparo de sukiyaki, estrogonofe, feijão, omelete e risotos. Tem 10 xícaras de capacidade, cuba removível com revestimento antiaderente, válvula para saída de vapor e função aquecer.



PORTÁTEIS

COLORIDOS



BLACK+DECKER

MINIPROCESSADOR MP200V

A linha GIFT, composta por nove itens com design moderno e acabamento especial de aço inox na cor vermelho metálico, escolheu o Miniprocessador MP200V para esta Vitrine. Com 230 W de potência, o produto tritura carnes, legumes e vegetais em segundos. Possui tigela de vidro, que não fixa odores nem resíduos, e tampa com vedação, capacidade de 1,2 litro e duas lâminas Perfect Fusion, removíveis. Conta com trava de segurança, só funciona quando o corpo está encaixado corretamente na tampa e na lâmina. Tem botão pulsar, base com anel antiderrapante e é desmontável.



CADENCE

LIQUIDIFICADOR ROBUST

O produto tem 1.000 W de potência, copo com capacidade total de até 3,3 litros, botão giratório para o controle de 12 velocidades mais função pulsar. Suas lâminas de inox trituram e misturam. Conta, ainda, com filtro para separação de bagaços e sementes, e sobretampa graduada, que pode ser usada como medidor. Dispõe de armazenamento para o cabo na base. Disponível em 127 V e 220 V.



■ HAMILTON BEACH

LIQUIDIFICADOR INDIVIDUAL

Com apenas um toque, o produto prepara porções individuais de sucos, vitaminas, milk-shakes e até molhos e sopinhas para bebês. A função pulsar possibilita o máximo controle da mistura. A jarra Tritan™ tem 400 ml de capacidade, é livre de BPA (bisfenol-A) e vem com tampa. Prático, transforma-se em um copo e pode ser levado aonde você quiser. Compacto e com armazenamento para o cabo na base, pode ser guardado em qualquer lugar. Disponível nas cores azul, preta, verde e vermelha.



■ MALLORY

LIQUIDIFICADOR POP

Para esta Vitrine Especial, a Mallory escolheu o liquidificador POP, produto com 520W de potência, disponível nas cores rosa, verde e amarela. Possui três velocidades, mais pulsar e autolimpeza. O copo de acrílico tem capacidade total de 2,1 litros, lâminas de aço inox e tampa dosadora, facilitando o preparo de vitaminas e bebidas. Disponível em 127 V e 220 V.





OSTER

LIQUIDIFICADOR SUPER CHEF

O liquidificador Super Chef possui motor de 750 W, garantindo potência constante nos processos de triturar, misturar, picar e bater qualquer tipo de ingrediente, até mesmo os mais duros e consistentes. Tem botão giratório de oito velocidades e lâminas de aço inoxidável com design exclusivo. Conta ainda com o sistema de impulsão All-Metal Drive® com encaixe do metal sem contato com a base plástica. A jarra de vidro refratário de 1,25 litro pode ser lavada na máquina, é resistente a riscos e choques térmicos.



MASTERCHEF

BATEDEIRA 3 EM 1

A Falmec apresenta a batedeira MasterChef (BA2001), marca da Aquarius. É 3 em 1: batedeira, liquidificador e moedor de carnes. Tem 1.000 W de potência, sete velocidades mais função pulsar. A batedeira planetária possui tigela de aço inox com capacidade para 4,3 litros, três batedores, fouet de aço inox, pá plana e gancho para massa, ambos de alumínio. Vem com tampa transparente antirrespingo. O liquidificador tem jarra de vidro de 1,5 litro e tampa dosadora. O produto está disponível nas cores preta e vermelha.



PHILIPS WALITA

MULTIPROCESSADOR RI7631

A Philips Walita apresenta um dos modelos da Linha Ultra Violet, o Multiprocessador de Alimentos 5 em 1. Conta com motor de 650 W de potência e duas velocidades. Vem com cinco acessórios: jarra de liquidificador de 1,5 litro, espremedor de frutas, lâmina de aço inox para fatiar, lâmina de aço inox para ralar e faca dupla de corte. Ele liquidifica, fatia, espreme frutas, rala, tritura e pica.



TRAMONTINA

BATEDEIRA PLANETÁRIA BY BREVILLE

Com motor de 840 W de potência, a batedeira conta com tecnologia de sensores de carga internos que detectam quando está sendo batida massa pesada e ajustam automaticamente a potência para manter a velocidade selecionada. Com operação silenciosa, tem proteção antirrespingo, trava e timer com contagens progressiva e regressiva com função de pausa. Possui tigela com alça e capacidade de 4,7 litros e vem acompanhada de batedor plano, arame, gancho, batedor com raspador e uma espátula. Disponível em 127 V e 220 V.

NKS EM NOVA FASE



Eugenio Nabuco,
presidente da NKS

Há 25 anos no mercado, atuando nos segmentos de eletroportáteis, cuidados pessoais, bazar e áudio, a NKS entra em nova fase. O objetivo é maximizar as ações comerciais para os produtos das linhas NKS Milano e NKS Excellence. A empresa não fez propriamente uma reestruturação, conta seu presidente, Eugenio Nabuco. “Analisamos e reavaliamos todos os nossos movimentos com a visão crítica exigida, o que nos permitiu implementar novos movimentos com ideias e ações rejuvenescedoras.”

Com produtos como grill e panela de arroz, a empresa não mudou as estratégias, mas sentiu que deveria se aprofundar em algumas circunstâncias e até recriar ações que a levaram a participar majoritariamente do mercado nacional. A expectativa é grande, diz o presidente. “A partir de janeiro de 2019, nossos resultados estarão de acordo com aquilo que projetamos, principalmente em função do realinhamento. Mas são grandes as possibilidades de um último trimestre de ótimas surpresas.”



SOBRE DUAS RODAS

As iniciativas que estimulam o uso da bicicleta como meio de transporte nas cidades, as mudanças de comportamento e a preocupação com o meio ambiente são alguns dos fatores que colaboram para o crescimento das vendas do setor.

por Leda Cavalcanti e Neusa Japiassu





Fotos: Divulgação

As bicicletas ampliam o seu raio de ação. Estão presentes nas atividades esportivas, no lazer e no transporte e são, ainda, objeto de vários projetos que visam disseminar o seu uso, o que inclui a ampliação do número de ciclovias.

A maior procura por bicicletas ocorre no segundo semestre, que tem datas como Dia das Crianças e Natal, mas neste ano os primeiros seis meses não decepcionaram.

Alguns fatores, como a busca por melhor qualidade de vida, as dificuldades de locomoção devido ao trânsito, principalmente nas grandes cidades, e o alto preço dos combustíveis, beneficiam a categoria e colocam o Brasil na posição de quarto maior fabricante mundial de bicicletas.

“Os novos hábitos possibilitam às pessoas aproveitar as cidades sob outro ângulo, e isso se reflete no interesse em buscar, pesquisar e adquirir uma nova bicicleta”, diz Beatriz Viçeta, gerente-geral de vendas da Caloi, que cita também o serviço de bike sharing (bicicleta comunitária) como fomentador do setor. “A tendência é que as pessoas, ao começarem a pedalar em trechos curtos com as opções de aluguel, acabem realmente enxergando os inúmeros benefícios da atividade e movimentem positivamente a categoria como um todo.”

Hoje, o movimento pela sustentabilidade, o cuidado com a saúde e as ciclovias estão levando as pessoas a aderirem à prática de esportes, estimulando o adulto a também se presentear, afirma Adilson Custódio, diretor comercial da Houston. “Em maio deste ano, com a greve dos caminhoneiros, cresceram as vendas de bicicletas no varejo, como



José Eduardo Gonçalves,
diretor-executivo
da Abraciclo



Beatriz Vigeta,
gerente-geral de
vendas da Caloi



Adilson Custódio,
diretor comercial
da Houston



Carlos Alberto Kuehl,
assistente de vendas
da Nathor



David Kamkhagi,
diretor da
Track & Bikes

alternativa de meio de transporte. Na cidade de São Paulo, por exemplo, várias bicicletas foram colocadas para locação, e isso contribuiu muito para o crescimento da categoria.”

EM BOA HORA

A chegada das bicicletas de aluguel ou compartilhadas levaram as pessoas a experimentar uma mudança física e/ou econômica em sua rotina. Além disso, parte da iniciativa privada vem investindo em novas estruturas que beneficiam o usuário da bicicleta, observa David Kamkhagi, diretor da Track & Bikes. “Assim, entramos em um ciclo positivo, em que o bem-estar está sendo compartilhado.”

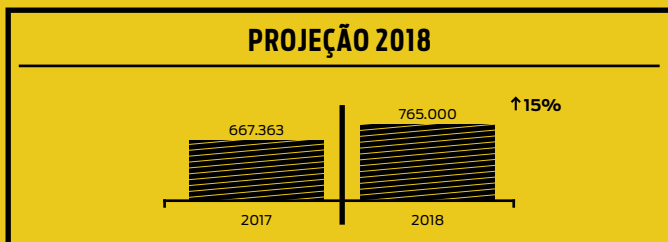
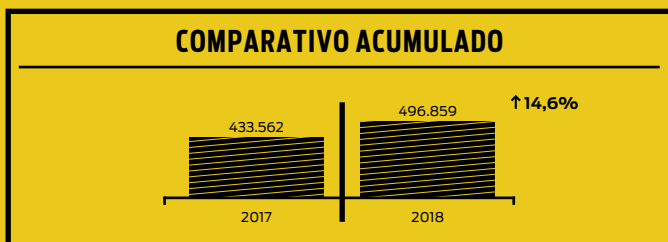
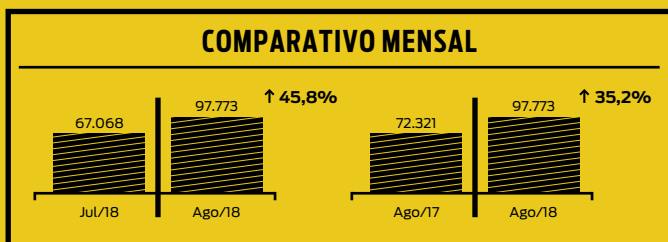
O público infantil também contribui para as vendas, pois não é de hoje que as bicicletas exercem atração sobre as crianças. “Além de ser um ótimo exercício, o ciclismo auxilia no desenvolvimento físico e cognitivo dos pequenos”, destaca Carlos Alberto Kuehl, assistente de vendas da Nathor, cuja empresa tem uma linha aro 12 para meninas e meninos. “Os adultos vêm buscando modelos com aro 26, como meio de transporte e não apenas para o lazer”, conta.

As vendas anuais de bicicletas estão estimadas em 2,5 milhões de unidades/ano, excluindo as infantis (cerca de 1 milhão/ano),



PRODUÇÃO DE BICICLETAS EM 2018

2018			2017		VARIÇÃO		
Ago/18	Jul/18	Acumulado	Ago/17	Acumulado	%	%	%
A	B	C	D	E	A/B	A/D	C/E
97.773	67.068	496.859	72.321	433.562	45,8%	35,2%	14,6%



consideradas brinquedos. Cerca de 40% do mercado nacional é atendido pelas empresas do Polo Industrial de Manaus (PIM), diz José Eduardo Gonçalves, diretor-executivo da Associação Brasileira dos Fabricantes de Motocicletas, Ciclomotores, Motonetas, Bicicletas e Similares (Abraciclo). “Cada vez mais a procura é por produtos de maior valor agregado, leves, com suspensão traseira e dianteira, dezenas de marchas, freios hidráulicos e design arrojado.”

TENDÊNCIAS

O momento é de transição no mercado de bicicletas, com tendência de produtos da linha MTB, mountain bike com características urbanas, comenta o diretor da Track & Bikes. “O destaque fica com as bicicletas de aro 29, que ganham muitos adeptos a cada dia. Os modelos urbanos sugerem uma boa transmissão de marcha, leveza no quadro e nas peças de alumínio e boa suspensão dianteira, características também necessárias para quem busca o lazer nos fins de semana.”

Bicicletas elétricas também ganham pontos na preferência dos ciclistas. “O grande benefício delas é permitir à pessoa fazer longos percursos, inclusive com trechos difíceis, como ladeiras, com mais facilidade. No segmento de lazer, entre os que praticam mountain bike, vemos o aro 29 suplantando o 26”, diz a gerente-geral de vendas da Caloi. Em 2017, a empresa lançou a linha E-Vibe de bicicletas elétricas, com duas versões, uma para a cidade e outra para trilhas.

A preferência pelo aro 29 é confirmada pelo diretor comercial da Houston. “O aro mais largo caiu no gosto de quem praticava mountain bike e agora está mais forte entre os que procuram uma bike de lazer, antes dominada pelo aro 26.” Outra tendência que ele observa não é de moda, mas de comportamento. A bicicleta voltou a ser um presente desejável. Há cinco, seis anos, o tablet e o celular eram os mais procurados, mas a nova geração já nasce com esses equipamentos tecnológicos à mão. Então, a bicicleta voltou a ter lugar na lista de presentes. “As próprias crianças

Fonte: Abraciclo - Associados / Polo Industrial de Manaus - PIM

BAZAAR HOME SHOW

**29 DE JULHO A
01 DE AGOSTO DE 2019**

13h às 21h - Transamerica Expo Center
São Paulo - SP - Brasil

FEIRA DE NEGÓCIOS ENTRE
A INDÚSTRIA E O VAREJO
DE UTILIDADES DOMÉSTICAS,
PRESENTES E ARTIGOS
DE DECORAÇÃO EM GERAL.

azulmedia.com.br

A Bazaar Home Show apresentará ao varejo as novidades de utilidades domésticas, decoração, reforma e acessórios & ferramentas.

Além das principais categorias de bens de consumo, a Bazaar trará uma categoria que irá aumentar as vendas do setor, a área Gift & Christmas com extenso portfólio de artesanatos, presentes e artigos natalinos.



**ENTRE EM CONTATO CONOSCO
E SEJA UM EXPOSITOR EM 2019!**

EVENTOS PARALELOS:



COMERCIAL

11 3035 1030

comercial@grupoeletrolar.com.br
www.bazaarhomeshow.com

ORGANIZAÇÃO



REALIZAÇÃO



MÍDIA PARTNER



APOIO INSTITUCIONAL



CIA. AÉREA



NATAL - BICICLETAS >>>

A chegada das bicicletas de aluguel ou compartilhadas levou as pessoas a experimentar uma mudança física e/ou econômica em sua rotina.

pedem, com essa onda de sustentabilidade e saúde e com o incentivo dos pais.”

MERCADO

A maior procura por bicicletas ocorre no segundo semestre, que tem datas como Dia das Crianças e Natal, mas neste ano os primeiros seis meses não decepcionaram. “O primeiro semestre de 2018 mostrou aumento de vendas em relação ao mesmo período de 2017, e confiamos que este último trimestre será bastante positivo”, diz Beatriz, da Caloi. “As pessoas acabam comprando produtos com o tíquete médio mais alto que no decorrer do ano”, conta Carlos Alberto, da Nathor, empresa que tem como destaques as bicicletas de aros 12 e 26, estilo vintage.

Em 2015, o mercado teve queda grande, mas vem se recuperando, principalmente nos últimos dois anos, com a mudança de comportamento dos consumidores. Como um todo, o mercado deve fechar 2018 com 10% acima do ano passado. “A Houston trabalha com avaliação mensal referente ao mês do ano anterior, não especificamente o Natal. Nossa expectativa é fechar o ano 25% acima de 2017”, diz Adilson.

A transformação significativa pela qual passa o mercado, especialmente nas linhas para adultos, modificou o consumo, afirma David, da Track & Bikes. “As mudanças são comportamentais. As pessoas estão adotando a bicicleta como sinônimo de saúde, de bem-estar e, também, de economia de tempo e de dinheiro, tanto que o segmento já sinaliza crescimento acima de dois dígitos para os meses finais do ano, incluindo o Natal.”



Ciclovia da Avenida Faria Lima, São Paulo, SP

MAIS CICLISTAS

Um dos melhores parâmetros para constatar a evolução da bicicleta como opção de meio de transporte para o trabalho é o medidor instalado na ciclovia da Avenida Faria Lima, na capital paulista. Conforme dados da Companhia de Engenharia de Tráfego (CET), houve acréscimo de 45% no movimento de bicicletas na ciclovia, de janeiro a julho deste ano (781 mil ciclistas em circulação), ante igual período de 2017 (537 mil).

Em 2016, o movimento era de 492,8 mil bicicletas.

“Atualmente, os picos de circulação nessa ciclovia ocorrem pela manhã, às 8h (134 viagens/hora) e 9h (146 viagens/hora), e no final da tarde, às 18h (147 viagens/hora) e 19h (130 viagens/hora).

Ou seja, são movimentações típicas de quem utiliza a bicicleta para ir e voltar do trabalho”, comenta José Eduardo Gonçalves, diretor-executivo da Abraciclo.

A MAIOR FEIRA DE NEGÓCIOS ENTRE A INDÚSTRIA E O VAREJO DE ELETROETRÔNICOS, ELETRODOMÉSTICOS, CELULARES, MÓVEIS, UTILIDADES DOMÉSTICAS E TI DA AMÉRICA LATINA



**LATIN
AMERICAN
ELECTRONICS**
International Trade Show

DESTAQUES ELETROLAR SHOW 2018

VISITANTES
29 MIL DURANTE
4 DIAS DE EVENTO

CRESCIMENTO DE 20% 
#ES2018

 **10 MIL**
PRODUTOS

 **700**
MARCAS

 **1849** NOVOS PRODUTOS
LANÇADOS DURANTE A FEIRA

+200 EXPOSITORES
Nacionais e Internacionais
apresentaram **24 novas categorias**



AUMENTO DE 142%
No **INVESTIMENTO** de comunicação
e marketing comparado sobre 2017



**COMPRADORES QUE REPRESENTAM A FORÇA
DE MAIS DE 30 MIL PONTOS DE VENDA DO PAÍS**

#ES2019

**29 DE JULHO A
01 DE AGOSTO DE 2019**

13h às 21h - Transamerica Expo Center
São Paulo - SP - Brasil

COMERCIAL:

11 3035 1030
comercial@grupoletrolar.com.br
www.eletrolarshow.com.br

EVENTOS PARALELOS:

**BAZAAR
HOME SHOW**

**LATIN
AMERICAN
MOBILE
ELECTRONICS**

Organização:



Realização:



Mídia Partner:



Apoio Institucional:



Cia. Aérea:



PARA ADULTOS E CRIANÇAS

CALOI



E-VIBE ELITE – Bicicleta elétrica para trilha e cidade, com 10 marchas. Tem suspensão frontal Rock Shock XC30 100mm, motor Shimano E60002, 350 W de potência, bateria com duração para 80 a 125 km, pneu Continental XKing 29x2.2 e sistema de freios Shimano Hidráulico Deore M500.



Hot Wheels aro 12 – Bicicleta destinada às crianças com idade entre 3 e 5 anos. Além do design inspirado em verdadeiras motocicletas, conta com itens de segurança e conforto certificados pelo INMETRO e selim personalizado.

Fotos: Divulgação

HOUSTON



HT 80 – Tem 21 marchas, rodas 29 Aero Disc, quadro de alumínio 6061 T6, caixa de direção Over Size, pedal tipo plataforma de alumínio, guidão curso, selim Audax by Velo, câmbios dianteiro e traseiro Shimano e cor azul fosco.



HT 90 – Suspensão de alumínio, freio a disco mecânico Shimano Tourney TX805, aro 29, pneus Chaoyang, caixa e direção Over Size, guidão de alumínio, selim Audax by Velo, 24 marchas e alavanca de câmbio Shimano Rapid Fire EF500 3/8V. Cores: preto/fosco e vermelho/fosco.

NATHOR



Bicicleta Aro 12 Cat – Seu diferencial é o selim em PU, com regulagem de altura. Possui freio a tambor, garrafinha, pneus de EVA, quadro, garfo e guidão em aço-carbono, mesa de direção com regulagem de ângulo e cestinha.



Antonella Aro 26" – Guidão com regulagem de ângulo e altura, manopla anatômica exclusiva, câmbio Nexus Shimano com 3 velocidades, display óptico, freios V-brake, maçaneta de alumínio com cabos de aço revestidos com teflon. Vem com cestinha.


TRACK & BIKES



Aro 29 Alumínio TKS 21 – Modelo com 21 velocidades, quadro de alumínio tamanho 19, grupo de câmbios Shimano com passadores de marcha Ez Fire, pedivela de alumínio Shimano, suspensão dianteira, freios a disco e aros AERO reforçados. Possui selim Gel com ajuste e pneus com desenho híbrido.



Monny – Bicicleta infantil aro 16, quadro T-Type, garfo e guidão de aço-carbono, freios V Brake e rodas de nylon reforçado. Tem selim RVT estofado, corrente grossa com cobertura de plástico, paralamas, suporte de apoio lateral e cestinha plástica.

A portrait of Alberto Serrentino, a man with dark hair, smiling, wearing a dark blue shirt and a dark jacket. He is positioned against a light-colored wood-grain background. His arms are crossed, and a watch is visible on his left wrist.

“O Natal exige que todos os fundamentos do varejo sejam exercidos com muita eficiência.”

Alberto Serrentino

A CAMINHO DE UM PRÓSPERO E FELIZ NATAL

O Natal sempre foi o principal momento de venda para o varejo, e neste ano não será diferente, mas alguns fatores de influência devem estar no radar dos varejistas, como Black Friday e a economia que caminha a passos lentos. Com mais de 30 anos de experiência, o consultor de varejo Alberto Serrentino, fundador da Varese Retail, compartilha, nesta entrevista, a sua visão sobre os rumos que a data terá em 2018, bem como referências em prol da preparação do varejo para mais um fim de ano. Afinal, o ambiente festivo desta época, associado à disponibilidade do 13º salário, é um “prato cheio” para inspirar o consumidor brasileiro a presentear seus familiares, amigos e a si próprio.

A vocação natalina para gerar negócios, no entanto, não isenta o varejista de um planejamento minucioso para aproveitar, ao máximo, o potencial desta data. Isso porque quanto mais o varejo se desenvolve, mais concorrido ele fica e maior é o impacto de estratégias mal elaboradas ou equivocadas. Vale acrescentar, também, a chegada da Black Friday ao Brasil, que alterou a dinâmica comercial do segundo semestre. Sua proximidade com o Natal demanda, agora, maior rigor no planejamento e pleno conhecimento das aptidões de cada uma dessas ocasiões de consumo.

por Roberto Nunes Filho

01 Como estará o ânimo do brasileiro para o Natal 2018? Tende a ser melhor do que em 2017?

Alberto Serrentino – Tudo indica que o Natal de 2018 será melhor do que o do ano passado por causa do crescimento da economia. Embora essa recuperação esteja ocorrendo de maneira lenta e tenha perdido fôlego a partir da greve dos caminhoneiros, iniciada no final de maio, a expectativa atual do mercado é que esse crescimento fique um pouco acima do resultado de 2017 (quando o

PIB registrou alta de 1%). No acumulado do ano, o varejo está com desempenho positivo, e importantes indicadores econômicos vêm melhorando, também de forma gradativa. Esse cenário, portanto, gera a previsão de que teremos um Natal melhor neste ano.

02 O ambiente de negócios se mostrará favorável mesmo considerando o alto índice de desemprego?

AS – Este ano começou muito bem e sinalizava um movimento de consolida-

ção e de uma recuperação econômica mais consistente e razoável. De fato, essa expectativa perdeu força a partir do terceiro trimestre, mas ainda há motivos para esperar um Natal melhor. O desemprego, embora alto, está caindo de maneira gradativa (no final de setembro, o IBGE divulgou que a taxa de desemprego no Brasil caiu para 12,1% — a quinta queda mensal consecutiva e a menor taxa registrada no ano), fato que melhora a confiança do mercado consumidor. No campo político, as reformas

poderiam ter avançado mais, de fato, mas, mesmo diante dessas questões, o ambiente econômico está mais favorável na comparação com o ano anterior.

03 A Black Friday ocorre perto do Natal. Cada data merece uma estratégia ou o varejo deve ver ambas como um único movimento de vendas?

AS – Acho que a Black Friday não deveria ter entrado neste período do calendário promocional do varejo brasileiro. Nos Estados Unidos, a sua realização no final de novembro faz sentido porque o pico de vendas da temporada de final de ano é o tradicional Dia de Ação de Graças, e não o Natal. Ela, portanto, surgiu para fazer o saldo das vendas pós-Dia de Ação de Graças. No Brasil, o varejo digital fomentou a Black Friday para incentivar a antecipação das compras de Natal e, assim, roubar participação do varejo físico. Deu certo e fez com que todo o varejo se rendesse a essa nova temporada de vendas, que está bem colada com o Natal. A diferença fundamental entre os dois momentos é que a Black Friday possui um forte apelo promocional, o que afeta as margens. Porém as empresas estão aprendendo a lidar com isso por meio de planejamento antecipado e muita negociação com a indústria.

04 O varejo de eletroeletrônicos está sabendo tirar proveito das duas datas?

AS – O segmento de eletroeletrônicos foi o que mais impulsionou a Black Friday no Brasil e acabou, de fato, deslocando a curva de vendas. Hoje, as empresas varejistas colocam uma carga muito grande de investimento, de atenção e de planejamento na Black Friday porque essa é uma data muito agressiva comercialmente, com alta intensidade promocional e muito apreciada pelo consumidor. Mesmo assim, não vejo que isso tenha tirado foco do Natal, que segue como uma

das principais datas para o varejo. Mas, de fato, ele passou a dividir atenção e recursos e isso não tem volta.

05 Para especialistas, cada ocasião tem uma vocação. A Black Friday assumiu um caráter mais indulgente e o Natal ficou com a missão de presentear?

AS – Este é um efeito que pode acontecer, especialmente por causa das comemorações sociais e familiares que acontecem perto do Natal. Porém não dá para generalizar tal divisão. A Black Friday tem um apelo promocional muito grande, que gera compras por impulso, e também leva o consumidor a antecipar as compras de Natal, especialmente daquilo que está em seu planejamento. A Black Friday, de fato, puxa parte das vendas do Natal.

06 O advento da Black Friday trouxe alguma oportunidade ou vantagem para o Natal?

AS – Um efeito positivo é o de poder servir melhor os clientes e reduzir a sobrecarga operacional nas vésperas do Natal, o que melhora o nível de serviço e de atendimento. Também permite um tempo para recompor estoques. Antes, o pico do Natal, concentrado principalmente nas duas semanas que antecedem a data, criava uma sobrecarga e um estresse muito grande no varejo, com consequências de ruptura de produtos, de mau atendimento, necessidade de reforço das estruturas, sobrecarga nas lojas e nos sites, dentre outros transtornos. Então, antecipar parte desta venda para o mês anterior ajuda na operação.

07 Essa divisão do volume comercializado impacta a rentabilidade?

AS – Sim, a proximidade das datas muda a cultura do consumidor, que sempre comprou no Natal com preço cheio e agora espera as promoções. Isso pode afetar a lucratividade, a não ser que as empresas varejistas façam um bom planejamento para compensar no volume.

08 Quais são as principais falhas que o senhor identifica no varejo de eletroeletrônicos em relação às estratégias para o Natal?

AS – Não há falhas generalizadas. O que o varejo precisa, de forma mais consistente, é ter clareza do cenário econômico, fazer um bom planejamento de vendas, trabalhar muito com suas equipes para prever demanda e estar próximo da indústria para garantir que haja equilíbrio na oferta e no abastecimento, de modo a obter as condições comerciais necessárias para ser competitivo.

09 Quais outros passos são vitais para um Natal vencedor?

AS – O Natal exige que todos os fundamentos do varejo sejam exercidos com muita eficiência. É preciso olhar para toda a operação a fim de garantir que todos os processos funcionem bem. Planejamento no campo comercial e de comunicação são fundamentais, assim como o financeiro, para que toda a operação seja sustentável, e a empresa possa virar o ano com um nível de estoque saudável, com margem e capacidade de honrar os compromissos no primeiro trimestre do ano. Outras medidas são a preparação das equipes, das lojas, dos estoques e da logística. Tudo isso é fundamental para que os objetivos financeiros sejam alcançados.

10 O que deve ser considerado no planejamento dos estoques, de modo a prevenir sobras e rupturas?

AS – O planejamento de estoque depende de um bom planejamento de vendas. Depende também de outros fatores, como boa relação com a indústria, confiabilidade dos fornecedores, boa gestão de compras, eficiência logística, uso de bons sistemas que façam a gestão dos estoques e monitoramento, de modo que a empresa consiga acompanhar o realizado versus o planejado e, assim, corrigir em tempo eventuais desvios para evitar sobras ou rupturas. ■■

ELECTRONICS HOME

Congress & Expo

BUENOS AIRES – ARGENTINA
05 a 07 de Agosto de 2019
Centro de Exposições
e Convenções (CEC)

azulmida.com.br

O MAIOR EVENTO B2B DE ELETROELETRONICOS,
ELETRODOMÉSTICOS, CELULARES TI E UD DA ARGENTINA

300 Marcas | 1.000 Produtos | + 3.000 Visitantes



PERFIL DOS VISITANTES

- Fabricantes
- Importadores
- Atacadistas
- Distribuidores
- Representantes
- Vendedores
- Grandes Redes
- Comércio médio e pequeno
- E-commerce
- Marketplace

+54 11 5368-2277 | comercial@grupoeletrolar.com.ar
www.electronicshome.com.ar

Organização

Grupo
eletrolar

Revista Oficial

LA REVISTA ARGENTINA DEL SECTOR EMPRESARIAL PARA EL HOGAR
INTEGRACION
E M P R E S A R I A

Apoio Institucional



Federación Argentina
del Comercio en Artefactos
para el Hogar y Afines



TELEVISORES

Aparelhos dos mais valorizados e de melhor desempenho este ano, que tiveram a seu favor a realização da Copa do Mundo de futebol, os televisores registraram números bastante positivos de janeiro a agosto, conforme o levantamento da empresa de pesquisas GfK. Em unidades, as vendas foram 24% superiores ao mesmo período do ano passado e em valor, 29,6%. A categoria, que está no centro deste *Dossiê*, deve, em 2018, com a chegada do Natal, suplantar a marca obtida no ano anterior, quando foram comercializadas 11,3 milhões de unidades.

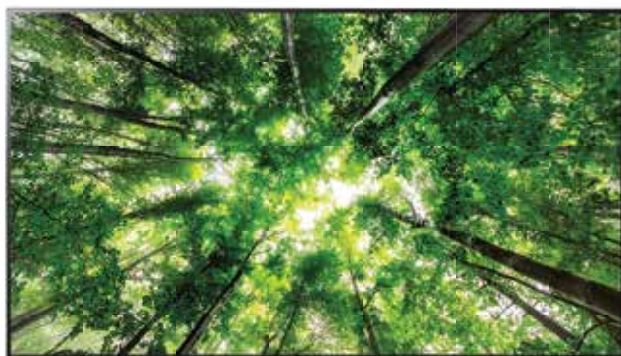
AOC SMART TV 4K ULTRA HD

Modelo LE55U7970S 4K com tela LED de 55" Full HD, com definição Ultra HD 3.840 X 2.160 pixels, receptor digital integrado (DTV) e tempo de resposta de 9 ms. Vem com 4 entradas HDMI, duas USB (2.0 e 3.0), RJ-45 e entrada para fone de ouvido. Conta com sistema de cores NTSC-M/PAL-M/PAL-N e potência de áudio (RMS) 8 W + 8 W. Tem parental control, Wi-Fi integrado, aplicativos como Netflix e YouTube instalados. Vem com controle remoto.



LG SIGNATURE OLED TV W

Modelo ultrafino com design de aparência minimalista e sofisticada, chamado Picture-on-Wall, com fixação rente à parede. TV com display OLED de 65" Ultra HD 4K, conversor digital, imagem HDR Dolby Vision, HDR 10 e sistema operacional webOS 4.0. O aparelho possui processador de imagens Alpha 9, que proporciona riqueza de detalhes, cores vibrantes e profundidade infinita, e vem com funcionalidade de AI (Inteligência Artificial, em inglês) e controle de voz, que permite falar diretamente no controle remoto. Tem sistema de som Dolby Atmos®, que reproduz o movimento de qualquer objeto, em uma ambientação 360°, deixando o conteúdo ainda mais realista e imersivo.



PANASONIC SMART TV 4K ULTRA HD

Aparelho com tamanhos de 65" ou 55", qualidade de som estéreo, processador Quad-Core Pro e Wi-Fi integrado. Conta com função Bluetooth AudioLink, que transforma a TV em caixa de som para ouvir músicas de smartphone ou tablet de uma forma fácil, destaca a empresa. Tem sistema myHome Screen3.0, que permite uma navegação mais rápida, com a possibilidade de customização da tela e aplicativos. Possui painel Art Glass LED 4K Ultra HD, com um design de vidro ultrafino, Hexa ChromaDrive, exclusivo da Panasonic, que adiciona três cores ao RGB, totalizando seis cores. Vem com controle remoto.



Fotos: Divulgação

PHILCO PTV55G50SN 4K SB LED

Tem 55" LED 4K, Ultra HD 4K (3.840 x 2.160), soundbar integrado, alto-falante de 80 W rms de potência (4 alto-falantes + subwoofer). A Smart TV tem processador Dual-Core 1.2 GHz, com maior velocidade no processamento de gráficos mais complexos. Possui entradas HDMI, USB, RCA e saída de áudio digital coaxial, Dolby Audio™, equalizadores de som e imagem predefinidos, ajustes de temperatura de cor e nivelador automático de volume. Wireless integrado e interatividade com programas de TVs digitais pelo controle remoto.



Fotos: Divulgação

PHILIPS MODELO 6412 AMBILIGHT

Aparelho com tela de LED 65", resolução 3.840 x 2.160 (UHD), frequência do painel 60 Hz, receptor digital integrado (DTV). Vem com tecnologia Ambilight, exclusiva da marca, luzes LED na parte de trás do aparelho, que projetam as cores da tela na parede para uma completa imersão, destaca a empresa. Conta com sistema de cores NTSC-M/PAL-M/PAL-N, processador Quad-Core, entradas HDMI, USB, recursos de som Incredible Surround/ Clear Dialog/ Smart Sound, e vem com aplicativos instalados como Netflix, YouTube, Globo Play, entre outros.



SAMSUNG Q7FN 75"

A TV 4K UHD de 75" tem resolução 3.840 x 2.160, Ultra Back, modo ambiente e tela de pontos quânticos. Com design 360° de borda infinita, é compatível com suporte de parede padrão VESA. Possui 4 entradas HDMI, 3 USB, Áudio Dolby Digital Plus, conexões Bluetooth, Wi-Fi e controle remoto com microfone, que busca conteúdos, troca de canal e abre aplicativos. Vem com um cabo fino e transparente, que se conecta à central One Connect, a qual liga a TV à energia elétrica e aos demais aparelhos.



SEMP SMART TV LED K1 4K HDR

Possui design slim, moderno e arrojado, além de um acabamento cromado. A Ultra HD 4K com 49", 3.840 x 2.160 pixels widescreen 16:9, com bordas finas, tem potência de saída de áudio 2x8 W RMS, conexão Wi-Fi e Dolby Áudio Process. Como Smart TV, oferece a versão do aplicativo Netflix em 4K HDR e traz embarcado o aplicativo YouTube, além do Globo Play. Vem com entradas para 1 porta LAN, 3 HDMI, 2 USB, vídeo composto, áudio estéreo/mono, saída P2 para fone de ouvido, coaxial de áudio digital e HDMI ARC.



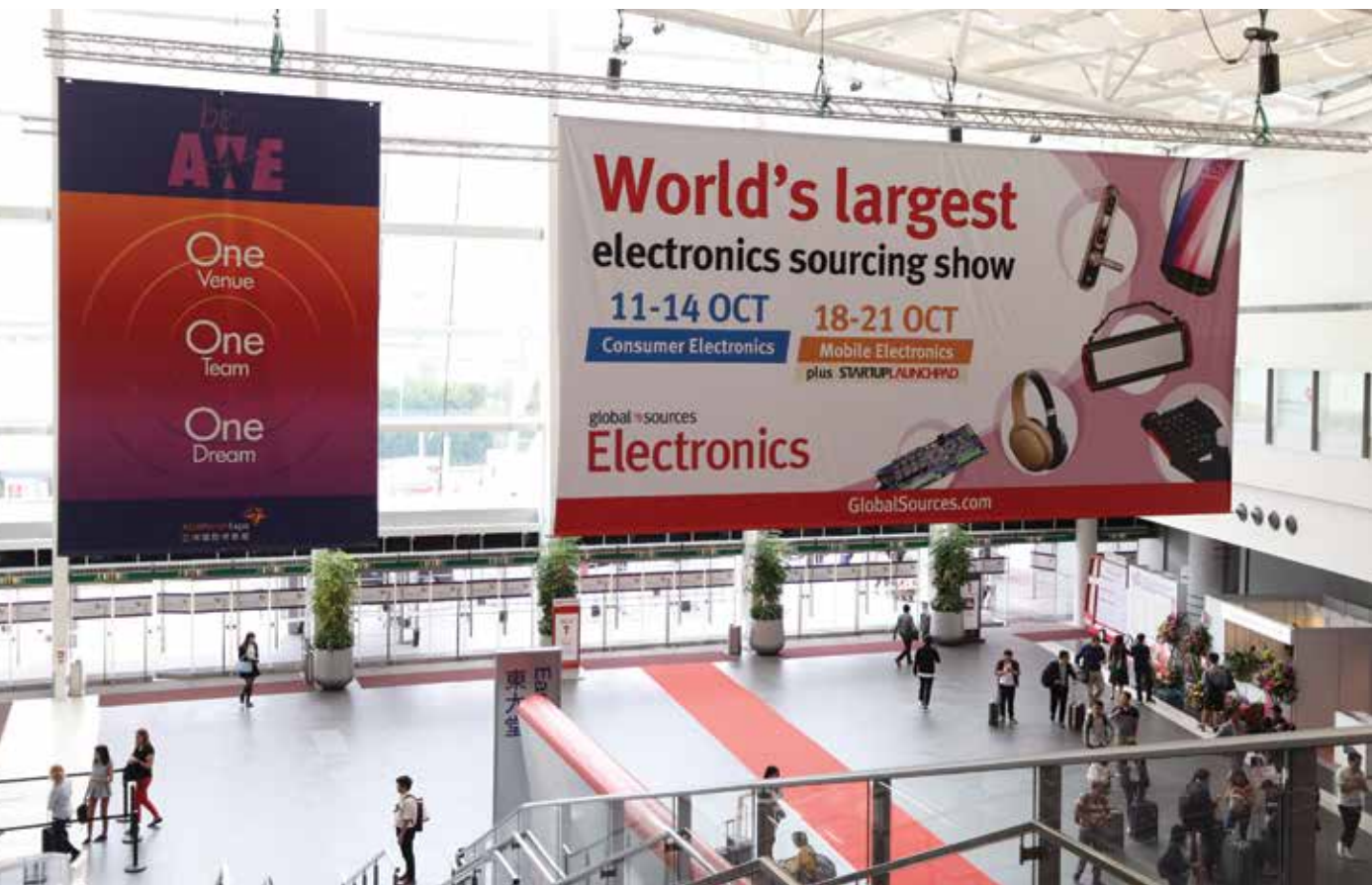
SONY XBR A8F OLED

A série XBR A8F é composta por aparelhos OLED de 65" e 55", com a tecnologia Acoustic Surface, que faz com que os dispositivos emitam som a partir da própria tela, sem o uso de alto-falantes, diz a empresa. Destaque para o modelo com 55", com tela Triluminos™, Super Bit Mapping™ 4K HDR, tecnologia Live Colour™, mapeamento de cores com precisão, processador 4K HDR X1 Extreme, conectividade Wi-Fi, entrada Ethernet, HDMI, alto-falante e amplificador. Vem com sistema Android, 16 GB de armazenamento interno e controle remoto por voz.

TCL QLED XESS X6 UHD (4K)

Com 85", o aparelho possui tecnologia Quantum Dot, habilidade em processamento de imagem de Ultra Definição (4K) e som de qualidade de cinema, destaca a empresa. O display, constituído por pontos quânticos, oferece resolução 3840 X 2160 pixels, e a tecnologia empregada nos painéis QLED usa nanocristais capazes de reproduzir com perfeição as cores vermelho, verde e azul. Possui sistema de som assinado pela Harman Kardon, com 12 canais (7.1.4) e som estéreo surround de 360° com um woofer de 10". O volume gerado atinge 320 W de potência e é compatível com a tecnologia de som Dolby Atmos.





GLOBAL SOURCES ELECTRONICS

As feiras Consumer Electronics e Mobile Electronics, realizadas em outubro último, em Hong Kong, atraíram a atenção de compradores do mundo todo.

Organizadas pelo Global Sources Electronics Group, as duas feiras demonstraram o avanço da tecnologia no segmento de eletroeletrônicos. Juntas, reuniram 7.500 estandes, fato comemorado por Tommy Wong, presidente do grupo. "A Global Sources Electronics esteve maior do que nunca, ficamos orgulhosos da capacidade que as feiras têm de atrair tantos expositores de alto nível, vindos da China, da Ásia e de outros 10 países. Apresentamos a eles uma excelente experiência e as mais

recentes tecnologias em eletrônicos de consumo e produtos móveis."

Realizada de 11 a 14 de outubro, no pavilhão Asia World-Expo de Hong Kong, a Consumer Electronics contou com 3.900 estandes, nos quais foram apresentadas as mais recentes novidades em produtos eletrônicos, inteligentes, automotivos, computadores, acessórios, componentes, games, eletrodomésticos, saúde e bem-estar e itens de segurança residenciais e para empresas. Cerca de 70 mil comprado-

res de mais de uma centena de países visitaram os eventos, que se empenharam em fomentar a inovação.

A Consumer Electronics teve setores especiais, um deles exclusivamente para os produtos do segmento de áudio e entretenimento; outro, denominado Gaming e eSport, reuniu 200 estandes que atenderam ao aumento contínuo e acelerado da demanda por jogos eletrônicos, inclusive com experimentação dos lançamentos; mais uma área especial



“Ficamos orgulhosos da capacidade que as feiras têm de atrair tantos expositores de alto nível, vindos da China, da Ásia e de outros 10 países. Apresentamos a eles uma excelente experiência e as mais recentes tecnologias em eletrônicos de consumo e produtos móveis.”

Tommy Wong,
presidente do **Global Sources Electronics Group**

Fotos: Divulgação



apresentou, inclusive com test drives, as novidades em drones, robótica, wearables e produtos de segurança para casas inteligentes.

MOBILE ELECTRONICS

Realizada de 18 a 21 de outubro último, a Mobile Electronics direcionou o seu foco para as novidades em dispositivos móveis, como smartphones e tablets, acessórios, alto-falantes, fones de ouvido, VR/AR e wearables. A feira também contou com zonas de experimentação de

produtos dotados das mais recentes tecnologias, exposições interativas e um abrangente programa de conferências sobre IoT, e-sport, áudio, sourcing e varejo online.

Um de seus pontos altos foi a Startup Launchpad, principal plataforma de sourcing para startups. Ela facilita a distribuição global entre startups de hardware e soluções de varejo e renomados varejistas online e offline. A plataforma foi apresentada no Salão de Eletrônica Móvel, que reuniu 300

startups de 15 países e regiões, com demonstração de inovações ligadas a IoT, wearables, smart home, robótica, VR/AR, cadeia de suprimentos e outras categorias de alto crescimento.

No evento deste ano, foi instituído o Dia do Ecossistema. O programa preparado para a data contou com a participação de especialistas em diferentes mercados, que levaram às startups informações sobre os recursos e financiamento disponíveis para as áreas em que atuam. ■■

EXPECTATIVAS E ESPERANÇAS PARA O NATAL E A BLACK FRIDAY

José Jorge do Nascimento Junior, presidente da Eletros – Associação Nacional de Fabricantes de Produtos Eletroeletrônicos



Foto: Divulgação

Iniciamos 2018 com uma perspectiva otimista e uma grande expectativa por melhoras significativas na economia que apontassem para uma retomada do crescimento do setor eletroeletrônico. Contudo, infelizmente, não alcançamos os resultados almejados até o momento, e a previsão de crescermos 15% neste ano chegou a ser revista para 10%. Hoje, preveremos a comercialização de 11,5 milhões de

mudanças rápidas no ambiente econômico, que tragam maior confiança para os investidores e consumidores. O tabelamento do frete rodoviário, a alta variação cambial e o aumento dos preços de insumos importantes como o aço e as resinas impactaram de forma significativa os custos fabris. As incertezas eleitorais, é claro, também pesaram, mas com o término do período eleitoral deveremos ter uma maior clareza dos rumos do País.

Esperamos que este final de ano seja uma amostra do poder do mercado brasileiro de se recuperar, investir e criar postos de trabalho.

De sua parte, as indústrias seguem comprometidas e empenhadas em oferecer produtos de qualidade, com tecnologia de ponta, preços acessíveis e alinhados com os desejos do consumidor – assim como estamos vendo o varejo se movimentar para criar condições favoráveis que facilitem as compras. É a sinergia de ações!

TVs no acumulado, em linha com as 11,3 milhões de unidades registradas em 2017, mas 10% menor do que o anteriormente previsto para 2018. A linha branca prevê um aumento de 3% em relação a 2017, e o segmento de portáteis estima crescer 5%, na comparação com o ano passado.

Nosso próximo termômetro será a Black Friday, que já consideramos uma data consolidada importante para o varejo no Brasil. As indústrias e o varejo oferecerão oportunidades únicas aos consumidores. No Natal, vale a mesma premissa. Acreditamos que essas datas sejam positivas para o segmento eletroeletrônico.

Estamos nos aproximando dos meses de novembro e dezembro, normalmente os mais importantes para o mercado de eletrodomésticos, com a Black Friday e o Natal, e renovamos a esperança de que poderemos, enfim, ter um ambiente de negócios propício para que o consumidor se sinta confortável e seguro para adquirir novos produtos. Mas, para que isso se torne realidade, temos que superar muitos desafios.

Esperamos que este final de ano seja uma amostra do poder do mercado brasileiro de se recuperar, investir e criar postos de trabalho. O último trimestre tem que ser o momento da verdadeira retomada do crescimento da nossa economia, para iniciarmos 2019 com uma dinâmica mais positiva. A Eletros e seus associados acreditam nisso, e não mediremos esforços para que isso ocorra. ■■

A ociosidade nas fábricas ainda preocupa, e a recuperação lenta dos níveis de emprego e de crédito é alerta para a necessidade de

COMUNIQUE-SE COM OS MAIORES EXECUTIVOS DO SETOR EM TEMPO REAL

ELETROLAR DIGITAL

azulmídia.com.br

ELETROLAR.COM

O portal Eletrolar mantém você atualizado sobre o mercado, economia, movimentação, indústria, varejo, lançamentos, eventos, tecnologia, e com as notícias do setor de eletros, TI e bens duráveis. Portal atualizado em tempo real. **800 mil pageviews por ano.**

ELETROLAR NEWS DIGITAL

Acesse as notícias, os números do mercado e as matérias relevantes do setor a qualquer momento no seu dispositivo móvel. A publicação digital mais completa do setor. Acesse, aproveite as notícias e compartilhe com sua equipe eletrolar.com/revista-digital

E-MAIL MARKETING PERSONALIZADO

Mais de 100 mil profissionais do setor cadastrados. Comunicação estratégica com base segmentada por canal de vendas, região, cargo, setor de atividade, porte e muito mais. Relatórios de performance de envio, recebimento e abertura. Comunicação de melhor custo x benefício em tempo real.

NEWSLETTER

Boletim semanal com o resumo das notícias do setor enviado diretamente ao seu e-mail. Maneira rápida e prática para você se manter atualizado com os acontecimentos do setor. Cadastre-se em www.eletrolar.com



MAIOR BASE DE DADOS DO SETOR +100 MIL PROFISSIONAIS CADASTRADOS

Compradores que representam a força de vendas de mais de 30 mil pontos de venda de todo país.

PÚBLICO

CEO's • Gerentes • Diretores • Coordenadores

Profissionais de compras • Executivos do varejo e da indústria

ABRANGÊNCIA

Home Centers • Indústria • E-commerce

Grande, médio e pequeno varejo • Mercado Cooperativo • Atacadistas e Distribuidores

AS NOTÍCIAS DO SETOR ONDE VOCÊ ESTIVER



f /eletrolarshow

in /grupoeletrolar

yt /eletrolarshow

ig @eletrolarshow

tw @eletrolarshow

Grupo
eletrolar
MULTIMÍDIA B2B

COMERCIAL:

+55 11 3035 1030 • comercial@grupoeletrolar.com.br • grupoeletrolar.com.br

O IMPACTO POSITIVO DA “NOVA” LEI DE INFORMÁTICA PARA A AMPLIAÇÃO ECONÔMICA DO PIM

Appio Tolentino, superintendente da Suframa



Foto: Divulgação

O dilema existente entre crescimento e desenvolvimento econômico da Amazônia sempre passou pela leitura cognitiva dos impactos socioeconômicos produzidos pela Zona Franca de Manaus e sua capacidade inovadora e tecnológica.

Não há dúvida de que a Lei 8.387/91, ao ser publicada, produziu efeitos positivos, irradiados diretamente sobre o segmento de informática na ZFM. Também é inegável que precisa de revisão jurídica a fim de aprimorar aspectos pontuais, especialmente para promover fôlego e fluxo financeiro para as empresas que investem em pesquisa e desenvolvimento (P&D).

“A alteração da chamada Lei de Informática da ZFM, em junho deste ano, deverá promover avanços na tecnologia e inovação do Polo Industrial de Manaus - PIM.”

Em 2018, a Lei 13.674, advinda da Medida Provisória 810/2017, alterou não só a Lei 8.248/91, mas sobretudo a Lei 8.387/91 (conhecida como Lei de Informática da ZFM). O diploma legal foi capaz de organizar algumas necessidades do setor de informática da ZFM.

Para os bens e serviços do setor tecnológico da informação e comunicação que forem industrializados na ZFM, serão concedidos alguns incentivos fiscais, desde que se atenham aos limites anuais de importação de matérias-primas, produtos intermediários, materiais secundários e de embalagem.

Para tais incentivos também é preciso promover incremento de oferta de emprego

na região, conceder maiores benefícios sociais (além daquilo já estabelecido na Consolidação das Leis Trabalhistas – CLT), incorporar tecnologias de produtos aos processos de produção, valorizando o estado da arte e da técnica, manter níveis crescentes de produtividade e de competitividade, reinvestir os lucros na região e formar e capacitar recursos humanos para o desenvolvimento científico e tecnológico.

Naturalmente, nesse ambiente, as forças do mercado se chocam: empresas privadas – que almejam máxima lucratividade em curtíssimo prazo – e o Estado e a sociedade como um todo, que reagem aos fatos, à degradação econômica, às mudanças tecnológicas.

Ora, desenvolvimento pressupõe o crescimento do produto real per capita aliado à desconcentração da renda e da riqueza e redução da pobreza absoluta, da miséria. Isso ocorre quando a sociedade obtém melhores condições qualitativas de saúde, de nutrição, de educação, de moradia e de lazer, em todas as camadas sociais. Também requer melhores condições ambientais, que resultem de mudanças nos padrões de exploração das reservas naturais básicas, com desenvolvimento sustentável, cujo fator tecnológico tem sido variável imperiosa nesta questão.

Por essa razão, proporcionar às empresas que investem em pesquisa e desenvolvimento na Amazônia brasileira reinvestir valores glosados, ou mesmo oferecer maior capacidade de parcelamento de valores não efetivamente cumpridos por razões de ordem formal, é acima de tudo construir pilares de segurança jurídica para a inovação na Amazônia. ■■

COMÉRCIO SE PREPARA PARA A BLACK FRIDAY

Guilherme Dietze, assessor econômico da FecomercioSP



O comércio varejista já está na expectativa para o seu melhor período do ano: novembro e dezembro – meses com os maiores faturamentos. Evidentemente, o Natal é o evento mais importante para o comércio. E, nos últimos anos, a Black Friday vem ganhando força e estimulando as vendas no mês de novembro.

Quando o Brasil “importou” a data dos Estados Unidos, no início desta década, houve muitas estratégias equivocadas – como aumento de preço na véspera para gerar o desconto no dia seguinte –, deixando os consumidores desconfiados.

Os produtos que mais se destacam na Black Friday são os chamados bens duráveis. Smartphones, produtos de informática, eletrodomésticos e eletrônicos devem representar 60% do volume financeiro do evento, conforme indicam os dados da FecomercioSP/Ebit.

Entretanto, aos poucos, o comércio foi amadurecendo e aprendendo com os erros e conseguiu consolidar a data no calendário nacional, com crescimento importante nas vendas tanto no comércio eletrônico como no varejo físico.

Os produtos que mais se destacam na Black Friday são os chamados bens duráveis. Smartphones, produtos de informática, eletrodomésticos e eletrônicos devem representar 60% do volume financeiro do evento, conforme indicam os dados da FecomercioSP/Ebit.

Os números também mostram que, para o segmento de eletrodomésticos e eletrônicos, o penúltimo mês do ano aumentou sua relevância no faturamento do segundo semestre.

De acordo com a Pesquisa Conjuntural do Comércio Varejista (PCCV), realizada pela FecomercioSP, em 2008, início da série histórica, o setor, no Estado de São Paulo, participava com 14,6% do faturamento total do segundo semestre. Em 2010, primeiro ano da Black Friday, o percentual aumentou para 16,5% – a medida do governo de isenção de IPI para a linha branca naquele ano foi também uma ajuda importante. Sete anos depois, o faturamento de novembro passou a representar 19,3% para o mesmo período.

Assim, ao consolidar a confiança dos consumidores no evento – aliado ao período de recebimento do 13º salário e à antecipação de compras para o Natal –, há mais oportunidade de compra e maior movimento para o comércio.

E mesmo com o cenário de crescimento fraco das vendas no varejo ao longo de 2018, a expectativa é positiva para a movimentação em novembro – até em razão da definição do quadro eleitoral, o que traz mais previsibilidade e confiança a empresários e consumidores. O processo de consolidação da Black Friday ainda está em andamento, com potencial para crescer e agregar valor ao setor, gerando não somente aumento de faturamento, mas também novas vagas de emprego, que, em grande parte, são para pessoas com boa qualificação. ■■

REDE PREMIUM DE ASSISTÊNCIAS TÉCNICAS

Wagner Gatto, diretor-executivo da Abrasa (Associação Brasileira de Pós-Vendas em Eletroeletrônicos) e da WG & Associados



Foto: Arquivo

Nos últimos anos, as empresas de assistência técnica em eletroeletrônicos dedicaram-se apenas a atender o público consumidor de uma forma tradicional em seus mais diferentes perfis de renda e linha de produtos. Porém o pós-consumidor está cada vez mais rigoroso e intolerante com a burocracia, impaciente com a perda de tempo e insatisfeito com as regras que foram praticadas no setor nas últimas décadas.

Hoje, oferecer uma grande experiência aos clientes é uma atitude necessária e que fideliza. No futuro bem próximo, será uma atitude para a sobrevivência de uma empresa. Por isso, a Abrasa vem desenvolvendo um portfólio de serviços.

Como apresentamos durante a participação da Abrasa na 13ª Eletrolar Show, a associação vem trabalhando arduamente para formar uma rede premium de assistências técnicas certificadas para quebrar esse paradigma de atuação, em busca, no pós-venda, da satisfação do cliente, que está ditando as regras e impondo um novo mindset para o mercado.

A transparência será um elemento considerado indispensável para o pós-consumidor. É relevante considerar o cliente em primeiro lugar, mas é preciso demonstrar isso a ele, o que pode ser feito por meio do atendimento e do relacionamento, que começa na decisão dele de

adquirir o produto e continua por todas as demais etapas do pós-venda.

Hoje, oferecer uma grande experiência aos clientes é uma atitude necessária e que fideliza. No futuro bem próximo, será uma atitude para a sobrevivência de uma empresa. Por isso, a Abrasa vem desenvolvendo um portfólio de serviços agregados à sua rede premium para permitir um atendimento sob medida após a venda do produto.

A proposta visa a uma inovação no relacionamento, na busca da transformação comportamental de uma oficina de assistência técnica, que não deve se fixar somente em consertos e reparos, mas sim em ser uma empresa capacitada e preparada para proporcionar novas conveniências, experiências e conectividade aos consumidores. Uma assistência técnica que faça reparos em domicílio, acionada por aplicativo, e que venda acessórios, componentes e seguros de garantia estendida, entre outros serviços.

Esse conjunto de medidas, além de ser fundamental para a sobrevivência, fará a diferença nas assistências técnicas. Os números mostram que há uma urgente necessidade de elas se transformarem. Basta lembrar que, nos últimos oito anos, tínhamos 10.427 empresas de assistência técnica cadastradas no País, número que caiu para 7.371 em 2016 e para 7.194 em 2017. Constata-se, também, a tendência de queda, este ano, para cerca de 6.500. ■■

■ ATLAS ELETRODOMÉSTICOS

André Fauth assumiu a presidência da Atlas Eletrodomésticos em setembro último, em um momento de grande expansão da empresa. O executivo é membro do Conselho Consultivo da companhia desde 2017 e tem larga experiência como CEO. Foi diretor comercial da Amanco por 11 anos e é graduado em engenharia mecânica pela Faculdade de Engenharia de Joinville (SC), com MBA pela Fundação Getúlio Vargas (FGV).

■ RICARDO ELETRO

Luiz A. Wan-Dall Jr. assumiu como presidente-executivo da Ricardo Eletro, bandeira da holding Máquina de Vendas. O executivo é formado em ciências contábeis e tem formação executiva em várias instituições, entre elas a Fundação Dom Cabral e a Kellogg School of Management. É pós-graduado em controladoria e finanças pela PUC. O ex-presidente da empresa, Ricardo Nunes, passou a ocupar a posição de copresidente.

■ NIELSEN BRASIL

Roberto Brutagueño é o novo diretor de atendimento ao varejo da Nielsen Brasil. Há mais de 18 anos na empresa, tem vasta experiência no varejo espanhol. Formado em gestão empresarial e ciências econômicas pela Universidade Carlos III de Madri e no programa de liderança inovadora da Harvard Business School, assume o lugar de Daniela Toledo, que passa a liderar as áreas de sales e marketing effectiveness.

■ SHURE INCORPORATED

Fabricante de microfones e produtos eletrônicos de áudio, a Shure nomeou José Rivas vice-presidente de vendas globais para mercados emergentes. Peter James passou a VP de vendas globais para áudio profissional. Abby Kaplan assume como VP de vendas globais para o varejo, e Jim Schanz é o VP de vendas globais para sistemas integrados.



■ FACEBOOK

Maren Lau é a nova líder do Facebook para a América Latina, respondendo pelas operações na Argentina, Brasil, Colômbia, México e Miami (EUA). Ficará sediada em São Paulo e responderá a Carolyn Everson, vice-presidente de Global Marketing Solutions. A executiva é graduada em ciências sociais pela Universidade de Harvard (EUA) e tem MBA em marketing e finanças pela Kellogg School of Management da Universidade de Northwestern (EUA).

■ SHOPPING PÁTIO HIGIENÓPOLIS

Ednaldo Sousa Júnior assume como gerente-geral do Shopping Pátio Higienópolis, na cidade de São Paulo. Administrador de empresas pela Faculdade Mackenzie, com MBA em liderança e gestão pela Fundação Dom Cabral, o executivo está na Iguatemi Empresa de Shopping Centers desde 2011. Experiente no mercado, atuou na C&A por 10 anos, como gerente de vendas.

■ MICROSTRATEGY

A empresa anunciou o nome de Amaury Gallisa para o cargo de vice-presidente e gerente-geral da América Latina da MicroStrategy. Gallisa, ex-VP para vendas na América Latina da Micro Focus, é um executivo americano com bastante experiência na região. Atuou em empresas como HPE, Dell, VMware e BEA Systems.

■ SONDA

Leandro Baghdadi é o novo diretor de marketing e gestão de alianças da Sonda no Brasil, após passar os últimos 15 anos na Ericsson, onde atuou em diferentes segmentos na América Latina. É formado em comunicação social e possui MBA em marketing pela Fundação Getúlio Vargas. Tem especialização em liderança pela Universidade de Duke, nos EUA.



ESTRELAS DO PIM

O Polo Industrial de Manaus (PIM) faturou R\$ 8,48 bilhões em agosto último, seu melhor resultado mensal de 2018, e chegou a R\$ 60,36 bilhões no acumulado dos oito primeiros meses do ano. Isso representa crescimento de 17,81% ante o faturamento obtido em igual período de 2017 (R\$ 51,23 bilhões). "A indústria de produtos eletroeletrônicos continua, certamente, sendo nosso carro-chefe, mas foram destaque, também, os setores de duas rodas e químico", disse Appio Tolentino, superintendente da Suframa.

De janeiro a agosto, os itens mais relevantes fabricados no PIM foram televisores com tela de cristal líquido LCD (8.197.915 unidades produzidas e crescimento de 17,54%); telefones celulares (9.955.466 unidades e crescimento de 4,64%); microcomputadores do tipo desktop (137.195 unidades e aumento de 51,01%); microcomputadores portáteis (510.805 unidades e crescimento de 46,68%); motocicletas, motonetas e ciclomotos (705.305 unidades e crescimento de 22,38%); telejogos (61.537 unidades e crescimento de 75,33%) e home theaters (65.198 unidades e crescimento de 58%). Em condicionadores de ar foram 1.705.801 unidades produzidas do tipo split system (crescimento de 14,27%) e 272.111 unidades produzidas do tipo de janela (aumento de 111,47%).



VOLTA A CONFIANÇA

O Índice de Confiança do Empresário Industrial (ICEI) do setor eletroeletrônico atingiu 53,8 pontos, no mês de outubro de 2018, registrando 2,1 pontos acima do resultado apontado em setembro (51,7 pontos). É o que mostram os dados da CNI, agregados pela Abinee. A melhora do ICEI ocorreu tanto na área elétrica, que subiu de 50,9 para 51,2 pontos, como na área eletrônica, que aumentou de 52,5 para 56,7 pontos, na comparação com o mês de setembro.

Mesmo com as variações ocorridas nos últimos meses, o ICEI do setor permaneceu acima da linha dos 50 pontos pelo terceiro mês consecutivo. No entanto, continua abaixo do registrado nos primeiros meses deste ano, isto é, por volta de 60 pontos. O ICEI varia de 0 a 100 pontos. Valores acima de 50 pontos indicam confiança do empresário industrial e abaixo de 50 pontos mostram falta de confiança.



Fotos: Divulgação

NO COMÉRCIO TAMBÉM

A confiança do comércio subiu em outubro para o maior nível em cinco meses, de acordo com dados da Fundação Getúlio Vargas. Com isso, voltou aos níveis anteriores à greve dos caminhoneiros e estimulou o otimismo de retomada das vendas. Ao subir 3,8 pontos, o Índice de Confiança do Comércio (Icom) foi a 92,5 pontos em outubro, o maior valor desde os 92,6 pontos vistos em maio deste ano.

BLACK FRIDAY EM ALTA

O comércio eletrônico brasileiro deve faturar R\$ 2,87 bilhões na Black Friday deste ano, número que representa crescimento de 16% em relação a 2017, segundo a Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (Abcomm). A expectativa, que leva em conta os dias 22 e 23 de novembro, é que os sites de varejo online recebam mais de 8,8 milhões de pedidos, com tíquete médio de R\$ 326. Conforme o levantamento, cerca de 33% dos pedidos devem ser feitos como antecipação às compras de Natal.



SHOPPING CENTER VIRTUAL

O Shopping Iguatemi, o primeiro do País, vai lançar no primeiro semestre de 2019 o seu e-commerce. Denominado Iguatemi 365, atuará no formato de marketplace, como uma espécie de shopping center virtual, reunindo diversas lojas em um só lugar. O projeto começará com 64 marcas presentes nas unidades da rede. "Será um e-commerce premium, que terá a curadoria da marca Iguatemi. A tecnologia do marketplace se assemelha ao nosso negócio: seremos também no ambiente online uma integradora entre os clientes e as marcas, recebendo uma comissão por esse negócio", diz Carlos Jereissati Filho, presidente da Iguatemi Empresa de Shopping Centers.

MAIS VALIOSA

A rede Magazine Luiza tornou-se a empresa de varejo brasileira de maior valor na Bolsa, ao ultrapassar os R\$ 30 bilhões, passando à frente do Carrefour. Desde o início de outubro último, os papéis da vendedora de eletroeletrônicos e móveis subiram mais de 30%. Apenas neste ano, a ação da empresa teve alta superior a 100%.



LANÇAMENTOS



AQUÁRIO

ANTENA DIGITAL DTV-4600

É um modelo 4 em 1, que capta sinais HDTV, VHF e UHF. Tem design moderno e hastes longas e ajustáveis, que garantem qualidade na recepção do sinal de som e imagem. Conta com um amplificador de sinal, que maximiza a recepção para a transmissão analógica e também digital. É indispensável utilizar um conversor digital, caso a televisão não seja equipada com ele, para receber o novo padrão, informa a empresa. Desenvolvida no Brasil, vem com cabo de 1,5 m e conector.



BLACK+DECKER

ABRIDOR DE VINHO A BATERIA

Com corpo de aço inox e design elegante, o novo abridor de vinho a bateria W15 pode ser utilizado em rolhas de cortiça natural ou sintética. Funciona como saca-rolhas e bomba a vácuo, função que ajuda a manter o vinho conservado por mais tempo após aberto. Conta com iluminação de LED, e sua a bateria, recarregável, pode abrir e fechar mais de 30 garrafas com uma única carga. Vem com duas rolhas de borracha com seletor de data, cortador de lacre e carregador.



Fotos: Divulgação

D-LINK

DCS-8000LH

Câmera que dispensa instalação e cabeamento. Apresenta gravação em nuvem e permite ao usuário acessar, no smartphone, tudo o que foi registrado por intermédio do aplicativo mydlink. Tem resolução HD 720p com ângulo de gravação de 120° e visão noturna. Facilita o monitoramento dos que estão em um espaço equipado com a câmera. O sensor de presença captura qualquer movimentação ou barulho suspeito e envia uma notificação em tempo real.

■ IWILL BRASIL

WIRELESS CAR CHARGER

Na linha de carregadores sem fio, a iWill lança o Wireless Car Charger. Projetado para quem quer carregar e usar o aparelho dentro do carro, tem duas opções de suporte: uma ventosa, para ser fixada no vidro ou painel do carro, e um clipe, que pode ser acoplado ao ar-condicionado. Conta com padrão Qi, compatível com iPhones e smartphones como Samsung e Motorola. O sistema de rotação 360° facilita a alternância entre a posição vertical e horizontal do aparelho.



■ LG

DUAL INVERTER ARTCOOL

Com design premium e Wi-Fi, o ar-condicionado LG DUAL Inverter ARTCOOL permite ao usuário acessar de forma remota as funções do aparelho por meio do aplicativo exclusivo SmartThinQ™. Possui display de LED, serpentina de cobre, filtro 3M Micro Dust, ionizador Plasmaster, swing de 4 direções e função Comfort Sleep. Sua tecnologia garante até 70% de economia de energia e refrigeração até 40% mais rápida. O compressor tem 10 anos de garantia. Disponível nos modelos quente/frio, nas capacidades de 12.000 até 22.000 BTU/h.



■ MIDEA

FRITADEIRA SEM ÓLEO 4L

Ampliando a sua linha de fritadeiras sem óleo, a Midea lança mais dois modelos de 4 litros, com bandeja retangular, nas cores preta e vermelha. Como nas demais versões, o produto tem bandeja antiaderente, baixa emissão de odores, 1.500 W de potência, timer de 60 minutos e temperatura que varia entre 80 e 200°C. No quesito segurança, possui um sensor de desligamento automático. O produto vem acompanhado de livro com 30 receitas.



PIONEER

MEDIA RECEIVER MVH-S618BT

O novo Media Receiver MVH-S618BT, da Pioneer, tem formato 2-Din e vem com moldura para instalação especial de 200 mm. Conta com conexão Bluetooth e entrada USB. Permite o uso do aplicativo Spotify, possibilitando ouvir playlists e controlar as funções de áudio através do aplicativo Pioneer ARC, disponível para usuários de smartphones Android e iPhone. Tem equalizador gráfico 13 bandas, entrada para controle de volante, 3 saídas RCA (4V) e chassi curto.



SAMSUNG

GALAXY TAB S4

O Galaxy Tab S4 é um tablet Android 2 em 1, com tela de 10,5", tecnologia Super AMOLED, além de uma proporção de 16:10 com resolução de 2.560x1.600 e 287 pixels por polegada (PPI). Tem 4 GB de memória e 64 GB de armazenamento, expansível com micro SD até 512 GB, processador Qualcomm® Snapdragon™ 835 Octa-Core. Possui bateria de 7.300 mAh, vem equipado com a S Pen e permite fazer anotações mesmo com a tela desligada.



SOFRONIC

MOUSE 170 PRATA LOGITECH

O mouse sem fio Logitech® 170 Prata tem alcance de 10 metros, graças à tecnologia Logitech Advanced 2,4 GHz. É econômico, funciona por 12 meses com uma única pilha AA, que vem com o acessório. Para instalar, basta conectar o pequeno receptor sem fio que acompanha o produto na porta USB do equipamento. Não precisa de pareamento nem de instalação de software. O mouse 170 Prata é compatível com Windows®, Mac e Chrome™.



SONY

SOUNDBAR 5.1 CANAIS HT-S700RF

O soundbar HT-S700RF tem 5.1 canais físicos, com potência total de 380 W RMS. O conjunto é composto por duas caixas traseiras do tipo tall boy (torre), uma barra frontal de três canais e um subwoofer, que concentra todas as conexões. Tem entrada USB, conectividade Bluetooth e é compatível com smartphones, notebooks e tablets Android e iOS. Com o aplicativo Sony / Music Center, o usuário controla as músicas reproduzidas no soundbar.

SUPERMEDY®

Os melhores produtos
para a sua loja:

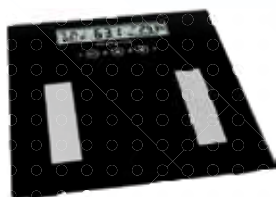
MASSAGEADORES



FITNESS



BALANÇAS



UMIDIFICADORES



ENCOSTOS





LANÇAMENTO DA EDIÇÃO ESPECIAL PRESIDENTES REVISTA ELETROLAR NEWS

*Os presidentes das empresas de bens de consumo duráveis
analisam 2018 e fazem projeções para 2019 na revista
Eletrolar News – Especial Presidentes.*

- ✓ EDIÇÃO ESPECIAL
- ✓ HOMENAGEM AO VAREJO
- ✓ BALANÇO 2018
- ✓ PRESENÇA DE PRESIDENTES E DIRETORES
- ✓ EXPECTATIVAS PARA 2019
- ✓ JANTAR EXCLUSIVO

ORGANIZAÇÃO



COMERCIAL

11 3035 1030
comercial@grupoeletrolar.com.br
www.grupoeletrolar.com.br

EVENTO PRESIDENTES 2019

2ª Quinzena de Março, 2019



**MARQUE SUA PRESENÇA,
CONSULTE E ANUNCIE!**

A MAIOR FEIRA DE NEGÓCIOS ENTRE A INDÚSTRIA E O VAREJO DE ELETROELETRÔNICOS, ELETRODOMÉSTICOS, CELULARES, MÓVEIS, UTILIDADES DOMÉSTICAS E TI DA AMÉRICA LATINA



**LATIN
AMERICAN
ELECTRONICS**
International Trade Show

**29 DE JULHO A
01 DE AGOSTO DE 2019**

13h às 21h - Transamerica Expo Center
São Paulo - SP - Brasil

10 MIL
PRODUTOS

700
MARCAS

29 MIL
VISITANTES

PÚBLICO VISITANTE

- CEO's
- Gerentes
- Diretores
- Profissionais de compras
- Coordenadores
- Executivos do varejo e da indústria

CANAIS DE VENDA

- Redes do grande, médio e pequeno varejo
- Atacadistas e Distribuidores
- Home centers
- E-commerce
- Indústria
- Mercado corporativo

WWW.ELETROLARSHOW.COM.BR

ORGANIZAÇÃO



REALIZAÇÃO



MÍDIA PARTNER



APOIO INSTITUCIONAL



CIA AÉREA



ELETROLAR SHOW / MONTA SEU ESTANDE

30% DE REDUÇÃO DE CUSTO

Na Eletrolar Show sua empresa só se preocupa em vender.

Nós cuidamos do resto!

CONFIRA OS PROJETOS MONTADOS NA EDIÇÃO ANTERIOR



PLANEJE E SOLICITE SEU ORÇAMENTO!

COMERCIAL:

11 3035 1030

comercial@grupoeletrolar.com.br

www.eletrolarshow.com.br

EVENTOS PARALELOS:

**BAZAAR
HOME SHOW**

**LATIN
AMERICAN
MOBILE
ELECTRONICS**

A MAIOR FEIRA DE NEGÓCIOS DA AMÉRICA LATINA
ENTRE A INDÚSTRIA E O VAREJO DE ELETROELETRÔNICOS,
ELETRODOMÉSTICOS, CELULARES, TI E UD.

azulmedia.com.br

#ES2019

 **eletrolarshow**
Electronics Show



**29 DE JULHO A
01 DE AGOSTO DE 2019**

13h às 21h - Transamerica Expo Center
São Paulo - SP - Brasil

10 MIL PRODUTOS **700** MARCAS **29 MIL** VISITANTES

COMERCIAL:

11 3035 1030
comercial@grupeeletrolar.com.br
www.eletrolarshow.com.br

EVENTOS PARALELOS:

**BAZAAR
HOME SHOW**

**LATIN
AMERICAN
ELECTRONICS**
International Trade Show

**LATIN
AMERICAN
MOBILE
ELECTRONICS**

Entrada exclusiva para empresas e profissionais do setor, devidamente identificados. Permitida a entrada somente para maiores de 18 anos.
Importante: Por ser uma feira de negócios, não é permitida a entrada de pessoas sem camiseta e/ou trajando short, bermuda, chinelo ou regata.

ORGANIZAÇÃO

Grupo
eletrolar

REALIZAÇÃO

azuloplay
Feiras e Eventos

MÍDIA PARTNER

Revista
eletrolar

APOIO INSTITUCIONAL

 **ABRADI**  **ABRASA**

 **abree**
Soluções em Energia

 **ELETROS**

 **SEBRAE**

 **SEBRAE**

 **SEBRAE**

CIA. AÉREA

 **LATAM
AIRLINES**