

REVISTA

Ano / Year 20 - n° 132 - 2019

# ELETROLAR

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



## NEWS



## AR-CONDICIONADO

Inovação e tecnologia elevam as vendas

*AIR CONDITIONING*

*Innovation and technology drive sales*



### COBERTURA DA 14ª ELETROLAR SHOW

Expositores e produtos

Isummit de IA para o varejo

Números do mercado

Compradores confiam no 2º semestre

Latin American Electronics

International Trade Show

14<sup>TH</sup> ELETROLAR SHOW COVERAGE

*Exhibitors and Products | AI summit for retail | Market Numbers*

*Buyers trust in the second half | Latin American Electronics International Trade Show*

### BLACK FRIDAY

Varejo pode perder margem  
se exagerar nas promoções

*BLACK FRIDAY*

*Retail may lose margin overdoing promotions*

### PERFIL DO VAREJO RICARDO ELETRO

Previsão é faturar R\$ 3 bi este ano

*RETAIL PROFILE*

*RICARDO ELETRO*

*Forecast is to earn BRL 3 billion this year*

**SEMP TCL**

PATROCINADORA OFICIAL



# ESSE É O CLIMA IDEAL



Fácil montagem, fácil instalação  
e fácil manutenção.



Alta eficiência e economia  
de energia.



Resfriamento confortável.  
Mantém a temperatura desejada.



26°

TCL

TALENT MARCEL

*Tatiana Weston-Webb*

TATIANA WESTON-WEBB

*Gabriel Medina*

GABRIEL MEDINA

# NOVA LINHA DE VENTILAÇÃO

Maior potência e praticidade em sua casa.

Classificação Energética **A**

Super **Silencioso**

Tecnologia **Maxx Force 8**

Potência de  
**160W**



**Ventilador BVT480 Turbo**

Classificação Energética **A**

Super **Silencioso**

Potência de  
**155W**



**Ventilador BVT410 Turbo**

[www.britania.com.br](http://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.

Classificação Energética **A**

Super **Silencioso**

Tecnologia **Maxx Force 6**

Potência de  
**155W**



Ventilador **BVT510 Turbo**

Classificação Energética **A**

Super **Silencioso**

Tecnologia **Maxx Force 6**



Ventilador **BVT310 Turbo**

DESDE 1956

**BRITANIA**

Em uma marca, todas as soluções

# POTÊNCIA & BEM-ESTAR

em qualquer lugar.



CLASSIFICAÇÃO  
ENERGETICA

Maior economia de  
energia para você

AR CONDICIONADO ON/OFF M9  
Modelo de 9.000, 12.000, 18.000 e 24.000 BTUs

VENTILADOR  
PVT300 TURBO



VENTILADOR  
PVT500 TURBO



155 W  
DE POTÊNCIA

## AR CONDICIONADO

### CASSETTE M5

Modelo de 36.000 E 60.000 BTUs



**CLASSIFICAÇÃO  
ENERGÉTICA**

Maior economia de  
energia para você.

## AR CONDICIONADO INVERTER M9

Modelo de 9.000, 12.000, 18.000 e 24.000 BTUs

## VENTILADOR PVT400 TURBO CONNECT



### MULTIFUNÇÕES:

Duas entradas USB e Bluetooth. Permitindo a entrada de difusores elétricos, aromatizadores e inseticidas. Além de conectar rádios, celulares e tablets



LANÇAMENTO

**155 W  
DE POTÊNCIA**

[www.philco.com.br](http://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.

# Philco

TEM COISAS QUE SÓ A PHILCO FAZ PRA VOCÊ.

*Mondial,  
a escolha  
inteligente.*



Rodrigo Hilbert



 EMPRESA BRASILEIRA

FÁBRICAS MODERNAS



MAIS DE 3200 COLABORADORES

ACESSE NOSSAS REDES SOCIAIS:

  /mondialbr  
emondial.com.br

A MONDIAL É A MARCA ESCOLHIDA POR  
MILHÕES DE BRASILEIROS.

POSSUI UMA LINHA COMPLETA DE PRODUTOS:  
PORTÁTEIS, VENTILAÇÃO, CUIDADOS PESSOAIS,  
FERRAMENTAS E ELETRÔNICOS.



**MONDIAL**  
ELETRODOMÉSTICOS

*Mondial,  
a escolha  
inteligente.*



Rodrigo Hilbert

**INOVAÇÃO**

**TURBO  
DOUBLE WIND**

**1º** Ventilador do  
Brasil com 2 hélices  
e 14 pás.

VTX-40-DW



**TURBO  
DOUBLE WIND**  
amplia a distribuição  
e melhora a sensação  
do fluxo de ar



# NOVA LINHA TURBO 8 PÁS VTX.



VTX-50-8P  
Turbo 50 cm



VTX-40-8P  
Turbo 40 cm



VTX-40-8P AP  
Turbo 40 cm  
Azul Petróleo



VTX-40C-8P-CR



VTX-40-8P-CR



Controle Remoto



VTX-40-8P-TM



Tomada Integrada



VTX-40-8P-RL



Repelente Líquido



VTX-40-8P-RP



Repelente Pastilha

# MONDIAL

ELETRDOMÉSTICOS

# ELETROLAR NEWS

EDIÇÃO 132 / EDITION 132



<b>EDITORIAL</b> .....	<b>14</b>	<b>COBERTURA 14ª ELETROLAR SHOW</b>	<b>50</b>
		<i>COVERAGE 14<sup>TH</sup> ELETROLAR SHOW &amp; LATIN AMERICAN ELECTRONICS</i> . . .	
<b>MATÉRIA DE CAPA / COVER STORY</b> <b>AR-CONDICIONADO / AIR CONDITIONING</b>		<b>EXPOSITORES E PRODUTOS</b>	<b>52</b>
Inovação e tecnologia elevam as vendas <i>Innovation and technology drive sales</i> .....	<b>18</b>	<i>EXHIBITORS AND PRODUCTS</i> .....	
<b>BLACK FRIDAY</b>		<b>ISUMMIT DE IA PARA O VAREJO</b>	<b>122</b>
Varejo pode perder margem se exagerar nas promoções <i>Retail may lose margin if it overdoes promotions</i> .....	<b>26</b>	<i>AI ISUMMIT FOR RETAIL</i> .....	
<b>CHURRASQUEIRAS ELÉTRICAS</b>		<b>NÚMEROS DO MERCADO</b>	<b>132</b>
<i>ELECTRIC BARBECUES</i> .....	<b>30</b>	<i>MARKET NUMBERS</i> .....	
<b>FEIRA DE MIAMI / MIAMI FAIR</b> .....	<b>36</b>	<b>COMPRADORES CONFIAM NO 2º SEMESTRE</b>	<b>134</b>
		<i>BUYERS RELY ON Q2</i> .....	
<b>PERFIL DO VAREJO / RETAIL PROFILE</b>		<b>LATIN AMERICAN ELECTRONICS</b> <b>INTERNATIONAL TRADE SHOW</b>	<b>142</b>
RICARDO ELETRO - Previsão é faturar R\$ 3 bi este ano <i>Ricardo Eletro - A R\$ 3 billion turnover is expected this year</i> .....	<b>38</b>	<i>LATIN AMERICAN ELECTRONICS</i> <i>INTERNATIONAL TRADE SHOW</i> .....	
<b>DOSSIÊ - VENTILADOR / DOSSIER - FAN</b>		<b>VITRINE – LANÇAMENTOS</b>	<b>144</b>
Investir na categoria é bom negócio <i>Investing in the category is good business</i> .....	<b>42</b>	<i>SHOWCASE - RELEASES</i> .....	
<b>15ª ELETROLAR SHOW</b>		<b>FEIRA DA ARGENTINA</b>	<b>146</b>
<i>15<sup>TH</sup> ELETROLAR SHOW &amp; LATIN AMERICAN ELECTRONICS</i> . . .	<b>48</b>	<i>ARGENTINA FAIR</i> .....	
		<b>ARTIGOS / ARTICLES</b>	
		<b>ELETROS</b> .....	<b>148</b>
		<b>FECOMERCIOSP</b> .....	<b>149</b>
		<b>SUFRAMA</b> .....	<b>150</b>
		<b>MOHAMED ELKHATIBI</b> .....	<b>151</b>
		<b>MERCADO / MARKET</b> .....	<b>152</b>
		<b>MOVIMENTO / MOVEMENT</b> .....	<b>154</b>

# PRATICIDADE E DESIGN PARA TRANSFORMAR SEU DIA A DIA.

Com compartimento de garrafão interno e com água quente, natural e gelada, o nosso bebedouro é a opção perfeita para o seu cotidiano.



Imagens meramente ilustrativas.

[www.esmaltec.com.br](http://www.esmaltec.com.br)



## Bebedouro EGCQF HE Inox

Alerta luminoso para troca de garrafão.

Luz noturna.

Refrigeração por compressor.

**Esmaltec**  
ELETRODOMÉSTICOS



GRUPO  
EdsonQueiroz

Este número traz ampla cobertura da 14ª Eletrolar Show, feira marcada pela sucessão de bons negócios desde o momento de sua abertura. Principal ponto de encontro da indústria e do varejo de eletroeletrônicos, o evento trouxe muitas novidades e expositores entusiasmados com os indícios de recuperação da economia, embora ainda de forma discreta. As duas datas que se aproximam, Black Friday e Natal, animam o segmento.

Outro estímulo às vendas é a chegada dos dias mais quentes, principalmente para as categorias de ar-condicionado e ventilação. O investimento em novas tecnologias resultou em equipamentos mais econômicos e silenciosos, que sinalizam uma boa temporada de negócios. Deverá, inclusive, superar a de 2018, quando as vendas de aparelhos de ar-condicionado cresceram 11% em valor e 14% em volume sobre o ano anterior.

*This issue brings a wide coverage of the 14th Eletrolar Show & Latin American Electronics, a fair marked by the succession of good business since its opening. The main meeting point of the electronics industry and retail, the event brought many news and exhibitors enthusiastic about the signs of recovery of the economy, although still discreetly. The two upcoming dates, Black Friday and Christmas, stir the segment.*

*Another boost to sales is the arrival of warmer days, especially for the air conditioning and ventilation categories. Investing in new technologies has resulted in more economical and quiet equipment that signals a good business season. It is expected to surpass 2018, where air conditioner sales grew by 11% in value and 14% in volume over the previous year.*



**Bons negócios! / Have a good business!**  
Carlos Clur

REVISTA  
**ELETROLAR**  
NEWS

EXPEDIENTE - ANO 20 - Nº 132

YEAR 20 - Nº 132

CEO & Publisher - Carlos Clur

Diretor / Director - Mariano Botindari

Diretora Comercial / Commercial Director - Cidinha Cabral

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

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

Revisoras / Reviewers - Abgail Cardoso e Maria Inês Caravaggi

Colaboração / Collaboration: Renata Perobelli e Roberto Nunes Filho

Fotografia / Photography Eduardo Tarran, Fredy Uehara, Roberto Assem e Vinícius Stasolla

Relações Públicas - Imprensa / Public Relations - Press - Dilnara Titara e Paola Fernandez

Arte / Art - Fernando Gouvea

Gerente de Marketing Internacional / International Marketing Manager - Roberta Zogbi

Marketing e Assinaturas / Marketing and Subscriptions - Tatiana Lopes

Publicidade / Advertising - Claudia Clur, Ricardo Köhl,

Simone Aguiar, Cintia Araujo e Eliana Cesario

Gerente Operacional / Operations Manager - Marcus Ferrari

Tradução / Translation - Wide Traduções Técnicas

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

Rua Luigi Galvani, 42 - 5º andar

CEP 04575-020 - São Paulo - SP - Brasil

Tel: (55 11) 3035 1030

Fax: (55 11) 3035 1034

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

Grupo Eletrolar Argentina SRL

Av. Córdoba, 5.869, 1º A

(C1414BBE) CABA - Buenos Aires - Argentina

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

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

Grupo Eletrolar LLC

66 W Flagler ST # 989

33130 - Miami - FL - USA

Tels. +1 786 600 1816

www.grupoeltrolar.com commercial@grupoeltrolar.com

ELETROLAR NEWS é uma revista de negócios para a indústria e o varejo de eletroeletrônicos, eletrodomésticos, celulares, TI e UD. As matérias, marcas, produtos, ilustrações e preços têm caráter exclusivo de informação e sua publicação não implica compromisso ou responsabilidade.

*ELETROLAR NEWS is a business magazine for the industry and retail of consumer electronics, home appliances, mobile phones, housewares and IT. The materials, brands, products, illustrations and prices are exclusive information and this publication does not imply commitment or responsibility.*

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.

*ELETROLAR NEWS does not receive remuneration for the information it publishes. The editor is not responsible for the opinion of the interviewees, or for the content of the material received through the press office of the companies mentioned. The total or partial reproduction of the materials will only be published after previous authorization of the editor.*



ELETROLAR NEWS É UM PRODUTO DO **Grupo Eletrolar** MULTIMÍDIA B2B - CANAIS DE COMUNICAÇÃO PARA A INDÚSTRIA E O VAREJO  
FEIRAS | PUBLICAÇÕES | DIGITAL | CONGRESSOS

ELETROLAR NEWS IS A PRODUCT OF GRUPO ELETROLAR - MULTIMEDIA B2B - MULTI-CHANNEL COMMUNICATIONS BETWEEN INDUSTRY AND RETAIL  
TRADE SHOWS | PUBLICATIONS | DIGITAL | CONGRESS

www.grupoeltrolar.com.br



# A SOLUÇÃO COMPLETA EM CLIMATIZAÇÃO PARA O DIA A DIA DOS SEUS CLIENTES



\*Se o aparelho for instalado por uma empresa credenciada Elgin,  
\*\* Verificar disponibilidade de acordo com o produto e capacidade (BTU/h)



3 anos de  
Garantia\*



Serpentina  
de cobre\*\*



Fabricação  
Nacional

Há mais de 67 anos no mercado, a Elgin está presente na casa de milhões de brasileiros. Possuímos uma linha completa de produtos de climatização para atender os mais diversos públicos. Contamos também com um pós-venda premiado e preparado para atender suas necessidades e a dos seus clientes.

# CRIADO PRA



Tudo que a Panasonic faz é criado pra você. Foi pensando na sua rotina e, principalmente, no seu gosto que criamos a geladeira BB53 White Glass, que tem um design superelegante graças ao acabamento em vidro branco perolado. Agora, sua única dificuldade vai ser escolher entre a geladeira branca ou preta. Além disso, as duas otimizam funcionamento com o sistema Econavi. Assim, você economiza mais de 36% de energia. As geladeiras também têm capacidade para 425 litros, espaço de sobra pra você guardar seus alimentos. Gostou? Acesse nosso site e saiba mais.

# Panasonic

Chegou a nova BB53 White Glass com acabamento perolado. Agora só falta você escolher sua nova geladeira.



**INVERTER**

**ECONAVI**

**vitaminpower**

mais de  
**36%**  
de economia  
de energia.\*



# AR-CONDICIONADO: APARELHOS MAIS ECONÔMICOS GANHAM O MERCADO

Design, facilidade de uso e conectividade também são atributos valorizados.

## **AIR CONDITIONING: MORE ECONOMICAL DEVICES GAIN MARKET**

*Design, ease of use and connectivity are also valued attributes.*

---

por / by **Leda Cavalcanti**



Com marcas relevantes e muito competitivo, o mercado de ar-condicionado tem seus resultados, em grande parte, ligados às temperaturas do verão. A categoria – que, como todas as outras, sentiu os reflexos da crise econômica – se prepara agora para um verão quente, como foi o da estação passada, e projeta crescimento de 4% nas vendas em relação ao ano de 2018.

No segmento, a tendência é a busca de aparelhos mais econômicos, conta Kati Dias, gerente executiva de produtos da linha branca da LG Electronics. “Por muito tempo, o ar-condicionado foi visto como o inimigo a ser combatido na conta de luz. Porém, com uma consciência cada vez mais sustentável, os consumidores buscam aparelhos que oferecem até 70% de economia de energia, devido aos rotores duplos.”

Qualidade do ar e tecnologia Wi-Fi são dois fatores levados em conta pelo consumidor na compra do equipamento. “Cada vez mais, as empresas estão incorporando filtros sofisticados, que eliminam vários tipos de micro-organismos, e a tecnologia Wi-Fi, que permite controlar o funcionamento dos aparelhos através de aplicativos no celular”, diz Andrea Denise de Lima, gerente de produtos da Elgin.

### CONFORTO TÉRMICO

Os aparelhos Inverter são forte tendência no mercado atual. Devido a uma variação da rotação do compressor, que ajusta a temperatura do ambiente, esses equipamentos propiciam maior conforto. “A expectativa é que até 2020 o mercado deva ser 50% Inverter e 50% on/off. A linha Inverter possibilita maior economia de energia ante a on/off”, observa Antonio Bernardes, gerente da categoria home comfort da Electrolux Brasil.

“Atualmente, outra tendência de mercado é o uso da serpentina de cobre, mais resistente do que a de alumínio e com condutibilidade térmica maior. Um ponto importante é que os tubos de cobre são muito mais resistentes à oxidação do que os de alumínio e, com isso, os gastos de manutenção são bem menores”, diz Thiago Dias, gerente de produtos da divisão de digital appliance da Samsung Brasil.

Esses atributos – dos quais o varejo pode se valer para incentivar as vendas – se juntam a outros, como o design, a facilidade de uso do aparelho e a conectividade, hoje também muito valorizados. No entanto a maior justificativa para a compra de um equipamento de ar-condicionado continua sendo a necessidade do consumidor de ter conforto térmico. A seguir, estão os novos aparelhos do mercado.

With relevant brands and very competitive, the air conditioning market has its results largely linked to summer temperatures. The category – which, like all others, felt the effects of the economic crisis – is now getting ready for a hot summer, as it was last season, and projects a 4% increase in sales compared to 2018.

In the segment, the trend is searching for cheaper devices, says Kati Dias, LG Electronics’ white goods executive manager. “For a long time, air conditioning has been seen as the enemy to be fought on the electricity bill, however, with an increasingly sustainable awareness, consumers are looking for devices that offer up to 70% energy savings due to dual rotors.”

Air quality and Wi-Fi technology are two factors taken into account by consumers when purchasing the equipment. “More and more, companies are incorporating sophisticated filters that eliminate several types of microorganisms, and Wi-Fi technology, which lets you control device operation through mobile apps”, says Andrea Denise de Lima, product manager at Elgin.

### THERMAL COMFORT

Inverter devices are a strong trend in today’s market. Due to a variation of compressor speed, which adjusts the ambient temperature, they provide greater comfort. “By 2020, the market is expected to be 50% inverter and 50% on/off. The Inverter line provides greater energy savings compared to on/off”, notes Antonio Bernardes, Electrolux Brazil’s home comfort category manager.

“Currently, another market trend is the use of copper coils, which are stronger than aluminum and have higher thermal conductivity. An important point is that copper pipes are much more resistant to oxidation than aluminum pipes, so maintenance costs are much lower,” says Thiago Dias, Samsung Brazil’s digital appliance division products manager.

These features – which retail can use to boost sales – are joined by others, such as design, ease of use and connectivity, which are also highly valued today. However, the biggest justification for buying air conditioning equipment still is the consumer’s need for thermal comfort. Following are the new devices on the market.

## ELECTROLUX

Comercializa 20 modelos de condicionadores de ar nas linhas Inverter, conectado e on/off. Alguns modelos, como o QI12R e o QR12R, disponibilizam a função quente e frio. As mesmas opções de produtos possuem tripla filtragem, que protege os usuários contra 99% dos fungos e bactérias.

Alguns modelos da Electrolux contam com a tecnologia Inverter, responsável por ajustar a velocidade do compressor automaticamente à medida que a temperatura do ambiente muda, sendo capaz de proporcionar até 60% de economia de energia.

Um diferencial do condicionador de ar Split Inverter 12.000 BTU/h quente/frio da marca é o controle pelo aplicativo Smart Control. Pode ser conectado pelo Home+ e ativado via geolocalização. "Graças à tecnologia Geofence, é controlado a distância por meio do GPS. Se o usuário esquecer de desligar o aparelho, receberá uma mensagem do aplicativo em seu smartphone", explica Antonio Bernardes.

*Sells 20 air conditioner models in the inverter, connected and on/off lines. Some models, such as QI12R and QR12R, offer hot and cold functions. The same product options have triple filtration, which protect users against 99% of fungi and bacteria.*

*Some Electrolux models feature inverter technology, which automatically adjusts the compressor speed as the ambient temperature changes, providing up to 60% energy savings.*

*A differential of the 12,000 BTU/ h hot/cold Split Inverter air conditioner is the control through Smart Control app. It can be connected by Home+ and activated through geolocation. "Thanks to Geofence technology, it is controlled remotely via GPS. If the user forgets to turn off the device, the app will send a message on their smartphone," explains Antonio Bernardes.*



Antonio Bernardes, gerente de home confort da Electrolux Brasil  
Antonio Bernardes, Electrolux Brazil's home comfort manager



Split Inverter 12.000 BTU/h. - Preço sugerido em 02/09/2019: R\$ 2.779,00.  
Inversor Split 12.000 BTU / h. - Suggested price on 09/02/2019: BRL 2,799.00



VI12R - Preço sugerido em 02/09/2019: R\$ 2.199,00.  
VI12R - Suggested price on 09/02/2019: BRL 2,199.00

Fotos: Divulgação / Photos: Disclosure



Andrea Denise de Lima, gerente de produtos da Elgin  
Andrea Denise de Lima, Elgin's products manager



Magic Air - Preço sugerido em 02/09/2019: R\$ 249,00.  
Magic Air - Suggested price on 09/02/2019: BRL 249.00



Eco Cube - Preço sugerido em 02/09/2019: R\$ 1.779,00.  
Eco Cube - Suggested price on 09/02/2019: BRL 1,799.00

## ELGIN

Disponibiliza linhas residencial e comercial, com unidades de rotação fixa e Inverter. Com rotação fixa, tem o Split Eco Power e o Eco Class. Os de rotação variável são o Eco Inverter e o Inverter Trend. Na linha comercial, possui aparelhos piso-teto e cassette, nas versões rotação fixa e variável. Conta, ainda, com o Magic Air, climatizador de uso pessoal, com sete opções de cores, e o ar-condicionado portátil de 9.000 BTU/h.

Com selo Procel, os splits de 9.000 a 30.000 BTU/h, nas versões frio ou quente/frio, utilizam gás refrigerante R-410A e atendem residências e pequenos comércios. São dois modelos on/off: Eco Power, com filtro ionizador, que elimina 99% de vírus, bactérias e ácaros, e Eco Class, com filtros em camadas. O Inverter Trend tem três camadas de filtros para melhorar a qualidade do ar. "Todos possuem tratamento contra a corrosão na placa para uso em regiões próximas à costa", diz Andrea Denise de Lima.

As linhas comerciais têm os modelos de piso-teto com capacidades de 24.000 a 80.000 BTU/h e cassetes que vão de 18.000 a 60.000 BTU/h. Na versão Inverter, ambos têm modelos com rotação fixa e variável, este último a partir de 36.000 BTU/h. No verão, lança o pisos-tetos Inverter Elgin de 36.000 BTU/h, projetado e produzido no Brasil. Os splits high wall, os pisos-tetos e os cassetes têm três anos de garantia.

*Offers residential and commercial lines, with fixed rotation and inverter units. With fixed rotation, it has Split Eco Power and Eco Class. The variable rotation ones are Eco Inverter and Inverter Trend. In the commercial line, it has floor-to-ceiling and cassette, in the fixed and variable rotation versions. It also features Magic Air, a personal air conditioner with seven color options, and a portable 9,000 BTU/h air conditioner.*

*Bearing Procel's seals, the 9,000-30,000 BTU/h splits, in cold or hot/cold versions, use R-410A refrigerant gas and serve homes and small businesses. There are two on/off models: Eco Power, with ionizer filter, which eliminates 99% of viruses, bacteria and mites, and Eco Class, with layered filters. Inverter Trend has three layers of filters to improve air quality. "They all have plate corrosion treatment for use in near-shore regions", says Andrea Denise de Lima.*

*The commercial lines have floor-to-ceiling models with capacities from 24,000 to 80,000 BTU/h and cassettes ranging from 18,000 to 60,000 BTU/h. In the inverter version, both have fixed and variable rotation versions, the latter starting at 36,000 BTU/h. In the summer, it will release the 36,000 BTU/h Inverter Elgin Floor-to-Ceiling (Piso Teto Inverter Elgin), designed and produced in Brazil. High wall splits, floor-to-ceiling and cassettes have three-year warranty.*

# FRAHM

LINHA  
**CF APP**

BATERIA INTERNA

BATERIA INTERNA

BATERIA INTERNA

**CF 400 APP**  
200 RMS

**CF 700 APP**  
350 RMS

**CF 1000 APP**  
500 RMS

**CF 2000 APP**  
800 RMS

**CF 4000 APP**  
1600 RMS



Alça para transporte



Rodas



Painel Frontal com LED

Tecnologias encontradas nas caixas



Bluetooth



USB



Rádio FM



APP BT-Link



Microfone



Auxiliar P2



Controle Remoto com Troca de Pastas



Party Lights  
(nos modelos CF 400 APP e CF 4000 APP)



Bateria  
(nos modelos CF 400 APP, CF 700 APP, CF 1000 APP)



/frahmoficial - [www.frahm.com.br](http://www.frahm.com.br) - Serviço de Atendimento Técnico: [sat@frahm.com.br](mailto:sat@frahm.com.br) - Serviço de Atendimento ao Consumidor: [sac@frahm.com.br](mailto:sac@frahm.com.br) - 0800 47 8002.

## LG

A linha LG Dual Inverter, cujo principal diferencial está no compressor do produto, é dividida em três categorias: Dual Inverter, Dual Inverter Artcool e Dual Inverter Power. Os modelos são os únicos que têm rotor duplo em todas as capacidades. Além de garantir maior estabilidade e redução de vibração, o compressor da linha proporciona até 70% de economia de energia e refrigeração até 40% mais rápida através do controle mais amplo de velocidade.

Com design premium, o LG Dual Inverter Artcool tem conectividade Wi-Fi e, por meio do aplicativo exclusivo SmartThinQ™, permite ao usuário acessar de forma remota diversas funções e receber notificações sobre higienização e troca de filtros. “O Dual Inverter, com capacidades de 9.000 até 22.000 BTU/h, funções frio e quente/frio, proporciona menor nível de ruído, a partir de 19 decibéis, sendo mais silencioso que uma biblioteca (36 decibéis)”, diz Kati Dias.

Recentemente, a marca apresentou ao mercado o LG Dual Inverter 127 V, na versão 12.000 BTU/h frio. É o primeiro fabricado no Brasil com tensão menor do que 220 V. E o LG Dual Inverter Power, indicado para ambientes residenciais e pequenos comércios, possui um jato de ar de até 20 metros de alcance e sistema de ventilação que climatiza o ambiente com maior eficiência.

*The LG Dual Inverter line, whose main differential is in the product's compressor, is divided into three categories: Dual Inverter, Dual Inverter Artcool and Dual Inverter Power. The models are the only ones that have dual rotor in all capacities. In addition to ensuring greater stability and reduced vibration, the line compressor delivers up to 70% energy savings and up to 40% faster cooling through broader speed control.*

*With premium design, LG Dual Inverter Artcool has Wi-Fi connectivity and, through the exclusive SmartThinQ™ app, allows users to remotely access various functions and receive notifications on cleaning and filter change. “The Dual Inverter, with capacities from 9,000 up to 22,000 BTU/h, cold and hot/cold functions, delivers lower noise levels from 19 decibels and is quieter than a library (36 decibels)”, says Kati Dias.*

*Recently, the brand introduced to the market the LG Dual Inverter 127 V, in the cold version 12,000 BTU/h. It is the first manufactured in Brazil with voltage lower than 220 V. And the LG Dual Inverter Power, suitable for residences and small businesses, has a 20 meters range air jet and ventilation system that acclimatizes the environment with higher efficiency.*



Kati Dias, gerente executiva de produtos da linha branca da LG Electronics  
Kati Dias, LG Electronics' white goods executive manager

Fotos: Divulgação / Photos: Disclosure



Dual Inverter - Preço sugerido em 02/09/2019: R\$ 1.999,00.  
Dual Inverter - Suggested price on 08/28/2019: starting at BRL 1,999.00



Dual Inverter Artcool - Preço sugerido em 28/08/2019: a partir de R\$ 3.339,00.  
Dual Inverter Artcool - Suggested price on 08/28/2019: starting at BRL 3,399.00



Thiago Dias, gerente de produtos da divisão de digital appliance da Samsung Brasil  
Thiago Dias, Samsung Brazil's digital appliance division products manager



Split Inverter Wind-Free 9.000 BTU/h, frio – Preço sugerido em 28/08/2019: R\$ 2.999,00.  
Split Inverter Wind-Free 9.000 BTU/h, cold - Suggested price on 08/28/2019: BRL 2,999.00



Split Inverter Wind-Free 24.000 BTU/h, quente e frio – Preço sugerido em 28/08/2019: R\$ 5.299,00.  
Split Inverter Wind-Free 24,000 BTU/h, Hot and Cold - Suggested price on 08/28/2019: BRL 5,299.00

## SAMSUNG

Atua com quatro pilares em seus aparelhos: eficiência energética, com compressores Digital Inverter de 8 polos; conforto, pois detém a patente da tecnologia Wind-Free, que mantém a temperatura sem o fluxo de ar direto e evita o liga/desliga; tratamento do ar, pela tecnologia exclusiva Virus Doctor, que elimina 99,9% dos vírus e bactérias; e conectividade, equipamentos comandados por controle remoto.

O Wind-Free AR9500M, lançamento mais recente no Brasil, espalha o ar frio de modo suave por 21 mil microsaídas do gabinete da unidade interna. “Consome 72% menos energia e funciona em duas etapas, Fast Cooling, para atingir a temperatura desejada rapidamente, e Wind-Free™, que mantém o clima sem o vento”, conta Thiago Dias. Tem o primeiro inversor digital do mundo com 8 polos com POWERboost™, que garante ao motor menor variação de torque e redução da energia total para o compressor atingir sua velocidade máxima.

A marca tem, ainda, os modelos Digital Inverter quente e frio, que selecionam automaticamente a troca de resfriamento para aquecimento. Para espaços comerciais, o Cassete 360 é um equipamento de insuflação circular que emite ar fresco em todas as direções. O modelo Multi Split (FJM) pode ser usado tanto em espaços comerciais quanto residenciais. 📺

*Works with four pillars in their devices: energy efficient, with 8-pole Digital Inverter compressors; comfort as it holds the patent for Wind-Free technology, which maintains the temperature without direct airflow and avoids on/off; air treatment by the unique Virus Doctor technology, which eliminates 99.9% of viruses and bacteria; and connectivity, remote controlled equipment.*

*The Wind-Free AR9500M, most recent released in Brazil, spreads cool air gently through 21,000 micro-outlets on the indoor unit cabinet. “It consumes 72% less energy and works in two steps, Fast Cooling, to quickly reach the desired temperature, and Wind-Free™, which maintains the climate without wind”, says Thiago Dias. It has the world's first 8-pole digital inverter with POWERboost™, which ensures the motor less torque variation and reduced overall energy, so the compressor can reach its maximum speed.*

*The brand also has the hot and cold Digital Inverter models, which automatically changes from cooling to heating.*

*Designed for commercial spaces, Cassete 360 is a circular blower that emits fresh air in all directions. The Multi Split (FJM) model can be used in both commercial and residential spaces.. 📺*

# Oster®

Viva Sinta Desfrute

Lançamentos Oster®  
para **aquecer** suas  
vendas.



OGRL660



OGRL210



Conheça nosso versátil mix de grills, Oster®.



Visite [oster.com.br](http://oster.com.br)  
Nos siga em @OsterBrasil



# Oster®

LANÇAMENTO 2019

# Linha Tropical Glass

A TEMPERATURA DAS  
VENDAS AGORA TEM MOTIVO  
DE SOBRA PARA SUBIR!

DISPONÍVEL NAS VERSÕES  
**PRETO E INOX**  
**4 OU 5 QUEIMADORES**



Acendimento  
automático



Queimador  
Tripla Chama\*



Mesa de vidro  
temperado

CAPACIDADE DOS FORNOS

5 queimadores: **86,5 Litros**

4 queimadores: **50 Litros**

Manípulos removíveis, trempes individuais, forno com visor amplo na porta, puxador em aço, luz interna\*\* e 1 grade deslizante.

[atlas.ind.br](http://atlas.ind.br)

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

SAC: 0800.707.1696

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

[/atlaseletrodomesticos](https://www.youtube.com/atlaseletrodomesticos)

Venda Direta: 0800.643.6076

 **ATLAS**

SOMOS  
ESPECIALISTAS  
EM

*fogões*

\*Apenas na versão 5 queimadores. \*\*Lâmpada não acompanha o produto. Especificações técnicas e design do produto podem sofrer mudanças sem aviso prévio. Fotos meramente ilustrativas. Produto com 1 ano de garantia, conforme manual.

Ainda melhor é ter uma  
linha completa para **todos**  
**os tipos de consumidor.**

groove

## Linha Dako **Glass**

**4 ou 5**  
queimadores  
**Piso e embutir**

**Maior forno** da categoria

Capacidade do forno

4 Q: **82,5 litros**

5 Q: **119,5 litros**



## Linha Dako **Supreme Glass**

**4 ou 5**  
queimadores  
**Branco ou preto**

Mesa de **vidro temperado**  
sem bordas

Capacidade do forno

4 Q: **60 litros**

5 Q: **100 litros**



dako.com.br

**DAKO**

**Você** ainda  
melhor.

Especificações técnicas e design do produto podem sofrer mudanças sem aviso prévio. Fotos meramente ilustrativas.

# BLACK FRIDAY 2019: VENDAS DEVEM CRESCER 4% EM VALOR

Estudo da empresa de pesquisas GfK revela que parcelamento das compras será essencial para estimular as vendas. Exagero nas promoções pode levar o varejo à perda de margem.

## **BLACK FRIDAY 2019: SALES SHOULD GROW 4% IN VALUE**

*Research by GfK reveals that installment purchases will be essential to boost sales.*

*Excessive promotions can lead retailers to margin loss.*



**C**onsolidada desde 2016 como a maior data do varejo para linha branca, portáteis, eletrônicos, telefonia e informática, ultrapassando o Natal, a Black Friday deste ano não deve ter o mesmo desempenho de 2018, quando as vendas cresceram quase 8,5% em novembro e o faturamento chegou a R\$ 13 bilhões. A previsão é de R\$ 13,5 bilhões em bens duráveis, o que representa 4% de aumento de vendas, em valor, sobre a edição de 2018, como revela estudo da empresa de pesquisas GfK.

A estimativa de menor crescimento tem relação com o atual nível de confiança do consumidor, que caiu em relação aos meses de setembro e novembro do ano passado, quando estava em alta. "O ano de 2018 foi muito poderoso", afirma Felipe Mendes, diretor-geral da GfK para o Brasil e a América Latina.

**C**onsolidated since 2016 as the largest retail date for white goods, laptops, consumer electronics, telephony, and computing besides Christmas, this year's Black Friday is unlikely to have the same performance as 2018, when sales grew nearly 8.5% in November and revenue reached BRL 13 billion. Expectation is BRL 13.5 billion in durable goods, which represents a 4% increase in sales, in value, over the 2018 edition, as a study by research firm GfK reveals.

The lower growth estimate is related to the current level of consumer confidence, which fell from September and November last year, when it was high. There is a slight improvement. "2018 was a very powerful year," says Felipe Mendes, GfK's CEO for Brazil and Latin America.

Para alavancar as vendas, levando em conta que o poder de compra do consumidor está limitado, uma opção é o parcelamento dos bens adquiridos, diz Felipe. "A possibilidade de oferecer o lançamento e o item premium a uma parcela que caiba no bolso do consumidor é uma expectativa declarada e que pode ser usada como uma ação mais rentável e alternativa às promoções."

### ENTRE O FÍSICO E O DIGITAL

O consumidor já escolheu a Black Friday como o evento para comprar um bem ou trocar o seu por outro de categoria premium. "É uma compra planejada, mas desejada. Ele adquire inovações, beneficiando-se dos preços promocionais. A grande maioria entendeu a oportunidade", conta o diretor da GfK. Em 2018, na data, as vendas de celulares premium cresceram 20% versus a média do ano. O mesmo ocorreu com televisores e notebooks, ambos com crescimento de 8%.

***O canal online, em que a Black Friday começou forte, perdeu pela primeira vez para a loja física em 2018, por causa do desempenho positivo dos varejistas nacionais e regionais.***

***The online channel, where Black Friday started off strong, lost to the physical store for the first time in 2018 due to the positive performance of national and regional retailers.***

Promoções mais agressivas ocorrem no varejo físico e nos fabricantes. No online, são mais moderadas, mas em maior número. O estudo constata que o varejo brasileiro tem feito promoção de itens premium e lançamentos muito além do necessário, impactando margens, sem a recuperação do preço-base após a queima na Black Friday. Isso dificulta atingir melhor rentabilidade. Em 2018, perdeu-se margem em alguns itens premium.

O canal online, em que a Black Friday começou forte, perdeu pela primeira vez para a loja física em 2018, por causa do desempenho positivo dos varejistas nacionais (+12%) e regionais (+8%). As redes especializadas puxaram o crescimento do canal físico, que respondeu por 72% das vendas de novembro de 2018. "Se a jornada de compra é cada vez mais figital (canal físico e digital/online) e o canal online estabilizou o seu crescimento, o que devemos é repensar como integrar os canais, melhorando a experiência e a percepção de satisfação dos consumidores", diz Felipe. ☺



Foto: Divulgação / Photo: Disclosure

Felipe Mendes, diretor-geral da GfK para o Brasil e a América Latina  
Felipe Mendes, CEO at GfK for Brazil and Latin America

*To leverage sales, given that consumer purchasing power is limited, one option is the payment in installments of purchased goods, says Felipe. "The option of offering launch and premium items in installments that fits the consumer's budget is a stated expectation and can be used as a more profitable action and alternative to promotions."*

### BETWEEN PHYSICAL AND DIGITAL

*The consumer has already chosen Black Friday as the event to buy a good or exchange its products for a premium category. "It is a planned but desired purchase. It gets innovations by taking advantage of the promotional prices. The vast majority understood the opportunity," says the director of GfK. In 2018, at that time, premium cellphone sales grew 20% versus the year average. The same happened with televisions and notebooks, both with an 8% growth.*

*More aggressive promotions occur at physical retailers and manufacturers. In online, they are more moderate, but in greater numbers. The study finds that Brazilian retailers have been promoting premium items and launches far beyond necessary, impacting margins without recovering the base price after the Black Friday burn. This makes better profitability difficult to achieve. In 2018, margin was lost on some premium items.*

*The online channel, where Black Friday started off strong, lost to the physical store for the first time in 2018 due to the positive performance of national (+12%) and regional (+8%) retailers. Specialized networks drove growth in the physical channel, which accounted for 72% of November 2018 sales. "If the buying journey is increasingly phygital (physical and digital/online channel) and the online channel has stabilized growth, what we must do is rethink how to integrate channels, improving the experience and perception of customer satisfaction," says Felipe. ☺*

# AJUDAMOS EMPRESAS NO INCENTIVO E RECONHECIMENTO DOS SEUS CLIENTES E COLABORADORES!



*Neo Anti-furto*

*Neo Ultraslim*



DESIGN  
EXCLUSIVO



FABRICAÇÃO  
NACIONAL

Great  
Place  
To  
Work®

Certificado

26/03/2019 - 26/03/2020

BRASIL

*Não deixe para a última hora  
as ações de fim de ano  
da sua empresa.*



CATIVE SUA  
**EQUIPE**



SURPREENDA SEUS  
**CLIENTES**



TORNE SUA  
**CELEBRAÇÃO**  
INESQUECÍVEL



**PERSONALIZE**

COM A MARCA  
DA SUA EMPRESA



**neo**  
**danka**

41 3303-6400

11 4200 8191

WhatsApp 41 98716 5030

[www.neodanka.com.br](http://www.neodanka.com.br)

# PRODUTOS BONS DE VENDA

Por seu custo-benefício, as churrasqueiras portáteis, elétricas e a gás, rendem dividendos nos meses finais do ano.

## GOOD PRODUCTS FOR SELLING

*For their cost-benefit, portable, electric, and gas grills earn dividends in the final months of the year.*



**P**or sua praticidade e desempenho, muitos eletroportáteis, entre eles as churrasqueiras, vêm ganhando espaço no universo gourmet. Elétricas ou a gás, elas se sofisticam e atendem dois públicos: os que não abrem mão de carne e gostam de fazer churrasco e hambúrgueres em casa, e os que optam pela alimentação baseada em verduras, legumes e frutas grelhados. Podem ser utilizadas em apartamentos, pois não ocupam espaço, precisam apenas de uma bancada e são fáceis de transportar.

“A Região Sul, pela tradição, ainda é a que mais consome esses produtos, mas percebemos crescimento no Sudeste, com as varandas gourmet, e no Nordeste, com peixes e vegetais”, diz Mariana Stangherlin Rigo, diretora administrativa e de marketing da AND. “Os produtos voltados ao churrasco sempre tiveram maior volume de vendas no verão. São Paulo, Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná são os Estados que mais consomem”, conta Natália Rosales, diretora comercial da Metávil.

As vendas de churrasqueiras portáteis vêm crescendo, atesta a diretora-geral da Britânia, Cristiane Clause. “Elas são uma grande aposta nossa. De agosto a outubro, vendem o dobro do que nos outros meses.” A Cadence também avalia o mercado

**D**ue to their convenience and performance, many small appliances, including grills, have been gaining ground in the gourmet universe. Electric or gas, they are sophisticated and serve two audiences: those who like to barbecue meats and burgers at home, and those who choose to eat a diet based on grilled vegetables and fruits. They can be used in apartments because they do not take up space, they just need a countertop and are easy to transport.

“The Southern Region, by tradition, is still the one that consumes these products the most, but we see growth in the Southeast, with gourmet balconies, and in the Northeast Region of Brazil, with fish and vegetables,” says Mariana Stangherlin Rigo, marketing and managing director at AND. “Barbecue products have always had higher sales in the summer. São Paulo, Rio Grande do Sul, Santa Catarina, and Paraná are the states that consume it the most,” says Natália Rosales, commercial director at Metávil.

Sales of portable barbecues are booming, testifies The Britânia’s general-director Cristiane Clause. “They are one of our big bets. From August to October, they sell twice as much as in other

como positivo. "A tendência de casas e apartamentos menores faz esses portáteis se tornarem mais atrativos por otimizarem o espaço", diz Flávia Bertocco di Celio, gerente de marketing da Newell Brands, detentora da marca.

### PREFERÊNCIA POR GRELHADOS

Uma das vantagens desses produtos é a ausência de fumaça. "A churrasqueira portátil, com o uso de água em sua base interna, evita que as partículas de gordura produzam fumaça quando entram em contato com a chapa aquecida, o que é ideal para ambientes mais fechados, como apartamentos ou cozinhas", diz Giovanni Marins Cardoso, fundador e copresidente da Mondial Eletrodomésticos.

O tamanho compacto e a facilidade de transporte colaboram para a aceitação dos produtos. "As churrasqueiras proporcionam muito mais praticidade ao preparar grelhados e ainda podem ser levadas à mesa, mantendo o churrasco quente durante a refeição", afirma Karin Pruner Fischer, diretora comercial e de marketing da Fischer.

"A versatilidade é o grande diferencial desses produtos, que podem ser utilizados em qualquer ambiente, não sendo necessárias obras para sua instalação, pois dispensam o uso de nichos ou dutos", diz Viviane Brambatti, coordenadora de marketing da Arke. A proximidade dos dias mais quentes, que convidam a reuniões entre amigos, é um chamariz para a venda de churrasqueiras. Confira, a seguir, a variedade de modelos.

months." Cadence also rates the market as positive. "The trend of smaller houses and apartments makes these portables more attractive because they optimize space," says Flávia Bertocco di Celio, marketing manager at Newell Brands, brand owner.

### PREFERENCE FOR GRILLED FOOD

One of the advantages of these products is the absence of smoke. "The portable grill, with the use of water at its internal base, prevents grease particles from producing smoke when they come into contact with the hot plate, which is ideal for indoor environments, such as apartments or kitchens," says Giovanni Marins Cardoso, founder and co-chair at Mondial Eletrodomésticos.

The compact size and ease of transport contribute to product acceptance. "The grills provide much more convenience when preparing grilled foods and can even be put on a table, keeping the barbecue warm during the meal," says Karin Pruner Fischer, commercial and marketing director at Fischer.

"Versatility is the great differential of these products, which can be used in any environment, with no need to reform the house for their installation, as they do not require niches or ducts," says Viviane Brambatti, marketing coordinator at Arke. The coming of warmer days, which invite meetings between friends, attracts barbecue grills sales. Check out the variety of models below.

## AND

Sua churrasqueira Stang premium elétrica, de cinco ou três espetos, de bancada, e com réchaud superior para aquecimento dos alimentos, foi finalista no prêmio de design do Museu da Casa Brasileira. O produto também é apresentado em versões a gás, com cinco e três espetos.

Para as redes de eletros, a marca desenvolveu uma churrasqueira vertical, de entrada, totalmente em inox, com três espetos. Disponibiliza também a Nino, a única churrasqueira de um espeto do mercado, para usar presa à parede ou sobre a bancada.

Stang, its benchtop, premium electric grill, with five or three skewers and an upper réchaud for heating food, was a finalist in the design award of Museu da Casa Brasileira. The product is also featured in gas versions with five and three skewers.

For electric grids, the brand has developed a vertical all-stainless-steel entrance barbecue with three skewers. It also offers Nino, the only one-skewer barbecue on the market, for wall-mounted or countertop use.



Churrasqueira elétrica Stang - Preço sugerido em 26/08/2019: R\$ 3.700,00 (cinco espetos) e R\$ 2.900,00 (três espetos).

Stang electric grill - Suggested price on 08/26/2019: R\$ 3,700.00 (five skewers) and R\$ 2,900.00 (three skewers).



Churrasqueira vertical em inox - Preço sugerido em 26/08/2019: R\$ 799,00

Stainless steel vertical grill - Suggested price on 08/26/2019: R\$ 799.00



Mariana Stangherlin Rigo, diretora administrativa e de marketing da AND  
Mariana Stangherlin Rigo, managing and marketing director at AND

## ARKE

Conta com uma linha completa de assadores rotativos portáteis, elétricos e a gás, de diferentes tamanhos, que não produzem fumaça e podem ser utilizados em qualquer ambiente. Os produtos são práticos e também gratinam legumes e vegetais.

*It has a complete line of portable, electric, and gas rotary roasters of different sizes that produce no smoke and can be used in any environment. The products are practical and browns vegetables.*

Entre os assadores da marca estão o AGR 03 e o Vitta Premium 05. O primeiro tem sistema de rotação de espeto, queimador infravermelho, porta de vidro, bandeja coletora e pintura epóxi. Vem com três espetos, dois simples e um triplo. O segundo tem quatro espetos simples e um duplo.

*AGR 03 and Vitta Premium 05 are among the brand's roasters. The first has a skewer rotation system, infrared burner, glass door, collecting tray, and epoxy paint. It comes with three skewers, two single and one triple. The second has four single skewers and one double.*



Vitta premium 05 - Preço sugerido em 02/09/2019: R\$ 799,00.

*Vitta premium 05 - Suggested price on 09/02/2019: R\$ 799.00.*



AGR 03 - Preço sugerido em 02/09/2019: R\$ 649,00.

*AGR 03 - Suggested price on 09/02/2019: R\$ 649.00.*



Viviane Brambatti coordenadora de marketing da Arke

*Viviane Brambatati, marketing coordinator at Arke*

## BRITÂNIA

Possui quatro modelos de churrasqueira elétrica, de tamanhos variados, todos com potência de 1.800 W. Um deles tem pés para ficar montado. É a churrasqueira Gourmet CGB4, com grelha removível e bandeja para água com reservatório de 1,2 litro. Os demais modelos são de bancada.

*It has four models of electric grills of varying sizes, all with 1,800 W power. One of them has mounting feet. It is the Gourmet CGB4 barbecue, with removable grill and 1.2-liter water tray. The other models are benchtop.*

Para acompanhar o churrasco, conta com a cervejeira da marca Philco, com capacidade para 66 garrafas longnecks ou 95 latas, sistema de refrigeração com compressor, display eletrônico e controle de temperatura ajustável. Suas prateleiras são ajustáveis e removíveis.

*To accompany the barbecue, it has the Philco beer storage, with capacity for 66 longnecks or 95 cans, compressor-based refrigeration system, electronic display, and adjustable temperature control. Its shelves are adjustable and removable.*



Churrasqueira CGB4 - Preço sugerido em 30/08/2019: R\$ 179,90.

*CGB4 Barbecue - Suggested price on 08/30/2019: R\$ 179.90.*



Cervejeira Philco - Preço sugerido em 30/08/2019: R\$ 2.699,00.

*Philco Beer Storage - Suggested price on 08/30/2019: R\$ 2,699.00.*



Cristiane Clause, diretora-geral da Britânia  
*Cristiane Clause, director-general at Britannia*



# LEHMOX

## ***Fone de Ouvido LE-218***

*Toque uma vez  
no fone de ouvido  
para iniciar a música*



*“A Música Alegria  
o coração e chama  
a alma para dançar”*

## ***Seu Mundo Eletrônico é aqui!***

[www.lehmoxgrupo.com.br](http://www.lehmoxgrupo.com.br)

## CADENCE

Sua churrasqueira elétrica Automatic Grill GRL700 tem chapa em alumínio fundido de dupla face (uma lisa e outra grill), alta potência, controle de temperatura que atinge 240 °C nos níveis baixo, médio e alto, grelha para até seis hambúrgueres e seis espetos, revestimento antiaderente e coletor de gordura.

Outra churrasqueira, a Grill Menu GRL810, é indicada para espaços pequenos. Sua grelha prepara até oito hambúrgueres de uma só vez. Conta com alças para transporte, e seu termostato contínuo permite o controle de temperatura entre 50 °C a 250 °C.

*Its Automatic Grill GRL700 electric grill has a high-power, double-sided cast aluminum plate (one flat and one grill), high power, temperature control that reaches 240 °C at low, medium and high levels, grill for up to six burgers and six skewers, nonstick coating, and grease trap.*

*Another grill, Grill Menu GRL810, is suitable for small spaces. Its grill can prepare up to eight burgers at one time. It has carrying handles, and its continuous thermostat allows temperature control between 50 °C to 250 °C.*



**Automatic Grill GRL700 - Preço sugerido em 27/08/2019: R\$ 469,90.**  
*Automatic Grill GRL700 electric grill - Suggested price on 08/27/2019: R\$ 469.90.*



**Grill Menu GRL810 - Preço sugerido em 27/08/2019: R\$ 119,90.**  
*Grill Menu GRL810 electric grill - Suggested price on 08/27/2019: R\$ 119.90.*



**Flávia Bertocco di Celio, gerente de marketing da Newell Brands, que detém a marca Cadence**  
*Flávia Bertocco di Celio, marketing manager at Newell Brands, which owns the Cadence brand*

## FISCHER

Disponibiliza duas churrasqueiras elétricas portáteis, fáceis de usar, manusear e transportar: a Fischer Grill, com 1.900 W de potência e a Swift Grill, com 1.300 W. As duas têm os mesmos atributos, excetuando o tamanho. Assam frango em pedaços, carnes fatiadas e grelham frutas.

Os produtos, que podem ser levados à mesa, são fabricados com polímeros de engenharia de alta resistência à temperatura e têm cuba revestida com esmalte em easy clean. A resistência é blindada e a grelha, cromada. Ambas são removíveis.

*It features two portable electric grills that are easy to use, handle, and transport: the 1,900 W Fischer Grill and the 1,300 W Swift Grill. Both have the same attributes, except for size. They roast chicken pieces, sliced meat, and grill fruits.*

*The products, which can be put on a table, are made of high temperature resistant engineering polymers and have easy clean enamel coated vats. The resistance is shielded, and the grid is chrome plated. Both are removable.*



**Fischer Grill – Preço sugerido em 03/09/2019: de R\$ 159,00 a R\$ 179,00.**  
*Fischer Grill – Suggested price on 09/03/2019: from R\$ 159,00 to R\$ 179,00.*



**Swift Grill – Preço sugerido em 03/09/2019: de R\$ 129,99 a R\$ 149,00.**  
*Swift Grill – Suggested price on 09/03/2019: From R\$ 129.99 to R\$ 149.00.*



**Karin Pruner Fischer, diretora comercial e de marketing da Fischer**  
*Karin Pruner Fischer, Commercial & Marketing Director at Fischer*

## METÁVILA

Possui três modelos de churrasqueiras portáteis, dois a gás e um a carvão. No modelo a carvão, a própria base vira a tampa, transformando a churrasqueira em uma bolsa, daí o seu nome Bag Grill (BG200EV). Tem grelha reversível, de um lado para grelhados e de outro para espetinhos, e três variações de cores.

A marca dispõe também de churrasqueiras a gás, como a GS300EV, de tamanho médio, com espaço interno em aço inox ou esmaltado. Possui grelha de estilo argentino, com dois coletores de resíduos, pés retráteis que facilitam o transporte, dois níveis de intensidade do gás e sistema de exaustão na tampa.

*It has three portable grills models, two gas models and one charcoal model. In the charcoal model, its base becomes the lid, turning the barbecue into a bag, hence its name Bag Grill (BG200EV). It has reversible grille, one side for grilling and one side for skewers, and three-color variations.*

*The brand also has gas grills, such as the medium-sized GS300EV, with internal space in stainless steel or enamel. It has an Argentinean style grille, with two waste collectors, retractable feet for easy transport, two levels of gas intensity, and lid exhaust system.*



BG200EV: Preço sugerido em 22/08/2019: R\$ 109,00.  
BG200EV: Suggested price on 08/22/2019: R\$ 109.00.



GS300EV: Preço sugerido em 22/08/2019: R\$ 529,00.  
GS300EV Suggested price on 08/22/2019: R\$ 529.00.



Natália Rosales, diretora comercial da Metávila  
Natália Rosales, commercial director at Metávila

## MONDIAL ELETRODOMÉSTICOS

Da linha de churrasqueiras elétricas, a Grand Steak & Grill (CH-05), de tamanho maior, é para ser usada sobre a mesa ou o balcão. Tem potência de 2.000 W, grelha em aço cromado com altura regulável e termostato de controle de temperatura. A grelha e a resistência são removíveis, o que facilita a limpeza.

Já a Grand Steak & Grill II (CH-06) tem os mesmos atributos da anterior e pedestal para uso nas áreas externas. A marca disponibiliza, também, a Grand Steak & Grill (CH-07), de tamanho menor, para uso sobre a mesa ou o balcão. Sua potência é de 1.500 W.

*In the line of electric grills, the Grand Steak & Grill (CH-05) with bigger size is for tabletop or countertop use. It has 2,000 W power, a height adjustable chrome steel grill, and a temperature control thermostat. The grill and resistance are removable for easy cleaning.*

*Grand Steak & Grill II (CH-06) has the same attributes as the previous one and a pedestal for outdoor use. The brand also offers the smaller Grand Steak & Grill (CH-07) for use tabletop or countertop use. It has 1,500 W power.*



Grand Steak & Grill II (CH-06) – Preço sugerido em 03/09/2019: R\$ 149,90.  
Grand Steak & Grill II (CH-06) - Suggested price on 09/03/2019: R\$ 149.90.



Grand Steak & Grill II (CH-07) – Preço sugerido em 03/09/2019: R\$ 109,90.  
Grand Steak & Grill II (CH-07) - Suggested price on 09/03/2019: R\$ 109.90.



Giovanni Marins Cardoso, fundador e copresidente da Mondial Eletrodomésticos  
Giovanni Marins Cardoso, founder and co-president at Mondial Eletrodomésticos

## ELECTRONICS HOME & MOBILE: NEGÓCIOS E NETWORKING NO MESMO ESPAÇO

Feira será realizada no Hyatt Regency Miami, onde se hospedarão compradores de vários países da América Latina, que viajarão patrocinados pelo Grupo Eletrolar.

### **ELECTRONICS HOME & MOBILE LATIN AMERICAN EDITION: BUSINESS AND NETWORKING IN ONE SPACE**


*Fair will be held at the Hyatt Regency Miami | James L. Knight Center, where buyers sponsored by the Grupo Eletrolar coming from various countries of Latin America will be hosted.*



Primeira feira de negócios exclusiva do setor de eletroeletrônicos, eletrodomésticos, tecnologia móvel e TI de Miami, Estados Unidos, a Electronics Home & Mobile Latin American Edition será realizada de 18 a 20 de maio de 2020. A feira será direcionada aos mercados da América Latina e do Estado da Flórida, constituindo-se em uma oportunidade para as empresas expandirem seus negócios na região.

O local escolhido para a realização é o Hyatt Regency Miami, localizado no coração financeiro da cidade. O centro de convenções James L Knight, com 7 mil m<sup>2</sup> de área, que fica no hotel, será fechado para receber fabricantes, varejistas, distribuidores, importadores, exportadores e representantes do e-commerce e do marketplace.

A feira vai abrir novas perspectivas de negócios com a viagem de compradores altamente qualificados, patrocinada pelo Grupo Eletrolar, criador do evento. Eles são de países como México, Chile, Colômbia, Brasil, Argentina, Porto Rico, Panamá, Costa Rica, República Dominicana e do Caribe, ficando hospedados no mesmo hotel Hyatt, onde se realizará o evento.


“Nosso objetivo é fazer da feira um ponto de encontro completo, sob o mesmo teto, com exposição de produtos, networking, reuniões, formação de parcerias e fechamento de negócios. A Electronics Home & Mobile Latin American Edition será uma oportunidade para explorar novos mercados e uma plataforma para lançamentos”, diz Carlos Clur, presidente do Grupo Eletrolar. 

Fair will be held at the Hyatt Regency Miami | James L. Knight Center, where buyers sponsored by the Grupo Eletrolar coming from various countries of Latin America will be hosted.

*The first consumer electronics, home appliance, mobile technology and IT business fair in Miami, FL, USA, Electronics Home & Mobile Latin American Edition will be held from May 18 to 20, 2020. The fair will be aimed at the markets of South and Central Americas and the Caribbean, providing an opportunity for companies to expand their business in the region.*

*The venue is the Hyatt Regency Miami, located in the financial heart of the city. The 7,000-square-foot James L. Knight Convention Center at the hotel will be closed to welcome manufacturers, retailers, distributors, importers, exporters, e-commerce and marketplace representatives.*

*The fair will open new business prospects with the trip of highly qualified buyers, sponsored by the Grupo Eletrolar, organizer of the event. They will come from 20 different countries such as Mexico, Chile, Colombia, Brazil, Argentina, Puerto Rico, Panama, Costa Rica, Dominican Republic and the Caribbean, staying at the same Hyatt hotel where the event will be held.*

“Our goal is to make the fair a complete meeting point, under one roof, with product exhibits, networking, meetings, partnership building and closing deals. Electronics Home & Mobile Latin American Edition will be an opportunity to explore new markets and a launch pad,” says Carlos Clur, President of the Grupo Eletrolar. 

A chapa das vendas  
vai esquentar!



# BURGUER & SANDWICH GRILL

GRL615 e GRL510

## BURGUER GRILL

**CHAPAS ANTIADERENTES  
COM 180° DE ABERTURA**  
Chapa ondulada para grelhar  
e lisa para fritar

**ALTA  
POTÊNCIA  
1000 W**

### ACESSÓRIOS

Coletor de gordura removível  
e modelador de hambúrguer

## SANDWICH GRILL

### TOSTADO UNIFORME

Tosta e grelha com facilidade  
com chapas de alta temperatura  
e antiaderentes

### 2 EM 1 VERSÁTIL

Sistema de altura  
ajustável e abertura  
180° para usar  
fechado ou aberto



GRL510



GRL615

# RICARDO ELETRO

## prevê faturamento de R\$ 3 bilhões em 2019

Com mais de 500 lojas e em nova fase, a rede investe na customização do atendimento.

**RICARDO ELETRO FORESEES REVENUE OF BRL 3 BILLION IN 2019**

*With over 500 stores and in a new phase, the network invests in the customization of service.*



Foto: Divulgação / Photo: Disclosure

por / by **Leda Cavalcanti** e / and **Neusa Japiassu**

**P** principal bandeira do Grupo Máquina de Vendas, a Ricardo Eletro, que nasceu no interior de Minas Gerais, chega aos 30 anos com mais de 500 lojas em 15 Estados e no Distrito Federal, um e-commerce e ânimo renovado. "Em 2018, faturou R\$ 2 bilhões. Com reposicionamento da marca, reestruturação e modernização, a previsão é de R\$ 3 bilhões em 2019 e de R\$ 5 bilhões, aproximadamente, em 2020", diz Pedro Bianchi, sócio da Starboard e presidente do conselho de administração do Grupo.

Criado em 2010, com a fusão da Ricardo Eletro e das empresas Insinuante, City Lar, Eletro Shopping e Salfer, o Grupo Máquina de Vendas unificou suas marcas em 2016. Deixou a Ricardo Eletro como a principal marca, o que gerou uma estratégia de padronização e empenho de brand em regiões nas quais não era referência. As marcas regionais foram mantidas em ambientes de loja em alguns locais.

**B**orn in the countryside of Minas Gerais, Ricardo Eletro is the flagship of the Grupo Máquina de Vendas and now reaches 30 years with over 500 stores in 15 states and the Federal District, an e-commerce and renewed spirit. "In 2018, it earned BRL 2 billion. With the brand repositioning, restructuring and modernization, the forecast is BRL 3 billion in 2019 and approximately BRL 5 billion in 2020," says Pedro Bianchi, Starboard partner and chairman of the Group's board of directors.

Desde 2018, quando a gestão passou a ser responsabilidade do Grupo Starboard, especializado em private equity e reestruturação empresarial, a administração está em processo de profissionalização. O CEO da Ricardo Eletro é Luiz Wan-Dall. "O fundador, Ricardo Nunes, tem participação minoritária, mas extremamente importante para a companhia, e uma cadeira no conselho administrativo", conta Pedro.

## VENDAS EM ALTA

Distribuídas por Minas Gerais, Rio de Janeiro, Espírito Santo, Paraná, Santa Catarina, Mato Grosso, Bahia, Pernambuco, Sergipe, Alagoas, Rio Grande do Norte, Ceará, Maranhão, Piauí, Goiás e Distrito Federal, as lojas da rede têm área entre 800 e 900 m<sup>2</sup> e vêm ganhando linguagem visual unificada. A maior, de 6.000 m<sup>2</sup>, fica em São Luiz (MA), e os cinco centros de distribuição estão em Goiás, Santa Catarina, Pernambuco, Minas Gerais e Maranhão.

O crescimento da empresa supera as expectativas. No primeiro semestre deste ano, as vendas aumentaram em 50% ante o mesmo período de 2018. Seu portfólio tem mais de 80 mil produtos. Eletrodomésticos e eletroeletrônicos estão entre os mais vendidos. Juntos, representaram 80% das vendas no ano passado.

Agora, a rede se volta para a Black Friday. "É uma das principais datas para nós, comparada com o Natal. Sabendo do alto volume de vendas, iniciamos os preparativos com dois meses de antecedência, o que inclui contratação de funcionários, treinamento, qualificação do atendimento e preocupação com a logística, para não haver problemas com as entregas", explica Pedro.

## VAREJO ATUAL

A crise econômica internacional de 2008/2009 e a recessão brasileira em 2015/2016, ainda não superada, afetaram o varejo, cujo crescimento depende de emprego, renda e financiamento. As novas posturas do consumidor também impactaram e continuam impactando o varejo, diz Pedro. "As redes sociais, por exemplo, ganharam uma força enorme. Isso gera a exposição full time da marca. A partir delas, você fortalece ou afunda uma empresa."

O consumidor está numa fase em que reavalia hábitos, pensa muito antes de comprar, exerce o consumo consciente e opta por produtos desenvolvidos dentro do conceito de sustentabilidade. "Toda varejista tem que ter um propósito claro e coerente e estar em múltiplas plataformas. Ser omnichannel é outra mudança que inclui esforço de brand, vendas, linguagem, tecnologia, armazenamento e logística", destaca o executivo.

Como o cliente é, atualmente, o foco das empresas em todos os canais, sejam online ou offline, a Ricardo Eletro trabalha a comunicação integrada, mas alinhada ao formato de cada canal. É preciso entender os caminhos que o consumidor percorreu até se decidir pela compra e torná-la prazerosa para motivá-lo a voltar.



Fotos: Divulgação

Pedro Bianchi, sócio da Starboard e presidente do conselho de administração do Grupo Máquina de Vendas

Pedro Bianchi, Starboard partner and chairman of the board of directors of the Grupo Máquina de Vendas

*Created in 2010, with the merger of Ricardo Eletro and the companies Insinuante, City Lar, Eletro Shopping and Salfer, the Grupo Máquina de Vendas unified its brands in 2016. It left Ricardo Eletro as the main brand, which led to a strategy of brand standardization and commitment in regions where it was not a reference. Regional brands were kept in store environments in some locations.*

*The Starboard Group specializes in private equity and corporate restructuring. Since 2018, when it gained the responsibility of management, administration entered into the process of becoming professional. The CEO of Ricardo Eletro is Luiz Wan-Dall. "The founder, Ricardo Nunes, has a minority but extremely important stake for the company, and a seat on the board," says Pedro.*

## RISING SALES

*Distributed in Minas Gerais, Rio de Janeiro, Espírito Santo, Paraná, Santa Catarina, Mato Grosso, Bahia, Pernambuco, Sergipe, Alagoas, Rio Grande do Norte, Ceará, Maranhão, Piauí, Goiás and Federal District, the stores have area between 800 and 900m<sup>2</sup> and have been gaining unified visual language. The largest, 6,000 m<sup>2</sup>, is in São Luiz (MA), and the five distribution centers are in Goiás, Santa Catarina, Pernambuco, Minas Gerais and Maranhão.*

*The company's growth exceeds expectations. In the first half of this year, sales increased by 50% compared to the same period of 2018. Its portfolio has over 80,000 products. Home appliances and consumer electronics are among the top sellers. Together they accounted for 80% of sales last year.*

*Now the network turns to Black Friday. "It's one of the main dates for us compared to Christmas. Knowing the high volume of sales, we started preparations two months in advance, which includes hiring employees, training, qualification of service and concern with logistics, so there are no problems with deliveries," explains Pedro.*



Foto: Divulgação / Photo: Disclosure

### MUDANÇA DIGITAL

A transformação digital também impactou o varejo. “Hoje, o consumidor é um cocriador do e-commerce, do site, das redes sociais e, conseqüentemente, de toda a estratégia de vendas e marketing. Cada dia mais, será preciso entender quem está comprando para saber o que oferecer a cada um, quase em caráter de exclusividade. A venda de produtos perde espaço para a venda de experiências. Trabalhar paudado apenas em preço não é mais suficiente”, diz Pedro.

***Eletrdomésticos e eletroeletrônicos estão entre os produtos mais vendidos na rede. Juntos, representaram 80% das vendas no ano passado.***

Outros setores que vêm sendo cuidados são o e-commerce e o marketplace. No site da rede, as vendas cresceram substancialmente, e a plataforma poderá ser horizontalizada ainda este ano. Para o consumidor há mais facilidades, como o carnê eletrônico (novo método de pagamento), a pick-up store (possibilita a compra online e a retirada na loja) e a prateleira infinita (pode começar offline e terminar online). Outro projeto é a implantação do CRM da rede.

Para 2020, a ideia é intensificar e consolidar a presença omnichannel da marca, personalizar e otimizar o atendimento e a jornada do consumidor. “Não há dúvida de que o principal desafio do varejo é entender e conhecer mais de perto o seu consumidor, oferecer o que ele precisa, pelo canal que acessa e na melhor hora para ele”, diz Pedro. A rede também vai digitalizar e facilitar bastante a sua operação. ☑

### CURRENT RETAIL

The international economic crisis of 2008/2009 and the Brazilian recession in 2015/2016, not yet overcome, affected retail, whose growth depends on employment, income and financing. New consumer attitudes have also impacted and will continue to impact retail, says Pedro. “Social networks, for example, have gained enormous strength. This generates full time exposure of the brand. From them, you strengthen or sink a company.”

Consumers are in a phase of reevaluating habits, thinking long before buying, exercising conscious consumption and opting for products developed within the concept of sustainability. “Every retailer has to have a clear and coherent purpose and be on multiple platforms. Being omnichannel is another change that includes brand, sales, language, technology, storage and logistics efforts,” says the executive.

As the customer is currently the focus of companies in all channels, whether online or offline, Ricardo Eletro works integrated communication, but aligned to the format of each channel. It is necessary to understand the paths that the consumer has taken to decide to buy and make it pleasurable to motivate him to return.

### DIGITAL CHANGE

Digital transformation has also impacted retail. “Today, the consumer is a co-creator of e-commerce, the website, social networks and, consequently, the entire sales and marketing strategy. More and more people will need to understand who is buying to know what to offer each one,

***Home appliances and consumer electronics are among the best selling products on the network. Together they accounted for 80% of sales last year.***

almost exclusively. Selling products loses space for selling experiences. Working based on price alone is no longer enough,” says Pedro.

Other sectors are being taken care of are e-commerce and marketplace. On the website of the network, sales increased substantially, and the platform may become horizontal later this year. For the consumer there are more conveniences, such as the electronic checkbook (new payment method), the pick-up store (allows online purchase and withdrawal in store) and the infinite shelf (can start offline and end online). Another project is the implementation of the network’s CRM.

For 2020, the idea is to intensify and consolidate the brand’s omnichannel presence, customize and optimize customer service and journey. “There is no doubt that the main challenge for retailers is to understand and know their consumers more closely, to offer what they need, through the channel they access and at the best time for them,” says Pedro. The network will also scan and greatly facilitate its operation. ☑

# CHEGOU A NOVA LINHA DE SUPORTES PIX

Otimize seu espaço e deixe seu ambiente mais organizado com a nova linha completa de suportes para TVs e monitores  
**Para qualquer instalação, a PIX é a melhor solução**



Garantia de

**5**  
ANOS

em todos os modelos



## Suporte Micro-Gap para Samsung QLed\*

Suporte de parede em aço, exclusivo para TVs QLed Samsung\* com perfil Micro-Gap: com espaço mínimo entre a tela e a parede para que sua tv fique como um quadro na sua sala.



\*Samsung, QLed e nomes de modelos citados são marcas registradas pertencentes a seus respectivos detentores legais.

A linha completa da PIX está na:

**SANTANA**  
importação e exportação

[www.santanaimport.com.br](http://www.santanaimport.com.br)

# VENTILADORES

## FANS



**D**e coluna, mesa ou de teto, os ventiladores são apresentados ao mercado com novas tecnologias que diminuem o nível de ruído e em diferentes estilos, como mostra este *Dossiê*. Como opção mais econômica para amenizar as altas temperaturas, bateram recordes de venda no início deste ano e, devido à grande demanda, algumas lojas sofreram com faltas pontuais desses produtos. Investir na categoria antes da chegada do alto verão é um bom negócio para o varejo.

**C**olumn, table, and ceiling fans are introduced to the market with new technologies that reduce the noise level and in different styles, as this *Dossier* shows. As a more economical option to soften the high temperatures, broke sales records earlier this year and, due to high demand, some stores suffered from occasional shortages of these products. Investing in the category before the arrival of high summer is a good deal for retailers.



**Preço sugerido em 27/08/2019: R\$ 399,00 (modelo com controle de parede).**

*Price suggested on 08/27/2019: BRL 399,00.*

## ALISEU

### ALISEU SLIM

Tem três pás, 130 W de potência, três velocidades e luminária LED Integrada de 4.500 K. Disponível com três opções de controle: parede, controle remoto ou controle de parede + controle remoto + via app Bluetooth. Possui Selo Procel triplo A do Inmetro.

*It has three blades, 130 W power, three speeds and 4,500 K Integrated LED light. Available with three control options: wall, remote control or wall control + remote control + via Bluetooth app. It has a triple Procel Seal from Inmetro.*

## ARGE

### STYLO

Ventilador de mesa com 50 cm de diâmetro, hélice com seis pás e velocidade contínua. Possui grade e base de metal, com pintura eletrostática, e borrachas na base, que garantem a firmeza do aparelho sobre o móvel. Disponível em três modelos: prata, branco e preto.

*Table fan 50 cm in diameter, six-bladed propeller with continuous speed. It has metal grid and base, with electrostatic painting, and rubbers in the base, which ensure the firmness of the device on the furniture. Available in three models: silver, white, and black.*



**Preço sugerido em 26/08/2019: R\$ 165,00.**

*Price suggested on 08/26/2019: BRL 165,00.*



**Preço sugerido em 26/08/2019: R\$ 279,99.**

*Price suggested on 08/26/2019: BRL 279,99.*

## ARNO

### ULTRA SILENCE FORCE 40 CM

Com novo design, o ventilador de mesa Arno Ultra Silence Force apresenta a Power Zone, uma área concentrada que garante o máximo de vento direcionado, e função Eco Fresh, que economiza até 20% de energia. Tem seis hélices, 126 W de potência e três velocidades. Vem com grade removível.

*Newly designed, the Arno Ultra Silence Force desktop fan features Power Zone, a concentrated area that ensures maximum directed wind, and Eco Fresh function, which saves up to 20% energy. It has six propellers, 126 W power and three speeds. It comes with removable grid.*



**Preço sugerido em 02/09/2019: R\$ 199,90.**

*Price suggested on 09/02/2019: BRL 199.90.*

## BRITÂNIA

### BVT480 TURBO

Com 160 W de potência, o modelo tem tecnologia Maxx Force 8, hélice com oito pás e grade turbo, que garante maior vazão de ar, obedecendo às normas de segurança. Possui três velocidades, oscilação horizontal automática e três opções de oscilação vertical. Pode ser utilizado na mesa ou na parede. Vem com alça para transporte e porta-fio.

*With 160 W power, the model has Maxx Force 8 technology, eight-bladed propeller and turbo grid, which ensures greater air flow, complying with safety standards. It has three speeds, automatic horizontal swing and three vertical swing options. It can be used on a desk or a wall. It comes with carry handle and cord holder.*

## CADENCE

### TURBO CONFORTO 2 EM 1

Tem design exclusivo, hélice com seis pás de 42 cm, 126 W de potência, três velocidades, inclinação vertical e oscilação horizontal. O modelo é 2 em 1, pode ser usado no chão ou na parede. A grade Flat Click desliza e facilita o encaixe. Disponível com as pás nas cores preta ou laranja.

*It has a unique design, 42 cm six-blade propeller, 126 W power, three speeds, vertical tilt, and horizontal swing. The 2 in 1 model can be used on the floor or wall. The Flat Click grid slides and makes fitting easy. Available with black or orange blades.*



**Preço sugerido em 27/08/2019: R\$ 169,90.**

*Price suggested on 08/27/2019: BRL 169.90.*

## MALLORY

### VENTILADOR DE MESA TS40 +

A linha de ventilação TS, caracterizada pelo turbo e silêncio, apresenta o modelo 40+, um ventilador de mesa com seis hélices, três velocidades e 126 W de potência. Pesa 3,9 kg, tem um ano de garantia e está disponível nas cores preta e laranja.

*The turbo-quiet TS line features the 40+ model, a six-bladed, three-speed, 126 W power fan. It weighs 3.9 kg, has a one-year limited warranty and is available in black and orange.*



**Preço sugerido em 26/08/2019: R\$ 179,99.**

*Price suggested on 08/26/2019: BRL 179.99.*



**Preço sugerido em 26/08/2019: de R\$ 399,00 a R\$ 459,00.**  
Price suggested on 08/26/2019: from BRL 399.00 to BRL 459.00.

## MONDIAL ELETRODOMÉSTICOS

### TURBO- VTX-40-8P

Com design moderno na cor preta e detalhes em prata, o ventilador de mesa possui hélice com oito pás, três velocidades e 140 W de potência. Supersilencioso, tem grande vazão de ar e sistema oscilante, que permite ampla distribuição do vento pelo ambiente. Vem com porta-cabo na base.

*With a modern black design and silver details, the table fan has an eight-bladed, three-speed propeller, and 140 W power. It is super-quiet, featuring a large air flow and oscillating system, which allows wide distribution of wind throughout the environment. It comes with cable holder on its base.*



**Preço sugerido em 26/08/2019: R\$ 196,00.**  
Price suggested on 08/26/2019: BRL 196.00.

## MARTAU

### ORION 3

Ventilador de teto com design arrojado e comando de parede ou corrente. Possui três pás em madeira mogno ou branca, com 108 cm de diâmetro, e lustre bacia tipo boina, de 19 cm. Tem 125 W de potência, três velocidades com reversão, motor silencioso e um ano de garantia.

*Bold design ceiling fan with wall or chain control. It has three 108 cm diameter mahogany or white wood blades and a 19 cm beret bowl. It has 125 W power, three reversing speeds, a quiet motor, and one-year limited warranty.*



**Preço sugerido em 26/08/2019: R\$ 189,90.**  
Price suggested on 08/26/2019: BRL 189.90.

## NEPTUNO

### VENTILADOR DE PAREDE

Silencioso e moderno, o ventilador de parede da Neptuno é equipado com seis pás na cor grafite, tem rotação de 1.350/1.550 RPM e 160 W de potência. Possui grade aramada de 50 cm na cor preta e ângulo de ventilação horizontal de 360°. É bivolt, com chave seletora. Tem garantia de um ano.

*Quiet and modern, the Neptuno wall fan is equipped with six blades in graphite color, has 1,350/1,550 RPM rotation and 160 W power. It has a 50 cm wire grid in black color and horizontal ventilation angle of 360°. It is bivolt, with selector switch. It has a one-year limited warranty.*



**Preço sugerido em 28/08/2019: R\$169,90**

*Price suggested on 08/28/2019: BRL 169.90.*

## NKS

### ML480 2 EM 1 / 2 IN 1 ML480 MODEL

Ventilador 2 em 1, de coluna e mesa, com altura ajustável. O modelo ML480 possui hélice com seis pás, 40 cm de diâmetro, 125 W de potência, três velocidades e alto poder de ventilação. A grade é removível para facilitar a limpeza.

*Adjustable height 2-in-1 column and table fan. The ML480 model has a six-blade propeller, 40 cm in diameter, 125 W power, three speeds, and high ventilation power. The grid is removable for easy cleaning.*

## PHILCO

### PVT300 TURBO

Tem hélice com seis pás e diâmetro de 38,5 cm. Possui três velocidades e oscilação horizontal automática, com novo sistema de acionamento e botão integrado ao corpo. A inclinação vertical é regulável. Conta com grade removível, motor com fusível térmico de segurança, porta-fio e alça para transportar.

*It has a propeller with six blades and a diameter of 38.5 cm. It has three speeds and automatic horizontal oscillation, with new drive system and button integrated in the body. The vertical inclination is adjustable. It has a removable grid, a motor with thermal safety fuse, wire holder, and carrying handle.*



**Preço sugerido em 02/09/2019: R\$ 139,90.**

*Price suggested on 09/02/2019: BRL 139.90.*

## VENTI-DELTA

### VINTAGE

O modelo Vintage é um lançamento que segue a tendência de cores 2019/2020. Robusto, tem design sofisticado e moderno, diz a empresa. Possui 130 W de potência, 300 rpm de rotação, 125 cm de diâmetro e quatro pás. Totalmente fabricado no Brasil, vem com lustre de LED de 3.000 K e 6.000 K.

*The Vintage model is a release that follows the 2019/2020 color trend. It is robust, with a sophisticated and modern design, says the company. It has 130 W power, 300 rpm rotation, 125 cm diameter and four blades. Fully manufactured in Brazil, comes with a LED chandelier 3,000 K and 6,000 K.*



**Preço sugerido em 29/08/2019: R\$ 529,90.**

*Price suggested on 08/29/2019: BRL 529.90.*



**Preço sugerido em 1º/09/2019: R\$ 370,00.**

*Price suggested on 09/01/2019: BRL 370.00.*

## VENTISILVA

### VENTI150 CP

O Ventilador 2 em 1, coluna e mesa, com 50 cm de diâmetro, tem três pás e grade em pintura epóxi na cor preta ou branca. Com 1.500 rpm, é resistente e silencioso (70 dBA), tem protetor térmico e interruptor liga-desliga com controle de velocidade contínuo. Possui três anos de garantia e assistência técnica permanente.

*Launch The 50 cm 2-in-1 column and table fan has three blades and grid in black or white epoxy paint. At 1,500 rpm, it is rugged and quiet (70 dBA), has thermal protector and on-off switch with continuous speed control. It has a three-year limited warranty and permanent technical assistance.*

## VENTISOL

### TURBO 6

Ventilador de mesa Turbo 6, com hélice de 50 cm e seis pás. Com nova aerodinâmica, gera mais ventilação e menos ruído. Possui três velocidades, chave de ligação no corpo, grade fechada, oscilação horizontal automática e inclinação manual, de acordo com a necessidade.

*Turbo 6 table fan with 50 cm propeller and six blades. With new aerodynamics, it generates more ventilation and less noise. It has three speeds, power switch on its body, closed grid, automatic horizontal oscillation, and manual tilt as required.*



**Preço sugerido em 29/08/2019: R\$ 189,00.**

*Price suggested on 08/29/2019: BRL 189.00.*

Fotos: Divulgação / Photos: Disclosure



**Preço sugerido em 27/08/2019: R\$ 184,90.**

*Price suggested on 08/27/2019: BRL 184.90.*

## WAP

### RAJADA TURBO W130 3 EM 1

O modelo tem cinco hélices, 130 W de potência e três velocidades. Possui baixo nível de ruído e é 3 em 1, ou seja, é facilmente montado, sem ferramentas, para as versões coluna, parede e mesa. Disponível em 127 V e 220 V, nas cores vermelha e preta.

*The model has five propellers, 130 W power, and three speeds. It has a low noise level and is 3 in 1, meaning it is easily mounted without tools for the column, wall, and table versions. Available in 127 V and 220 V, in red and black.*

# 15ª ELETROLAR SHOW

Prestígio e produtividade da feira crescem a cada ano.

## 15<sup>TH</sup> ELETROLAR SHOW & LATIN AMERICAN ELECTRONICS

*The fair's prestige and productivity grow every year.*



Está dada a partida para a 15ª Eletrolar Show, a maior feira de negócios de bens de consumo duráveis da América Latina, que acompanha a diversificação do varejo, promove marcas e parcerias, abre espaço para relações comerciais mais sólidas e gera negócios no Brasil e no exterior. É ponto de encontro da indústria e do varejo e recebeu, este ano, 27,5 mil visitantes, que representaram 30 mil pontos de venda.

Para o próximo ano, várias empresas já confirmaram, desde já, a sua participação no evento como expositoras, o que é uma comprovação dos bons resultados que vêm obtendo. Entre elas, estão Atlas Eletrodomésticos, Mondial Eletrodomésticos, Lenox, Ventisol, Altomex, LehmoX, HPrime, Baseus, I2Go, HRebos, Gedaite, Beurer, Gorila Shield, Xtrad, Devia, Fam, Fancy e Yeeko.

O prestígio e a produtividade da feira são crescentes porque ela acompanha passo a passo as transformações do mercado, diz Carlos Clur, presidente do Grupo Eletrolar, organizador da feira. "A cada ano, ampliamos o espaço para novas categorias de produtos e serviços, bem como para os canais de venda, porque, hoje, não faz sentido limitar os negócios a uma única plataforma."

Em 2020, o Grupo Eletrolar, como faz em todas as edições da Eletrolar Show, patrocinará a viagem de compradores de grandes redes de outros estados e, também, da América do Sul, incluindo Argentina, Bolívia, Chile, Colômbia, Peru e Uruguai, com o objetivo de aumentar o volume de negócios. Na feira de 2020, que será realizada de 13 a 16 de julho, no Transamerica Expo Center, em São Paulo, são esperados 29 mil visitantes. ☺

The 15th Eletrolar Show & Latin American Electronics, the largest durable consumer goods trade fair in Latin America, which follows retail diversification, promotes brands and partnerships, opens space for stronger business relationships, and creates business in Brazil and abroad. It is a meeting point for industry and retail and this year it received 27.5 thousand visitors, representing 30 thousand points of sale.

For next year, several companies have already confirmed their participation in the event as exhibitors, which proof the good results they have been obtaining. These include Atlas Eletrodomésticos, Mondial Eletrodomésticos, Lenox, Ventisol, Altomex, LehmoX, HPrime, Baseus, I2Go, HRebos, Gedaite, Beurer, Gorila Shield, Xtrad, Devia, Fam, Fancy, and Yeeko.

The fair's prestige and productivity are increasing, because it follows market changes step by step, says Carlos Clur, President of the Grupo Eletrolar, organizer of the fair. "Each year we expand the space for new product and service categories as well as sales channels, because today it makes no sense to limit business to a single platform."

In 2020, Grupo Eletrolar, as it does in all editions of Eletrolar Show & Latin American Electronics, will sponsor the trip of big chain buyers from other states and also from South America, including Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Peru, and Uruguay, aiming to increase sales volume. At the 2020 fair, which will be held from July 13 to 16, at the Transamerica Expo Center in São Paulo, 29 thousand visitors are expected. ☺

"A cada ano, ampliamos o espaço para novas categorias de produtos e serviços, bem como para os canais de venda, porque, hoje, não faz sentido limitar os negócios a uma única plataforma."

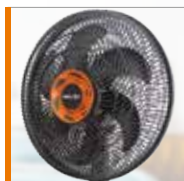
"Each year we expand the space for new product and service categories as well as sales channels, because today it makes no sense to limit business to a single platform."

**Carlos Clur**



# O ÚNICO COM A PRATICIDADE DE **CONTROLAR TUDO NA PALMA DA MÃO**

TS 40  
**TOTAL CONTROL**



## **OSCILAÇÃO LATERAL**

Ajuste da rotação através do controle remoto e painel touch.



## **PAINEL TOUCH**

Muito mais fácil de controlar.



## **DESLIGAMENTO AUTOMÁTICO**

Timer programável de até 7h.



**126W**

**126W DE POTÊNCIA**  
O VENTO MAIS FORTE DO  
BRASIL NA CATEGORIA



**TURBO + SILÊNCIO:**  
MÁXIMA VAZÃO E  
MÍNIMO RUÍDO



**HÉLICE DE 6 PÁS**  
VENTO MAIS  
PRECISO



MYMALLORY • MALLORY.COM.BR

# **MALLORY**

DESCUBRA OUTRA VERSÃO DE VOCÊ

# VENDA DE ELETROELETRÔNICOS CRESCER NO 1º SEMESTRE

Dados foram divulgados na abertura da Eletrolar Show 2019

## ELECTRONICS SALES INCREASE IN THE 1<sup>ST</sup> SEMESTER

Data was released at the opening of the Eletrolar Show 2019



A 14ª Eletrolar Show começou bem, com o anúncio dos resultados do setor de eletroeletrônicos no primeiro semestre deste ano. O presidente do Grupo Eletrolar, Carlos Clur, destacou a relevância da feira para a indústria e o varejo de eletroeletrônicos. "O mercado está reagindo, dando sinais de recuperação e, certamente, a Eletrolar Show contribuirá com este momento, pois muitos relacionamentos e negócios serão aqui firmados e encaminhados."

O balanço que mostrou o crescimento das vendas em volume, nos seis meses iniciais deste ano, puxado pelas categorias de linha branca e portáteis, foi compartilhado pelo presidente da Associação Nacional de Fabricantes de Produtos Eletroeletrônicos (Eletros), José Jorge Nascimento, que participou da abertura da feira, em 29 de julho último.

The 14th Eletrolar Show started well, with the announcement of the results of the electronics sector in the first half of this year. The president of the Eletrolar Group, Carlos Clur, highlighted the relevance of the fair to the electronics industry and retail. "The market is reacting, showing signs of recovery and, certainly, the Eletrolar Show will contribute to this moment, as many relationships and business will be fostered and forwarded here."

The balance that showed the growth in volume sales in the first six months of this year, pulled by the white goods and portable categories, was shared by the president of the National Association of Manufacturers of Electrical and Electronic Products (Eletros), José Jorge Nascimento, who participated in the opening of the fair on July 29 last.

A linha branca cresceu 13% em volume de vendas. Passou de 6,7 milhões de unidades comercializadas no primeiro semestre de 2018 para 7,6 milhões nos primeiros seis meses de 2019. Em portáteis, o crescimento foi de 10%. A linha marrom, porém, se retraiu em 16%, o que se justifica pela Copa do Mundo de 2018, quando as vendas de televisores se concentraram no primeiro semestre.

“Temos um cenário bastante positivo, marcado pela Black Friday, Natal e o 13º salário. São diversas oportunidades que nos levam a projetar um ano de crescimento para o setor”, disse José Jorge. A abertura da feira contou, também, com as presenças de Alessandro Germano, head de desenvolvimento de novos negócios do Google, e de Juan Quirós, presidente da Agência de Promoção de Investimentos e Exportações da Cidade de São Paulo (SP Negócios). Nas páginas seguintes, estão os destaques dos expositores.

*The white line grew 13% in sales volume. It went from 6.7 million units sold in the first half of 2018 to 7.6 million in the first six months of 2019. In notebooks, the growth was 10%. The brown line, however, contracted by 16%, which is justified by the 2018 World Cup, when television sales were concentrated in the first half.*

*“We have a very positive scenario, marked by Black Friday, Christmas and the 13th salary. There are several opportunities that lead us to project a year of growth for the sector,” said José Jorge. The opening of the fair was also attended by Alessandro Germano, head of new business development at Google, and Juan Quirós, president of the São Paulo City Investment and Export Promotion Agency (SP Negócios). On the following pages are the highlights of the exhibitors.*



# SEMP TCL

## LANÇA SMARTPHONES E LINHA DE AR-CONDICIONADO

*LAUNCHES SMARTPHONES AND AR CONDITIONING*



Reinaldo Paleari, gerente de produtos móveis  
Reinaldo Paleari, mobile product manager



A empresa fez diversos lançamentos na feira. Entre as novidades, televisores, aparelhos de som com caixas Bluetooth, uma nova categoria de ar-condicionado e aparelhos celulares.

De acordo com Reinaldo Paleari, gerente de produtos móveis da SEMP TCL, atualmente o portfólio de dispositivos móveis da companhia está dividido em duas marcas. A primeira é a SEMP, que conta com oito lançamentos, sendo quatro feature phones e quatro smartphones. A segunda é a TCL, com quatro modelos já em andamento e mais três novos aparelhos equipados com processador Octa-Core, conexão 4G, reconhecimento facial e de impressão digital e câmera tripla.

O destaque fica para o custo-benefício dos aparelhos. Com foco em atender às necessidades do consumidor brasileiro, o modelo mais caro entre os smartphones L9 Plus, L10 e C9 Plus tem preço sugerido de R\$ 1 mil.

As expectativas para o segundo semestre do ano são positivas. Segundo Reinaldo, durante a Eletrolar Show foi possível entender o movimento do mercado, que deve se aquecer com o fechamento de novos negócios.

The company made several launches at the fair. New features include TVs, Bluetooth stereo systems, a new air-conditioning category, and handsets.

According to Reinaldo Paleari, mobile product manager at SEMP TCL, the company's mobile portfolio is currently divided into two brands. The first is SEMP, which has eight releases, four feature phones and four smartphones. The second is TCL, with four models already in progress and three new handsets equipped with an Octa-Core processor, 4G connection, face, and fingerprint recognition and triple camera.

The highlight is the cost-effective handsets. Focused on meeting the needs of Brazilian consumer, the most expensive model among the smartphones L9 Plus, L10 and C9 Plus has a suggested price of BRL 1,000.

Expectations for the second half of the year are positive. According to Reinaldo, during the Eletrolar Show it was possible to understand the market movement, which should warm up with the closing of new business.



Feature Phone, da SEMP  
Feature Phone from SEMP



Smartphone, da TCL  
TCL Smartphone

# LG ELECTRONICS

## INVESTE NAS TECNOLOGIAS DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

*INVESTS IN ARTIFICIAL INTELLIGENCE TECHNOLOGIES*



Bárbara Toscano, diretora de marketing da LG no Brasil  
*Barbara Toscano, director of marketing at LG in Brazil*



Na 14ª Eletrolar Show, a empresa apresentou seus lançamentos em diversas categorias, apostando nas tecnologias de inteligência artificial (IA).

A companhia expôs a sua nova linha de televisores NanoCell, que incluem o Google Assistente. O foco é na conectividade da casa por comandos de voz através do televisor. Os aparelhos também trazem melhorias na qualidade do som e imagem, permitindo uma experiência mais completa ao consumidor.

Outros destaques da LG na feira foram a nova linha de lava e seca com inteligência artificial e o smartphone top de linha G8S ThinQ, que acaba de ser lançado no mercado e esteve disponível para experimentação na Eletrolar Show.

Sobre o aparelho, um dos recursos que mais chamaram a atenção do público foi o seu sistema de biometria. Ao contrário da maioria dos smartphones do mercado, que trazem leitor de impressão digital ou de reconhecimento facial, o modelo conta com Hand ID, que reconhece a estrutura de veias da palma da mão.

De acordo com Bárbara Toscano, diretora de marketing da LG no Brasil, o evento foi um momento importante para a discussão de estratégias, criação de alianças e apresentação de inovações. Para a executiva, a expectativa para o segundo semestre do ano é positiva, já que o mercado poderá desfrutar ocasiões tradicionalmente importantes para os negócios, como a Black Friday e o Natal.

At the 14th Eletrolar Show & Latin American Electronics 2019, the company exhibited its releases in various categories, betting on artificial intelligence (AI) technologies.

The company has unveiled its new line of NanoCell TVs, which include Google Assistant. The focus is home connectivity by voice commands through the television. The appliances also bring improvements in sound and image quality, enabling a more complete consumer experience.

Other highlights of LG at the fair were the new artificial intelligence wash and dry line and the top-of-the-line G8S ThinQ smartphone, which has just been launched and was available for experimentation at the Eletrolar Show & Latin American Electronics.

About the device, one of the features that caught the most public attention was its system of biometrics. Unlike most smartphones on the market with a fingerprint or face recognition reader, the model features Hand ID, which recognizes the structure of the palm veins.

According to Barbara Toscano, director of marketing at LG in Brazil, the event was an important moment for discussing strategies, creating alliances, and presenting innovations. For the executive, the expectation for the second half of the year is positive, as the market will enjoy traditionally important occasions for business, such as Black Friday and Christmas.



TV NanoCell



Smartphone G8S ThinQ

# PANASONIC

## RECEBEU CLIENTES DO VAREJO EM SUA BUSINESS SUITE

*WELCOMES RETAIL CUSTOMERS TO ITS  
BUSINESS SUITE*



Claudio Nadanovsky, gerente de produto da Panasonic Brasil  
*Claudio Nadanovsky, product manager at Panasonic Brazil*



Para reproduzir em todo o Brasil o trabalho feito regionalmente, a Panasonic optou por levar a sala de reunião para dentro da 14ª Eletrolar Show. Durante o evento, a companhia apresentou suas novidades ao mercado brasileiro, focando, principalmente, na categoria de televisores.

Reforçando sua entrada no mercado de OLED, neste ano a companhia anunciou alguns diferenciais para os seus equipamentos. De acordo com Claudio Nadanovsky, gerente de produto da Panasonic Brasil, o principal deles é o Dolby Atmos Vision, que permite uma experiência sonora ainda mais imersiva ao consumidor.

Outro recurso salientado pela Panasonic durante a feira foi o Bluetooth Audio Link. Lançada no ano passado, a funcionalidade permite o envio de músicas pela conexão do smartphone ou de outro equipamento de som à TV, transformando-a em uma caixa de som Bluetooth.

O maior destaque da Panasonic ficou para o modelo 65GZ1000, o grande lançamento para 2019. Segundo Nadanovsky, o aparelho possui certificação THX, com capacidade de reprodução de imagem com qualidade de cinema. Também vem equipado com processador HCX, trabalha com o Google Assistente e está disponível nas versões de 55" ou 65".

To replicate the work done regionally throughout Brazil, Panasonic chose to bring the meeting room into the 14th Eletrolar Show & Latin American Electronics. During the event, the company presented its news to the Brazilian market, focusing mainly on the television category.

Reinforcing its entry into the OLED market, this year the company announced some differentials for its equipment. According to Claudio Nadanovsky, product manager at Panasonic Brazil, the main one is Dolby Atmos Vision, which enables an even more immersive consumer experience.

Another feature highlighted by Panasonic during the fair was the Bluetooth Audio Link. Launched last year, the feature lets you send music by connecting your smartphone or other stereo to your TV, turning it into a Bluetooth speaker.

Panasonic's biggest highlight was the 65GZ1000 model, the big release for 2019. According to Nadanovsky, the handset is THX certified, with movie-quality image playback capability. It also comes equipped with HCX processor, works with Google Assistant and is available in 55" or 65" versions.



TV modelo 65GZ1000  
TV model 65GZ1000

# POSITIVO TECNOLOGIA

## APOSTA NO SEGMENTO DE CASA INTELIGENTE

*BETS ON THE SMART HOME SEGMENT*



Norberto Maraschin Filho, vice-presidente de mobilidade e negócios internacionais

*Norberto Maraschin Filho, mobility and international business vice president*



Comemorando 30 anos de história, a Positivo Tecnologia esteve presente na Eletrolar Show pelo sexto ano consecutivo. Durante o evento, a companhia investiu no estreitamento da relação com os parceiros e apresentou diversas novidades.

O principal destaque da marca foi a Positivo Casa Inteligente, a primeira plataforma completa de casa inteligente do Brasil. Entre os produtos que compõem a linha estão câmeras de segurança, alarmes, sensores, controle de infravermelho e lâmpadas.

De acordo com Norberto Maraschin Filho, vice-presidente de mobilidade e negócios internacionais da Positivo Tecnologia, a aposta na categoria de casa inteligente foi impulsionada pela promessa de mercado, que deverá alcançar os R\$ 4 bilhões em 2022. Para isso, a companhia iniciou o desenvolvimento de sua linha pensando na democratização da tecnologia para o público brasileiro, investindo em qualidade, simplicidade e preços acessíveis.

A empresa também apresentou uma nova linha de smartphones de até R\$ 700,00 e diversas novidades em computadores. Para os gamers, por exemplo, a Positivo Tecnologia está trazendo uma nova plataforma com a linha 2AM, equipada com a 9ª geração de processadores, e a nova placa de vídeo NVIDIA GeForce GTX 1050.

Celebrating 30 years of history, Positivo Tecnologia was present at the Eletrolar Show & Latin American Electronics for the sixth year in a row. During the event, the company invested in closer relationships with partners and exhibited several new features.

The brand's main highlight was Positivo Casa Inteligente, Brazil's first complete smart home platform. Among the products that make up the line are security cameras, alarms, sensors, infrared control, and light bulbs.

According to Norberto Maraschin Filho, mobility and international business vice president at Positivo Tecnologia, the bet on the smart home category was driven by the market promise of BRL 4 billion by 2022. To this end, the company began to develop its line thinking of the democratization of technology for the Brazilian public, investing in quality, simplicity, and affordable prices.

The company also presented a new line of smartphones of up to BRL 700,00 and several launches in computers. For gamers, for example, Positivo Tecnologia is bringing a new platform with the 2AM line, equipped with 9th generation processors, and the new NVIDIA GeForce GTX 1050 graphics card.



Twist 2 Pro



Linha gamers  
Gamers Line

# MONDIAL ELETRODOMÉSTICOS

79 LANÇAMENTOS NA  
ELETROLAR SHOW

*79 RELEASES AT ELETROLAR SHOW  
& LATIN AMERICAN ELECTRONICS*



Giovanni Marins Cardoso, fundador e copresidente  
*Giovanni Marins Cardoso, the company's founder and co-chairman*



**A** Mondial, fabricante de eletrodomésticos com sede em Barueri, no Estado de São Paulo, apresentou durante a 14ª Eletrolar Show seus principais lançamentos para o consumidor.

De acordo com Giovanni Marins Cardoso, fundador e copresidente da empresa, foram preparados 79 lançamentos para o evento, incluindo produtos de cuidados pessoais, ferramentas, acessórios para cozinha e de ventilação.

Um dos principais destaques da companhia foi a apresentação de um ventilador com design inovador, que possui a maior vazão do mercado. Segundo Giovanni, o modelo de oito pás da linha VTX oferece vazão 20% maior do que os produtos de seis pás.

A empresa também apostou na linha de cooktops, de alto desempenho. Com design moderno, os produtos têm acendimento automático e queimadores de alta potência.

Para a Mondial, a feira é um dos marcos do ano, porque abre o segundo semestre e prepara o consumidor para as tendências. Giovanni afirmou que a empresa está otimista com as oportunidades do período, não só no Brasil, mas também na exportação. Atualmente, a Mondial tem operações em 21 países e está avançando na Europa.

**M**ondial Eletrodomésticos, a home appliance manufacturer based in Barueri, São Paulo State, presented during the 14th Eletrolar Show & Latin American Electronics its main consumer launches.

According to Giovanni Marins Cardoso, the company's founder and co-chairman, 79 launches were prepared for the event, including personal care products, tools, kitchen accessories, and ventilation.

One of the main highlights of the company was the presentation of a fan with innovative design, which has the largest flow in the market. According to Giovanni, the eight-blade model of the VTX line offers a 20% higher flow rate than six-blade products.

The company also bet on the line of high-performance cooktops. With modern design, the products have automatic ignition and high-power burners.

For Mondial, the fair is one of the milestones of the year because it opens the second semester and prepares consumers for trends. Giovanni said the company is optimistic about the opportunities of the period, not only in Brazil, but also in exports. Mondial currently has operations in 21 countries and is advancing in Europe.



Ventilador TURBO – VTX-40-8PX  
TURBO fan - VTX-40-8PX



Cooktop

# MULTILASER

LANÇAMENTOS COM BASE NAS  
TENDÊNCIAS DE CONSUMO

*LAUNCHES BASED ON CONSUMER TRENDS*



Alexandre Ostrowiecki, CEO



A empresa marcou presença apresentando novidades para o mercado tech. Anteriormente focada em acessórios, a companhia é hoje uma das maiores fabricantes do Brasil e uma das 400 principais empresas do País.

Para o evento, a Multilaser preparou lançamentos baseados nas tendências de consumo. Entre as novidades, drones, patinetes elétricos, bicicletas elétricas, smartphones, tablets, teclados gamers e produtos eletrônicos voltados para a saúde.

Um dos principais destaques da companhia foi o lançamento do Multilaser G Pro, smartphone com tela IPS de 6,1", câmera dupla na traseira e leitor biométrico. O aparelho vem equipado com Android 9 Pie direto da fábrica, processador Octa-Core de 1.6 GHz, 2 GB de memória RAM, 32 GB de armazenamento interno e bateria de 4.000 mAh. O valor sugerido para o aparelho é de R\$ 799.

De acordo com Alexandre Ostrowiecki, CEO da Multilaser, a expectativa para o segundo semestre de 2019 é um crescimento de 20% em relação ao ano passado. Segundo o executivo, a Eletrolar Show marca a reunião do varejo eletrônico brasileiro, sendo um momento importante para o aquecimento dos negócios.

The company was exhibiting news for the tech market. Formerly focused on accessories, today the company is one of the largest manufacturers in Brazil and one of the top 400 companies in the country.

For the event, Multilaser prepared releases based on consumer trends. New features include drones, electric scooters, electric bicycles, smartphones, tablets, gaming keyboards, and health electronics.

One of the company's highlights was the launch of the Multilaser G Pro, a 6.1" IPS screen smartphone, with dual rear camera and biometric reader. The handset comes from factory with Android 9 Pie, 1.6 GHz Octa-Core processor, 2 GB RAM, 32 GB internal storage, and 4,000 mAh battery. Suggested value for the device is BRL 799.

According to Alexandre Ostrowiecki, CEO at Multilaser, the expectation for the second half of 2019 is a 20% growth over last year. According to the executive, the Eletrolar Show marks the meeting of the Brazilian electronic retail, being an important moment for the business warm-up.



Smartphone G Pro



Aspirador Robô  
Robot vacuum cleaner

# ATLAS ELETRODOMÉSTICOS

O MELHOR PRIMEIRO DIA  
DE TODAS AS EDIÇÕES

*THE BEST FIRST DAY OF ALL EDITIONS*



Clóvis Simões, diretor comercial  
Clóvis Simões, commercial director



Expôs diversos produtos e fez lançamentos. Segundo Clóvis Simões, diretor comercial da Atlas Eletrodomésticos, uma das grandes surpresas nesta oitava participação foi o primeiro dia com visitas qualificadas e uma dinâmica movimentada o tempo todo. "Foi o melhor primeiro dia de todas as edições", afirma.

A empresa fez dois grandes lançamentos. Um deles é a linha de fogões Supreme, que incorpora tecnologia, inovação e modernidade para atender às expectativas do consumidor. Inspirada nos antigos modelos, a linha está disponível em três versões: Dako Supreme, Dako Supreme Glass e Dako Supreme Timer Glass, projetadas para oferecer agilidade e simplicidade na cozinha.

O segundo foi o fogão Tropical Glass, da marca Atlas, focada nos consumidores que procuram modelos de mesa de vidro com valores mais acessíveis, que é o grande destaque hoje no mercado brasileiro.

A Atlas tem uma visão bem positiva de oportunidades para o segundo semestre. Conforme Clóvis, a empresa acredita que a economia já está reagindo, tanto que fechou o mês de julho de forma superpositiva e está confiante. A companhia tem presença de 60% no mercado nacional e lidera em receita na categoria de cinco queimadores, contou o executivo.

*It exhibited several products and made releases. According to Clóvis Simões, commercial director of Atlas Eletrodomésticos, one of the big surprises in this eighth participation was the first day with qualified visits and a dynamic momentum all the time. "It was the best first day of all editions," he says.*

*The company made two major releases. One is the Supreme range of stoves, which incorporates technology, innovation, and modernity to meet consumer expectations. Inspired by old models, the line is available in three versions: Dako Supreme, Dako Supreme Glass, and Dako Supreme Timer Glass are designed for agility and simplicity in the kitchen.*

*The second was Atlas' Tropical Glass stove, focused on consumers looking for more affordable glass table models, which is the highlight today in the Brazilian market.*

*Atlas has a very positive view of opportunities for the second half. According to Clóvis, the company believes that the economy is already reacting, so much so that it closed July on a super positive note and is confident. The company has a 60% presence in the domestic market and leads in revenue in the five-burner category, said the executive.*



Dako Supreme Timer Glass 5Q Inox



Atlas Tropical 5Q

# MUELLER

## COMEMORA 70 ANOS NA ELETROLAR SHOW COM LANÇAMENTOS

*CELEBRATES 70 YEARS AT ELETROLAR SHOW &  
LATIN AMERICAN ELECTRONICS WITH RELEASES*



Luciano Dressel, diretor comercial  
Luciano Dressel, commercial director



**A** Mueller celebrou os seus 70 anos de história na feira deste ano. A companhia, responsável por trazer a primeira lavadora de roupas para o Brasil, apresentou seus lançamentos com uma edição comemorativa baseada na releitura dos produtos antigos.

Os principais destaques ficaram para as lavadoras semiautomáticas. Entre as novidades, a BIG 14 kg e a BIG 16 kg. A primeira tem grande capacidade e opção de saída de água automática. A segunda, a BIG 16 kg, é a maior da categoria e vem equipada com o sistema Aquatec. Com a tecnologia, o usuário não precisa monitorar a entrada e saída de água. Ambos os modelos contam, ainda, com programa de lavagem de edredom, Smart Wave e dispenser.

Além das lavadoras, a empresa catarinense exibiu todo o seu portfólio de fogões, cooktops, fornos elétricos, secadoras e centrífugas.

De acordo com Luciano Dressel, diretor comercial da Mueller, mesmo com as dificuldades do primeiro semestre do ano, a companhia continua como a maior exportadora do mercado brasileiro, atendendo a países como Uruguai, Argentina, Paraguai e Chile. Para o segundo semestre, a expectativa é de crescimento com o aquecimento da economia.

**M**ueller celebrated its 70th anniversary at this year's trade show. The company, responsible for bringing the first washing machine to Brazil, presented its releases with a commemorative edition based on the rereading of old products.

The main highlights were the semiautomatic washing machines. Among the novelties are BIG 14 kg and BIG 16 kg. The first has large capacity and automatic water outlet option. The second, BIG 16 kg, is the largest in its class and comes equipped with Aquatec system. With the technology, users do not need to monitor water inlet and outlet. Both models also have a duvet washing program, Smart Wave and dispenser.

In addition to the washers, the company from Santa Catarina displayed its entire portfolio of stoves, cooktops, electric ovens, dryers and centrifuges.

According to Luciano Dressel, Mueller's commercial director, despite the difficulties of the first half of the year, the company remains the largest exporter in the Brazilian market, serving countries such as Uruguay, Argentina, Paraguay and Chile. For the second half, growth is expected as the economy heats up.



Lavadora BIG 16 kg  
BIG 16 kg washing machine



Forno elétrico Fratello  
Fratello electrical oven

# CALOI

## EMPRESA TEM EXPECTATIVA BASTANTE POSITIVA PARA O SEGUNDO SEMESTRE

*THE COMPANY HAS A VERY POSITIVE EXPECTATION FOR THE SECOND HALF*



Beatriz Vigeta, diretora comercial key account  
Beatriz Vigeta, key account commercial director



**A** Caloi vem investindo em produtos para alcançar diferentes públicos no segundo semestre. Na feira, fez mais de 20 lançamentos. Um dos principais foi a bicicleta aro 29 de alumínio com shimano traseiro. É a grande aposta, com preço mais acessível, que varia entre R\$ 999 e R\$ 1.199, e especificação bastante agressiva, contou Beatriz Vigeta, diretora comercial key account da empresa.

Na linha infantil, o destaque foi a bicicleta aro 16 da parceria com o youtuber Luccas Neto, que está sendo muito bem recebida pelo varejo. O modelo ficará disponível por um ano, que é a vigência da licença estabelecida.

Outro destaque no estande da Caloi foi a E-vibe Easy Rider, bicicleta elétrica que promete custo-benefício competitivo. Vem equipada com shimano, freio hidráulico e bateria com autonomia para 80 quilômetros, por carga.

Para o segundo semestre de 2019, a companhia espera expandir ainda mais os negócios. A expectativa é um crescimento de pelo menos dois dígitos em comparação com o mesmo período do ano passado, conforme destacou Beatriz.

*Caloi has been investing in products to reach different audiences in the second half. At the fair, it made more than 20 launches, one of which was the aluminum 29-inch bike with rear shimano gear. It is a big bet, with the most affordable price, ranging from BRL 999 to BRL 1,199, and a very aggressive specification, said Beatriz Vigeta, key account commercial director of the company.*

*In the children's line, the highlight was the 16-inch bike of the partnership with youtuber Luccas Neto, which is being very well received by retail. The model will be available for one year, which is the term of the established license.*

*Another highlight at Caloi's booth was the E-vibe Easy Rider, an electric bike that promises cost-effective competition. It comes equipped with shimano gear, hydraulic brake. and battery with autonomy for 80 kilometers, per charge.*

*For the second half of 2019, the company expects to further expand business. The expectation is a growth of at least two digits compared to the same period last year, as Beatriz pointed out.*



Caloi Vulcan aro 29  
Caloi Vulcan rim 29



E-vibe Easy Rider

# ATAN DISTRIBUIDOR

## PASSO IMPORTANTE PARA A EXPANSÃO DA EMPRESA

### AN IMPORTANT STEP FOR THE COMPANY'S EXPANSION

O Atan Distribuidor, fundado em 2010, marcou presença na Eletrolar Show pela primeira vez como expositor. A companhia, responsável pela distribuição de móveis, eletrodomésticos e eletroeletrônicos por toda a Região Nordeste, aproveitou a oportunidade para apresentar a marca para todo o Brasil.

Apesar de atuar especificamente nos estados nordestinos, o Atan tem recebido convites para expandir suas operações para outras regiões do País. Pensando nisso, a empresa viu a Eletrolar Show de 2019 como um passo importante para a concretização dos planos no futuro.

De acordo com Sebastião Atanael Rezende, presidente do Atan, a empresa contou com 160 lançamentos de diferentes segmentos nas 16 marcas que distribui, entre elas Multilaser, Mondial e Semp TCL. Com as novidades e o aumento do mix de produtos, a expectativa é que os negócios sejam alavancados durante o segundo semestre deste ano.



Sebastião Atanael Rezende, presidente  
Sebastião Atanael Rezende, president

Atan Distribuidor, founded in 2010, attended the Eletrolar Show & Latin American Electronics for the first time as an exhibitor. The company, responsible for the distribution of furniture, household appliances and electronics throughout the Northeast Region, seized the opportunity to introduce the brand throughout Brazil.

Despite acting specifically in the northeastern states, Atan has received invitations to expand its operations to other regions of the Country. With this in mind, the company saw the 2019's Eletrolar Show & Latin American Electronics as an important step towards the realization of plans in the future.

According to Sebastião Atanael Rezende, President of Atan, the company had 160 releases from different segments in the 16 brands it distributes, including Multilaser, Mondial and Semp TCL. With innovations and increased products mix, business is expected to be leveraged during the second half of this year.



# BEDINSAT

## EXPECTATIVA POSITIVA NESTE SEMESTRE

### POSITIVE EXPECTATION THIS SEMESTER

Expôs as mais recentes novidades, como o BDF-14, celular de mesa que leva o sinal de internet para áreas montanhosas. Desbloqueado, o dispositivo, com conexão 4G, Bluetooth e roteador Wi-Fi, permite acesso à rede para até oito aparelhos, como smartphones, tablets, notebooks e smart TVs.

Outro destaque, o receptor SmartBox BS9700, puro Android, tem antena externa que o transforma em roteador Wi-Fi. Vem com processador de 1 GB e 8 GB de memória e permite ao usuário baixar aplicativos, como o de câmera de segurança, pela Play Store. O produto já vem com apps, como Spotify, Netflix e YouTube.

Segundo Marcelo Dombrowski, diretor de varejo, participar da feira foi um marco para a BedinSat, que está com boa expectativa para este semestre. Com maior número de representantes e presença em novos Estados, a empresa espera cumprir os objetivos traçados para o ano.



Marcelo Dombrowski, diretor de varejo  
Marcelo Dombrowski, retail director

*It exhibited the latest launches, such as the BDF-14, a mobile phone that brings Internet signal to mountain areas. Unlocked, the device, with 4G connection, Bluetooth and Wi-Fi router, allows network access for up to eight devices such as smartphones, tablets, laptops, and smart TVs.*

*Another highlight, the SmartBox BS9700 receiver, pure Android, has an external antenna that turns it into a Wi-Fi router. It comes with a 1 GB processor and 8 GB of memory and allows the user to download apps, such as security cameras, from Play Store. The product comes with apps like Spotify, Netflix, and YouTube.*

*According to Marcelo Dombrowski, retail director, attending the fair was a milestone for BedinSat, which is looking forward to this semester. With more representatives and presence in new states, the company expects to meet goals set for the year.*



Receptor SmartBox BS9700  
SmartBox BS9700 Receiver

# BRINOX

## EXPORTAÇÃO É UMA DAS FRENTE DE VENDA QUE MAIS CRESCEM NO GRUPO

**EXPORT IS ONE OF THE FASTEST GROWING SALES FRONTS IN THE GROUP**



Marina Gatelli, supervisora de marketing  
Marina Gatelli, marketing supervisor

O grupo Brinox esteve presente na 14ª edição da Eletrolar Show apresentando duas de suas marcas de utilidades domésticas: a Brinox e a Coza.

Marca com posicionamento tradicional, a Brinox lançou linhas de panelas e talheres como principais destaques. Fundada em 1988, a empresa conta com mais de 2.500 itens em seu portfólio e aposta em materiais como aço inox, alumínio, aço cromado, silicone, nylon, porcelana e vidro.

A marca Coza, que tem o plástico como principal material, traz características para o público jovem. Investindo em estética criativa e inovadora, aproveitou o evento para explorar algumas cores que são sucesso no segmento.

Apesar de ser um grupo brasileiro, Marina Gatelli, supervisora de marketing da companhia, afirma que a exportação, hoje, é uma das frentes de venda que mais crescem no grupo. Para o segundo semestre do ano, a expectativa é positiva, principalmente por conta das datas comemorativas que aquecem o varejo.

The Grupo Brinox was at Eletrolar Show & Latin American Electronics exhibiting two of its household utilities brands: Brinox and Coza.

A brand with traditional positioning, Brinox launched cookware and cutlery lines as main highlights. Founded in 1988, the company has over 2,500 items in its portfolio and bet on materials such as stainless steel, aluminum, chrome steel, silicone, nylon, porcelain, and glass.

The Coza brand, whose main material is plastic, brings characteristics to the young public. Investing in creative and innovative aesthetics, it used the event to explore colors that are successful in the segment.

Despite being a Brazilian group, Marina Gatelli, the company's marketing supervisor, says that exports today is one of the fastest growing sales fronts in the group. For the second half of the year, expectations are positive, mainly due to the commemorative dates that warm retail.



Jogo de panelas Brinox  
Brinox Cookware Set

# ELGIN

## FOCO NO MEIO AMBIENTE COM PLACAS PARA ENERGIA SOLAR

*FOCUS ON THE ENVIRONMENT WITH SOLAR PANELS*

A empresa aproveitou a 14ª Eletrolar Show para firmar parcerias e estreitar relacionamentos. Fabricados no Brasil, os produtos da Elgin abrangem diversas categorias, desde automação, informática e refrigeração até segurança e telefonia.

Com mais de 65 anos de história, a companhia apresentou como destaque a máquina de costura Futura de 10 pontos, com caseado automático, costura zigue-zague, pontos decorativos e braço livre. Outro lançamento foi um aparelho de ar-condicionado de 9.000 a 30.000 BTU/h, com filtros de três camadas e serpentina de cobre.

Na feira, a Elgin mostrou suas soluções em energia solar, que contribuem para o meio ambiente. Seus painéis solares são fotovoltaicos – 320 W, policristalinos e portadores do selo A do Inmetro, que permite homologação em todas as concessionárias brasileiras. Além disso, a companhia anunciou sua nova fábrica de lâmpadas em Manaus, com produção automatizada.

Para o segundo semestre, a Elgin demonstrou confiança. Segundo Luiz Henrique de Oliveira Virtuoso, gerente nacional de vendas da companhia, a expectativa é que o sucesso continue e que a marca mantenha a tradicional presença nas residências brasileiras.



Luiz Henrique de Oliveira Virtuoso,  
gerente nacional de vendas

Luiz Henrique de Oliveira Virtuoso, national  
sales manager

*The company took advantage of the Eletrolar Show & Latin American Electronics to establish partnerships and strengthen relationships. Made in Brazil, Elgin products cover a wide range of categories, from automation, computing and cooling to security and telephony.*

*With over 65 years of history, the company featured the Futura 10-stitch sewing machine with automatic buttonhole, zigzag stitching, decorative stitching, and free arm. Another release was a 9,000 to 30,000 BTU/h air conditioner with three-layer filters and copper coil.*

*At the fair, Elgin showed off its solar-friendly solutions that contribute to the environment. Its solar panels are photovoltaic – 320 W, polycrystalline and bearing an Inmetro seal A, which grants approval in all Brazilian utilities. In addition, the company announced its new lamp factory in Manaus, with automated production.*

*For the second half, Elgin has shown confidence. According to Luiz Henrique de Oliveira Virtuoso, the company's national sales manager, the expectation is that success continues and that the brand maintains its traditional presence in Brazilian homes.*



Placas fotovoltaicas  
Photovoltaic plates

# ELSYS

## SOLUÇÕES PARA CASAS CONECTADAS

### SOLUTIONS FOR CONNECTED HOMES



Pablo Larrieux, diretor de novos negócios  
Pablo Larrieux, new business director

A Elsys esteve presente na Eletrolar Show, fortalecendo a sua conexão com o varejo. Em sua quarta participação no evento, a companhia mostrou sua linha tradicional de produtos, incluindo acessórios e soluções de comunicação, e fez dois lançamentos.

O primeiro deles, batizado como Smarty, é um dispositivo que transforma qualquer televisor em uma smart TV. Para desfrutar o recurso, basta que o aparelho tenha uma entrada HDMI – automaticamente ocorre a conexão à internet. Dessa forma, os usuários conseguem assistir Netflix, YouTube e navegar na web mesmo em modelos de televisão mais antigos. Além disso, o Smarty tem o Google Assistente e o Google Home integrados, permitindo seu uso nas casas conectadas.

A Elsys também lançou uma linha de segurança. Nela, a companhia apostou no desenvolvimento de três câmeras, fechaduras elétricas e digitais, campainha e portaria virtual. Vale destacar que as câmeras possuem conexão à internet e funcionam, também, através de um aplicativo que permite a captura de imagens pelo Smarty.

De acordo com Pablo Larrieux, diretor de novos negócios, a expectativa da Elsys para o segundo semestre de 2019 é positiva. Para o executivo, os lançamentos agregam valor e deverão apresentar um bom desempenho no mercado.

*Elsys attended the Eletrolar Show & Latin American Electronics, strengthening its retail connection. In its fourth participation in the event, the company showed its traditional product line, including accessories and communication solutions, and made two releases.*

*The first of them, called Smarty, is a device that turns any TV into a Smart TV. To enjoy the feature, the device must have an HDMI input – automatically connecting to the Internet. Therefore, users can watch Netflix, YouTube, and surf the web even on older television models. In addition, Smarty has Google Assistant and Google Home integrated, allowing it to be used in connected homes.*

*Elsys also released a security line. In it, the company invested in the development of three cameras, electric and digital locks, doorbell and virtual concierge. It is worth mentioning that the cameras have Internet connection and work through an app, which allows capturing images using Smarty.*

*According to Pablo Larrieux, new business director, Elsys' expectation for the second half of 2019 is positive. For the executive, the releases add value and should perform well in the market.*



Dispositivo Smarty  
Smarty device

# GEONAV

## QUER AMPLIAR PRESENÇA NO MERCADO BRASILEIRO

### WANTS TO EXPAND PRESENCE IN THE BRAZILIAN MARKET

Para a Eletrolar Show 2019, a Geonav preparou diversos lançamentos inovadores, buscando ampliar a sua presença no mercado brasileiro. De acordo com Sérgio Miranda, gerente de produtos da companhia, as principais apostas são fones de ouvido, power banks e casa conectada.

O primeiro destaque da Geonav é um fone de ouvido off-ear, que funciona por condução óssea. O dispositivo fica localizado na região da têmpora do usuário e, com a vibração dos ossos, o conteúdo é passado para o canal auditivo. A ideia é que os fones permitam que o usuário ouça músicas, atenda ligações e interaja com assistentes virtuais, mas continue atento ao que acontece ao seu redor.

Outro destaque apresentado foi o power bank de 20.000 mAh com entrega de 60 W. Segundo Miranda, a solução é capaz de dar carga rápida para três dispositivos com 18 W. Já na porta USB-C, o power bank consegue entregar até 60 W, podendo carregar, por exemplo, um MacBook de 13”.

A Geonav também está apostando no setor de casas conectadas. A solução, que receberá o nome de Home Intelligence, funcionará com Android, Alexa e Google Assistente.

Com todas as novidades, a expectativa é que o segundo semestre de 2019 seja focado em produtos e vendas, proporcionando maior alcance de mercado para a marca.



Sérgio Miranda, gerente de produtos  
Sérgio Miranda, product manager

For the Eletrolar Show & Latin American Electronics 2019, Geonav has prepared several innovative releases, seeking to expand its presence in the Brazilian market. According to Sérgio Miranda, product manager of the company, the main bets are headphones, power banks, and connected home.

The first highlight of Geonav is an off-ear headphone that works by bone conduction. The device is in the region of the user's temple and, with bone vibration, the content is passed to the ear canal. The idea is that the headphones allow the user to listen to music, answer calls, and interact with virtual assistants, but remain aware of what happens around them.

Another highlight was the 20,000 mAh power bank delivering 60 W. According to Miranda, the solution can charge up to three 18 W devices. In the USB-C port, the power bank can deliver up to 60 W, with capacity to charge, for example, a 13" MacBook.

Geonav is also betting on the connected homes sector. The solution, which will be called Home Intelligence, will work with Android, Alexa, and Google Assistant.

With all the news, the expectation is that the second half of 2019 will be focused on products and sales, providing greater market reach for the brand.



Power bank 20.000 mAh

# LENOXX

## INCREMENTA SEU PORTFÓLIO

### INCREASES ITS PORTFOLIO



Tyago Berbel, national sales manager  
Tyago Berbel, gerente nacional de vendas

Apresentou suas novidades aos clientes e parceiros. A companhia, que conta com diferentes categorias de produtos, está apostando principalmente em portáteis e dispositivos de áudio e vídeo.

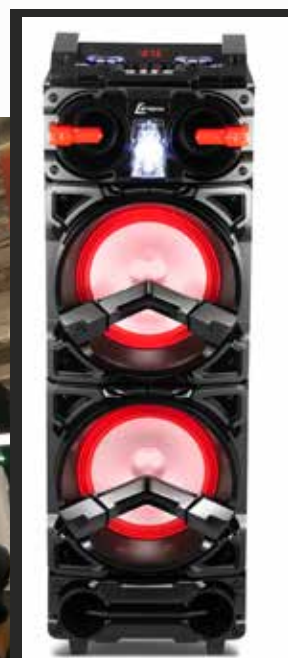
De acordo com Tyago Berbel, gerente nacional de vendas, a Lennox tem investido na incrementação de seu mix de produtos, trazendo grandes novidades, especialmente para o segmento de áudio. Os grandes diferenciais dos lançamentos estão relacionados à potência, conectividade e design de caixas acústicas e Bluetooth speakers.

A empresa, que fabrica e distribui nacionalmente, tem portfólio com mais de 180 produtos – cerca de 45 deles são lançamentos. Com as novidades, espera que o segundo semestre de 2019 traga resultados positivos e que os objetivos de negócios sejam cumpridos com o aquecimento da economia.

It exhibited its news launches to customers and partners. The company, which has different product categories, is mainly focusing on laptops and audio and video devices.

According to Tyago Berbel, national sales manager, Lennox has invested in increasing its product mix, bringing big news, especially for the audio segment. The major differences of releases are related to power, connectivity, and design of loudspeaker enclosure and Bluetooth speakers.

The company, which manufactures and distributes nationally, has a portfolio of over 180 products – about 45 of them are launches. With the news, it expects that the second half of 2019 will bring positive results and business objectives will be met with the warming of the economy.



Caixa amplificadora com 800 W  
800-watt amplified box

# TRACK & BIKES

## LANÇAMENTOS E EXPORTAÇÃO

### LAUNCHES AND EXPORTS



David Kamkhagi, diretor-geral  
David Kamkhagi, general-director

Com mais de duas décadas de história, a Track & Bikes preparou vários lançamentos. Para o público infantil, investiu em qualidade e segurança, principalmente na linha de aros 12 e 16. A linha juvenil mostrou apelo esportivo e grande variedade de cores.

Para o público adulto, a empresa buscou desenvolver produtos de alta performance, que atendam às exigências do consumidor brasileiro, que vem procurando qualidade, leveza e desempenho.

De acordo com David Kamkhagi, diretor-geral da companhia, a Eletrolar Show foi mais uma vez importante para a conquista de clientes de exportação dentro do Mercosul. Para o segundo semestre do ano, as expectativas são altas com o aquecimento da economia.

With a history of over two decades, Track & Bikes has prepared four releases. For children, it has invested in quality and safety, especially in the 12- and 16-Inch line. The youth line showed a sporting appeal and a wide range of colors.

For the adult audience, the company sought to develop high performance products that meet the demands of the Brazilian consumer, who has been looking for quality, lightness, and performance.

According to David Kamkhagi, CEO of the company, the Eletrolar Show & Latin American Electronics was once again important to win export customers within Mercosur. For the second half of the year, expectations are high as economy warms.



Trivo MTB Alumínio aro 29 (adulto)  
Trivo MTB Aluminum 29 inches (adult)



# VENTISOL / AGRATTO

## AUMENTA O MIX DE PRODUTOS

### INCREASES PRODUCT MIX



Eliezer Morais, supervisor comercial  
Eliezer Morais, commercial supervisor

Presente em diversas edições da feira, a Ventisol apostou, este ano, no aprimoramento da linha de ventilação, com produtos que aumentam a vazão do ar e oferecem melhor desempenho. A linha de climatização com as cortinas de ar de 90, 120 e 150 centímetros também foi aperfeiçoada.

A Agratto, expôs a sua linha de eletrodomésticos. Dela, fazem parte liquidificador, bebedouro e produtos de cuidados pessoais – entre eles, secadores, chapinhas e barbeadores.

O principal destaque da marca ficou para o seu portfólio de ar-condicionado da linha Inverter de 9.000, 12.000, 18.000, 24.000 e 30.000 BTU/h. Também foram apresentados os aparelhos maiores, de 36.000 e 56.000 BTU/h, que têm muita aceitação no comércio.

De acordo com Eliezer Morais, supervisor comercial da companhia, a expectativa para o segundo semestre é positiva. Com a chegada do verão, as vendas dos segmentos de ventilação e climatização serão impulsionadas. A meta é um crescimento de 10% em relação ao ano passado.

Present in several editions of the fair, this year Ventisol bet on improving the ventilation line with products that increase air evasion and offer better performance. The climate line with the 90, 120, and 150-cm air curtains has also been improved.

Agratto, another brand of the company, exposed its line of home appliances. These include blenders, water coolers, and personal care products – among them dryers, flat irons, and shavers.

The company's main highlight was its air conditioner portfolio of the Inverter line with 9,000, 12,000, 18,000, 24,000 and 30,000 BTU/h. It also presented larger devices, of 36,000 and 56,000 BTU/h, which are widely accepted in the market.

According to Eliezer Morais, the company's commercial supervisor, the expectation for the second half is positive. Summer will boost ventilation and air conditioning segments sales. The goal is a 10% growth over last year.



Ar-condicionado Inverter, da Agratto  
Ventisol's Inverter Air Conditioner

# XIAOMI

## CHEGA OFICIALMENTE AO BRASIL NA ELETROLAR SHOW

**OFFICIALLY ARRIVES IN BRAZIL AT ELETROLAR  
SHOW & LATIN AMERICAN ELECTRONICS**



Luciano Barbosa, diretor de produtos  
Luciano Barbosa, product director

Durante a feira, a Xiaomi apresentou todo o seu portfólio de produtos para o varejo brasileiro. Conhecida por sua linha de smartphones e pulseira inteligente, principalmente, a companhia apostou em mostrar todas as outras categorias que integram seu ecossistema.

A fabricante chinesa trouxe para o evento 170 produtos e diversas novidades, com destaque para o Mi 9, um dos smartphones Android mais esperados do mercado. O dispositivo conta com display de 6.39", memória interna de 128 GB, RAM de 6 GB, câmera frontal de 20 MP e câmera traseira de 48 MP.

Outro aparelho que ficou disponível para experimentação foi o Mi A3, com câmera principal tripla de 48 MP + 8 MP + 2 MP, 4 GB de RAM, 64 GB ou 128 GB de armazenamento interno e processador Qualcomm Snapdragon 665. A previsão é que os dois modelos sejam disponibilizados para o consumidor até o final deste ano.

Luciano Barbosa, diretor de produtos da Xiaomi, ressaltou a experiência positiva na Eletrolar Show, dizendo que a feira marca um momento importante para que a empresa, recém-chegada oficialmente ao Brasil, ganhe visibilidade e espaço. A expectativa é que, no segundo semestre, a companhia avance com a forte movimentação do mercado de eletrônicos.

During the fair, Xiaomi presented its entire portfolio of products for Brazilian retail. Most known for its smartphones and smart bracelets line, the company bet on exhibiting all other categories that integrate its ecosystem.

The Chinese manufacturer brought to the event 170 products and several new features, especially the Mi 9T, one of the most anticipated Android smartphones in the market. The device has a 6.39" display, 128-GB internal memory, 6-GB RAM, 20-MP front camera and 48-MP rear camera.

Another device that became available for experimentation was the Mi A3, with a triple main camera with 48 MP + 8 MP + 2 MP, 4 GB RAM, 64 GB or 128 GB of internal storage, and Qualcomm Snapdragon 665 processor. Both models are expected to be available to consumers by the end of this year.

Luciano Barbosa, product director at Xiaomi, highlighted the positive experience at the Eletrolar Show, saying that the fair is an important moment for the company, officially a newcomer in Brazil, to gain visibility and space. In the second half, the company is expected to advance with the strong movement of the electronics market.



Smartphone Mi 9

# LEHMOX

## SEGURANÇA RESIDENCIAL COM INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

### ARTIFICIAL INTELLIGENCE HOME SECURITY

**A**nunciou a entrada na área de segurança residencial com inteligência artificial. Lançou o olho mágico inteligente, que fala a distância, e câmera de rastreamento para o interior da casa, produtos que chegarão ao mercado em outubro deste ano.

“Nossos produtos são todos homologados para que os compradores sintam segurança, o respeito que temos pela qualidade e o conforto que oferecemos. Queremos colocá-los em boas redes de lojas”, disse Joseph Wang, diretor operacional da LehmoX, que fechou negócios na feira.

A empresa também lançou fones wireless, carregadores, produtos de informática e itens gamer, como teclados e mouses. Antecipou a chegada de uma linha com celebridades, em parceria com Luciano Szafir. Há possibilidade de lançar uma linha com a Disney e a Universal até outubro de 2020.

**A**nounced entry to home security area with artificial intelligence. It launched the smart, distance-talking peephole and tracking camera for the interior of the house, products that will hit the market in October this year.

“Our products are all approved to make buyers feel safe, the respect we have for the quality and the comfort we offer. We want to put them in good store chains,” said Joseph Wang, chief operating officer of LehmoX, who closed deals at the fair.

The company also launched wireless headsets, chargers, computer products and gamer items such as keyboards and mouse. Anticipated the arrival of a line with celebrities, in partnership with Luciano Szafir. There is a possibility of launching a line with Disney and Universal by October 2020.



Joseph Wang, diretor operacional  
Joseph Wang, chief operating

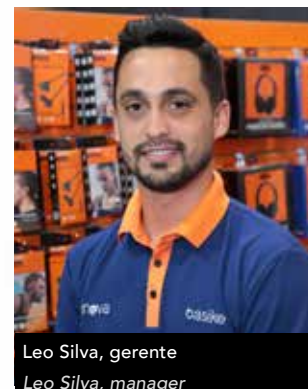


Olho mágico inteligente  
Smart peephole

# INOVA

## PRODUTOS PARA AS CLASSES A E B

### REFINED PRODUCTS TO MEET CLASSES A AND B



Leo Silva, gerente  
Leo Silva, manager

Lançou a Basike, sua marca premium, que tem uma linha grande de produtos para atender as classes A e B, como fones de ouvido, carregadores residenciais e portáteis, e cabos para celular.

A linha é mais refinada, afirmou Leo Silva, gerente da Inova. "Os produtos têm como diferenciais a qualidade, o acabamento e a embalagem. São certificados pelo Inmetro e homologados pela Anatel."

Os itens deverão vender mais no varejo físico do que no online. "São produtos de experimentação", explicou o gerente da Inova, empresa que já exporta para a Argentina e o Chile.

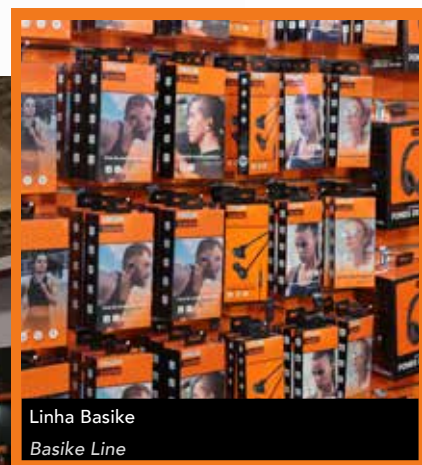
A linha tem preços sugeridos de R\$ 40,00 para fones de ouvido; R\$ 18,00, carregador residencial; R\$ 20,00, veicular; e R\$ 40,00, portátil. Com as novidades, a expectativa da empresa é que as vendas cresçam no mínimo 30% sobre 2018.

*Basike was launched, its premium brand, which has a broad line of products to suit Class A and B, such as headsets, home and portable chargers, and cell phone cables.*

*The line is more refined, said Leo Silva, manager of Inova. "The products differ in quality, finishing and packaging. They are certified by Inmetro and approved by Anatel."*

*Items should sell more in physical retail than online. "These are experimentation products," explained the manager of Inova, a company that already exports to Argentina and Chile.*

*The line has suggested prices of BRL 40.00 for headphones; BRL 18.00, home charger; BRL 20.00, car charger; and BRL 40.00, portable charger. With the news, the company's expectation is that sales grow at least 30% in relation to 2018.*



Linha Basike  
Basike Line

# GRUPO MARCAMIX

**TEM EXPECTATIVA DE VENDAS NESTE SEMESTRE 30% MAIORES EM COMPARAÇÃO COM ANO PASSADO**

**SALES EXPECTED THIS SEMESTER 30% HIGHER COMPARED TO LAST YEAR**



Rafael Camargo, CEO

Expôs produtos dentro do conceito gourmet e também utensílios domésticos diferenciados, como a Linha Elite, composta por talheres em black, cobre, dourado e furta-cor.

*It exhibited products within the gourmet concept and also differentiated household items, such as the Elite Line, consisting of cutlery in black, copper, gold and iridescent colors.*

Apresentou, ainda, a cafeteira multi com moedor automático, cooktops portáteis, mesas térmicas para manter a temperatura da comida, panelas que permitem o preparo de bolos na boca do fogão e garrafas térmicas produzidas com dupla camada de aço inox. Os produtos estão em todo o varejo brasileiro e no e-commerce próprio da empresa.

*It also featured a multi coffee maker with automatic grinder, portable cooktops, thermal tables to keep food temperature, pans that allow the preparation of cakes in the stove and double-layer stainless steel thermos. The products are in all Brazilian retail and in the company's e-commerce.*

Rafael Camargo, CEO do Grupo Marcamix, acredita que, embora as negociações hoje sejam mais difíceis, bons resultados virão nesses últimos meses do ano. "Nossa expectativa é que as vendas deste semestre sejam, pelo menos, 30% superiores na comparação com o mesmo período do ano passado."

*Rafael Camargo, CEO of the Grupo Marcamix, believes that although negotiations today are more difficult, good results will come in the latter months of the year. "We expect sales this semester to be at least 30% higher compared to the same period last year."*



Linha Elite furta-cor  
Elite Line iridescent

# ELETROS

## ELETROLAR SHOW É MARCA DE NOVA ETAPA PARA O SETOR

### ELETROLAR SHOW: MILESTONE OF A NEW STAGE FOR THE WHOLE INDUSTRY

Esta edição da Eletrolar Show alcançou seus objetivos, afirmou José Jorge do Nascimento Júnior, presidente da Associação Nacional de Fabricantes de Produtos Eletroeletrônicos (Eletros).

“O excelente clima entre a indústria e o varejo, os lançamentos e a expectativa da concretização de bons negócios corroboraram para mostrar que a feira, além de sua importância natural, teve um caráter de renovação pela crise intensa que vivemos. Temos certeza de que será o marco de uma nova etapa para todo o setor.”

No segundo semestre, além da Black Friday, do Natal e do 13º salário, a Eletrolar Show contribui para movimentar os negócios, disse Jorge. “Entramos em uma nova fase da economia, e nosso segmento em um novo ciclo de otimismo e de grandes negócios. A Eletrolar Show representa o início deste novo momento.”



José Jorge do Nascimento Júnior, presidente  
José Jorge do Nascimento Júnior, president

This edition of the Eletrolar Show & Latin American Electronics achieved its goals, said José Jorge do Nascimento Júnior, President of the Brazilian Association of Manufacturers of Consumer Electronics Products (Eletros).

“The excellent climate between industry and retail, the launches and the expectation of doing good deals corroborated to show that the fair, besides its natural importance, had a renewal character due to the intense crisis we are going through. We are sure it will mark a new stage for the whole industry.”

In the second half, in addition to Black Friday, Christmas and Brazilian Christmas Bonus, Eletrolar Show & Latin American Electronics help drive business, said Jorge. “We have entered a new phase of the economy, and our sector in a new cycle of optimism and great deal. The Eletrolar Show & Latin American Electronics represent the beginning of this new moment.”



# I-ROBOT

## MARCA PROJETA CRESCIMENTO DE 20% NAS VENDAS

### BRAND PROJECTS 20% SALES GROWTH

Apresentou na feira o modelo I7 Plus, o único aspirador-robô do mundo com compartimento para armazenar a sujeira por dois meses. Com Wi-Fi, pode ser acionado a distância.

Compatível com o Amazon Alexa e o assistente de voz do Google, tem sensor antiqueda e tecnologia que detecta a distância os locais mais sujos do ambiente. Expôs, também, o Braava jet 240t, robô passa-pano, para varanda, cozinha e banheiro.

A Amazing Brands, distribuidora do produto no Brasil, está com expectativa otimista para este final de ano, contou Paloma Araújo, coordenadora de marketing digital. "O I-Robot projeta crescimento de 20% nas vendas neste semestre ante igual período do ano passado."

Presented the model I7 Plus at the fair, the only robot vacuum cleaner in the world with compartment to store the dirt for two months. With Wi-Fi, it can be triggered from a distance.

Compatible with Amazon Alexa and Google's voice assistant, it has an anti-fall sensor and technology that detects the dirtiest places in the distance. Also exhibited the Braava jet 240t, mopping robot for balcony, kitchen and bathroom.

Amazing Brands, the product's distributor in Brazil, is looking forward to this end of the year, said Paloma Araújo, digital marketing coordinator. "I-Robot projects 20% sales growth this semester, compared to the same period last year."



Paloma Araújo, coordenadora de marketing digital  
Paloma Araújo, digital marketing coordinator



Aspirador robô I7 Plus  
Robot vacuum cleaner I7 Plus

# AUKEY

## TRÊS MARCAS COM EXPECTATIVAS POSITIVAS

### THREE BRANDS WITH POSITIVE EXPECTATIONS



Amaury Carvalho, diretor de marketing  
Amaury Carvalho, marketing director

Participou com três marcas: Aukey®, de eletroeletrônicos e acessórios para celular; Aicook®, de eletroportáteis; e Naipo®, de massagers, todas em conformidade com as normas da Anatel e do Inmetro. Entre os destaques, fone de ouvido True Wireless, churrasqueira com placa de indução e cafeteira que mói o grão.

Diretor de marketing do grupo, Amaury Carvalho tem expectativas positivas. "Em função do feedback dos varejistas e distribuidores presentes na feira, é necessário ter estoque para atender o mercado interno e negociar de forma diferenciada com os compradores."

Responsável pela linha Aicook®, Neusa Pontes lembrou que uma característica cultural do brasileiro é experimentar o produto. Então é importante fazer a sua exposição nas lojas físicas, além da internet. "Assim, se constrói um relacionamento saudável com a marca."

Participated with three brands: Aukey®, for electronics and cell phone accessories; Aicook®, for small appliances; and Naipo®, for massagers, all in accordance with Anatel and Inmetro standards. Among the highlights, True Wireless headset, induction grill and grinding coffee maker.

The group marketing director Amaury Carvalho has positive expectations. "Due to feedback from retailers and distributors present at the fair, it is necessary to have inventory to serve the domestic market and negotiate differently with buyers."

Responsible for the Aicook® line, Neusa Pontes recalled that a cultural feature of the Brazilian is to try the product. So, it is important to exhibit it in physical stores, besides the internet. "This builds a healthy relationship with the brand."



Fone de ouvido True Wireless  
True Wireless Headset

# FRAHM

## NEGÓCIOS FECHADOS NA FEIRA E BOAS EXPECTATIVAS

### *BUSINESS CLOSED AT THE FAIR AND GOOD EXPECTATIONS*

A Frahm fechou bons negócios com as linhas TF, CF e CM já à disposição dos lojistas. O portfólio da empresa engloba caixas e amplificadores dos mais variados tamanhos e potências, com baterias internas, sound system e caixas portáteis para sonorização comercial, profissional e residencial.

Na feira, utilizou tabelas de preços semelhantes às do ano passado. "A expectativa de negócios é muito grande também depois da Eletrolar Show", garantiu o diretor comercial, Dirceu Kniess, até porque há um clima de otimismo que leva a boas projeções para a Black Friday e o Natal.

Fundada em Rio do Sul, Estado de Santa Catarina, a Frahm estima crescimento de 12% este ano em relação a 2018. Hoje, 90% de seus produtos de áudio são nacionais e 10% da produção é exportada para países da América Latina.

Frahm closed good deals with the TF, CF and CM lines already available to retailers. The company's portfolio includes speakers and amplifiers of various sizes and power ratings, with internal batteries, sound system and portable speakers for commercial, professional and residential sound.

At the fair, it used price lists similar to last year. "The expectation of business is very high also after the Eletrolar Show & Latin American Electronics," assured the commercial director, Dirceu Kniess, because there is a climate of optimism that leads to good projections for Black Friday and Christmas.

Founded in Rio Sul, Santa Catarina State, Frahm estimates 12% growth this year compared to 2018. Today, 90% of its audio products are national and 10% of production is exported to Latin American countries



Dirceu Kniess, diretor comercial  
Dirceu Kniess, commercial director



Caixa de som TF800  
TF800 speaker

# SUMMERLAND

## MÁQUINA QUE CORTA PELÍCULA PARA CELULAR FOI DESTAQUE

### CELL PHONE FILM CUTTING MACHINE HIGHLIGHTED

Um dos destaques da Eletrolar Show foi a Plotter Uzien, máquina que corta películas de hidrogel para celular sob medida. O produto elimina a necessidade de estocar protetores para diferentes telas.

"A procura por películas é cada vez maior, porque o investimento no celular não é pequeno. Então, o consumidor investe em uma proteção de boa qualidade. Daí o sucesso do produto durante a feira", disse o diretor comercial, Hicham A. Hamze. As vendas, segundo informou, ultrapassaram a meta da empresa. Conforme a versão da máquina, o preço sugerido varia de R\$ 4.500,00 a R\$ 8.000,00.

Fundada há mais de 40 anos, a Summerland trabalha hoje com as marcas Trendwoo, Rock, Rock Space, Uzien e Awei em produtos como capas para celular, mochilas, fones de ouvido, carregadores por indução e caixas de som.



Hicham A. Hamze, diretor comercial  
Hicham A. Hamze, commercial director

One of the highlights of the Eletrolar Show & Latin American Electronic was the Plotter Uzien, a machine that cuts custom made hydrogel films for cell phones. The product eliminates the need to stock protectors for different screens.

"The demand for films is increasing, because the investment in cell phones is not small. So, the consumer invests in good quality protection. Hence the product's success during the fair," said the commercial director, Hicham A. Hamze. Sales, he said, exceeded the company's goal. Depending on the machine version, the suggested price ranges from BRL 4,500.00 to BRL 8,000.00.

Founded over 40 years ago, Summerland today works with the Trendwoo, Rock, Rock Space, Uzien and Awei brands on products such as mobile cases, backpacks, earphones, induction chargers and speakers.



Plotter Uzien

# ALTOMEX

## EMPRESA ESPERA SER A MAIOR NA CATEGORIA DE CAIXAS DE SOM

### COMPANY HOPES TO BE THE GREATEST IN SPEAKER CATEGORY

Na feira, lançou um modelo de caixa de som com tela digital, Bluetooth e rádio. Apresentou, também, caixas de som com formato de cabeça de caveira, nas cores preta, dourada e cinza escuro. "São itens que vendem muito no varejo físico, principalmente entre os mais jovens", contou o diretor da empresa, Xianxian Lu.

Grandes, pequenas e portáteis, as caixas de som – com função multimídia, entradas USB, Micro SD e AUX, iluminação, alta potência e bateria de longa duração – são destaques da Altomex. "Esperamos ser a maior na categoria de caixas de som", afirmou o diretor, que confia no aumento das vendas este ano.

Com um portfólio em torno de 450 produtos, a empresa, que atua há 10 anos no mercado, expôs, também, caixas de som em estilo retrô e headphones em diversos modelos e cores, além de acessórios.



Xianxian Lu, diretor  
Xianxian Lu, director

At the fair, launched a model of speaker with digital screen, Bluetooth and radio. It also featured skull-shaped speakers in black, gold and dark gray. "These are items that sell a lot in physical retail, especially among younger people," said the company director Xianxian Lu.

Big, small and portable, the speakers - with multimedia function, USB, Micro SD and AUX inputs, lighting, high power and long battery life - are highlights by Altomex. "We expect to be the greatest in the speaker category," said the director, who is confident of increasing sales this year.

With a portfolio of around 450 products, the company, which has been operating for 10 years in the market, has also exhibited retro-style speakers and headphones in various models and colors, as well as accessories.



Caixa de som com formato de cabeça de caveira  
Skull-shaped speaker

# MOX | DOTCELL

**A FEIRA É O ÚNICO LUGAR ONDE ENCONTRAMOS NOSSOS CLIENTES E PROSPECTAMOS NOVOS**

**COMPANY HOPES TO RETURN IN 2020 TO ELETROLAR SHOW & LATIN AMERICAN ELECTRONICS**



Hassan Ali Abdallah, CEO

Fez inúmeros lançamentos na Eletrolar Show, entre eles a caixa de som com luz de LED e conexão Bluetooth. "Ela tem entrada para CD, o que é um grande diferencial. Não existe outra assim no mercado", disse Hassan Ali Abdallah, CEO da Mox | Dotcell.

Em seu estande, maior do que o do ano passado, a empresa também lançou o Mini System Dotcell DC-S2150, headphones em diversas cores, carregadores de pilha modernos e de qualidade, fones de ouvido, fone Bluetooth e linha gamer, com teclados, mouses e headsets.

Para este ano, a meta da Mox | Dotcell é crescer 12% em relação a 2018, inclusive com sua participação na Eletrolar Show. "A feira é o único lugar do Brasil onde encontramos com os nossos clientes e prospectamos novos. Esperamos voltar em 2020", contou Hassan.

*It made many launches at the Eletrolar Show & Latin American Electronics, including the speaker with LED and Bluetooth connection. "It has a CD slot, which is a big differentiator, there's no other like that on the market," said Hassan Ali Abdallah, CEO of Mox | Dotcell.*

*In its booth, larger than last year's, the company also launched the Mini System Dotcell DC-S2150, multi-color headphones, modern and quality battery chargers, headphones, Bluetooth headset and gamer line with keyboards, mouse and headsets.*

*For this year, Mox | Dotcell expects to grow 12% compared to 2018, including its participation in the Eletrolar Show & Latin American Electronics. "The fair is the only place in Brazil where we meet our customers and prospect new ones. We hope to be back in 2020," said Hassan.*



Caixa de som  
Speaker

# GOLDEN DISTRIBUIDORA

## CONFIANTE NO MERCADO DE DRONES, EMPRESA ESTÁ PREPARADA PARA ATENDÊ-LO

### CONFIDENT DRONE MARKET READY TO MEET



Henrique de Freitas, engenheiro  
Henrique de Freitas, engineer

Apresentou drones da DJI, um dos principais players desse mercado. Expôs a linha de equipamentos para uso profissional, com destaque para o Mavic 2 Enterprise, drone portátil com design dobrável e modular, que permite ao usuário acoplar acessórios para adicionar funções extras.

Na feira, o dispositivo mostrou que, além de produzir imagens em alta definição, oferece diversas funções e recursos de segurança, como os oito sensores visuais de alta resolução e os dois sensores infravermelhos, que o tornam capaz de detectar obstáculos e desviar-se deles.

“O Mavic proporciona ao usuário muita produtividade aérea. A demanda por esse tipo de solução crescerá bastante. Estamos muito confiantes no mercado e preparados para atendê-lo”, destacou o engenheiro da DJI, Henrique de Freitas.

Presented drones from DJI, one of the main players of this market. Showcased the line of professional equipment, notably the Mavic 2 Enterprise, a portable drone with a folding and modular design that allows the user to attach accessories to add extra functions.

At the fair, the device showed that, in addition to producing high definition images, it offers a variety of safety features and functions, such as the eight high-resolution visual sensors and two infrared sensors, which make it able to detect obstacles and avoid them.

“Mavic gives the user a lot of air productivity. Demand for this type of solution will grow significantly. We are very confident in the market and prepared to serve you,” said DJI engineer Henrique de Freitas.



Mavic 2 Enterprise

# FOGATTI E NARDELLI

## PARTICIPAR DA ELETROLAR SHOW É UMA OPORTUNIDADE QUE NÃO PODE SER PERDIDA

### *PARTICIPATING IN THE ELETROLAR SHOW IS AN OPPORTUNITY NOT TO BE MISSED*



Anildo Warmling, gestor comercial  
Anildo Warmling, commercial manager

Na feira, lançou o forno Smart60's, que oferece espeto giratório, capacidade de 60 litros, controle de temperatura de até 300 °C, timer de 120 minutos, interior com easy clean e isolamento térmico.

Outro destaque no evento, conforme explicou o gestor comercial, Anildo Warmling, foi a coifa para ilha retangular de 120 cm, com depurador e exaustor, filtros de carvão ativado, comando easy touch de três velocidades, iluminação LED e duto externo com regulagem de altura.

Expôs, também, seu amplo portfólio de produtos, marcado pela alta performance, durabilidade e design inovador. "Fizemos excelentes contatos, que, com certeza, trarão muitos frutos para a empresa. Essa é uma oportunidade que não pode ser perdida", disse Anildo.

At the fair, it launched the Smart60's oven, which offers a rotisserie spit, capacity of 60 liters, temperature control up to 300°C, 120-minute timer, interior with easy clean and thermal insulation.

Another highlight of the event, as commercial manager Anildo Warmling explained, was the 120 cm rectangular island hood, with scrubber and hood, activated carbon filters, three-touch easy touch control, LED lighting and height-adjustable external duct.

It also exhibited its broad product portfolio, marked by high performance, durability and innovative design. "We made excellent contacts that will surely bring many fruits to the company. This is an opportunity that cannot be missed," said Anildo.



Forno Smart60's  
Smart60's oven

# ELG PEDESTAIS

## OBJETIVO É AUMENTAR A PARTICIPAÇÃO DE MERCADO

### *PARTICIPATE AIMS TO BROADEN OUR MARKET SHARE*

A empresa apresentou seu amplo portfólio de produtos, composto por antenas, suportes para TV, cabos para áudio e vídeo, e acessórios para smartphones, dentre outros.

Seu principal destaque, porém, foi a linha de periféricos gamer, desenvolvida tanto para o lazer quanto para usuários profissionais, que buscam leveza, durabilidade, conforto, precisão e performance para muitas horas de jogo, destacou o presidente da ELG, Antônio Henrique Lopes.

“Disponível ao varejo desde o primeiro semestre deste ano, a linha gamer já responde por 20% da receita da ELG Pedestais e é composta por itens como cadeiras, teclados, mouses, mousepads, headsets, suportes para monitores e suportes para consoles. “Com essa participação, o objetivo é ampliar nosso market share”, contou Lopes.

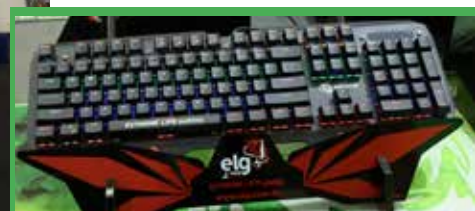
*The company presented its broad portfolio of products, including antennas, TV stands, audio and video cables, and smartphone accessories, among others.*

*Its main highlight, however, was the line of gamer peripherals, developed for both leisure and professional users, who seek lightness, durability, comfort, accuracy and performance for many hours of play, said ELG President Antonio Henrique Lopes.*

*“Available retail since the first half of this year, the gamer line already accounts for 20% of ELG Pedestais revenue and consists of items such as chairs, keyboards, mouse pads, headsets, monitor stands and console stands. “With this participation, the goal is to expand our market share,” said Lopes.*



Antônio Henrique Lopes, presidente  
Antônio Henrique Lopes, president



Teclado Gamer Mechanical Shooter; Headset Gamer 7.1  
Gamer Mechanical Shooter Keyboard; Gamer 7.1 Headset

# HREBOS

## EMPRESA TEVE UM FLUXO DE VISITANTES MUITO GRANDE NO ESTANDE

### COMPANY HAD A VERY LARGE VISITOR FLOW AT BOOTH

O destaque da empresa foi o seu portfólio de capas para smartphones, composto por mais de 150 modelos. A grande novidade anunciada na feira foi o serviço de personalização das capas, que possibilita ao varejo comercializar o produto com suas próprias marcas.

“As capinhas da HRebos são produzidas no Brasil, o que permite à empresa atender rapidamente às demandas do mercado no instante do lançamento dos novos modelos de smartphones”, destacou o gerente de vendas, Marcelo de Paola.

Outros acessórios, como cabo carregador, fones de ouvido, power bank e carregador portátil, dentre outros acessórios, também foram apresentados aos visitantes. “Tivemos um fluxo de visitantes muito grande no estande, o que gerou bastante relacionamento com pessoas que são importantes para nós”, contou Marcelo.

*The highlight of the company was its portfolio of smartphone cases, made up of over 150 models. The big news announced at the fair was the cover personalization service, which enables retailers to market the product under their own brands.*

*“The HRebos cases are produced in Brazil, which allows the company to quickly meet market demands at the moment of launch of new smartphone models,” said the sales manager, Marcelo de Paola.*

*Other accessories such as charger cable, headphones, power banks and portable charger, among other accessories were also presented to visitors. “We had a very large flow of visitors at the booth, which generated a lot of relationships with people who are important to us,” said Marcelo.*



Marcelo de Paola, gerente de vendas  
Marcelo de Paola, sales manager



Capinhas Glitter  
Glitter Case

# KNUP

## PARTICIPAR CONFERIU GRANDE VISIBILIDADE E ACESSO A UM PÚBLICO QUALIFICADO

### *PARTICIPATING GAVE HIGH VISIBILITY AND ACCESS TO A QUALIFIED AUDIENCE*

No amplo estande da Knup, na Eletrolar Show, os varejistas puderam conferir de perto as soluções da empresa nas áreas de informática, games, multimídia, automotivo e utilidades domésticas.

Dentre a diversidade apresentada, o destaque foi a linha Gaming, composta por itens como headphones, teclados, mouses, mousepads e joysticks compatíveis com os principais consoles do mercado, voltados para gamers iniciantes e profissionais

A linha automotiva também chamou a atenção dos visitantes, por meio de itens como centrais multimídia e encostos de cabeça com DVD embutido. "A participação na feira conferiu à companhia grande visibilidade e acesso a um público qualificado. Também nos proporcionou o encaminhamento de muitos negócios", observou o diretor-geral da Knup, Zildo Wang.



Zildo Wang, diretor-geral  
Zildo Wang, general-director

At Knup's large booth at the Eletrolar Show, retailers were able to take a close look at the company's solutions in the areas of computing, games, multimedia, automotive and home appliances.

Among the diversity presented, the highlight was the Gaming line, consisting of items such as headphones, keyboards, mice, mousepads and joysticks compatible with the main consoles in the market, aimed at beginning and professional gamers.

The automotive line also caught the attention of visitors through such things as multimedia switches and headrests with built-in DVDs. "Participation in the fair gave the company great visibility and access to a qualified public. It has also provided us with many business referrals," noted Knup CEO Zildo Wang.



Kit DVD para autos  
Car DVD Kit



# TRC

## ESTAR NA ELETROLAR SHOW É UMA OPORTUNIDADE PARA REVER PARCEIROS E ABRIR NOVAS PORTAS

### BEING AT THE ELETROLAR SHOW IS AN OPPORTUNITY TO REVIEW PARTNERS AND OPEN NEW DOORS

Levou seu amplo portfólio de caixas de som, com foco na portabilidade, potência, tecnologia, conectividade e design. "No total, disponibilizamos 35 opções para os grandes players do varejo", informou o diretor da empresa, Jimmy Khafif.

Um destaque foi a caixa de som dupla TRC 398, da linha Double Power, com 700 W de potência, Bluetooth, entradas USB e para guitarra, rádio FM e dois microfones. As caixas da TRC são produzidas na China e desenvolvidas com base nas necessidades do mercado brasileiro.

"O evento nos possibilitou bons contatos. Temos uma marca bastante forte e reconhecida. Estar na Eletrolar Show foi uma oportunidade de revermos parceiros e de abriremos novas portas", destacou Jimmy.

It has led its broad portfolio of speakers, focusing on portability, power, technology, connectivity and design. "In total, we have 35 options available to major retail players," said company director Jimmy Khafif.

A highlight was the Double Power TRC 398 Dual Power line speaker with 700 W of power, Bluetooth, USB and guitar inputs, FM radio and two microphones. TRC boxes are produced in China and developed based on the needs of the Brazilian market.

"The event allowed us good contacts. We have a very strong and recognized brand. Being at the Eletrolar Show was an opportunity for us to review partners and open new doors," said Jimmy.



Jimmy Khafif, diretor  
Jimmy Khafif, director



Caixas de som TRC  
TRC Speakers

# LELONG

## DIVULGAÇÃO DA MARCA E APROXIMAÇÃO COM COMPRADORES DE TODO O PAÍS PARA FOMENTAR NEGÓCIOS

*PUBLICIZING BRANDS AND APPROACHING BUYERS FROM ALL OVER THE COUNTRY HELPS TO FOSTER NEW BUSINESS*

Apresentou todo o seu portfólio, com destaque para as soluções oferecidas pela marca Lelongmax, composta por itens como carregadores de celular, cabos, suportes, conectores, antenas, microfones, adaptadores, controles, rádios, fones e amplificadores, dentre outros produtos.

Na feira, também reservou grande espaço para trabalhar junto aos varejistas a nova marca IT Blue, composta por diversos componentes e acessórios, em linha com o mix disponibilizado pela Lelongmax no mercado brasileiro.

O presidente da Lelong, Alex Zheng, destacou a importância da Eletrolar Show para os negócios da companhia. "Tivemos a possibilidade de divulgar nossas marcas e nos aproximar de compradores de diversas partes do País, o que nos ajudará a fomentar novos negócios."

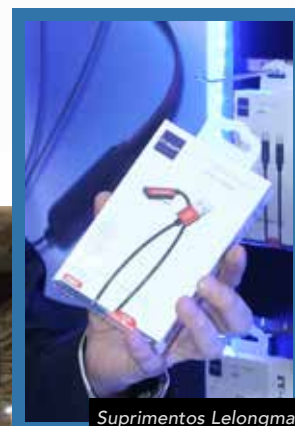
He presented his entire portfolio, highlighting the solutions offered by the Lelongmax brand, consisting of items such as mobile phone chargers, cables, stands, connectors, antennas, microphones, adapters, controls, radios, headphones and amplifiers, among other products.

At the fair, also reserved large space to work with retailers the new brand IT Blue, composed of various components and accessories, in line with the mix made available by Lelongmax in the Brazilian market.

Lelong President Alex Zheng stressed the importance of the Eletrolar Show for the company's business. "We had the opportunity to promote our brands and get closer to buyers from different parts of the country, which will help us foster new business."



Alex Zheng, presidente  
Alex Zheng, president



Suprimentos Lelongmax  
Lelongmax Supplies



# OEX

## PARTICIPAR FOI MUITO PRODUTIVO, POIS ACESSAMOS UM PÚBLICO BEM QUALIFICADO

### *PARTICIPATING WAS VERY PRODUCTIVE AS WE ACCESSED A WELL-QUALIFIED AUDIENCE*

Expôs suas linhas de produtos eletrônicos, essencialmente constituídas por periféricos para PC gamers e headsets para crianças com potência ajustada aos ouvidos, conforme destacou o diretor-executivo, Marcelo Sztajn.

Ao mercado, a empresa disponibiliza as linhas OEX Game, formada por uma série de itens para os praticantes de e-sports, e a Kids, de headphones de personagens infantis exclusivos. Também oferece diversos acessórios e componentes para informática, como teclado para smart TV, power bank e linha de cabos USB.

“Estamos focados em estreitar o relacionamento com o varejo brasileiro, gerar negócios e ampliar nossa participação no mercado. Expor na Eletrolar Show foi muito produtivo, pois acessamos um público bem qualificado”, afirmou Marcelo.



Marcelo Sztajn, diretor-executivo  
Marcelo Sztajn, executive director

*He exhibited his electronic product lines, which essentially consist of PC gaming peripherals and children's ear-set headsets, according to CEO Marcelo Sztajn.*

*To the market, the company offers the OEX Game lines, consisting of a series of items for e-sports practitioners, and Kids, headphones of exclusive children's characters. It also offers a variety of computer accessories and components, such as smart TV keyboard, power bank and USB cable line.*

*"We are focused on strengthening our relationship with Brazilian retail, generating business and expanding our market share. Exhibiting at the Eletrolar Show was very productive, as we accessed a well-qualified audience," said Marcelo.*



Teclado Bluetooth  
Bluetooth keyboard

# I2GO

Lançou linha de áudio com headphones Bluetooth a R\$ 149,00, caixas de som a R\$ 199,00 e fones de ouvido para crianças, com limite de 85 decibéis, a R\$ 69,00.

Com sete itens, a linha I2GO Home chega no final do ano. “Com o aplicativo, câmera e sensor, por exemplo, é possível controlar a movimentação e a iluminação da casa”, disse Marcelo Castro, diretor da empresa.

A I2GO, que espera crescer 25% este ano em relação a 2018, dá três anos de garantia aos seus produtos, que registram maiores vendas no varejo físico.

Lunched audio line with Bluetooth headphones at BRL 149.00, speakers at BRL 199.00 and headphones for children, with a limit of 85 decibels, at BRL 69.00.

With seven items, the I2GO Home line arrives at the end of the year. “With the app, camera and sensor, for example, it is possible to control the movement and lighting of the house,” said Marcelo Castro, the director of the company.

I2GO, which expects to grow 25% this year compared to 2018, offers three-year warranty on its products, which have the highest physical retail sales.



Headphones Bluetooth



Marcelo Castro, diretor  
Marcelo Castro, director



Smartwatch



Melissa Bettoni, gerente de marketing  
Melissa Bettoni, marketing manager

# XTRAX

Lançou a câmera selfie com tela de ação frontal, o fone de ouvido que vira caixa de som e outras novidades que chegam ao mercado em setembro.

“Uma delas é o smartwatch, relógio inteligente, que se comunica com o celular, mede a pressão arterial, controla batimentos cardíacos e tira fotos”, explicou Melissa Bettoni, gerente de marketing.

Desde fevereiro de 2019, a Xtrax aumentou a sua expectativa de vendas, inclusive para este final de ano. “A participação na Eletrolar Show é sempre positiva”, comentou Melissa.

The front-action screen selfie camera, the headset that turns into a speaker and other new products coming to market in September were launched.

“One of them is the smartwatch that communicates with the cell phone, measures blood pressure, tracks heart rate and takes pictures,” explained Melissa Bettoni, marketing manager.

Since February 2019, Xtrax has increased its sales expectation, including for this holiday season. “Participation in the Eletrolar Show & Latin American Electronics is always positive,” commented Melissa.



# BILATERAL

Mostrou soluções de proteção de alta segurança para smartphones expostos no varejo. "O diferencial é o custo zero de operação e de manutenção", afirmou Osmar Correa Jr., diretor da Bilateral.

Na feira, lançou o BL 700, cadeado mecânico de alta segurança, que o ladrão não consegue retirar sem a chave correta. Fabricado na unidade da empresa, no Paraná, começará a ser exportado no final deste semestre para o Mercosul.

O produto mecânico já se mostrou mais seguro que o eletrônico, contou Osmar. "Este, porém, possibilita uma experiência de consumo mais agradável. A empresa define com o cliente qual a melhor solução para as suas necessidades."

Showed high-security protection solutions for retail-exposed smartphones. "The differential is the zero cost of operation and maintenance," said Osmar Correa Jr., director of Bilateral.

At the fair, it launched the BL 700, a high security mechanical lock, which the thief cannot remove without the correct key. Manufactured at the company's unit in Paraná, it will begin to be exported at the end of this semester to Mercosur.

The mechanical product has proven to be safer than the electronic product, Osmar said. "But this enables a more enjoyable consumer experience. The company defines with the customer the best solution for their needs."



Cadeado mecânico BL 700  
BL 700 mechanical lock



Osmar Correa Jr., diretor  
Osmar Correa Jr., director



CBP-01



Daniela Sanches, gerente de desenvolvimento de produtos  
Daniela Sanches, product development manager

# BEBELIÊ

Nova marca de puericultura para a faixa de 0 a 7 anos, a Bebeliê expôs cadeiras para transporte e para alimentação, e carinhos, um deles supercompacto e totalmente dobrável. "É o mais leve do mercado, pesa 5,8 kg", disse Daniela Sanches, gerente de desenvolvimento de produtos.

Todos os itens do portfólio estarão no varejo nacional e no especializado em setembro. "Os produtos tiveram receptividade muito boa na feira, principalmente pela relação preço-qualidade", contou Daniela.

New childcare brand for ages between 0 to 7 years, Bebeliê exhibited transport and feeding chairs, and trolleys, one of them super compact and fully folding. "It's the lightest in the market, it weighs 5.8 kg," said Daniela Sanches, product development manager.

All portfolio items will be in national and specialty retail in September. "The products had very good receptivity at the fair, especially for the price-quality ratio," said Daniela.



# BEURER

Destacou a Snore, máscara de dormir que detecta o ronco em tempo real e o interrompe com pulsos de vibração suave, abrindo as vias respiratórias.

A marca tem mais de mil produtos de saúde e bem-estar e lança outros 90 a cada ano. "Fundada na Alemanha em 1919, está comemorando 100 anos", disse Santiago Garrido, CEO da Santiago e Guzman, distribuidora da Beurer.

Chegou em março de 2019 ao País, contou o CEO. "Estamos presentes em mais de 180 países e em toda a América. Só faltava o Brasil. A Eletrolar Show é a feira mais importante de que participamos, ela abre portas para entrarmos nos magazines."

**H**ighlighted Snore, a sleep mask that detects snoring in real time and interrupts it with gentle vibrating pulses, opening the airways.

The brand has over 1,000 health and wellness products and launches 90 more each year. "Founded in Germany in 1919, it is celebrating 100 years," said Santiago Garrido, CEO of Santiago e Guzman, distributor of Beurer.

In March 2019 it arrived in the country, said the CEO. "We are present in over 180 countries and throughout America. Only Brazil was missing. The Eletrolar Show & Latin American Electronics is the most important fair we participate in, it opens doors for us to enter the magazines."



Máscara Snore Beurer  
Snore Beurer Mask



Santiago Garrido, CEO



Carregador 3 em 1  
3 in 1 charger



João Rezende, presidente  
João Rezende, president

# GORILA SHIELD

Seu principal lançamento foi o carregador 3 em 1 wireless portátil tri-function. Carrega wireless, é power bank e alimenta um celular direto da tomada, na parede. Tem, também, dupla entrada USB e uma saída Type-C.

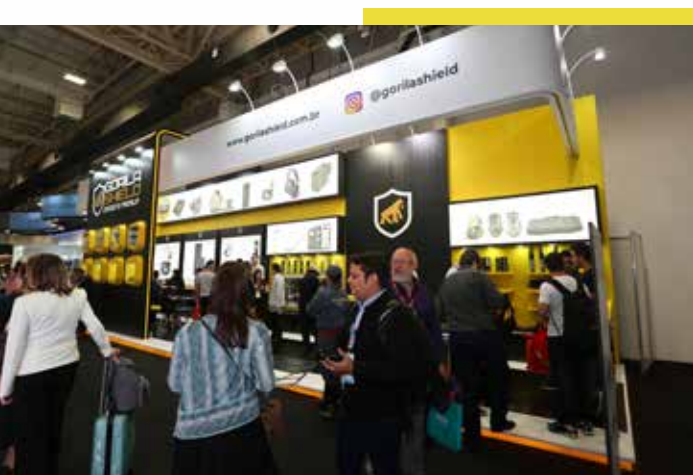
"As vendas devem crescer mais de 30% sobre o segundo semestre de 2019, alavancadas sobretudo pelos negócios da feira", contou o presidente, João Rezende.

Expôs, também, acessórios para celular, tablets, linha gamer e capas e películas anti-impacto com certificação internacional US Military.

*Its main release was the 3-in-1 portable wireless tri-function charger. It charges wireless, is a power bank and feeds a cell phone straight from the wall power plug. It also has dual USB input and a Type-C output.*

*"Sales should grow more than 30% over the second half of 2019, leveraged mainly by the fair's business," said the President João Rezende.*

*It also exhibited cell phone accessories, tablets, gamer line and US Military-certified anti-impact cases and films.*



# GOCASE

Com designs exclusivos, lançou capas para notebooks (clutches), em três tamanhos, e para smartphones. Para estes, as capas são espelhadas, com holografia e Case Flow, mistura de glitter que se mexe no aparelho.

“Transformamos commodities em algo fashion”, explicou João Romcy, diretor de expansão. Ele avalia que o atendimento é fator de sucesso da empresa.

A Gocase, que exporta para 150 países, oferece garantias no pós-venda para eventuais problemas, como desbotamento de estampa e amarelamento da tela.

With unique designs, it has launched laptop cases (clutches) in three sizes and for smartphones. For these, the cases are mirrored, with holograph and Case Flow, a blend of glitter that moves in the device.

“We turn commodities into fashion,” explained João Romcy, the director of expansion. He evaluates that the service is a success factor of the company.

Gocase, which exports to 150 countries, offers after-sales warranties for any problems, such as fading and screen yellowing.



João Romcy, diretor de expansão  
João Romcy, director of expansion



Capas para smartphones com garantia  
Guaranteed smartphone cases



Carregador Turbo 3.0  
Turbo Charger 3.0



Cindy Pan, gerente de vendas  
Cindy Pan, sales manager

# FANCY

Criada há dois anos, a Fancy lançou cabos de dados e carregadores Turbo 3.0, com embalagem de metal grafitado que evita o emaranhado de fios, principalmente dos fones de ouvido.

Desenvolvidos com material sintético ecológico, os cabos permitem rápida transferência de dados e carregamento rápido e seguro.

Também expôs novos fones de ouvido com isolamento acústico e botões de ajuste. “Esperamos dobrar o faturamento em relação ao ano passado”, revelou a gerente de venda, Cindy Pan.

Created two years ago, Fancy launched Turbo 3.0 data and charger cables, with graphite metal casing that prevents the tangling of wires, particularly from headphones.

Developed with eco-friendly synthetic material, the cables allow fast data transfer and fast and secure charging.

It also exposed new acoustic-insulated headphones and adjustment buttons. “We expect to double sales in relation to last year,” said the sales manager, Cindy Pan.



# BASEUS

O mercado de acessórios mobile desconhece a crise. “Nunca passamos por uma, porque esse é um ramo que está em constante crescimento”, afirmou Nechan Chang, gerente de vendas.

Na feira, lançou o carregador wireless 3 em 1, que carrega, ao mesmo tempo, celular, Apple Watch e fones sem fio, como o AirPods. “Foi a sensação da Baseus, por sua versatilidade e ótimo custo-benefício”, contou Nechan.

A marca registra aumento anual de vendas da ordem de 35% e, de acordo com o gerente, é a que mais cresce no mercado.

*The mobile accessories market is unaware of the crisis. “We have never been to one because this is a constantly growing business,” said Nechan Chang, sales manager.*

*At the fair, it launched the 3-in-1 wireless charger, which simultaneously carries cell phones, Apple Watch and wireless headsets such as AirPods. “It was the feel of Baseus for its versatility and great value for money,” said Nechan.*

*The brand has an annual sales increase of 35% and, according to the manager, is the fastest growing in the market.*



Carregador wireless 3 em 1  
3 in 1 Wireless Charger



Nechan Chang, gerente de vendas  
Nechan Chang, sales manager



Mara Ballan, gerente-executiva  
Mara Ballan, executive manager

# ABREE

A Associação Brasileira de Reciclagem de Eletroeletrônicos e Eletrodomésticos (Abree) atua para o descarte correto dos produtos. “Temos 75% desse mercado como associados. A feira nos permitiu conexão com eles e com o varejo”, disse a gerente-executiva, Mara Ballan.

Com a assinatura do Acordo Setorial, começou uma demanda significativa de fabricantes e importadores a fim de implementar o Sistema de Logística Reversa.

*The Brazilian Association of Consumer Electronics and Appliances Recycling (Abree) acts for the correct disposal of products. “We have 75% of this market as associates. The fair allowed us to connect with them and with retail,” said the executive manager, Mara Ballan.*

*With the signing of the Sector Agreement, significant demand began from manufacturers and importers to implement the Reverse Logistics System.*



# KIMASTER

Sua maior novidade foi o suporte veicular wireless de carregamento por indução. Lançou, também, fones de ouvido, caixas de som Bluetooth, power banks, suportes e carregadores turbo para celular.

“No mercado mobile, uma tendência é a venda de produtos com qualidade e garantia, suprimindo a demanda do consumidor, que investe mais a cada dia no seu aparelho celular”, contou a CEO da Kimaster, Sisi Hong.

Com um consumidor mais exigente, a empresa espera um bom aumento no movimento de vendas neste semestre.

*Its biggest new feature was the induction charging wireless car support. It has also launched Bluetooth headsets, speakers, power banks, supports and turbo chargers for cell phones.*

*“In the cell phone market, one trend is to sell quality and guaranteed products, meeting consumer demand, which invests more and more on their cell phones,” said the Kimaster’s CEO, Sisi Hong.*

*With a more demanding consumer, the company expects a good increase in sales movement this semester.*



Sisi Hong, CEO



Suporte veicular wireless  
Wireless Vehicle Support



Pneu XBRI



Samer Nasser, diretor de exportação  
Samer Nasser, export director

# XBRI PNEUS

Pela primeira vez, a feira recebeu um expositor de pneus. “É a nova realidade do varejo brasileiro. Todas as redes de eletrodomésticos e supermercados precisam desse produto”, disse o diretor de exportação, Samer Nasser.

Em uma rede com 55 unidades, os pneus, por exemplo, representam o faturamento de uma loja e meia, contou Samer. “O varejo que não tem pneu vai ficar para trás. É um produto já consolidado.”

A empresa fechou bons negócios na Eletrolar Show e tem a expectativa de concretizar outros no pós-feira.

*For the first time, the fair received a tire exhibitor. “It is the new reality of Brazilian retail. All specialized stores and supermarket chains need this product,” said the export director, Samer Nasser.*

*In a chain of 55 units, the tires, for example, represent revenues of a store and a half, Samer said. “Retailers with no tires will be left behind. It is an already consolidated product.”*

*The company closed good deals at the Eletrolar Show and expects to materialize others after the fair.*



# GEDAITE

Expôs câmeras de ação profissionais da Gimbal, que fazem vídeos, com preços que variam de R\$ 340,00 a R\$ 1.560,00, e câmeras portáteis para esportes radicais da SJCAM, que se conectam com o celular.

Apresentou, também, suportes da marca Hohem, fones de ouvido da Awei, cabos para celular e itens de informática.

“Esses produtos vendem mais em lojas físicas. Neste semestre, esperamos aumento de 20% a 30% nas vendas ante o mesmo período do ano passado”, disse a diretora da Gedaite, Liliana Dai Yuqin.

Exhibited Gimbal's professional action cameras, which make videos, ranging in price from BRL 340 to BRL 1,560, and SJCAM's portable cameras for extreme sports, which connect with the phone.

It also featured supports for the brand Hohem, Awei headphones, mobile phone cables and computer items.

“These products sell more in physical stores. This semester, we expect sales to increase by 20% to 30% over the same period last year,” said the Gedaite director's Liliana Dai Yuqin.



Câmera SJCAM



Liliana Dai Yuqin, diretora  
Liliana Dai Yuqin, director's



Carregador (veicular, portátil e de parede)  
Charger (car, portable and wall)



Fabio Balassanian, diretor comercial  
Fabio Balassanian, commercial director

# ENERGY2U

Lançou carregadores (veicular, portátil e de parede) com a tecnologia Power Delivery. “É o futuro. Carregam mais rápido smartphone, notebook e tablet”, disse Fabio Balassanian, diretor comercial.

Com o conceito de automação, lançou uma linha completa, com 40 produtos, cujos destaques são a fechadura com digital integrada na automação e os sensores de fumaça, alagamento e gás.

“É uma solução total, compatível com o Google Assistente e Amazon Alexa, que não usa Wi-Fi. Utiliza a tecnologia Zigbee”, contou o CEO, Vartan Horigian.

Launched chargers (car, portable and wall) with Power Delivery technology. “It is the future. They carry faster smartphones, notebooks and tablets,” said Fabio Balassanian, commercial director.

With the automation concept, launched a complete line with 40 products, which highlights are the digital lock integrated in automation and smoke, flood and gas sensors.

“It's a total solution, compatible with Google Assistant and Amazon Alexa, that doesn't use Wi-Fi. It uses Zigbee technology,” said the CEO Vartan Horigian.



# LEADERSHIP

Reservou condições especiais para a feira e para promover a sua linha premium Goldship, cujo destaque é o sofisticado Gramophone Speaker (CXR-1509), que tem o preço sugerido de R\$ 999,00.

“Ele é dotado de painel touch screen, bateria recarregável, Bluetooth, tecnologia para o gerenciamento de energia e qualidade do som, dentre outras inovações”, disse o gerente de produtos, Samuel Moura.

“A feira foi muito produtiva para a empresa. Divulgamos nosso portfólio e fizemos bons contatos e negócios”, contou Samuel.

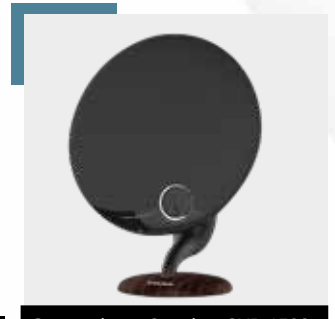
*Reserved special conditions and to promote its premium line Goldship, whose highlight is the sophisticated Gramophone Speaker (CXR-1509), which has the suggested price of \$ 999.00.*

*“It has a touch screen panel, rechargeable battery, Bluetooth, power management technology and sound quality, among other innovations,” said product manager Samuel Rosa.*

*“The fair was very productive for the company. We spread our portfolio and made good contacts and business,” said Samuel.*



Samuel Moura, gerente de produtos  
Samuel Moura, product manager



Gramophone Speaker CXR-1509



# CUSTOMIC

Expos capas aprovadas no teste do exército americano, que obtiveram a certificação após serem submetidas a 26 quedas de uma altura de três metros cada.

Lançou as primeiras capas 100% biodegradáveis do mercado nacional, feitas de vegetais, que se decompõem em um ano. Apresentou, também, a película que bloqueia a luz azul, nociva aos olhos.

“Temos produtos inovadores, fomos os primeiros a personalizar capas, e a chegada do novo iPhone vai movimentar o mercado”, disse Jeferson Pulz, diretor da Customic, que espera vender 40% mais do que no mesmo período de 2018.

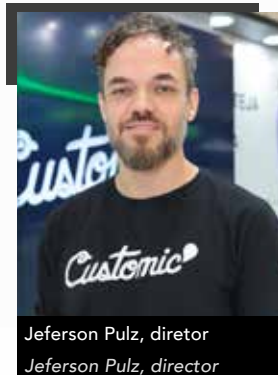
*Exhibited US Army test-approved cases, which were certified after undergoing 26 falls from a height of three meters each.*

*Launched the first 100% biodegradable cases of the national market, made of vegetables, which decompose in a year. It also presented the film that blocks the blue light, harmful to the eyes.*

*“We have innovative products, we were the first to customize cases, and the arrival of the new iPhone will move the market,” said Jeferson Pulz, director of Customic, which expects to sell 40% more than in the same period of 2018.*



Capas 100% biodegradáveis  
100% biodegradable covers



Jeferson Pulz, diretor  
Jeferson Pulz, director



# WE DO BRASIL

Participou com três marcas, a italiana Olímpia Splendid, a dinamarquesa Casus Grill e a americana Greenfield.

Destaque para a churrasqueira biodegradável e descartável, da Casus Grill. "De uso único, feita com materiais 100% naturais, foi um dos itens que mais chamaram a atenção", disse Fábio Semedo, sócio-fundador da We do Brasil.

Os resultados da feira agradaram à empresa. "Tínhamos boa expectativa e ela foi consolidada. Ampliamos a rede de representantes e fechamos bons negócios", contou Fábio.

Participated with three brands, the Italian Olímpia Splendid, the Danish Casus Grill and the American Greenfield.

Highlight for Casus Grill biodegradable and disposable grill. "Single use, made with 100% natural materials, was one of the items that caught the most attention," said Fábio Semedo, founding partner of We do Brasil.

The results of the fair pleased the company. "We had good expectations and it was consolidated. We expanded the representatives network and closed good deals", said Fábio.



Churrasqueira, da Casus Grill Grill, of Casus Grill



Fábio Semedo, sócio-fundador Fábio Semedo, founding partner



Jogo de panelas Ana Maria Braga Ana Maria Braga Cookware set



Produtos de vidro da marca turca Pasabahce Turkish brand Pasabahce glass products

# MERIDIONAL

Estreante na Eletrolar Show, a Meridional mostrou sua grande variedade de produtos ao varejo, com muitos destaques.

Lançou panelas na cor cobre e jogos de panelas de alumínio com revestimento antiaderente e vitrocerâmico. No segmento, a companhia investiu ainda em uma coleção que traz o nome da apresentadora Ana Maria Braga.

A Meridional apresentou, também, lançamentos em vidro, silicone, faqueiros e formas refratárias. Uma das principais atrações da companhia foi a linha de vidro da marca turca Pasabahce, que conta com utensílios de cozinha como garrafas, copos, taças, suqueiras e xícaras de café.

New to the Eletrolar Show & Latin American Electronics, Meridional showed off its wide range of retail products, with many highlights.

Launched copper-colored pans and sets of non-stick, glass-ceramic aluminum pans. In the segment, the company also invested in a collection named Ana Maria Braga, a Brazilian TV host.

Meridional also presented launches in glass, silicone, cutlery, and refractory forms. One of the main attractions of the company was the Turkish brand Pasabahce's glass line, which features kitchen utensils such as coffee bottles, glasses, cups, bowls, and cups.





EARTHQUAKE DJ



Marcelo Palacios, diretor  
Marcelo Palacios, director

## SOMECO

Adotou este ano a estratégia de lançar produtos com menos recursos e preços mais baixos. A Titan, caixa acústica amplificada, com 500 W de potência, bateria recarregável e alça para transporte, custará menos de R\$ 1.000,00.

Um destaque com muitos recursos é o EARTHQUAKE DJ, com 2.700 W RMS e dois alto-falantes de 12" cada. "Permite ao DJ mesclar efeitos e sinais", contou Marcelo Palacios, diretor da Someco.

*This year it adopted the strategy of launching products with less features and lower prices. The Titan, 500 W power speaker with rechargeable battery and carrying strap will cost less than BRL 1,000.00.*

*A multi-feature highlight is the EARTHQUAKE DJ with 2,700 W RMS and two 12" speakers each. "It allows the DJ to mix effects and signals," said Marcelo Palacios, Someco's director.*



## BANCO SEMEAR

Lançou o Parceladinho, o mascote do banco, que vai representar dois produtos junto aos varejistas, o CDC (Crédito Direto ao Consumidor) e o EP (Empréstimo Pessoal).

"É o mascote do banco, que vai personalizar o produto dentro do perfil e das condições do varejista. Nosso referencial é a personalização", disse Ronney de Souza, gerente de negócios do Banco Semear, que espera crescimento de 20% ante 2018.

*Launched Parceladinho, the bank's mascot, which will represent two products with retailers, CDC (Direct Consumer Credit) and EP (Personal Loan).*

*"It's the bank's mascot who will customize the product within the retailer's profile and conditions. Our benchmark is personalization," said Ronney de Souza, business manager of the Banco Semear, which expects growth of 20% compared to 2018.*



Parceladinho  
Parceladinho



Ronney de Souza, gerente de negócios  
Ronney de Souza, business manager



## AND

Lançou a laminadora manual, preparada para agregar um motor, vendido separadamente, e o aquecedor de ar portátil Stanz, produto conectado, que pode ser utilizado, também, como secadora de roupas.

A empresa também vem incentivando as vendas para outros países. "Trabalhamos para ampliar a participação na exportação, que é considerável e está acima de 10%", disse o diretor-geral da AND, Lourenço Stangherlin.

*Launched the hand-operated laminator, prepared to aggregate a separately sold engine, and the Stanz portable air heater, a connected product that can also be used as a clothes dryer.*

*The company has also been encouraging sales to other countries. "We are working to expand our participation in exports, which is considerable and is above 10%," said the CEO of AND, Lourenço Stangherlin.*



Lourenço Stangherlin, diretor-geral  
Lourenço Stangherlin, general-director



Aquecedor de ar Stanz  
Stanz air heater

## NACIONAL SMART

A americana iMonster, que fabrica peças para celular como telas e baterias, chegou ao País este ano pela Nacional Smart. "Vimos apresentar produtos premium e lançar as marcas PRO e CICO Tech, com capas para AirPod e estojos para JBL", disse a diretora-geral, Monique Frauendorf de Ulhoa Canto.

Em sua fábrica na China, a iMonster submete as peças a cinco testes e oferece garantia de um ano.

*The North American iMonster, which manufactures mobile parts such as screens and batteries, arrived in the country this year by Nacional Smart. "We came to introduce premium products and launch the PRO and CICO Tech brands, with AirPod cases and JBL cases," said the CEO, Monique Frauendorf de Ulhoa Canto.*

*At its factory in China, iMonster submits the parts to five tests and offers a one-year warranty.*



PRO iPhone 7



Monique Frauendorf de Ulhoa Canto, diretora-geral

Monique Frauendorf de Ulhoa Canto, general-director



## PROGÁS E BRAESI

Lançou o kit gourmet, com batedeira Braesi de 5 kg, o misturador compacto The Mix e o forno Gourmet FGE-110, ambos da Progás. "Vimos à feira para conhecer mais canais de varejo e divulgar nossos produtos nos magazines", disse o diretor comercial, Marcelo André Paesi.

A empresa, que tem sede em Caxias do Sul (RS), expôs vários produtos e lançou a linha semi-industrial para a produção de doces e salgados.

*Launched the gourmet kit with 5 kg Braesi mixer, The Mix compact mixer and the FGE-110 Gourmet oven, both from Progás. "We came to the fair to know more retail channels and promote our products in magazines," said the commercial director Marcelo André Paesi.*

*The company, which is headquartered in Caxias do Sul (RS), exhibited various products and launched the semi-industrial line for the production of pastry and snacks.*



Kit Gourmet  
Gourmet Kit



Marcelo André Paesi,  
diretor comercial

Marcelo André Paesi,  
commercial director



## SOLID IMPORTAÇÃO

Com sede em Itajaí (SC), a Solid buscou boas parcerias na feira. "Somos exclusivos da marca Redragon, um dos mais respeitáveis cases de sucesso no Brasil", disse Guilherme Freitas, gerente de marketing.

No estande, destacou o mouse Professional King Cobra Chroma, da Redragon. A empresa também atua com as marcas Gamdias, de periféricos e acessórios gamer, e DeepCool e NZXT, de gabinetes e sistemas de resfriamento.

*Headquartered in Itajaí (SC), Solid sought good partnerships at the fair. "We are exclusive to the Redragon brand, one of the most respectable success cases in Brazil," said Guilherme Freitas, marketing manager.*

*At the booth, he highlighted Redragon's Professional King Cobra Chroma mouse. The company also operates under the Gamdias brands of gamer peripherals and accessories, and DeepCool and NZXT brands of cabinets and cooling systems.*



Guilherme Freitas,  
gerente de marketing

Guilherme Freitas,  
marketing manager



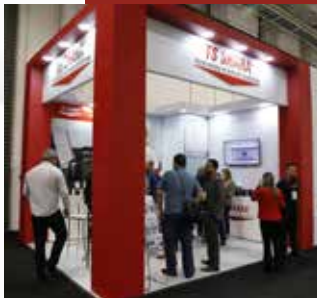
Mouse Professional King Cobra Chroma  
Professional King Cobra Chroma Mouse



Nobreak Universal



Jamil Mouallen, diretor comercial e de marketing  
Jamil Mouallen, commercial and marketing director



## TS SHARA

Fabricante há 29 anos de nobreaks e estabilizadores de tensão, a TS Shara mostrou sua Linha Universal para o mercado residencial. “Ela tem entrada e saída bivolt e permite conexão com qualquer rede elétrica do País”, disse o diretor comercial e de marketing, Jamil Mouallen.

A empresa quer ser o principal parceiro do segmento de eletrônicos, contou Jamil. “Participar da feira reafirmou esse empenho.”

*A 29-year manufacturer of no breaks and surge protectors, TS Shara has shown its Universal Line to the residential market. “It has two-way input and output, allows connection to any electrical network in the country,” said Jamil Mouallen, commercial and marketing director.*

*The company wants to be the main partner in the electronics segment, Jamil said. “Attending the fair reaffirmed this commitment.”*

## 00K E-BUSINESS TOOLS

A plataforma de e-commerce foi a primeira a desenvolver 100% uma aplicação para responder às APIs do Mercado Livre, disse o CMO, André Ferracini. “Coletamos informações como produto, preço e estoque. A partir daí, pulverizamos os produtos em forma de anúncio no site.”

O controle é feito desde a hora da entrada do pedido até a entrega ao cliente. “Tudo que puder ser otimizado, sem operação humana, a 00K faz”, contou André.

*The e-commerce platform was the first to 100% develop an application to respond to APIs from the Mercado Livre, said the CMO, André Ferracini. “We collect information such as product, price and inventory. From there, we sprayed the products in the form of ads on the site.”*

*Control is done from the time of order entry to delivery to the customer. “Everything that can be optimized without human operation, 00K does,” said André.*



André Ferracini, CMO



Toca-discos retrô  
Retro record player



## RIBEIRO E PAVANI

Lançou toca-discos retrô, em madeira, com toca-fitas e mídias modernas, as mesmas do Jukebox, seu famoso aparelho de som. Tem toca-discos com Bluetooth, USB, CD, rádio AM/FM e luzes de vários tons.

“O vinil voltou com força”, disse o diretor Rodolpho Ribeiro, que espera vender de 20% a 25% a mais do que no primeiro semestre. O toca-discos tem preço sugerido de R\$ 1.100,00 e o Jukebox, R\$ 5.900,00.

*It has released retro wooden record players with cassette players and modern media, the same as Jukebox, their famous stereo. there are record player with Bluetooth, USB, CD, AM/FM radio and lights of various colors.*

*“Vinyl has returned strongly,” said the director Rodolpho Ribeiro, who expects to sell 20% to 25% more than in the first half. The record player has a suggested retail price of BRL 1,100.00 and the Jukebox BRL 5,900.00.*



Cadeira General – CGR-01  
General Chair – CGR-01



## XZONE

Apresentou cadeiras especialmente desenvolvidas para os gamers. O modelo CGR-01 tem almofada para lombar e pescoço, altura de assento ajustável, reclina a 180° e tem rotação de giro de 360°. A cadeira tem design ergonômico e três anos de garantia.

Outros produtos da marca para o público gamer são os mouses, como o Captain, com oito botões, os mousepads, teclados mecânico e semimecânico, headsets e combos.

*Presented chairs specially developed for gamers. Model CGR-01 has lumbar and neck cushion, adjustable seat height, 180° recline and 360° rotation. The chair has ergonomic design and three-year warranty.*

*Other products of the brand for the gamer audience are mouse, such as the Captain, with eight buttons, mousepads, mechanical and semi-mechanical keyboards, headsets and combos.*

## MOVITEC OFFICE

A nova marca de eletrônicos e suprimentos de informática atende os mercados residencial e corporativo. Seus mouses têm versões com e sem fio, como o OMW-04, com 1.600 DPI e acabamento emborrachado.

Entre os teclados, o OTF-01 tem tecnologia resistente ao derramamento de líquidos. A marca também traz ao mercado o Hub USB, que amplia o número de portas, facilitando a conexão de mais pen drives e câmeras.

*The new brand of electronics and computer supplies serves the residential and corporate markets. Their mouse has wired and wireless versions, such as the OMW-04, with 1,600 DPI and rubberized finish.*

*Among the keyboards, the OTF-01 has spill resistant technology. The brand also brings to the market USB Hub, which extends the number of ports, making it easier to connect more flash drives and cameras.*



Mouse óptico sem fio OMW-04  
OMW-04 Wireless Optical Mouse



Irineu Borscheid, presidente  
Irineu Borscheid, president

## CHAMALUX

Expôs fogão, forno elétrico, cooktop e o balcão onde é encaixado. “Lançamos cooktops com novas cores e fogão de cinco bocas com posicionamento de queimador diferenciado, para dar mais ênfase ao design do produto”, disse Irineu Borscheid, presidente da Chamalux.

Com matriz em Maravilha (SC), a empresa tem acabamentos diferenciados, exporta para vários países e comercializa, também, via e-commerce e marketplaces.

*It exhibited stove, electric oven, cooktop and the counter where it is docked. “We launched cooktops in new colors and a five-burner cooker with different burner positioning to emphasize product design,” said Irineu Borscheid, President of Chamalux.*

*Headquartered in Maravilha (SC), the company has different finishes, exports to various countries and sells via e-commerce and marketplaces.*



Cooktops coloridos com balcão  
Colorful Cooktops with Counter



Slim Subwoofer



Felipe Augusto ten Caten,  
gerente comercial e  
marketing

Felipe Augusto ten Caten,  
gerente comercial e  
marketing



## BOMBER

Expôs o Bikesound, alto-falante fixado com velcro ao capacete, resistente a suor e chuva e que se conecta via Bluetooth com o celular. Apresentou, também, caixas de som como a Slim Subwoofer.

“Os carros estão cada vez mais compactos, não têm espaço para caixas grandes e bagagens. A Slim Subwoofer pode ser instalada até debaixo do banco do motorista”, disse o gerente comercial e marketing, Felipe Augusto ten Caten.

*It exhibited the Bikesoud, sweat and rain resistant speaker, velcro-attached to helmet, that connects via Bluetooth to the phone. It also featured speakers like the Slim Subwoofer.*

*“Cars are becoming more compact; they don’t have room for large boxes and luggage. The Slim Subwoofer can be installed even under the driver’s seat,” said the commercial and marketing manager, Felipe Augusto ten Caten.*

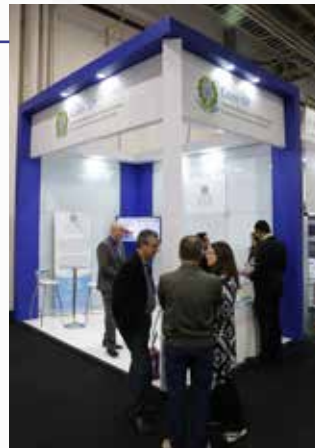
## CORE-SP

O Conselho Regional dos Representantes Comerciais no Estado de São Paulo (Core-SP) iniciou o seu Projeto Feiras pela Eletrolar Show. Levou a legislação aos expositores e esclareceu dúvidas.

“As empresas precisam ter ciência de que devem trabalhar com profissionais regularizados no Conselho. Escolhemos esta feira por ser um ponto de referência”, disse o diretor-presidente, Sidney Fernandes Gutierrez.

*The Regional Council of Commercial Representatives in the State of São Paulo (Core-SP) began its Fairs Project by Eletrolar Show & Latin American Electronics 2019. It took the legislation to the exhibitors and clarified doubts.*

*“Companies need to be aware that they must work with regular Council professionals. We chose this fair because it is a reference,” said the CEO Sidney Fernandes Gutierrez.*



Sidney Fernandes Gutierrez,  
diretor-presidente

Sidney Fernandes Gutierrez,  
CEO



Felipe T. Cavalcanti, presidente

Felipe T. Cavalcanti, president

## RED MOBILE

Na feira, lançou o smartphone Quick 5.0 e fechou bons negócios e parcerias. Os aparelhos visam às classes C, D e E, e têm como diferenciais o design e o índice de RMA, que é muito baixo.

“Estamos muito pautados em qualidade para o consumidor final”, contou o presidente da empresa, Felipe T. Cavalcanti, que se orgulha de não ter reclamação em nenhuma entidade de defesa do consumidor.

*At the fair, the Quick 5.0 smartphone was launched and closed good deals and partnerships. The devices are aimed at classes C, D and E, and their differentials are the design and the very low RMA index.*

*“We are very committed to quality for the end consumer,” said the CEO Felipe T. Cavalcanti, who prides himself on having no complaint with any consumer protection body.*



Smartphone Quick 5.0



Poltrona Tauari vazada  
Tauari Armchair



Jaqueline Duarte, gerente de departamento financeiro

Jaqueline Duarte, manager of the finance department



## IN GARDEN

Apresentou sua primeira linha para áreas internas, com cinco poltronas e uma adega de madeira. Destaque para a poltrona Tauari vazada, com preço sugerido de R\$ 510,00. Também expôs ombrelones e móveis para jardim.

“Nossas vendas se dão em lojas físicas. Temos boas expectativas. Na feira, prospectamos novos clientes e esperamos fazer bons negócios”, disse Jaqueline Duarte, gerente do departamento financeiro.

*It presented its first line for indoor areas, with five armchairs and a wooden cellar. Highlight for the Tauari armchair, with suggested price of BRL 510.00. Also exhibited parasols and garden furniture.*

*“Our sales are in physical stores. We have good expectations. At the fair, we prospect new customers and hope to make good deals,” said Jaqueline Duarte, manager of the finance department*

## TREZOR/PADBOT

Robô de telepresença, o Padbot permite o compartilhamento de áudio e vídeo em tempo real e com controle a distância. Alguns modelos andam, conversam e têm reconhecimento facial.

O Trezor é para armazenar moeda virtual. “Parece um token e exige senha, o que evita o risco de roubo de bitcoins e criptomoedas”, contou o gestor das marcas no Brasil, Dilceu Scapinello Junior.

*Telepresence robot, Padbot, enables real-time, remote-controlled audio and video sharing. Some models walk, talk and have facial recognition.*

*Trezor is for storing virtual currency. “It looks like a token and requires a password, which avoids the risk of bitcoin and cryptocurrency theft,” said the Brazil’s trademark manager, Dilceu Scapinello Junior.*



Padbot



Dilceu Scapinello Junior, gestor de marca no Brasil

Dilceu Scapinello Junior, Brazil’s trademark manager



José Roberto Musa, Chairman

## PONTONET

Atua com plataformas e soluções de serviços customizados de pós-vendas para reter clientes e agregar valor, desde a gestão, buy back, garantia e diagnóstico até a assistência técnica remota.

Na feira, o chairman José Roberto Musa focou em um item inédito. “É um aplicativo que vistoria e faz diagnóstico remoto, eliminando riscos na venda de seguros para smartphones. Obteve muito sucesso entre os visitantes.”

*It operates with customized aftermarket service platforms and solutions to retain customers and add value from management, buy back, warranty and diagnostics to remote service.*

*At the fair, the Chairman José Roberto Musa focused on an unprecedented item. “It is an application that surveys and remotely diagnoses, eliminating risks in selling insurance for smartphones. It was very successful among the visitors.”*





Vogue Speaker 3 em 1  
Vogue Speaker 3 in 1



Jeferson Ferrão, diretor  
Jeferson Ferrão, director

## IWILL

A grande parceira da Apple no Brasil, através da Iplace, lançou o aparelho 3 em 1, com carregamento wireless, power bank e caixa de som de 10 W. O preço sugerido de venda é de R\$ 299,00.

"O mercado já percebeu aquecimento no consumo. Por isso, a projeção de vendas é 30% maior ante 2018", disse Jeferson Ferrão, diretor da IWill Brasil, que atribui boa parte do crescimento à Eletrolar Show.

*Apple's great partner in Brazil, through Iplace, launched the 3-in-1 handset, with wireless charging, power bank and 10 W speaker. The suggested retail price is BRL 299.00.*

*"The market has already noticed more consumption. Therefore, the sales projection is 30% higher compared to 2018," said Jeferson Ferrão, director of IWill Brazil, who attributes much of the growth to the Eletrolar Show & Latin American Electronics.*



## FAM BRAZIL

Seu principal lançamento foi o fone Bluetooth com bateria de 18 horas de duração. Expôs, também, ampla linha de carregadores homologados turbo, cabos, fones de ouvido, suporte veicular, caixas de som e power banks.

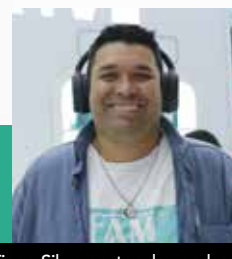
A feira teve resultados positivos para a empresa, que fechou inúmeros negócios. "A qualidade dos nossos produtos é um diferencial no mercado de acessórios mobile", disse o gestor de vendas, Tiago Silva.

*Its main release was the 18-hour battery-powered Bluetooth headset. It also exhibited a wide range of approved turbo chargers, cables, headphones, vehicular supports, speakers and power banks.*

*The fair had positive results for the company, which closed many deals. "The quality of our products is a differential in the cell phone accessories market," said the sales manager, Tiago Silva.*



Fone Bluetooth  
Bluetooth phone



Tiago Silva, gestor de vendas  
Tiago Silva, sales manager



Monica Hui, gerente comercial  
Monica Hui, commercial manager

## POSH

Voltada para acessórios eletrônicos, a Posh expôs a mochila antifurto para notebooks e power banks inteligentes. Resistente à água, a mochila tem bolso secreto para carteira e documento. Preço sugerido: a partir de R\$ 250,00.

A gerente comercial, Monica Hui, ficou satisfeita com o retorno da feira. "O feedback dos clientes de todo o Brasil a respeito da qualidade e design dos nossos produtos foi incrível."

*Focused on electronic accessories, Posh has exposed the anti-theft backpack for laptops and smart power banks. Water resistant, the backpack has a secret pocket for wallet and document. Suggested price: from BRL 250,00.*

*The commercial manager, Monica Hui, was pleased with the feedback of the fair. "Feedback from customers across Brazil about the quality and design of our products was amazing."*



Mochila antifurto  
Anti-theft backpack



AK4500



Tomas Lee, diretor  
Tomas Lee, director

## FEIYUTECH

O gimbal – equipamento que hoje é obrigatório para youtubers, fotógrafos e indústria cinematográfica – foi levado à feira em versões para smartphones, GoPro, câmeras automáticas e DSLR.

“A popularidade do produto tornou o preço mais acessível ao grande público”, disse o diretor da Windys, Tomas Lee, representante da marca no Brasil. O gimbal mais simples custa R\$ 600,00 e o AK4500, topo de linha, R\$ 14.500,00.

*The Gimbal - equipment that is mandatory today for youtubers, photographers and the film industry - was brought to the fair in versions for smartphones, GoPro, automatic cameras and DSLR.*

*“The popularity of the product has made the price more accessible to the general public,” said the director of Windys, Tomas Lee, the brand’s representative in Brazil. The simplest gimbal costs BRL 600 and the top of the line AK4500, BRL 14,500.*



## X-ONE BRASIL

Atraiu a atenção ao comprovar a resistência da película X-One® Extreme Shock Eliminator, desenvolvida com nanotecnologia. A tela de um iPhone foi martelada para mostrar a rigidez e proteção do produto.

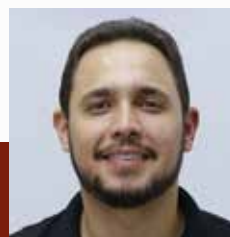
Diretor de marketing da empresa, Breno França ficou contente com a feira. “Espero triplicar as vendas até dezembro com mais uma película, a Confidential 360°, e a tela antichoque, que tem garantia de quatro meses.”

*It attracted attention by proving the strength of the X-One® Extreme Shock Eliminator film, developed with nanotechnology. The screen of an iPhone has been hammered to show the strength and protection of the product.*

*The marketing director of the company, Breno França, was pleased with the fair. “I expect to triple sales by December with one more film, Confidential 360°, and the shock-proof screen, which has a four-month warranty.”*



Confidential 360°



Breno França, diretor de marketing  
Breno França, marketing director



Antonio Pinto, diretor de marketplace  
Antonio Pinto, marketplace director

## OLIST

Apresentou a solução de plataforma intuitiva que gera liquidez de estoque. “Temos mais de seis mil varejistas vendendo seus produtos via Olist Store”, contou Antonio Pinto, diretor de marketplace.

Outro destaque, a Branded Store, D2C, é uma solução completa para fabricantes, importadores e grandes varejistas de todos os segmentos terem presença e venderem seus produtos nos maiores marketplaces do País.

*The intuitive platform solution that generates inventory liquidity was introduced. “We have over six thousand retailers selling their products via the Olist Store”, said Antonio Pinto, marketplace director.*

*Another highlight, the Branded Store, D2C, is a complete solution for manufacturers, importers and large retailers of all segments to have presence and sell their products in the largest marketplaces in the country.*



Plugues  
Plugs



Fabricio Scriptori, sócio-proprietário  
Fabricio Scriptori, partner-owner



## LAM CHICOTES

A fabricante de chicotes elétricos e plugues de acordo com o pedido das empresas expôs itens de vários segmentos, entre eles os de linhas branca e marrom.

Seu diferencial é fazer de 10 a 100 peças e não só altos volumes, contou o sócio-proprietário Fabricio Scriptori. "Atendemos o Brasil todo e temos uma unidade no Paraguai. Na feira, fechamos negócios. Nossa meta é de crescimento anual de 30% a 40%."

*The manufacturer of cable harnesses and plugs according to the companies' request has exhibited items from various segments, including those of white and brown lines.*

*Its differential is making from 10 to 100 pieces and not only high volumes, said partner-owner Fabricio Scriptori. "We serve all of Brazil and have a unit in Paraguay. At the fair, we closed deals. Our goal is 30% to 40% annual growth."*

## DEVIA

Lançou produtos com qualidade premium, destacou Rodrigo Cavalcante, representante comercial. "São acessórios para telefones, como earphone Bluetooth, capas, cabos de dados e power banks por indução."

A importadora vende apenas B2B em seu site e já tem 120 clientes ativos. "Nossa expectativa é chegar a 500 no pós-feira. Temos como diferencial a garantia de um ano em todos os produtos", disse Rodrigo.

*Launched premium quality products, highlighted Rodrigo Cavalcante, sales representative of the company. "These are phone accessories like Bluetooth earphones, cases, data cables and induction power banks."*

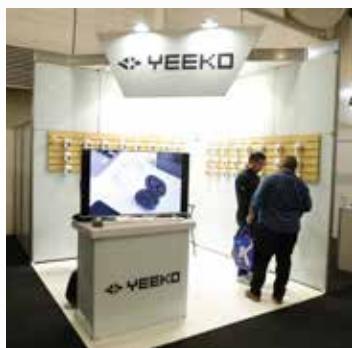
*The importer only sells B2B on its website and already has 120 active clients. "Our expectation is to reach 500 after the fair. Our differential is the one-year warranty on all products," said Rodrigo.*



Cabo de dados homologado pela Apple  
Apple Approved Data Cable



Rodrigo Cavalcante,  
representante comercial  
Rodrigo Cavalcante,  
sales representative



Nathan Chang, gerente  
Nathan Chang, manager

## YEEKO

Lançou quatro modelos de earphones Bluetooth, com carregador. "São dois premium à prova d'água PX7, e dois resistentes à água PX5, com controle sensível ao toque e compatíveis com iOS e Android", explicou o gerente Nathan Chang.

Os earphones são carregados por indução, na embalagem. Ao serem retirados da base, eles ligam, pareiam e começam a funcionar. Cada modelo vem nas cores preta e branca.

*Launched four models of Bluetooth earphones with charger. "They are two PX7 waterproof premiums, and two PX5 water resistant, touch-sensitive controllers that are compatible with iOS and Android," explained the manager Nathan Chang.*

*The earphones are inductively charged in their packaging. When removed from the base, they turn on, connect and start working. Each model comes in black and white colors.*



Earphone Premium

## OMRON

Expôs a balança de controle corporal HBF-222T com Bluetooth, o umidificador HumidAir Plus III e massagedores portáteis de eletroterapia, o Premium HV-F021 e o Control HV-F013.

“A participação na feira apontou para o novo momento da empresa, que busca aumentar sua atuação em todos os mercados do País e seu espaço nas redes varejistas, além do foco no e-commerce”, disse o CEO e presidente, Wanderley Cunha.

*Exhibited the HBF-222T Bluetooth Body Control Scale, HumidAir Plus III Humidifier and Portable Electrotherapy Massagers, the Premium HV-F021 and the Control HV-F013.*

*“Participating in the fair pointed to the new time for the company, which seeks to increase its operations in all markets of the country and its space in retail chains, as well as focus on e-commerce”, said Wanderley Cunha, CEO and President of the company.*



Massagedor portátil  
Portable massager



## LENATEC

A empresa de tecnologia e serviços ao varejo apresentou o Service Desk, apoio remoto para equipamentos. “O atendimento se torna presencial quando o problema não é resolvido”, contou o CEO e founder, Marcio Adriano.

Mostrou, ainda, câmeras que controlam o interior das lojas e que são acessadas pelos usuários por meio de um app. “Na feira, os centros de distribuição do varejo estiveram entre os nossos focos”, disse Marcio.

*The technology and retail services company introduced Service Desk, remote support for equipment. “The service is made in person when the problem is not solved,” said the CEO and founder Marcio Adriano.*

*It also showed cameras that control the interior of the stores and which are accessed by users through an app. “At the fair, retail distribution centers were one of our focuses”, said Marcio.*



Service Desk



Marcio Adriano, CEO e founder  
Marcio Adriano, CEO and founder



Francisco Mecchi, diretor comercial  
Francisco Mecchi, commercial director



Umidificador portátil Fresh  
Fresh portable humidifier

## ON ELETRÔNICOS

Expôs o umidificador portátil Fresh, que pode ser usado em qualquer garrafa ou copo com água, e fez o pré-lançamento do aromatizador de ambiente eletrônico, que amplia a linha de bem-estar.

A empresa exporta para 14 países, mas quer crescer mais no Brasil, disse Francisco Mecchi, diretor comercial. “Crescemos 15% no primeiro semestre ante o mesmo período de 2018 e esperamos acelerar. Na feira, fechamos negócios e parcerias.”

*Exhibited the Fresh portable humidifier, which can be used in any bottle or glass of water, and pre-launched the pre-electronic environment aromatiser, which is connected to the power plug.*

*The company exports to 14 countries, but wants to grow more in Brazil, said Francisco Mecchi, commercial director. “We grew 15% in the first half compared to the same period of 2018 and we expect to accelerate. At the fair, we closed deals and partnerships.”*



Smartwatches



Tony Shyu, diretor-geral  
Tony Shyu, general-director



## HONGKAY

A fabricante chinesa de smartphones, smartwatches, celulares e sensores de IoT veio em busca de clientes. "Fabricamos desde a peça simples até a mais complexa, entregando o produto pronto para a marca", contou Tony Shyu, diretor-geral.

Capacidade de produção e tecnologia para atender à demanda são trunfos da empresa, que encontrou na feira clientes como Multilaser e Semp. "Vimos conquistar outros", disse Tony.

*Chinese manufacturer of smartphones, smartwatches, cell phones and IoT sensors has come looking for customers. "We manufacture from the simple to the most complex piece, delivering the product ready for the brand," said Tony Shyu, the CEO of the company.*

*Production capacity and technology to meet demand are assets of the company, which found customers such as Multilaser and Semp at the fair. "We came to win others," said Tony.*

## ANIMUS DISTRIBUIÇÃO

Seu destaque foi o robô Geio, com sistema inteligente de reconhecimento visual, que possibilita ao usuário vivenciar uma experiência de guerra robótica.

Também lançou a Swimming Board, prancha motorizada para crianças e adultos se movimentarem na água mesmo que não saibam nadar. Preço de ambos: R\$ 1.500,00. "A feira é ótimo espaço para divulgar os produtos", disse a diretora comercial, Thelma Gonçalves.

*Its highlight was the Geio robot, with intelligent visual recognition system, which allows the user to experience a robotic war experience.*

*It also launched the Swimming Board, a motorized board for children and adults to move in the water even if they can't swim. Price of both: 1,500.00.*

*"The fair is a great place to promote the products," said commercial director Thelma Gonçalves.*



Swimming Board



Thelma Gonçalves,  
diretora comercial

Thelma Gonçalves,  
commercial director



Eliete Rodrigues, gerente-geral  
Eliete Rodrigues, general manager



Displays para smartphones de todas as marcas  
Smartphone displays of all brands

## GRANDEVER

Com fábrica instalada na China, a empresa expôs peças, componentes e telas para todas as marcas de smartphones. As telas são a principal comercialização da Grandever.

"Estamos determinados a expandir a distribuição dos nossos produtos no mercado brasileiro e ampliar o relacionamento com o varejo. Na Eletrolar Show, obtivemos bastante visibilidade", disse a gerente-geral, Eliete Rodrigues.

*With factory in China, the company has exposed parts, components and screens for all brands of smartphones. The screens are the main commercialization of Grandever.*

*"We are determined to expand the distribution of our products in the Brazilian market and expand our relationship with retailers. At the Eletrolar Show, we got a lot of visibility," said general manager Eliete Rodrigues.*



Felipe de Almeida, gerente comercial  
Felipe de Almeida, commercial manager

Películas Premium  
Premium Films



## HPRIME

Expôs suas linhas de películas para celulares, fabricadas com matéria-prima importada do Japão. Destaque para a Nanoshield, em poliuretano termoplástico, com camadas auxiliares para absorção de impactos e função AutoRepair.

“As nossas soluções têm resistência e performance, que interferem no uso do touch screen. Temos diversas opções de qualidade para esse mercado”, disse Felipe de Almeida, gerente comercial.

*It exhibited its lines of cell phone films made from raw material imported from Japan. Highlighting Nanoshield, in thermoplastic polyurethane, with auxiliary layers for impact absorption and AutoRepair function.*

*“Our solutions have strength and performance that interfere with the use of the touch screen. We have several quality options for this market,” said Felipe de Almeida, commercial manager.*

## TABLE GRILL

Demonstrou o funcionamento da Table Grill, churrasqueira portátil a carvão, que mantém a brasa em chama durante o processo do churrasco, por meio do cooler, que precisa de quatro pilhas AA, contou o diretor-geral, Alex Pedron.

Expôs, também, o Pizzarete, forno elétrico para pizza, com tampa de cerâmica. “Tivemos muita visibilidade na feira. Essa participação nos trará diversos frutos”, destacou Pedron.

*He demonstrated the operation of Table Grill, a portable charcoal grill that keeps the ember on fire during the barbecue process, through the cooler that needs four AA batteries, said CEO Alex Pedron.*

*He also exhibited Pizzarete, an electric pizza oven with a ceramic lid. “We had a lot of visibility at the fair. This participation will bring us many fruits,” said Pedron.*



Table Grill



Alex Pedron, diretor-geral  
Alex Pedron, general-director



Ennori Emmert, diretor comercial  
Ennori Emmert, commercial director

## ATLAS SISTEMAS ANTIFURTO

Lançou um cadeado mecânico, de fabricação própria, e um eletrônico para exposição de celulares no varejo. “Seus diferenciais são a durabilidade, o design e a segurança”, disse Ennori Emmert, diretor comercial da Atlas, que tem como maiores clientes as grandes lojas.

As vendas se dão só em lojas físicas e aumentam nesta época do ano em função do maior movimento no comércio. “É um mercado de bastante demanda, mas há espaço para crescer”, contou Ennori, que espera vendas 30% superiores ao mesmo período de 2018.

*It has launched a self-manufactured mechanical lock and an electronic display for cell phones in retail. “Its differentials are durability, design and safety,” said Ennori Emmert, commercial director of Atlas, which has big stores as its greatest customers.*

*Sales are only in physical stores and increase at this time of year due to the greater movement in commerce. “It’s a market with a lot of demand, but there is room for growth,” said Ennori, who expects sales 30% higher than the same period of 2018.*



Cadeado eletrônico  
Electronic lock



Caixa de Som XDG-39  
XDG-39 Speaker



Igerlange Silva,  
consultora comercial  
Igerlange Silva,  
trade consultant

## XTRAD

Apresentou a caixa de som XDG-39 Ultimate Box, com painel digital, que aceita USB, micro USB e cartão micro SD, e vem com microfone, alça e rodas. Outra caixa, a WDG-365, é multimídia, com iluminação LED.

Também lançou fones de ouvido sem fio, para gamers, e Soundbar 2.0 (XDG-43). "Nossas vendas aumentam quando participamos da Eletrolar Show", disse Igerlange Silva, consultora comercial da XTrad.

*Introducing the XDG-39 Ultimate Box speaker, with digital panel, which accepts USB, micro USB and micro SD card, and comes with a microphone, strap and wheels. Another speaker, the WDG-365, is multimedia with LED lighting.*

*It also released wireless headsets for gamers and Soundar 2.0 (XDG-43). "Our sales increase when we participate in the Eletrolar Show & Latin American Electronics," said Igerlange Silva, XTrad's trade consultant.*



## GOAR

Lançou o Floripa, climatizador com sete opções de cores, que é ligado diretamente no cano de água. "O produto é uma boa opção para o ar-condicionado", disse Jordan Dal Moro, gerente comercial da Goar.

Com matriz em Caxias do Sul e filial em Feliz (RS), a empresa exporta para a Colômbia e o Paraguai. Teve boas vendas no primeiro semestre e acredita em melhora significativa a partir de agora.

*Launched Floripa, a seven-color air conditioner that plugs directly into the water pipe. "The product is a good choice for air conditioning," said Jordan Dal Moro, commercial manager at Goar.*

*Headquartered in Caxias do Sul and branch in Feliz (RS), the company exports to Colombia and Paraguay. It had good sales in the first half and believes in significant improvement from now on.*



Climatizador Floripa  
Floripa Air Conditioner



Jordan Dal Moro,  
gerente comercial  
Jordan Dal Moro,  
commercial manager



Guido Lombardi,  
diretor comercial  
Guido Lombardi,  
commercial director

## PEABODY

A marca de eletrodomésticos líder na Argentina mostrou seus produtos para as grandes lojas. "Ela vai conquistar o mercado brasileiro pela Eletrolar Show", disse Guido Lombardi, diretor comercial da Goldmund S.A, que tem ainda as marcas Ariete e Brow.

Principal marca da empresa, a Peabody expôs um portfólio com diversos produtos, entre eles bateadeiras planetárias, microprocessadores e jarra vintage.

*Argentina's leading appliance brand showed its products to big stores. "It will conquer the Brazilian market through the Eletrolar Show & Latin American Electronics," said Guido Lombardi, commercial director of Goldmund S.A, which has the Ariete and Brow brands.*

*The company's main brand, Peabody has exhibited a portfolio of diverse products including planetary mixers, microprocessors and vintage jar.*



Jarra elétrica vintage  
Electronic lock



Wagner Gatto,  
diretor-executivo  
Wagner Gatto,  
executive-director



## ABRASA

Com o alto índice de desemprego, o consumidor voltou à assistência técnica. Em vez de comprar um produto novo, optou por consertar o que tinha, disse o diretor-executivo da Abrasa (Associação Brasileira de Pós-Vendas em Eletroeletrônicos), Wagner Gatto.

“No primeiro semestre de 2018, as OSs cresceram 9,78% e o faturamento, 8%. O valor médio por OS subiu 1,46%, devido ao conserto de produtos fora da garantia. As margens ainda são baixas, mas confiamos nas reformas.”

*With the high unemployment rate, the consumer returned to technical assistance. Instead of buying a new product, they chose to fix what they had, said Wagner Gatto, CEO of Abrasa (Brazilian Consumer Electronics Aftermarket Association).*

*“In the first half of 2018, OSs grew by 9.78% and revenues by 8%. Average value per OS grew 1.46% due to out-of-warranty repair of products. Margins are still low, but we trust the reforms.”*

# eletrolarshow

## ELECTRONICS SHOW

# LATIN AMERICAN ELECTRONICS

## International Trade Show

**15ª EDIÇÃO DA MAIOR FEIRA DE NEGÓCIOS ENTRE A INDÚSTRIA E O VAREJO DE ELETROS E TI DA AMÉRICA LATINA**

**13 A 16 DE JULHO DE 2020**

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

Contato: 11 3035 1030 • contato@grupeeletrolar.com.br

[www.eletrolarshow.com.br](http://www.eletrolarshow.com.br)



ORGANIZAÇÃO  
Grupo **eletrolar**

REALIZAÇÃO  
**azuloplay**  
Feiras e Eventos

MEDIA PARTNER  
**ELETROLAR**  
NEWS

APOIO INSTITUCIONAL  
APRAACISTI **ABRASA**

**abree**

**ACREFI**

**ELETRQS**

**greenelatron**

**IBR**

**IBR**

CIA. AÉREA OFICIAL  
**LATAM**  
AIRLINES

AGÊNCIA OFICIAL  
**OS turismor**

# LATIN AMERICAN HOUSEWARES

**13 A 16 DE JULHO DE 2020**

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

**FEIRA FOCADA NAS NOVIDADES EM UTILIDADES DOMÉSTICAS, PRODUTOS PARA O LAR, PRESENTES, ARTIGOS SAZONAIS, DECORAÇÃO E DESIGN DOS MAIORES FABRICANTES NACIONAIS E ESTRANGEIROS QUE BUSCAM INTRODUIR SUAS MARCAS NO MERCADO NACIONAL E INTERNACIONAL**

## EXCELENTES OPORTUNIDADES DE NEGÓCIOS ESPERAM O GRANDE, MÉDIO E PEQUENO VAREJO ESPECIALIZADO

REALIZADA EM PARALELO A ELETROLAR SHOW, MAIOR FEIRA DO SETOR DE ELETROS E TI DA AMÉRICA LATINA, A LATIN AMERICAN HOUSEWARES REUNIRÁ OS IMPORTADORES, DISTRIBUIDORES E COMPRADORES ESPECIALIZADOS DO SETOR.

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

**ENTRE EM CONTATO E SOLICITE INFORMAÇÕES SOBRE AS SOLUÇÕES DE PACOTES COM PISO + MONTAGEM INCLuíDOS E ECONOMIZE ATÉ 30%.**

### COMERCIAL

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

### EVENTOS PARALELOS

**eletrolarshow**  
Electronics Show

**LATIN AMERICAN  
ELECTRONICS**  
International Trade Show

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.

# ISUMMIT: novos negócios e oportunidades com a IA

*New business and opportunities with AI*



**M**udanças profundas vêm ocorrendo nas empresas e no relacionamento delas com seus consumidores devido à inteligência artificial, tecnologia que atua em toda a cadeia de abastecimento e que traz grandes vantagens. Entre elas, a redução de custos, a racionalização do estoque e melhor logística, devido à otimização do fluxo de vendas.

No relacionamento entre companhias e consumidores, a inteligência artificial possibilita garantir a estes a oferta do produto na hora e onde quiserem. Permite, também, um contato mais personalizado, a partir do conhecimento de seus gostos e hábitos de consumo, através da interpretação dos algoritmos, a moeda forte desses novos tempos.

No Isummit sobre inteligência artificial para o varejo, realizado durante a Eletrolar Show, 15 especialistas abordaram vários aspectos da tecnologia e exemplificaram a sua utilização. Em alguns casos, pode até causar certa temeridade, mas o fato é que ela já está presente no nosso dia a dia. As páginas seguintes trazem um resumo de cada palestra.

**P**rofound changes are occurring in companies and their relationship with their consumers due to artificial intelligence, technology that operates throughout the supply chain and brings great advantages. Among them, cost reduction, inventory rationalization and better logistics due to the optimization of merchant flow.

*In the relationship between companies and consumers, artificial intelligence makes it possible for them to guarantee the product offer on time and wherever they want. It also allows more personalized contact, from the knowledge of their tastes and consumer habits, through the interpretation of the algorithms, the strong currency of these new times.*

*At the Isummit on artificial intelligence for retail, held during the Eletrolar Show & Latin American Electronics 2019, 15 experts addressed various aspects of technology and exemplified its use. In some cases, it may even cause some temerity, but the fact is that it is already present in our daily lives. The following pages provide a summary of each lecture.*

## VIDA INTELIGENTE COM O GOOGLE

### SMART LIFE WITH GOOGLE



Alessandro Germano, head of business development do Google  
Alessandro Germano, head of business development at Google

O Google se aperfeiçoou e agora está pronto para ser seu assistente pessoal e conectar a casa inteligente. Depois de muito treino, os algoritmos do programa de assistência de voz estão prontos também em português.

A plataforma disponível permite a conexão e o acesso ao controle de diferentes aparelhos, como televisor, aspirador de pó, lâmpada e cortina. Para Alessandro Germano, head of business development da empresa, está aberta a temporada do "manda o Google fazer".

Hoje, há soluções sofisticadas que envolvem IA, disse Germano. "Temos um sistema de casa conectada com plataforma aberta, isto é, qualquer fabricante pode tornar o seu produto compatível com o Google." Sobre privacidade, afirmou: "o usuário está sempre no controle e é capaz de dizer o quanto quer compartilhar com o Google".

*Google has improved and is now ready to be your personal assistant and connect the smart home. After much training, the algorithms of the voice assistance program are also ready in Portuguese.*

*The available platform allows the connection and control access of different devices, such as TV, vacuum cleaner, lamp and curtain. Alessandro Germano, head of business development for the company, is open the season of "send Google do".*

*Today, there are sophisticated solutions that involve AI, Germano said. "We have an open-platform connected home system, that is, any manufacturer can make their product compatible with Google." About privacy, he said, "the user is always in control and is able to tell how much they want to share with Google. Google".*

## REALIDADE VIRTUAL É FERRAMENTA DE VENDAS

### VIRTUAL REALITY IS A SALES TOOL

Especialista em realidade aumentada (AR), Alexandre Akira, da PlanXP, abordou cases que combinaram elementos do mundo virtual ao real, deram possibilidade de imersão digital aos clientes e se transformaram em ferramentas de vendas.

Para uma ação indoor no Shopping Bourbon, em São Paulo, ele criou uma temática com base no Pokémon. Fez o mapeamento com o beacon e, durante a ação, anunciou que havia um brinde aos participantes. "Ao mesmo tempo em que coletamos dados, entregamos algo em troca", contou Alexandre.

Com o uso de sensores de movimento, a realidade aumentada é utilizada em ações de diversos tipos, especialmente de marketing. Ao interagir com produtos, estimula as vendas. Com a tecnologia, os lançamentos de uma empresa podem ser vistos em tempo real em um estande virtual.

*The Augmented Reality (AR) expert Alexandre Akira of PlanXP addressed cases that combined elements from the virtual to the real world, gave customers the possibility of digital immersion and became sales tools.*

*For an indoor action at the Bourbon Mall in São Paulo, it created a Pokémon-based theme. It was mapped with the beacon and, during the action, announced that there was a gift to the participants. "At the same time, we collect data, we gave something in return", said Alexandre.*

*With the use of motion sensors, augmented reality is used in actions of various types, especially marketing. By interacting with products, the sales are stimulated. With technology, a company's launches can be viewed in real time in a virtual booth.*



Alexandre Akira, especialista em AR da PlanXP  
Alexandre Akira, AR Specialist at PlanXP

Fotos: Arquivo / Photos: Archive

## O FUTURO CADA VEZ MAIS PERTO

### THE FUTURE IS GETTING CLOSER



Alexandre Del Rey, presidente da I2AI  
Alexandre Del Rey, president of I2AI

O mundo virtual invadiu a realidade, e a inteligência artificial vem revolucionando o varejo. “Ela oferece resultados personalizados, conecta produtos, promove interações e permite acompanhar a jornada do consumidor”, disse o presidente da I2AI, Alexandre Del Rey.

Desde o ano 2000, o mundo virtual ganha terreno, tanto que hoje se funde com o físico. Os dados criaram um novo universo, onde os ativos digitais são moeda preciosa. Interpretá-los permite obter economia de escala e pleno equilíbrio entre oferta e demanda.

No processo de compra, a inteligência artificial estará presente o tempo todo. Será um guia virtual do consumidor e, ao mesmo tempo, um mundo de oportunidades aos lojistas. “O varejo precisa estar preparado para isso, quem tomar a dianteira vai arrebatar mentes e corações”, afirmou Alexandre.

*The virtual world has invaded reality, and artificial intelligence is revolutionizing retail. “It delivers personalized results, connects products, promotes interactions and lets you keep up with the consumer journey,” said the President of I2AI, Alexandre Del Rey.*

*Since 2000, the virtual world has gained ground, so much that today it merges with the physical. Data has created a new universe where digital assets are precious currency. Interpreting the data allows getting economies of scale and full balance between supply and demand.*

*In the purchase process, artificial intelligence will be present all the time. It will be a virtual consumer guide and, at the same time, a world of opportunities for retailers. “Retailers need to be prepared for this, whoever takes the lead will snatch minds and hearts,” said Alexandre.*

## É PRECISO CONHECER O CLIENTE

### YOU NEED TO KNOW THE CUSTOMER

Entender o que o cliente busca, numa época em que ele é mais informado, conectado e globalizado, é fundamental para o relacionamento, disse Alexandre Romeira, da D2I e cofundador da I2AI. “O cliente quer simplicidade, agilidade, inovação e compartilhar experiências.”

A geração de analytics permite identificar, entre outros dados, idade e gênero, mas o varejista precisa escolher seus objetivos e as melhores formas de marcar presença com o seu cliente digital. Os chatbots, por exemplo, são uma alternativa interessante.

“Os chatbots ajudam, mas o varejista deve se perguntar onde essa tecnologia é aplicável à sua estrutura. É preciso criar experiências, cultura de dados, construir chatbots com escopo delimitado, trabalhar fortemente para treinar a máquina e monitorar as conversas”, explicou Alexandre.

*Understanding what the customer is looking for, at a time when they are more informed, connected and globalized, is critical to the relationship, said Alexandre Romeira from D2I and co-founder of I2AI. “The customer wants simplicity, agility, innovation and to share experiences.”*

*Generating analytics lets you identify age and gender, among other things, but the retailer needs to choose their goals and the best ways to be present with their digital customer. Chatbots, for example, are an interesting alternative.*

*“Chatbots help, but the retailer must wonder where this technology is applicable to its structure. We need to create experiences, data culture, build scoped chatbots, work hard to train the machine and monitor conversations,” explained Alexandre.*



Alexandro Romeira, da D2I e cofundador da I2AI  
Alexandro Romeira from D2I and co-founder of I2AI

## TECNOLOGIA NÃO É AMEAÇA, MAS COMPLEMENTO TECHNOLOGY IS NOT A THREAT, BUT A COMPLEMENT



Alvaro Manzione, sócio-diretor da Pluginbot

Alvaro Manzione, managing partner from Pluginbot

A inteligência artificial terá um papel cada vez maior no varejo, disse Álvaro Manzione, sócio-diretor da Pluginbot, em sua palestra no Isummit, quando abordou a era do intangível. "Os robôs podem ter IA, geram dados, evoluem da mesma forma que os celulares e atuam em todas as fases, da produção à entrega de um bem."

Os robôs terão várias funções, e a China irá liderar esse segmento até 2030, na opinião do especialista. "É a hora do Brasil. A China pode trazer os hardwares e aqui colocaremos os softwares. É uma forma de darmos saltos para utilização da tecnologia no varejo."

Muitos empregos rotineiros serão ocupados pelos robôs, mas isso não deve ser motivo de alarme, disse Álvaro. "É preciso entender que a tecnologia não ameaça, mas complementa as coisas. Para os humanos, os trabalhos serão cada vez mais complexos."

*Artificial intelligence will play an increasing role in retail, said Álvaro Manzione, managing partner of Pluginbot, in his talk at the Isummit when he addressed the era of intangibles. "Robots can have AI, generate data, evolve the same way as cell phones, and act at every stage, from producing to delivering a good."*

*Robots will have many functions, and China will lead this segment until 2030, according to the expert. "It's time for Brazil. China can bring the hardware and here we will put the software. It's a way for us to jump into retail technology."*

*Many routine jobs will be occupied by robots, but this should not be a cause for alarm, said Álvaro. "You have to understand that technology does not threaten but complements things. For humans, the jobs will be increasingly complex."*

## PRODUTOS SOB MEDIDA TAILOR-MADE PRODUCTS

O mundo smart, foco da LG Electronics, não existe sem IoT e IA. Hoje, a empresa direciona 70% de seu orçamento para a casa conectada, contou o gerente-geral de produtos móveis, Fabrício Habib. "Esperamos ter tudo o que se refere a ela."

Essas tecnologias vão mudar o modelo de negócios da indústria e do varejo, afirmou Fabrício. "Permitirão à indústria entender como o consumidor usa o produto, em que horário, área, frequência e dia da semana." Um pequeno sensor no aparelho coleta os dados que dão meios para a empresa adaptar seus produtos.

"A LG está colocando elementos de inteligência artificial em cada item que fabrica", disse o executivo. Os sensores, no entanto, precisam evoluir e conectar todas as coisas à internet. A chegada do 5G pode ajudar. O próximo passo é a inteligência artificial em rede.

*The smart world, focus of LG Electronics, does not exist without IoT and AI. Today, the company directs 70% of its budget to the connected home, said Fabrício Habib, general manager of mobile products. "We hope to have everything that concerns it."*

*These technologies will change the industry and retail business model, said Fabrício. "It will allow the industry to understand how the user uses the product, at what time, area, frequency and day of the week." A small sensor in the device collects data that gives the company the means to adapt its products.*

*"LG is putting elements of artificial intelligence into every item it makes" he said. Sensors, however, need to evolve and connect everything to the internet. The arrival of 5G can help. The next step is artificial intelligence at the network.*



Fabrício Habib, gerente-geral de produtos móveis da LG Electronics

Fabrício Habib, general manager of mobile products at LG Electronics

Fotos: Arquivo / Photos: Archive

## A TENDÊNCIA É O COMANDO DE VOZ

### THE TREND IS VOICE COMMAND



João Paulo Rezende, gerente de produto da SEMP TCL

João Paulo Rezende, product manager of SEMP TCL

As máquinas precisam conversar entre si para as pessoas terem mais qualidade de vida, daí a importância da internet das coisas. Quanto maior a automação de uma casa, mais tempo cada um terá para si, explicou João Paulo Rezende, gerente de produto da SEMP TCL.

Com a entrada de novos players de tecnologia no mercado, a automação está ficando mais acessível e simplificada. "Google e Amazon estão mudando o jogo. Será cada vez mais comum uma pessoa comprar e configurar os itens para ter a casa conectada", disse o gerente.

As empresas, por sua vez, se valerão muito da inteligência artificial. "O comando de voz é irreversível, as próximas televisões da TCL deverão ter microfone embutido para receber comandos de voz. A tendência é que esse tipo de comunicação dispense o controle remoto", contou João Paulo.

*Machines need to talk to each other for people to have a better quality of life, hence the importance of the Internet of Things. The greater the automation of a home, the more time each one will have for him/herself, explained João Paulo Rezende, product manager of SEMP TCL.*

*As new technology players enter the market, automation is becoming more affordable and simplified. "Google and Amazon are changing the game. It will be increasingly common for a person to buy and set up items to have the house connected", said the manager.*

*Companies, in turn, will rely heavily on artificial intelligence. "Voice control is irreversible, future TCL televisions will have a built-in microphone to receive voice commands. The tendency is for this type of communication to dispense with remote control", said João Paulo.*

## A AJUDA DA IA NOS PREÇOS DO MAGAZINE LUIZA

### AI'S HELP WITH MAGAZINE LUIZA PRICING

Com mil lojas físicas e forte atuação no e-commerce, a rede usa a IA para a precificação dinâmica, hoje 100% automatizada. "Nosso robô vasculha diferentes parâmetros e cenários para encontrar qual é o melhor preço para cada produto, de modo que possamos conciliar margem com volume", disse o gerente Guilherme Duarte.

No Isummit, ele deu exemplos da política de pricing. "Há produtos que são mais sensíveis a preço do que outros que nos permitem praticar margens maiores. Isso, o nosso robô interpreta de maneira instantânea. Há os considerados tabelados por todo o mercado e que oferecem menor elasticidade."

Outro grupo é o dos produtos com ciclo de vida definido, caso do game Fifa 2019. É sabido que no próximo ano ele sairá de linha. Por isso, é preciso grande eficiência de pricing para a empresa aproveitar ao máximo o período de vendas.

*With 1,000 physical stores and strong e-commerce operations, the network uses AI for dynamic pricing, now 100% automated. "Our robot scours different parameters and scenarios to find the best price for each product, so we can reconcile margin with volume," said manager Guilherme Duarte.*

*At Isummit, he gave examples of pricing policy. "There are products that are more price sensitive than others that allow us to practice higher margins. This, our robot interprets instantly. There are those considered tabulated throughout the market that offer less elasticity."*

*Another group is the products with a defined life cycle, such as the game FIFA 2019. It is known that next year it will go out of line. Therefore, it takes great pricing efficiency for the company to make the most of the sales period.*



Guilherme Duarte, gerente da Magazine Luiza

Guilherme Duarte - Manager of Magazine Luiza

## SEM INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL, SERÁ DIFÍCIL SOBREVIVER

### WILL BE DIFFICULT TO SURVIVE WITHOUT ARTIFICIAL INTELLIGENCE



Marco Lauria, consultor sênior em IA e Big Data

Marco Lauria, senior AI and big data consultant

Competir no futuro sem inteligência artificial será muito difícil. Está provado que empresas que usam IA vendem 50% mais e melhoram o faturamento e a produtividade na mesma proporção ante as que ignoram os algoritmos. “Não é opcional, é questão de sobrevivência”, definiu o consultor sênior em IA e Big Data, Marco Lauria.

Independentemente da área de atuação, são inúmeras as vantagens de usar os dados gerados pela IoT, IA e Big Data. Marco lembrou que há quatro plataformas de Data Center – IBM, Google, Microsoft e Amazon – que comercializam os dados em formato de serviços e a preços acessíveis.

Exemplos práticos foram citados com o uso das tecnologias, como os robôs e assistentes virtuais que interagem com clientes em lojas, supermercados, centros de distribuição, hotéis e fábricas, e no app de smartphones.

*Competing in the future without artificial intelligence will be very difficult. AI-using companies are proven to sell 50% more and improve revenue and productivity by the same proportion as those that ignore algorithms. “It’s not an option, it’s a matter of survival” said senior AI and Big Data consultant Marco Lauria.*

*Regardless of your area of expertise, there are numerous advantages when using data generated by IoT, AI, and Big Data. Marco noted that there are four Data Center platforms - IBM, Google, Microsoft, and Amazon - that market data as a service format and at affordable prices.*

*Practical examples were mentioned using technologies such as robots and virtual assistants that interact with customers in stores, supermarkets, distribution centers, hotels and factories, and in the smart phone app.*

## PARA DEMOCRATIZAR O ACESSO À INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

### DEMOCRATIZING ACCESS TO ARTIFICIAL INTELLIGENCE

A democratização da inteligência artificial virá por plataformas na nuvem, como Watson, Alexa e Google Assistente. A experiência de uso computacional vai mudar muito, disse Norberto Maraschin Filho, vice-presidente de mobilidade da Positivo Tecnologia.

“Será desnecessário investir em equipamentos caríssimos como gamers, por exemplo, porque a nuvem assumirá o papel. Bastará a pessoa comprar o serviço e ter em casa um aparelho simples, um celular com boa tela, por exemplo, para se beneficiar da nova tecnologia”, explicou o executivo.

No Brasil, hoje, 20 milhões de pessoas se comunicam só por conexão 2G e SMS, o que levou a Positivo a lançar o primeiro celular com assistente de voz do Google. “Democratizar a IA começa com a inclusão de quem pode pagar R\$ 279,00 em um celular 3G da categoria feature phone”, disse Norberto.

*The democratization of artificial intelligence will come across cloud platforms such as Watson, Alexa and Google Assistant. The computing experience will change a lot, said Norberto Maraschin Filho, vice-president of mobility of the Positivo Tecnologia.*

*“It will be unnecessary to invest in expensive equipment like gamers, for example, because the cloud will take over the role. Just buy the service and have at home a simple device, a cell phone with good screen, for example, to benefit from the new technology”, explained the Executive.*

*Today in Brazil, 20 million people communicate only by 2G connection and SMS, which led Positivo to launch the first voice assistant phone from Google. “Democratizing AI begins with the inclusion of those who can afford BRL 279 on a 3G feature phone”, said Norberto.*



Norberto Maraschin Filho, vice-presidente de mobilidade da Positivo Tecnologia

Norberto Maraschin Filho, vice-president of mobility of the Positivo Tecnologia

Fotos: Arquivo / Photos: Archive

## LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS ENTRA EM VIGOR EM 2020

### GENERAL DATA PROTECTION ACT TAKES EFFECT IN 2020



Rafael Pellon, advogado da I2AI  
Rafael Pellon, I2AI Lawyer

Sancionada em 2018, a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) passará a vigorar em agosto de 2020, quando as empresas terão que adotar novos padrões de compliance para garantir a privacidade e a segurança dos dados de cada cidadão.

O princípio de responsabilização objetiva é um destaque na lei. "Impõe obrigações aos agentes de tratamento de dados, responsabilizando-os perante os titulares das informações. Empresas que lidam com dados de clientes terão que indicar uma pessoa, física ou jurídica, para fazer a interface com o governo e os órgãos de fiscalização e controle", disse Rafael Pellon, advogado da I2AI.

O descumprimento da lei implicará multa de até R\$ 50 milhões por incidente ou 2% da receita anual da companhia no Brasil, no último ano. "Há atenuantes para a penalidade, mas todas terão que responder por falhas e uso indevido de informações", afirmou Rafael.

*Sanctioned in 2018, the General Data Protection Act (LGPD) will go into effect in August 2020, when companies will have to adopt new compliance standards to ensure the privacy and data security of each citizen.*

*The principle of objective accountability is a highlight of the law. "It imposes obligations on data processing agents, holding them accountable to data subjects. Companies that handle customer data will have to nominate a person or entity to interface with government and oversight agencies," said Rafael Pellon, an I2AI lawyer.*

*Failure to comply with the law will result in a fine of up to R \$ 50 million per incident or 2% of the company's annual revenues in Brazil last year. "There are mitigators for the penalty, but all will have to respond for failures and misuse of information," said Rafael.*

## ALGORITMOS OTIMIZAM ESTOQUES E GERAM LUCROS

### ALGORITHMS OPTIMIZE STOCKS AND GENERATE PROFITS

É muito arriscado empatar capital de giro no estoque, bem como errar no cálculo e ter ruptura na loja. A empresa pode até fechar por causa disso. Entre 2017 e 2018, contou Robson Munhoz, vice-presidente de operações da Neogrid na América Latina, 200 mil lojas encerraram as atividades.

"A gestão automática da cadeia de suprimentos já é uma realidade, com o uso da inteligência artificial. Os sistemas sincronizam informações para atender à demanda e reduzir as falhas sobre o consumo real dos produtos. Também identificam o melhor local de armazenamento", explicou Robson.

Um case de sucesso devido à utilização da tecnologia é o da Via Varejo. Graças às soluções com algoritmos, a empresa registrou queda de 30% na falta de produtos nos pontos de venda. Os estoques, por sua vez, encolheram 17%, liberando ativos.

*It is very risky to tie working capital into stock as well as to miscalculate and break the store. The company may even close because of this. Between 2017 and 2018, said Robson Munhoz, vice-president of Neogrid's operations in Latin America, 200,000 stores closed down.*

*"Automatic supply chain management is already a reality, using artificial intelligence. Systems synchronize information to meet demand and reduce failures about actual product consumption. They also identify the best storage location", explained Robson.*

*A successful case, due to the use of technology, is Via Varejo. Thanks to the solutions with algorithms, the company registered a 30% drop in the lack of products at points of sale. Inventories, in turn, shrank 17%, freeing up assets.*



Robson Munhoz, vice-presidente de operações da Neogrid na América Latina

Robson Munhoz, vice-president of Latin America Operations of Neogrid

## EMBALAGEM INTELIGENTE JÁ É REALIDADE SMART PACKAGING IS ALREADY REALITY



Rogério Junqueira, CEO da Reciclapac  
Rogério Junqueira, CEO of Reciclapac

A importância da logística inteligente foi o tema de Rogério Junqueira, CEO da Reciclapac, no Isummit. Ele mostrou as soluções da empresa para atender a demandas de rastreabilidade, logística reversa e reúso, com destaque para a embalagem inteligente.

Trata-se de uma plataforma de gestão, que transforma embalagens passivas em inteligentes, ativas e conectadas. Um dispositivo nelas instalado se comunica via antenas, pela nuvem, com a plataforma de um computador. “Com esse dispositivo, temos acesso a informações como localização das caixas, temperatura e alerta de potenciais problemas”, explicou Rogério.

A empresa também desenvolveu uma metodologia para reaproveitamento de embalagens. Ela implementa processos de reúso, recupera embalagens logísticas descartadas, estende o ciclo de vida e reduz resíduos de forma efetiva.

*The importance of smart logistics was the theme of Rogério Junqueira, CEO of Reciclapac, at Isummit. He showed the company's solutions to meet the demands of traceability, reverse logistics and reuse, especially smart packaging.*

*It is a management platform that transforms passive packaging into intelligent, active and connected. A device installed in them communicates via antennas, through the cloud, to a computer platform. “With this device, we have access to information such as location of the boxes, temperature and alert of potential problems,” explained Rogério.*

*The company also developed a methodology for packaging reuse. It implements reuse processes, recovers discarded logistics packaging, extends the life cycle and effectively reduces waste.*

## CÂMERAS AJUDAM A VENDER CAMERAS HELP SALES

Com o uso de câmeras e inteligência artificial, é possível mensurar o comportamento do consumidor dentro da loja, estudar o fluxo, o mapa de calor, gênero, idade, sentimento e taxa de conversão. Afinal, ele entrou e comprou na loja física? Quais corredores visitou?

A solução DOD, que analisa a performance de uma loja, foi abordada pelo CEO da DOD Vision, Rufo Paganini. “Há bem pouco tempo, o computador não lia imagens. Agora, não. Entende padrões, posturas e analisa semblantes com a tecnologia do reconhecimento facial e da biometria” explicou.

Desenvolvida pela startup DOD Vision, a plataforma avalia as atitudes do cliente, sua postura frente à vitrine e a performance da equipe. Os relatórios fornecem ao empresário informações estratégicas de como aumentar as vendas, inclusive em tempo real.

*With the use of cameras and artificial intelligence, it is possible to measure consumer behavior within the store, study flow, heat map, gender, age, feeling and conversion rate. After all, did he/she come in and bought at the physical store? Which corridors did he/she visit?*

*The DOD solution, which analyzes a store's performance, was approached by CEO of DOD Vision, Rufo Paganini. “Not long ago, the computer didn't read images. Not now. It understands patterns, postures and looks with facial recognition and biometrics technology”, he explained.*

*Developed by the DOD Vision startup, the platform assesses customer attitudes, window-shopping stance and team performance. The reports provide the business owner with strategic information on how to increase sales, including in real time.*



Rufo Paganini, CEO da DOD Vision  
Rufo Paganini, CEO of DOD Vision

Fotos: Arquivo / Photos: Archive

# DE OLHO NA GERAÇÃO Z, ABUSE DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

## KEEPING AN EYE ON GENERATION Z, TAKING ADVANTAGE OF THE ARTIFICIAL INTELLIGENCE


Fotos: Arquivo / Photos: Archive



Vinicius Rodrigues, gerente de marketing da Fat Shop  
Vinicius Rodrigues, Fast Shop Marketing Manager


Levando em conta o potencial de compra do mercado nos próximos cinco anos, a Fast Shop lançou um autodesafio: implantar a inteligência artificial para melhorar a experiência de compra dos clientes, basicamente os millennials e a geração Z.

“O varejo não mudou em 30 anos, mas sim o marketing de experiência. É preciso estar em toda a jornada de compra do consumidor. Mas nenhuma tecnologia pode surgir antes da estrutura que envolve pessoas, processos e a política da empresa”, disse Vinicius Rodrigues, gerente de marketing.

O hub de tecnologia da marca está nos apps do cliente e do vendedor. O faturamento cresce em função das mudanças. “Analisamos estratégias e canais de comunicação. Os robôs do Google sinalizam a melhor mídia ao cliente realmente interessado no produto”, contou Vinicius. 

*Considering market buying potential over the next five years, Fast Shop launched a self-challenge: deploy artificial intelligence to improve customer shopping experience, primarily millennials and generation Z.*

*“Retail has not changed in 30 years, but experience marketing. You need to be on the entire consumer buying journey. But no technology can come before the structure that involves people, processes, and company policy”, said Vinicius Rodrigues, marketing manager.*

*The brand’s technology hub is in the customer and seller apps. Income grows as a result of changes. “We analyze communication strategies and channels. Google robots signal the best media to customers who are really interested in the product”, said Vinicius. *

## LOGÍSTICA REVERSA

### REVERSE LOGISTIC

A atuação da Green Eletron, gestora de logística reversa, foi tema de Henrique Mendes, gerente de sustentabilidade da Abinnee. Criada pela associação em 2016, sem fins lucrativos, a Green Eletron atende à demanda por alternativas para a coleta e o tratamento adequado dos eletroeletrônicos em seu fim de vida em cumprimento da Política Nacional de Resíduos Sólidos, Lei 12.305/10.

Criou um sistema coletivo para fazer a logística reversa de suas associadas, desde a coleta até o envio do lixo eletrônico para recicladoras, responsáveis por transformá-lo em matéria-prima para a fabricação de novos produtos. Indústrias e importadoras de eletroeletrônicos e pilhas são associados.

Três modelos de coletores para o comércio foram mostrados por Henrique. Instituído pela PNRS, o Acordo Setorial prevê que os fabricantes deverão coletar 17% em peso dos eletroeletrônicos colocados no mercado nacional. E devem criar 5.000 pontos de entrega em 400 cidades brasileiras.

*The performance of Green Eletron, reverse logistics manager, was the subject of Henrique Mendes, sustainability manager of Abinnee. Created by the non-profit association in 2016, Green Eletron meets the demand for alternatives for the collection and proper treatment of end-of-life electronics in compliance with the National Solid Waste Policy, Law 12.305 / 10.*

*Created a collective system for reverse logistics of its members, from collection to the sending of electronic waste to recyclers, responsible for transforming it into raw material for the manufacture of new products. Industries and importers of consumer electronics and batteries are associated.*

*Three models of collectors for the trade were shown by Henry. Established by PNRS, the Sector Agreement provides that manufacturers must collect 17% by weight of electronics placed on the national market. And they must create 5,000 delivery points in 400 Brazilian cities.*



Henrique Mendes, gerente de sustentabilidade da Abinnee - Green Eletron  
Henrique Mendes - Abinnee Sustainability Manager - Green Eletron



# AS OPORTUNIDADES ESTÃO NO AR!

Mercado de ar-condicionado e ventilação nunca esteve tão aquecido.

Quase

## 90%

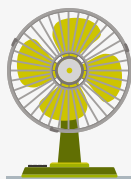
do faturamento de ares-condicionados vêm do segmento Split.



No canal on-line, aparelhos com tecnologia

## Inverter

já são os mais importantes dentro do segmento Split.



Em janeiro de 2019, foram vendidos quase

## 3 milhões de ventiladores

Para as categorias de ventilação e ar-condicionado, a **sazonalidade** 2018 - 2019 foi a **maior registrada** em nosso histórico.



## VALOR AGREGADO IMPULSIONA RECEITA DE BENS DURÁVEIS

Levantamento da GfK, apresentado na 14ª Eletrolar Show, revela crescimento na venda de produtos premium em todas as categorias.

### VALUE ADDED BOOSTS DURABLE GOODS REVENUE

*GfK survey, presented at the Eletrolar Show & Latin American Electronics 2019, reveals growth in the sale of more premium products in all categories.*



**N**a Eletrolar Show, a GfK apresentou os números do primeiro semestre relativos ao mercado brasileiro de eletroeletrônicos. Detalhado pelo diretor Rui Agapito, o estudo mostrou que houve crescimento de 8% em faturamento no resultado acumulado nos seis primeiros meses de 2019 ante o mesmo período de 2018. A previsão para este ano é que o mercado registre alta de 5%.

Os produtos premium puxaram o aumento da receita. “Em telefonia, o gasto médio de R\$ 950 em smartphones, no primeiro quadrimestre de 2018, subiu para mais de R\$ 1.100 no mesmo período de 2019. Cresceram as vendas de aparelhos com maior número de câmeras, telas maiores, mais tecnologia e preços médios mais altos”, contou Rui. No primeiro semestre, a receita gerada pelas vendas de smartphones com telas de 5,5” ou mais e capacidade de armazenamento a partir de 64 GB cresceu 121%, em comparação com o mesmo período de 2018.

**A**t the Eletrolar Show & Latin American Electronics, GfK presented the numbers of the first semester for the Brazilian electronics market. Detailed by director Rui Agapito, the study showed that there was a growth of 8% in revenues in the accumulated result in the first six months of 2019 compared to the same period of 2018. The prediction for this year is for the market to rise by 5%.

Premium products drove the increase in revenue. “In telephony, the average spending of BRL 950 on smartphones in the first quarter of 2018 rose to over BRL 1,100 in the same period of 2019. Sales of handsets with more cameras, bigger screens, more technology and higher average prices have grown,” said Rui. In the first semester, revenue from sales of smartphones with 5.5” or larger screens and storage capacity starting at 64 GB grew 121% compared to the same period in 2018.



Rui Agapito, diretor da GfK  
Rui Agapito, director of GfK



Fotos: Arquivo / Photos: Archive

Na linha branca, o crescimento de 12,7% se deveu aos itens premium. A lava e seca teve alta de 20% em receita, e o refrigerador com duas portas ou freezer na parte inferior registrou salto de 53%. Os fogões tradicionais vêm perdendo espaço para o cooktop, consolidando a tendência da cozinha gourmet, difundida pelos programas de culinária na televisão. “Para confirmar essa tendência de gourmetização, na categoria dos eletroportáteis, a batedeira planetária e as máquinas de café cresceram muito acima da média”, disse Rui.

### ELETRÔNICOS E TI

No ano pós-Copa do Mundo, os televisores experimentaram queda de 1,4%. Por outro lado, cresceram acima da média as vendas de aparelhos com telas maiores e mais definição, em relação aos chamados de entrada (até 32”). No caso dos modelos 4K, a GfK apurou alta de 19% na receita gerada pelas vendas desses aparelhos.

Em informática, os notebooks ultrafinos, de 18 mm, produtos premium, viram suas vendas subirem 50%. “O setor de informática, como um todo, cresceu 2% de janeiro a junho de 2019, frente aos primeiros seis meses de 2018, confirmando que o consumidor brasileiro está, de fato, mais exigente e inclinado a adquirir produtos com mais qualidade, tecnologia e recursos”, finalizou o diretor da GfK.

### VENDAS DIGITAIS

No primeiro semestre de 2019, as vendas de bens duráveis por meio do e-commerce cresceram 21%, segundo o levantamento da empresa de pesquisas GfK. O comércio eletrônico respondeu por 38% das vendas de itens de informática, 22% de eletrônicos, 21% de linha branca, 20% de telefonia e 19% de portáteis. ☑

*In the white line (home appliances such as refrigerator, stove, microwave and freezer), the 12.7% growth was due to premium items. Washing machines were up 20 percent in revenue, and the two-door refrigerator or freezer at the bottom jumped 53 percent. Traditional stoves have been losing ground to the cooktop, consolidating the trend of gourmet kitchen, widespread by cooking shows on television. “To confirm this trend toward gourmetization, in the small appliances category, the planetary mixer and coffee machines have grown far above average,” said Rui.*

### ELECTRONICS AND IT

*In the post-World Cup year, televisions experienced a 1.4% drop. On the other hand, sales of TVs with larger and more defined screens grew above average compared to incoming calls (up to 32”). In the case of 4K models, GfK recorded a 19% increase in revenue generated by sales of these devices.*

*In computing, premium 18mm ultra-thin laptops saw their sales rise 50%. “The IT industry as a whole grew by 2% from January to June 2019, compared to the first six months of 2018, confirming that the Brazilian consumer is, in fact, more demanding and inclined to purchase more quality products, technology and resources,” concluded the director of GfK.*

### DIGITAL SALES

*In the first half of 2019, sales of durable goods through e-commerce grew 21 percent, according to a survey by research firm GfK. E-commerce accounted for 38% of sales of computer items, 22% of electronics, 21% of the white line, 20% of telephony and 19% of laptops. ☑*

# COMPRADORES CONFIAM EM VENDAS MAIS ALTAS NESTE SEMESTRE

Evolução dos produtos, oferta de novidades e datas fortes para o comércio estimulam o consumo.

## **BUYERS RELY ON HIGHER SALES THIS SEMESTER**

*Product developments, innovations, and strong dates for trade stimulate consumption.*



Fotos: Arquivo / Photos: Archive

**B**oa parte dos compradores brasileiros acredita em alta de até 30% nas vendas neste semestre, apesar de o desempenho do comércio nos últimos 12 meses ser classificado por eles como fraco. Eles preveem uma recuperação do consumo, tanto que, na 14ª Eletrolar Show, muitos fizeram pedidos mais volumosos na comparação com a edição anterior, até pela maior facilidade que encontraram nas negociações.

Considerada vitrine do mercado pelos compradores, a feira teve lançamentos em todas as áreas, incluindo inteligência artificial para a casa conectada, televisores smart de altíssima resolução e altas polegadas, robôs, acessórios para celular, incluindo carregadores de indução e turbo, e máquina de cortar película. A presença da Xiaomi impactou positivamente muitos compradores.

A demanda reprimida, a evolução dos produtos e as grandes datas estimulam as vendas, disseram os compradores, ressaltando, porém, que o atendimento tem que ser muito especial para cativar o consumidor. Hoje, o consumidor pensa duas vezes antes de comprar. Escolher os produtos nem sempre é muito fácil, comentaram os compradores, devido à grande quantidade de opções.

**M**ost Brazilian buyers believe that sales will rise by up to 30% this semester, although trade performance over the past 12 months is weak according to them. They expect a rebound in consumption, so much so that, at the Eletrolar Show & Latin American Electronics, many made larger orders compared to the previous edition, to some extent for the ease they found in negotiations.

Considered a market showcase by buyers, the show had launches in every area, including artificial intelligence for connected houses, wide high-resolution smart TVs, robots, cell phone accessories including induction and turbo chargers and a film cutter machine. Xiaomi's presence positively impacted many buyers.

Repressed demand, product developments and big dates boost sales, buyers said, but emphasized that service needs to be very special to captivate consumers. Today, consumers think twice before buying. Choosing products is not always very easy, buyers commented, because of the large number of options.



Sérgio Rech, presidente de Lojas Becker  
Sérgio Rech, president of Lojas Becker

## OS TEMPOS MUDARAM

Foi-se a época em que bastava apenas usar o tino comercial para equipar uma loja, contaram os compradores ouvidos na feira. Hoje, um bom profissional só deve ir a campo conhecendo suas planilhas e o comportamento do seu consumidor e da concorrência. Deve, também, buscar muita informação para transmitir aos vendedores, uma vez que o consumidor atual, na maior parte das vezes, já sabe tudo sobre o produto quando chega à loja.

“Antigamente, o comprador atuava com o seu tino porque não dispunha de relatórios complexos, mas agora a situação é diferente. Ele precisa estar sempre bem informado sobre tecnologia, pois a evolução é constante”, disse Sérgio Rech, diretor de compras de Lojas Becker, um dos maiores grupos do Sul do País, que tem 250 lojas no Rio Grande do Sul, Paraná e Santa Catarina.

Na feira, chamaram a atenção do diretor de compras os lançamentos atrelados à inteligência artificial e os televisores com telas de altas polegadas. Neste semestre, quando projeta crescimento de 10% nas vendas, Sérgio aposta em boas vendas dos produtos de ventilação e refrigeração devido ao calor, como ventiladores e aparelhos split de ar-condicionado.

### TIMES HAVE CHANGED

*The days when you just had to use your business judgement to equip a store are gone, buyers said at the trade fair. Today, good traders should only go to the field knowing their spreadsheets and their consumer, and competitor's behavior. They should also research a lot to pass on the information to sellers, as the current consumer, for the most part, already knows everything about the product when it arrives at the store.*

*"In the past, the buyer acted with their tact because they did not have complex reports, but now the situation is different. They always need to be knowledgeable about technology, because evolution is constant," said Sérgio Rech, the President of Lojas Becker, one of the largest groups in the southern, with 250 stores in Rio Grande do Sul, Paraná, and Santa Catarina.*

*At the trade fair, the releases linked to artificial intelligence and televisions with larger screens caught the President's attention. This year, expecting sales growth of 10%, Sérgio is betting on good sales of ventilation and cooling products due to heat, such as fans and split air conditioners.*

## SEMPRE ALERTA

“O comprador tem que sair da cadeira e buscar informação. Às vezes, o cliente tem muito mais conhecimento do que a gente. Ficar parado significa estagnação”, disse Celso Ricardo Szesz, gerente de operações comerciais e compras de Lojas MM, rede com 220 unidades no Paraná, Santa Catarina, Mato Grosso do Sul e São Paulo, e visitante assíduo da feira. “É uma vitrine muito boa, todo ano nos surpreende, e nela fazemos networking.”

Na feira, ele aprovou os televisores 8k e os lançamentos de telefonia, com novas marcas. “Geram uma boa competição no mercado interno”, disse Celso, que espera aumento das vendas de televisores e da linha gamer. Além das lojas físicas, a rede atua no atacado e, há 11 anos, no e-commerce. “A parceria com outras plataformas é importantíssima”, destacou Celso Ricardo. No varejo físico, móveis, eletros e linha branca são os mais vendidos. O canal online vende mais linha branca e celular.

Diretor da IFix Tecnologia, que tem sete lojas em Belém (PA), Hiago Gabriel contou que fechou muitos negócios na feira e está otimista. “Acredito em vendas 30% maiores até o Natal sobre o mesmo período de 2018.” O executivo elogiou a qualidade e durabilidade dos produtos, como os cabos de dados com metal e cobre. “São mais caros, mas o consumidor prefere. Hoje, ele também investe em película para proteger mais o seu smartphone.”

### ALWAYS ALERT

*"The buyer has to get out of their chair and seek information. Sometimes the customer has a lot more knowledge than we do. Staying still means stagnation," said Celso Ricardo Szesz, commercial operations and purchase manager of Lojas MM, a retail chain with 220 units in Paraná, Santa Catarina, Mato Grosso do Sul and São Paulo, and a frequent visitor of the fair. "It's a very good showcase, it surprises us every year, and we do some networking there."*

*At the trade fair, he approved 8k televisions and new phone launches, with new brands. "They generate good competition in the domestic market," said Celso, who expects increased sales of televisions and the gamer line. In addition to physical stores, the retail chain operates in wholesale and, for 11 years, in e-commerce. "Partnership with other platforms is very important," said Celso Ricardo. In physical retail, furniture, consumer electronics and white goods are the most sold. The on-line channel sells more white goods and cell phones.*

*Director of IFix Tecnologia, which has seven stores in Belém (PA), Hiago Gabriel, said he closed many deals at the fair and is optimistic. "I expect 30% higher sales over the same period in 2018 until Christmas." He praised the quality and durability of products, such as metal and copper data cables. "They are more expensive, but the consumer prefers it. Today, they also invest in film to further protect their smartphones."*



Celso Ricardo Szesz, gerente de Lojas MM  
Celso Ricardo Szesz, manager of Lojas MM



Hiago Gabriel, diretor da IFix Tecnologia  
Hiago Gabriel, director of IFix Tecnologia



Diego de Souza Ferreira, comprador da Casa e Vídeo  
 Diego de Souza Ferreira, buyer of Casa e Vídeo

## VALOR DAS NOVIDADES

Comprador da rede Casa e Vídeo, com 100 lojas, a maior parte no Rio de Janeiro e as demais no Espírito Santo e em São Paulo, Diego de Souza Ferreira gostou de ver a Xiaomi na feira. "Foi uma grata surpresa. É uma marca nova no mundo do celular. A gente vem à feira para entender a perspectiva de produto dos fabricantes, as tendências de mercado e as oportunidades de negócios", disse ele, que também se interessou pelos carregadores por indução.

Por necessidade da profissão, o comprador precisa se atualizar frequentemente. Assim é importante que esteja próximo do fabricante, observou Diego, que este ano fez bons negócios e em número superior aos da edição anterior da feira. "Ela evoluiu bastante, e as marcas estavam mais preparadas para novos negócios. A feira tem de ser um misto destes dois cenários: apresentar o produto e proporcionar negócios", observou.

Dono da Discultura, maior loja de Itaberaba, no interior da Bahia, Gervison Queiroz vende, em 6.000 m<sup>2</sup>, eletroportáteis, eletrônicos, linha branca e informática, incluindo telefonia e computadores. "Para alavancar as vendas da linha de informática, estamos entrando no mercado online e colocaremos os produtos em marketplaces", contou ele na feira. Seu princípio é que o bom profissional compra bem quando consegue melhor custo e prazo alongado, e entende, ainda, as necessidades do consumidor.

## VALUE OF THE NEWS

Buyer of Casa e Vídeo retail chain, with 100 stores, mostly in Rio de Janeiro and the others in Espírito Santo and São Paulo, Diego de Souza Ferreira appreciated seeing Xiaomi at the fair. "It was a pleasant surprise. It is a new brand in the cell phone world. We come to the trade fair to understand manufacturers' product perspectives, market trends and business opportunities," he said, that was also interested in induction chargers.

Due to the need of the profession, the buyer needs to update frequently. So, it is important to be close to the manufacturer, noted Diego, who this year made good deals, larger than the previous edition of the trade fair. "It evolved a lot, and brands were better prepared for new business. The trade fair has to be a mix of these two scenarios: presenting the product and providing business," he noted.

Owner of Discultura, the largest store in Itaberaba, in the interior of Bahia, Gervison Queiroz sells, on 6,000 m<sup>2</sup>, small appliances, consumer electronics, white goods, including cell phones and computers. "To leverage sales of the computer line, we are entering in the online market and will put the products in marketplaces," he said at the trade fair. His principle is that a good buyer purchases well when there are better cost and longer term, and also understands the needs of the consumer.



Gervison Queiroz, presidente da Discultura  
 Gervison Queiroz, president of Discultura

## ONLINE AQUECIDO

Com 90 lojas físicas no Estado do Rio Grande do Sul, a rede taQi atua também com e-commerce próprio e em marketplaces. "As vendas online estão bem mais aquecidas do que as das lojas físicas. Elas vêm apresentando um crescimento bastante satisfatório", afirmou o comprador da rede, Thiago Gilberto Paulo dos Santos.

O portfólio da empresa é formado por diversas categorias de eletrodomésticos, eletrônicos, telefonia e climatização. "Neste semestre, apostamos bastante nas linhas gamer. Acreditamos que as vendas desse segmento seguirão crescendo, tanto que estamos investindo nele mais a fundo", disse Thiago, que prevê, em 2019, crescimento de 10% dos negócios em cada canal em relação ao ano passado.

A Tecnovos, que tem três lojas físicas em Natal (RN) e há seis anos está no e-commerce, trabalha com 25 categorias de produtos e acredita no bom desempenho de celulares e itens de informática. "Esperamos ampliar as vendas neste semestre, e a principal aposta é em eletrônicos. A expectativa é que a procura seguirá aquecida até o final do ano", contou o presidente da empresa, Dênis Alves da Silva, que esteve na feira em busca de lançamentos e novos fornecedores.

## ONLINE SALES ARE MORE ACTIVE

With 90 physical stores in the state of Rio Grande do Sul, the taQi retail chain also operates its own e-commerce and marketplaces. "Online sales are much more active than those of physical stores. There has been quite satisfactory growth," said the network buyer, Thiago Gilberto Paulo dos Santos.

The company's portfolio consists of several categories of home appliances, consumer electronics, cell phones and air conditioning. "This semester, we bet a lot on the gamer lines. We believe that sales in this segment will continue to grow, so much so that we are investing more deeply in it," said Thiago, who expects, in 2019, sales growth of 10% in each channel compared to last year.

Tecnovos, which has three physical stores in Natal (RN) and has been in e-commerce for six years, works with 25 product categories and believes in the good performance of cell phones and computer items. "We expect to increase sales this semester, and the main bet is on consumer electronics. The expectation is that demand will keep getting warmer until the end of the year," said the company's President, Dennis Alves da Silva, who was at the trade fair in search of launches and new suppliers.



Thiago Gilberto Paulo dos Santos, comprador da taQi  
 Thiago Gilberto Paulo dos Santos, buyer of taQi



Dênis Alves da Silva, presidente da Tecnovos  
 Dênis Alves da Silva, president of Tecnovos



Ygor dos Santos, analista da Rede Cellairis

Ygor dos Santos, analyst of Rede Cellairis

## ITENS FORTES

Na categoria de acessórios mobile, película e capa são itens fortes. “Antes, as pessoas não investiam tanto neles, mas agora sim, até porque têm mais valor agregado. Além disso, trocar a tela do celular ficou muito caro”, destacou Ygor dos Santos, analista de compras da Rede Cellairis, que tem 50 lojas no Rio de Janeiro, São Paulo, Santa Catarina, Paraná e Minas Gerais. Ele foi à feira para conhecer novas empresas e produtos e rever parceiros.

O comprador Pedro Paulo Toledo, da Mobiliadora Novo Lar, que tem 34 lojas nos Estados de Minas Gerais e Espírito Santo, visitou a Eletrolar Show pela primeira vez e confessou ter ficado “deslumbrado” com o que viu. Em sua opinião, as vendas deste semestre deverão se concentrar em geladeiras e televisores. “Serão os mais vendidos, e nossa expectativa é de incremento de 5% em relação ao ano passado.”

Também do Espírito Santo, a Cachoeiro Eletro, que vende linhas branca e marrom, eletroportáteis, informática e telefonia, visitou a feira, como faz há seis anos. “Sempre à procura de novidades, tecnologias, lançamentos e para ver para onde caminha o varejo”, disse Jorge Luiz Chamon, sócio-diretor. Com duas lojas, em Cachoeiro do Itapemirim e Marataízes, ele fechou negócios na Eletrolar Show. “É a oportunidade de negociar direto com quem fabrica ou distribui. Isso facilita muito, a negociação é melhor.”

## STRONG ITEMS

*In the mobile accessory's category, film, and case are strong items. "Before, people didn't invest so much in it, but now they do, because they add more value. In addition, changing the cell phone screen became very expensive," said Ygor dos Santos, the purchasing analyst at Cellairis Network, with 50 stores in Rio de Janeiro, São Paulo, Santa Catarina, Paraná and Minas Gerais. He went to the trade fair to meet new companies and products and review partners.*

*The buyer Pedro Paulo Toledo from Mobiliadora Novo Lar, which has 34 stores in the states of Minas Gerais and Espírito Santo, visited the Eletrolar Show & Latin American Electronics for the first time and confessed being "impressed" by what he saw. In his opinion, sales this semester should focus on refrigerators and televisions. "It will be the best sellers, and our expectation is an increase of 5% compared to last year."*

*Also, from Espírito Santo, Cachoeiro Eletro, which sells white and brown goods, small appliances, computers, and cell phones, visited the fair, as they have done for six years. "Always looking for news, technologies, launches and to see where retail is heading," said Jorge Luiz Chamon, managing partner of the company. With two stores, in Cachoeiro do Itapemirim and Marataízes, he closed deals at the Eletrolar Show & Latin American Electronics. "It is the opportunity to negotiate directly with those who manufacture or distribute. This makes it a lot easier; the negotiation is better."*



Pedro Paulo Toledo, comprador da Novo Lar

Pedro Paulo Toledo, buyer of Novo Lar



Jorge Luiz Chamon, sócio-diretor da Cachoeiro Eletro

Jorge Luiz Chamon, managing partner of Cachoeiro Eletro

## BOAS PERSPECTIVAS

Com atuação unicamente digital, via e-commerce próprio e em marketplaces de grandes varejistas, a MegaMamute Comércio Eletrônico comercializa 5 mil itens, entre eletrônicos, informática, telefonia, eletrodomésticos e eletroportáteis. “Atualmente, a categoria mais aquecida em vendas é a de televisores, responde por 70% do faturamento”, disse o comprador Jonatas Luiz de Almeida. No primeiro semestre, a empresa faturou R\$ 250 milhões, alta de 80% sobre o mesmo período de 2018.

A confiança da companhia está assentada na Black Friday, no Natal e no pagamento do 13º salário, informou Jonatas, que por muitos anos trabalhou em loja física. “No e-commerce, a dinâmica de vendas é bem mais acelerada e muito dependente de boa divulgação, preço certo e bom valor de frete.”

Boas vendas também é a aposta de Márcio Souza, proprietário da Distribuidora RioCell, estabelecida no Rio de Janeiro. “Nossa expectativa é bem positiva, acreditamos em aumento de 30% nas vendas de acessórios ligados à telefonia, neste semestre. É uma tendência.”

## GOOD PERSPECTIVES

*Operating exclusively in online market, via its own e-commerce and in marketplaces of major retailers, MegaMamute Comércio Eletrônico sells 5,000 items, including consumer electronics, computers, cell phones, large and small home appliances. "Currently, the hottest category in sales is the television, accounting for 70% of revenues," said the buyer Jonatas Luiz de Almeida. In the first half, the company earned BRL 250 million, 80% higher than the same period of 2018.*

*The company is trusting on Black Friday, Christmas and the 13th salary payment, said Jonatas, who worked in a physical store for many years. "In e-commerce, the sales dynamics are much faster and very dependent on good disclosure, right price, and good shipping value."*

*Good sales are also the bet for Márcio Souza, owner of the Distribuidora RioCell, established in Rio de Janeiro. "Our expectation is very positive; we believe in a 30% increase in sales of cell phone accessories this semester. It's a trend."*



Jonatas Luiz de Almeida, comprador da MegaMamute

Jonatas Luiz de Almeida, buyer of MegaMamute



Márcio Souza, proprietário da RioCell  
Márcio Souza, owner of RioCell

Fotos: Arquivo / Photos: Archive



Janaina Meneses, compradora do Grupo Angeloni

Janaina Meneses, buyer of Grupo Angeloni

## APOSTA EM PRODUTOS

Compradora de eletroportáteis do Grupo Angeloni, que conta com 26 lojas físicas no Paraná e em Santa Catarina e atua também no e-commerce, Janaina Meneses acredita que aspiradores de pó e máquinas de café espresso serão os produtos mais procurados pelos consumidores neste semestre. "Os blenders deverão vender bem."

Comprar e vender em alinhamento com o mercado é o que o comprador precisa fazer para não ficar com excesso de estoque, diz ela, que está na profissão há 11 anos. "Hoje, as negociações são mais difíceis. Há muitos players brigando para ver quem tem o melhor preço. O comprador também precisa ter feeling comercial e se relacionar muito bem."

A expectativa de vendas é positiva neste semestre também para capas, carregadores e películas, contou Leilane Toffoli, sócia de Capinhas Fofas, que tem três lojas no Estado da Bahia e há oito anos está no e-commerce, onde a empresa começou. Atua, também, no marketplace. "Na feira, fechamos bons negócios, estreitamos os laços com as empresas com as quais já tínhamos contato e ampliamos o leque de fornecedores."

## PRODUCT BETTING

Janaina Meneses' Grupo Angeloni buyer of small appliances believes that vacuum cleaners and espresso machines will be the most sought-after products by consumers in this semester. "Blenders should sell well." The group has 26 physical stores in Paraná and Santa Catarina and also operates in e-commerce.

Buying and selling in line with the market is what the buyer needs to do to avoid being overstocked, she says, who has been in the profession for 11 years. "Today, negotiations are more difficult. There are a lot of players fighting over who has the best price. The buyer also needs to have a business feeling and have good relationships."

Sales expectations are positive this semester also for cases, chargers and films, said Leilane Toffoli, the partner of Capinhas Fofas, which has three stores in the state of Bahia and has been in e-commerce for eight years, where the company started. It also acts in the marketplace. "At the trade fair, we closed good deals, strengthened relationships with the companies we already had contact with, and expanded the range of suppliers."



Leilane Toffoli, sócia de Capinhas Fofas

Leilane Toffoli, partner of Capinhas Fofas

## EXPECTATIVA OTIMISTA

Lojas Volpato, que tem 43 unidades físicas e está iniciando a operação de e-commerce próprio, atua nos Estados do Rio Grande do Sul e Santa Catarina com toda a linha de eletrodomésticos, telefonia, som, imagem e móveis. A rede está otimista para este semestre, disse Lenirce Agostinnetto, gerente de compras. "As linhas de telefonia e eletroeletrônicos estão aquecidas, e este movimento deve se intensificar. Esperamos crescimento consolidado de 10% em 2019 ante 2018."

A empresa esteve na Eletrolar Show com o objetivo de prospectar novas oportunidades de negócios, buscar lançamentos e conhecer fornecedores. Gostou do resultado e da estrutura da feira. "É um evento que deve ser visitado por todos os que atuam no mercado de eletroeletrônicos", considerou Lenirce.

Com oito lojas em Brotas (SP) e atuação no e-commerce, o Marciú's Magazine trabalha com móveis, eletrodomésticos e presentes. "As lojas físicas vendem mais, mas a virtual ajudou muito alguns produtos. Talvez daqui a 10 anos ocorra o contrário", disse o diretor da empresa, Márcio Levoratto, que acredita no feeling de comprador. "Mas ele precisa ficar muito antenado para os produtos não encaharem. Hoje é difícil, os modelos mudam muito rápido, e é importante saber para quem ele está comprando."

Lojas Volpato, which has 43 physical stores and is starting its own e-commerce operation, operates in the states of Rio Grande do Sul and Santa Catarina with all lines of appliances, cell phones, sound, image and furniture. The network is optimistic for this semester, said Lenirce Agostinnetto, purchasing manager. "The cell phone and consumer electronics lines are warm, and this movement should intensify. We expect consolidated growth of 10% in 2019, compared to 2018."

The company was at the Eletrolar Show & Latin American Electronics to prospect new business opportunities, seek launches and meet suppliers. They liked the result and the structure of the trade fair. "It is an event that should be visited by everyone who works in the consumer electronics market," reported Lenirce.

With eight stores in Brotas (SP) and acting in e-commerce, Marciú's Magazine works with furniture, home appliances and gifts. "Physical stores sell more, but the virtual ones helped a lot of products. Maybe in 10 years the opposite will happen," said the director of the company, Márcio Levoratto, who believes in the feeling of the buyer. "But they need to be very alert for products not to pile up. Today is difficult, models change very fast, and it's important to know who they're buying for."



Lenirce Agostinnetto, gerente de Lojas Volpato

Lenirce Agostinnetto, manager of Lojas Volpato



Márcio Levoratto, diretor do Marciú's Magazine

Márcio Levoratto, director of Marciú's Magazine



Ronaldo Moreira, sócio-proprietário da Rede Morelar

Ronaldo Moreira, co-owner of Rede Morelar

## CRISE NO FIM

A Rede Morelar, que tem 10 lojas e um centro de distribuição no Espírito Santo e trabalha com telefonia, eletrodomésticos e eletroeletrônicos, acredita que as vendas do segundo semestre serão melhores do que as do primeiro. “A crise começa a demonstrar que está no fim”, disse o sócio-proprietário, Ronaldo Moreira.

Dos produtos, os mais procurados são os celulares. “Eles são essenciais para o consumidor, mas a linha branca e os eletroportáteis também registram boas vendas”, contou Ronaldo, que foi à feira à procura de negócios e produtos. “A Eletrolar Show é primordial.”

Especializada em itens de áudio e acessórios para celular, a HR, de São José dos Campos (SP), opera no físico e no virtual. “As vendas do e-commerce representam 50% do nosso faturamento”, disse o dono, Hélio César. Para ele, a facilidade de o consumidor pesquisar preços dentro da loja estimula as vendas online. “Está mais difícil o varejo de balcão concorrer com o e-commerce, este tem custos menores.”

## CRISIS IN THE END

Rede Morelar, which has 10 stores and a distribution center in Espírito Santo and works with cell phones, home appliances and consumer electronics, believes sales in the second semester will be better than those in the first. “The crisis is beginning to show that it is over,” said the co-owner Ronaldo Moreira.

From the products, the most sought are cell phones. “They are essential for the consumer, but the white goods and the small appliances also have good sales,” said Ronaldo, who went to the trade fair looking for business and products. “The Eletrolar Show & Latin American Electronics is fundamental.”

Specialized in audio items and mobile accessories, HR, from São José dos Campos (SP), operates in physical and online stores. “E-commerce sales represent 50% of our revenues,” said the owner Hélio César. For him, the ease of consumers researching prices within the store stimulates online sales. “It is harder for physical retail compete with e-commerce, which has lower costs.”



Hélio César, dono da HR

Hélio César, owner of HR

## GAMER EM ALTA

Rede de varejo no segmento de informática, com 13 lojas físicas no Rio Grande do Sul, a Digimer Produtos de Informática opera com e-commerce e televendas e está confiante nas vendas deste semestre. “Principalmente do segmento gamer, que está muito aquecido, e dos cartuchos de impressoras, nosso carro-chefe”, disse a compradora Aline Duarte.

A empresa mantém uma parceria muito forte com seus fornecedores, que, muitas vezes, ajudam-na a fazer uma escolha que seja a mais assertiva possível. Na hora de comprar linha gamer, acrescenta os jovens ao diálogo, conta Aline. “Já fiz compra com feedback de adolescentes e deu muito certo. Precisamos estar sempre preparados e atualizados.”

Com 11 lojas no interior da Bahia, Thalisson Alves dos Santos, sócio da Rede Casa Ramalho, cujo foco é computação, celular e áudio, comprou na feira 30% a mais do que no ano passado. “A Eletrolar Show é a melhor vitrine que eu conheço, acompanha sempre a tecnologia. O comprador, hoje, deve ter cautela, pois o faturamento começa na hora da compra. Só assim podemos vender melhor.”

## GAMER ON THE RISE

Retail network in the computer segment, with 13 physical stores in Rio Grande do Sul, Digimer Produtos de Informática operates with e-commerce and telesales, and is confident in sales this semester. “Especially from the gamer segment which is very active and our flagship printer cartridges,” said the buyer Aline Duarte.

The company has a very strong partnership with its suppliers, which often help them make a choice that is as assertive as possible. When buying gamer line, the young people are added to the dialogue, says Aline. “I already made a purchase with feedback from teenagers and it worked very well. We need to always be prepared and updated.”

With 11 stores in the interior of Bahia, Thalisson Alves dos Santos, partner of the Rede Casas Ramalho, which focus is computer, cell phones and audio, bought 30% more than last year at the fair. “The Eletrolar Show & Latin American Electronics is the best showcase I know, always following the technology. The buyer, today, should be cautious, as billing begins at the time of purchase. Only then we can sell better.”



Aline Duarte, compradora da Digimer  
Aline Duarte, buyer of Digimer



Thalisson Alves dos Santos, sócio de Casas Ramalho  
Thalisson Alves dos Santos, partner of Casas Ramalho

Fotos: Arquivo / Photos: Archive

## NOVO CAMINHO

Há cinco meses, um grupo de varejistas da Bahia e de Pernambuco, representante de 44 lojas no total, se uniu para criar a Rede Casa. Para esta rede de compras, criaram um único CNPJ. Juntos, negociam produto, valor e transporte, conforme a região e o perfil do público consumidor.

“Foi a forma que encontramos para sair da posição de desvantagem frente às grandes redes”, disse Luciano Cavalcante Leal, da Eletroleo, que vende linha branca e eletroportáteis. “Todos crescemos em média 20% depois da união. Este é o caminho”, afirmou Laércio Nopa Azevedo, da Casa Petrônio. Por enquanto, o grupo atua com lojas físicas, mas já estuda a abertura de um e-commerce na Paraíba, onde o incentivo fiscal é melhor.

Vender 30% a mais neste semestre ante o mesmo período de 2018 é o que espera Carlos Martins, proprietário da Distribuidora Eletroimport, de Porto Alegre (RS), que atende médios e pequenos lojistas. “Hoje, com a gama de ofertas, o comprador precisa conhecer tendências, embalagem e acabamento. Um ponto positivo é a qualidade dos produtos, que melhorou. Chega do descartável.”

Proprietária da Okay Soluções em Tecnologia, em São José do Rio Preto (SP), Danielle Singolani comprou na feira 20% a mais de acessórios em relação à edição anterior. “Esses produtos vendem, as pessoas utilizam muito o celular e querem evolução em tudo. Novidades slim, com aparelhos menores e leves, são muito bem-vindas”, disse Danielle. 📱

## NEW WAY

Five months ago, a group of retailers from Bahia and Pernambuco, representing 44 stores in total, came together to create the Rede Casa. For this shopping network, they created a single CNPJ. Together, they negotiate product, value and transportation, according to the region and the profile of the consuming public.

“It was the way we found to get out of the disadvantage position against the big networks,” said Luciano Cavalcante Leal of Eletroleo, which sells white goods and small appliances. “We all grew an average of 20% after the union. This is the way,” said Laércio Nopa Azevedo of Casa Petrônio. For now, the group operates with physical stores, but is already studying the opening of an e-commerce in Paraíba, where the tax incentive is better.

Selling 30% more this semester compared to the same period of 2018 is what Carlos Martins expects, owner of the Distribuidora Eletroimport, Porto Alegre (RS), which serves medium and small retailers. “Today, with the range of offerings, the buyer needs to know trends, packaging and finishing. A plus point is the quality of the products, which has improved. Enough of the disposable products.”

Owner of Okay Soluções em Tecnologia, in São José do Rio Preto (SP), Danielle Singolani bought at the trade fair 20% more accessories than the previous edition. “These products sell, people use their cell phones a lot and they want evolution in everything. Slim news, with smaller and lighter devices, is very welcome,” said Danielle. 📱



Luciano Cavalcante Leal, da Eletroleo  
Luciano Cavalcante Leal, of Eletroleo



Carlos Martins, proprietário da Eletroimport  
Carlos Martins, owner of Eletroimport



Danielle Singolani, proprietária da Okay  
Danielle Singolani, owner of Okay

Fotos: Arquivo / Photos: Archive





# Uma plataforma de negócios líder mundial para a próxima geração de eletrônicos

Faça conexões com os principais desenvolvedores de tecnologia, fornecedores e start-ups inovadoras na **HKTDC Hong Kong Electronics Fair (Autumn Edition) 2019!**

**3,740+ expositores**

**63,500+ compradores**

## Zonas específicas

- **Hall of Fame** exposição de mais de 550 marcas globais
- **Tech Hall** grupos de tecnologias inteligentes divididos em 6 zonas, incluindo:
  - Impressão 3D
  - I.A. & Aparelhos com Reconhecimento de Voz
  - Robótica & Tecnologias Automatizadas
  - Tecnologias inteligentes
  - Start-ups
  - Realidade Virtual
- **Outras zonas importantes**
  - Produtos Audiovisuais
  - Acessórios Eletrônicos
  - Eletrônicos voltados aos Cuidados com a Saúde
  - Eletrodomésticos
  - i-World
  - Dispositivos Eletrônicos Vestíveis

## Atividades de alto valor agregado

- Business Matching
- Lançamento e Demonstração de Produtos
- Eventos de Networking
- Diversos Seminários

## Exposição paralela: electronicAsia

Organizada pelo HKTDC e MMI Asia Pte Ltd, a feira é um marketplace de destaque internacional para componentes e tecnologias de fabricação de eletrônicos, incluindo: tecnologia de reprodução de imagem, componentes eletrônicos, teclados & sensores, fontes de energia, Electronic Manufacturing Services (EMS) – serviços voltados para a produção de eletrônicos, equipamentos e teste de inspeção, sensores & tecnologias sem fio e mais.



## Hong Kong Electronics Fair (Autumn Edition)

**Datas da feira: 13 a 16 de outubro de 2019**

**Local: Hong Kong Convention and Exhibition Centre**

**Inscreva-se agora para uma credencial digital gratuita e economize HK\$100!**

[hkelectronicfairae.hktdc.com/ex/pre-reg](http://hkelectronicfairae.hktdc.com/ex/pre-reg)

**Site:** [hkelectronicfairae.hktdc.com/ex/14](http://hkelectronicfairae.hktdc.com/ex/14)

**App:** HKTDC Marketplace

**Admissão:** Apenas para profissionais do setor com idade a partir de 18 anos



**Incentivos de viagem exclusivos para compradores\***

Em caso de dúvidas, contate o escritório do HKTDC em São Paulo através dos e-mails: [gabriel.j.demare@hktdc.org](mailto:gabriel.j.demare@hktdc.org) ou [MarketingBz@hktdc.org](mailto:MarketingBz@hktdc.org).

\*Termos e condições aplicáveis

# BRASIL E CHINA QUEREM AUMENTAR A PARCERIA BILATERAL

Empresas chinesas apresentam produtos com novas funcionalidades e tecnologia de inteligência artificial.

## **BRAZIL AND CHINA WANT TO INCREASE BILATERAL PARTNERSHIP**

*Chinese companies introduce products with new features and artificial intelligence technology.*



A ampliação da parceria entre Brasil e China foi destacada na abertura da Latin American Electronics International Trade Show, que teve a presença de Chen Peijie, cônsul-geral da China em São Paulo; de Hany Chiang, diretor de relações internacionais do Bureau de Desenvolvimento do Comércio Exterior; de Wang Guiging, vice-presidente da Câmara de Comércio da China; de Stephan Salej, representante da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp); e de Carlos Clur, presidente do Grupo Eletrolar.

Este ano marca o 45º aniversário das relações diplomáticas entre Brasil e China, países cujas relações bilaterais superaram a casa dos 100 bilhões de dólares nos últimos tempos. "China e Brasil vêm desenvolvendo uma parceria amistosa, de complementaridade, e vão contribuir para construir um mundo de negócios mais aberto. Uma feira como essa é uma plataforma para promover esse comércio", destacou a cônsul-geral.

O representante da Fiesp afirmou que a China é parceira do desenvolvimento brasileiro e que as exportações para aquele país geram milhares de empregos. A China está construindo uma cadeia produtiva mais completa, investindo em pesquisas e em novos produtos com inteligência artificial, disse o vice-presidente da Câmara de Comércio, Wang Guiging. Carlos Clur, presidente do Grupo Eletrolar, destacou a importância da parceria entre os dois países. Realizada em paralelo à Eletrolar Show, a quinta edição da feira teve a participação de quase 140 empresas chinesas. ©

The expansion of the Brazil-China partnership was highlighted at the opening ceremony of the Latin American Electronics International Trade Show, which was attended by Chen Peijie, China's Consul General in Sao Paulo; Hany Chiang, director of international relations for the Bureau of Foreign Trade Development; Wang Guiging vice-president of the China Chamber of Commerce; Stephan Salej, representative of the Federation of Industries of the State of São Paulo (Fiesp); and Carlos Clur, President of the Grupo Eletrolar.

This year marks the 45th anniversary of diplomatic relations between Brazil and China, countries which bilateral relations have exceeded 100 billion dollars in recent times. "China and Brazil have been developing a friendly, complementary partnership and will contribute to build a more open business world. A trade fair like this is a platform to promote this trade," said the consul general.

The Fiesp representative said that China is a development partner for Brazil and that exports to that country generate thousands of jobs. China is building a more complete supply chain by investing in research and new products with artificial intelligence, said the vice-president of the Chamber of Commerce Wang Guiging. Carlos Clur, President of the Grupo Eletrolar, highlighted the importance of the partnership between the two countries. Held in parallel to Eletrolar Show, the fifth edition of the trade fair was attended by almost 140 Chinese companies. ©

# PROFESSIONAL VISITOR REGISTRATION FOR CIIE ENDS ON SEPT 30

CHINA INTERNATIONAL IMPORT EXPO (NOV 5-10, SHANGHAI)



This is the final call for this year's biggest import-themed exhibition in the world! There will be more than 3,000 global companies exhibiting their latest products. Buyers from overseas firms, government departments, and public institutions are all welcome!

**Make sure your organization applies before Sept 30, as the expo will not accept on-site registrations.**

## Quick Start Guide for Overseas Buyers

To register, please visit [www.ciie.org](http://www.ciie.org), select Business Exhibition - Buyer - Registration, and then fill in the information for your enterprise and the people who will attend the CIIE, then submit the form for approval. If accepted, you will receive an email confirming approval.

**Contact our regional specialists if you have questions regarding the registration.**

Europe: Mr. Huang Xianyi Email: [hxy@sinoexpo.cc](mailto:hxy@sinoexpo.cc)

Asia (excluding Hong Kong, Macao and Taiwan): Ms. Wang Yali Email: [wyl@ciie.org](mailto:wyl@ciie.org)

America: Ms. Zhang Zhiyi Email: [zzy@ciie.org](mailto:zzy@ciie.org)

Oceania and Africa: Ms. Su Xinyi Email: [suxy@ciie.org](mailto:suxy@ciie.org)

Hong Kong, Macao and Taiwan: Mr. Lu Naian Email: [lna@ciie.org](mailto:lna@ciie.org)

# LANÇAMENTOS

## LAUNCHES



Preço sugerido em 02/09/2019: R\$ 449,90.  
Price suggested on 09/02/2019: BRL 449.90.

### ■ BRITÂNIA

#### SELADORA A VÁCUO BSV01

BSV01 VACUUM SEALER

O produto conserva o sabor e os alimentos por mais tempo, informa a Britânia, e é indicado para selar alimentos secos e úmidos. Possui dois níveis de intensidade e trava manual para erguer a tampa após a selagem.

*The product retains flavor and food longer, says Britânia, and is suitable for sealing dry and moist foods. It has two intensity levels and a manual lock to lift the lid after sealing.*

### ■ CADENCE

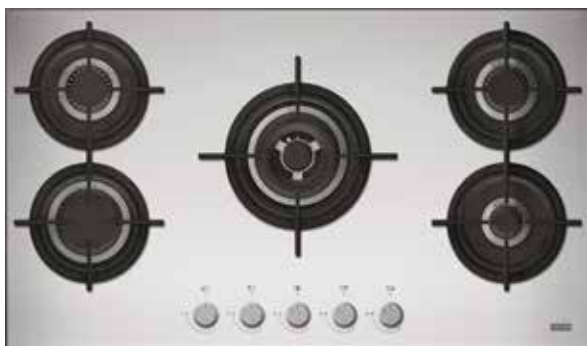
#### MEN BARBER LINE

Máquina de cortar cabelos, a Men Barber Line (CAB205) tem design moderno, leve e ergonômico, cortador de alta precisão, lâminas de aço inoxidável e regulagem para ajuste de altura, que se adequa para um corte mais rente. Vem com nécessaire, quatro pentes que possibilitam cinco alturas de cortes, tesoura, protetor de lâminas e óleo lubrificante.

*The Men Barber Line (CAB205) hair clipper has a modern, lightweight, and ergonomic design, high-precision cutter, stainless steel blades, and height adjustment that fits for a close cut. It comes with a toiletry bag, four combs that allow five heights of cuts, scissors, blade guard, and lubricating oil.*



Preço sugerido em 15/08/2019: R\$ 59,90.  
Price suggested on 08/15/2019: BRL 59.90.



Preço sugerido em 28/08/2019: R\$ 9.999,00.  
Price suggested on 08/28/2019: BRL 9,999.00.

## ■ FRANKE

### COOKTOP CRYSTAL STEEL PRO 90

Possui cinco queimadores flat e é 60% mais eficiente na economia de gás e precisão da chama, destaca a empresa. Conta com um queimador tripla chama de 4.000 W e nanotecnologia aplicada na sua superfície, que facilita a remoção, com apenas um pano úmido, de sujeiras mais difíceis e manchas.

*It has five flat burners and is 60% more efficient in gas savings and flame accuracy, emphasizes the company. It has a triple flame burner of 4,000 W and nanotechnology applied to its surface, which facilitates the removal, with just a damp cloth, of dirt and stains.*

## ■ SAMSUNG

### GALAXY A50

O Galaxy A50 ganhou uma nova versão com capacidade de memória interna ainda maior. Tem Display Infinito com 6.4" Super AMOLED, câmeras traseira e frontal de 25 MP e 4 GB de RAM. A memória interna de 128 GB é expansível até 512 GB, via microSD. Vem com bateria de 4.000 mAh.

*Galaxy A50 has a new version with even larger internal memory capacity. It has a 6.4" Super AMOLED Infinity Display, 25-MP rear, front cameras, and 4 GB RAM. Its 128 GB internal memory is expandable to 512 GB via MicroSD. It comes with a 4,000 mAh battery.*



Fotos: Divulgação / Photos: Disclosure

Preço sugerido em 28/08/2019: R\$ 1.899,00.  
Price suggested on 08/28/2019: BRL 1,899.00.

## ■ VETTI

### SMART HOME KIT

Uma solução completa para segurança e automação, com dispositivos sem fio para controlar e monitorar residências ou empresas, via smartphone ou tablet. O dispositivo de alarme notifica luz acesa, porta e janela ou portão abertos ou fechados. Já o de automação tem comandos para TV, som, ar-condicionado, luz e outros equipamentos.

*A complete solution for security and automation with wireless devices to control and monitor homes or businesses via smartphone or tablet. The alarm device notifies when lights are on, and when door or window or gate are open or closed. Automation has controls for TV, sound, air conditioning, light, and other equipment.*



Preço sugerido em 22/08/2019: R\$ 1.690,00.  
Price suggested on 08/22/2019: BRL 1,690.00.

## 2ª ELECTRONICS HOME ARGENTINA TEM RESULTADOS POSITIVOS

Varejistas, distribuidores, importadores e exportadores conheceram na feira os mais recentes lançamentos da indústria para este fim de ano e concretizaram bons negócios.

### 2<sup>ND</sup> ELECTRONICS HOME ARGENTINA HAS POSITIVE RESULTS

*Retailers, distributors, importers and exporters got to know the latest industry launches for this holiday season and made good deals.*



Fotos: Arquivo / Photos: Archive

A visitação de alto nível e os produtos com muita tecnologia embarcada marcaram a segunda edição da Electronics Home Argentina, realizada de 5 a 7 de agosto, no Centro Costa Salguero, na capital Buenos Aires. Mais de 2.700 profissionais da Argentina e da América Latina participaram da feira, onde conheceram os lançamentos em eletrodomésticos, eletroeletrônicos, telefonia, informática e UD para este fim de ano.

High-level visitation and products with a lot of embedded technology marked the second edition of Electronics Home Argentina, held from August 5 to 7, in the Centro Costa Salguero, in the capital Buenos Aires. More than 2,700 professionals from Argentina and Latin America attended the fair, where they learned about launches in home appliances, consumer electronics, telecoms, computing and housewares for this holiday season.

“Convidamos compradores especializados de toda a região, o que possibilitou criar oportunidades para a formação de novas alianças, melhorar os relacionamentos, fortalecer os laços entre a indústria e o varejo e promover novos negócios”, diz Carlos Clur, presidente do Grupo Eletrolar, organizador da feira, que teve cobertura dos principais meios de comunicação do país.

A Electronics Home Argentina contou também com um congresso, que abordou questões relacionadas ao varejo 4.0 e outros temas, como a adaptação das empresas às novas tecnologias e as mais recentes tendências em pagamentos digitais. A feira contou com o apoio e a expertise do Grupo Eletrolar Brasil, que há 14 anos organiza a Eletrolar Show, reconhecida como a maior feira de negócios de bens de consumo duráveis da América Latina.

*“We invited expert buyers from across the region, which enabled us to create opportunities for new alliances, improve relationships, strengthen industry-retail ties and promote new business,” says Carlos Clur, President of the Grupo Eletrolar and organizer of the fair, which had coverage of the main media of the country.*

*Electronics Home Argentina also hosted a congress that addressed retail 4.0 issues and other topics such as adapting companies to new technologies and the latest trends in digital payments. The fair counted on the support and expertise of the Grupo Eletrolar Brazil, which has organized the Eletrolar Show for 14 years and the Latin American Electronics for five. This fair is recognized as the largest trade fair for durable consumer goods in Latin America.*



## EXPOSITORES E PRODUTOS

Produtos inovadores, smartphones, televisores smart e itens ligados à energia solar foram alguns dos itens apresentados na feira. A Alladio expôs a sua nova lavadora, a Drean Next, dotada da inovadora tecnologia Eco Applied. A TCL apresentou seu novo modelo de celular e uma televisão smart com comando de voz.

Os expositores elogiaram o evento e o maior número de visitantes em relação à edição do ano passado. “Ficamos muito felizes com a feira, foram três dias intensos de bom relacionamento com nossos clientes. Nossas expectativas foram superadas”, disse Sergio Fernández, gerente de vendas da Alladio.

“A organização realmente foi excelente, tivemos um fluxo de público muito bom e profissionais de diferentes lugares”, afirmou Lourdes Soriano, da Soriano Hnos. “A feira foi muito interessante, porque recebemos a visita de clientes importantes”, destacou Sergio Doldan, gerente comercial da Autosal. 📧

## EXHIBITORS AND PRODUCTS

*Innovative products, smartphones, smart TVs and solar-power related items were some of the products featured at the fair. Alladio has unveiled its new washer machine, Drean Next, featuring innovative Eco Applied technology. TCL introduced its new phone model and a smart television with voice command.*

*Exhibitors praised the event and the large number of visitors compared to last year's edition. “We were very happy with the fair, we had three intense days of good relationship with our customers. Our expectations were exceeded,” said Sergio Fernández, Alladio's sales manager.*

*“The organization was really excellent, we had a very good flow of people and professionals from different places,” said Lourdes Soriano of Soriano Hnos. “The fair was very interesting because we received the visit of important customers,” said Sergio Doldan, Autosal's commercial manager. 📧*



Fotos: Divulgação / Photos: Disclosure

## AS EXPECTATIVAS PARA O FECHAMENTO DO ANO

### EXPECTATIONS FOR YEAR END

José Jorge do Nascimento Júnior, presidente da Associação Nacional de Fabricantes de Produtos Eletroeletrônicos - Eletros

*José Jorge do Nascimento Júnior, President of the National Association of Electronic Products Manufacturers – Eletros*

**A** quatro meses do fechamento do ano, da forma mais realista possível, achamos que 2019 apresentará desempenho de 5% a 10% superior ao do ano passado. Poderia ser um número maior, pelo menos era essa nossa expectativa. Mas é preciso reconhecer também que aos poucos a economia vai encontrando seu caminho de retomada. Para o período do final do ano, temos alguns bons motivos para estar animados. Afinal de contas, essa é a melhor parte do exercício para as vendas.

Tivemos como impulsionadora para essa arrancada a Eletrolar Show, muito bem organizada e com participação expressiva de nossos associados. Sentimos muito orgulho ao passear pelo evento e verificar, nas conversas que tivemos, que vivemos um momento de renovação de expectativas.

Além da Eletrolar Show, temos pela frente alguns fatores que devem fazer com que as vendas sejam positivas daqui em diante. Há o pagamento da primeira metade do 13º aos aposentados, o abono do FGTS, o saque do PIS-Pasep por aqueles que têm direito, o movimento em torno da Semana do Brasil, a realização da Black Friday, o 13º de todos os empregados e o Natal, nossa melhor data comercial. Sem contar a redução dos juros dos financiamentos imobiliários, anunciada pela Caixa, que representa novas moradias e novos eletrodomésticos.

Todos esses pontos, bastante positivos, podem dar impulso às compras por parte do consumidor. Além desses fatores tangíveis, há os que mexem com as expectativas, como a esperada aprovação da Reforma da Previdência, o início das discussões da Reforma Tributária, a aprovação da MP da Liberdade Econômica. São fatores que implicam maior confiança de todos na economia e na sua estabilidade e que podem determinar novos investimentos e a geração de postos de trabalho.

Por tudo isso, estou com uma visão muito positiva a respeito do futuro. Aos poucos, a economia está voltando a crescer de forma vigorosa, e os níveis de emprego estão sendo retomados. Queremos entrar em 2020 com outro cenário, sentir que deixamos a crise definitivamente para trás. ☑

**F**our months after the close of the year, as realistically as possible, we expect 2019 to perform 5 to 10 percent over than last year. It could be a larger number, at least that was our expectation. But we must also recognize that the economy is gradually finding its way to recovery. For the end of the year, we have some good reason to be excited. After all, this is the best part of the sales exercise.

*We had as our driver for this start the Eletrolar Show & Latin American Electronics, very well organized and with expressive participation of our associates. We were very proud to walk through the event and verify, in the conversations we had, that we live a moment of renewal of expectations.*

*In addition to the Eletrolar Show & Latin American Electronics, we have some factors ahead that should make sales positive from now on. The first half of the 13th salary is paid to retirees, the FGTS allowance, the PIS-Pasep withdrawal by those entitled, the movement around Brazil Week, the holding of Black Friday, the 13th salary of all employees and Christmas, our best business date. Not to mention the reduction in interest on real estate financing, announced by Caixa, which represents new housing and new appliances.*

*All these very positive points can boost consumer purchases. In addition to these tangible factors, there are those that stir expectations, such as the expected approval of the Social Security Reform, the beginning of the Tax Reform discussions, the approval of the Economic Freedom MP. These factors imply greater confidence in the economy and its stability and may determine new investments and job creation.*

*For all these reasons, I have a very positive outlook on the future. Gradually, the economy is growing back vigorously, and employment levels are resuming. We want to enter 2020 with another scenario, to feel that we have left the crisis behind. ☑*



Foto: Divulgação / Photo: Disclosure

## NEGÓCIOS MAIS LIVRES

### MORE FREEDOM FOR BUSINESSES


Por Kelly Carvalho, assessora econômica da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo - FecomercioSP

*By Kelly Carvalho, Economic Advisor to the Federation of Commerce of Goods, Services, and Tourism of the State of São Paulo - FecomercioSP*

**A**pós muitas alterações, a Medida Provisória nº 881/2019 (MP da Liberdade Econômica) foi votada pelo Senado Federal no fim de agosto, seguindo para a sanção presidencial.

A Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomercioSP) vê como positivas as mudanças trazidas pela MP, que reduzem a burocracia ao diminuir os entraves da legislação, especialmente no campo trabalhista. As propostas, muitas sintonizadas com pleitos da entidade, atendem ao intuito de aprimorar o ambiente de negócios.

Entre as principais mudanças estão: a emissão da carteira de trabalho passa a ser por meio eletrônico; ampliação do prazo de 48 horas para cinco dias úteis para o empregador fazer anotações na carteira; dispensa de alvarás e licenças de funcionamento para empreendimentos de baixo risco; e obrigatoriedade do registro de ponto apenas às empresas com mais de 20 trabalhadores.

A FecomercioSP atuou desde a gênese do texto da MP, dedicando-se ao estudo das implicações das emendas propostas, avaliando e apoiando aquelas destinadas a destravar o ato de empreender. 

**A**fter many changes, the "Medida Provisória" (Provisional Measure) No. 881/2019 – Economic Freedom MP was voted by the Federal Senate at the end of August, proceeding to presidential sanction.

The Federation of Commerce of Goods, Services, and Tourism of the State of São Paulo - FecomercioSP sees the changes brought by the MP as positive, as they reduce bureaucracy, reducing the barriers to legislation, especially in the labor field. The proposals, many in line with the entity's claims, improve the business environment.

The main changes include: the issuance of the work record booklet is electronic; extension of the 48 hours to five business days' period for the employer to make annotations in the work record; exemption from operating permits and licenses for low risk ventures; and mandatory time clock registration restricted to companies with more than 20 employees.


FecomercioSP has acted since the draft of the MP text, being dedicated to the study of the implications of the proposed amendments, evaluating and supporting those designed to unlock entrepreneurship activities. 



Foto: Divulgação / Photo: Disclosure

## ZONA FRANCA DE MANAUS EM ALTA EM 2019

### MANAUS FREE TRADE ZONE IS BOOMING IN 2019


Alfredo Menezes, superintendente da Suframa

*Alfredo Menezes, chief of Suframa*

Os números da Superintendência da Zona Franca de Manaus (Suframa) concernentes ao desempenho do Polo Industrial de Manaus (PIM) no período de janeiro a maio deste ano são positivos. O PIM faturou R\$ 40,84 bilhões – seu melhor resultado dos últimos seis anos –, gerou 83.869 empregos diretos e alavancou índices de produção em itens representativos.

O polo de bens de informática do segmento eletroeletrônico também teve destacada performance nos cinco primeiros meses de 2019. Com faturamento de R\$ 8,96 bilhões, cresceu 24,47% ante o mesmo período do ano passado.

Esses dados – aliados à percepção da melhora do índice de confiança do segmento produtivo e a outras ações que vêm sendo empreendidas em prol do fortalecimento do ambiente de negócios e da competitividade do PIM, tais como as medidas de simplificação e de maior agilidade nas etapas de discussão, fixação e alteração de processos produtivos básicos e a revitalização da malha viária do Distrito Industrial de Manaus – possibilitam projeções otimistas para o restante do ano.

Da parte da Suframa, tem-se a consciência de que os desafios são grandes, mas a atual gestão da instituição está cada vez mais confiante em alcançar êxito em sua missão prioritária: resgatar o protagonismo da autarquia e colocá-la em condições de prosperar no fomento ao desenvolvimento socioeconômico, científico e sustentável de sua área de abrangência e do País. 

The numbers of the Manaus Free Trade Zone Superintendence (Suframa) concerning the performance of the Manaus Industrial Sector (PIM) from January to May this year are positive. PIM earned BRL 40.84 billion – its best result in the last six years –, generated 83,869 direct jobs (a growth of 1.4% compared to April) and leveraged production indices in representative items.

The computer goods sector of the electronics segment also had a strong performance in the first five months of 2019. With revenues of BRL 8.96 billion, it grew 24.47% compared to the same period last year.

These data – together with the improvement perception of the productive segment confidence index and other actions that have been taken to strengthen the business environment and the competitiveness of the PIM, such as simplification measures and greater agility of the discussion, fixation and alteration of the basic production processes and the revitalization of the Manaus Industrial District road network - allow optimistic projections for the remainder of the year.

From Suframa's side, we are aware that the challenges are big, but the institution's current management is increasingly confident in achieving success in its priority mission: to rescue the autarchy leadership and put it in a position to thrive, fostering the socio-economic, scientific and sustainable development of its coverage area and the country. 



Foto: Divulgação / Photo: Disclosure

## RELAÇÕES ENTRE BRASIL E EGITO PODEM AVANÇAR MAIS

### RELATIONS BETWEEN BRAZIL AND EGYPT MAY ADVANCE FURTHER

Mohamed Elkhatib, cônsul comercial do Egito no Brasil

*Mohamed Elkhatib, Commercial Consul of Arab Republic of Egypt in Brazil*

**B**rasil e Egito têm laços econômicos, culturais e turísticos muito fortes. A primeira coleção brasileira de antiguidades egípcias foi adquirida por D. Pedro I, em 1824. No turismo, guardadas as características de cada um, ambos atraem as atenções mundiais, o Egito por suas pirâmides e o litoral do Mar Mediterrâneo, e o Brasil por suas praias que se estendem do norte ao sul do País.

No campo da economia, as relações se fortaleceram principalmente com a entrada em vigor do Acordo de Livre Comércio entre o Egito e o Mercosul, em 2017. O acordo trouxe muitos benefícios, tanto para o Egito quanto para os países que compõem o Mercosul, e pode avançar muito. É, também, um acordo viável para os produtos eletroeletrônicos, setor em que os itens egípcios apresentam inovação e alta tecnologia.

Além disso, os dois países são considerados grandes potências. Para o Egito, o Brasil é um destino empresarial de alta potencialidade por sua extensão territorial e pelas regiões com demandas diferentes. Empresas que têm interesse em investir no Brasil encontram em nosso escritório estudos esclarecedores de cada região. Auxiliamos as empresas a se adaptarem a cada mercado.

O Brasil também sedia a Eletrolar Show, a maior feira da América Latina de bens de consumo duráveis, que desperta o interesse do Egito e de outros países em participar, a fim de exporem novas oportunidades de mercado. Seria uma honra o Egito estar presente na feira e levar aos empresários do setor a diversidade de seus produtos, muito bem avaliados em diferentes países. 🇪🇬

**B**razil and Egypt have very strong economic, cultural and tourist ties. The first Brazilian collection of Egyptian antiquities was acquired by D. Pedro I in 1824. In tourism, keeping the characteristics of each one, both attract worldwide attention, Egypt by its pyramids and the Mediterranean Sea coast, and Brazil by its beaches that extend from north to south of the country.

In the field of the economy, relations strengthened mainly with the Free Trade Agreement between Egypt and Mercosur in 2017. The agreement has brought many benefits to both Egypt and the Mercosur countries, and can go a long way. It is also a viable agreement for consumer electronics, a sector where Egyptian items feature innovation and high technology.

Moreover, both countries are considered great powers. For Egypt, Brazil is a business destination of high potential due to its territorial extension and regions with different demands. Companies that are interested in investing in Brazil find in our office enlightening studies from each region. We help companies adapt to each market.

Brazil also hosts the Eletrolar Show & Latin American Electronics, the largest trade show of consumer durables good in Latin America, which piques the interest of Egypt and other countries to participate in order to expose new market opportunities. It would be an honor for Egypt to be present at the fair and to bring to the sector's entrepreneurs the diversity of its products, very well evaluated in different countries. 🇪🇬



O levantamento que estuda o volume de vendas do varejo, a eficiência das operações e a imagem que as empresas projetam no mercado (esta a avaliação mais importante) revelou que o Magazine Luiza é a rede mais admirada no Brasil. Em segundo lugar, ficou Casas Bahia; em terceiro, Ponto Frio; em quarto, Ricardo Eletro; e em quinto, Fast Shop. O segmento de móveis e eletrodomésticos tem peso de 6,3% nas vendas do varejo.

The survey that studies retail sales volume, the efficiency of operations and the image that companies project in the market (this is the most important assessment) revealed that Magazine Luiza is the most admired network in Brazil. In second place was Casas Bahia; third, Cold Point; fourth, Ricardo Eletro; and fifth, Fast Shop. The furniture and appliances segment accounts for 6.3% of retail sales.

Em faturamento no segmento de eletroeletrônicos e móveis, o ranking ficou assim:

In billing in the electronics and furniture segment, the ranking was as follows:

Posição / Position	Varejista / Retailer	Faturamento (em R\$) / Billing (in R\$)
1º	Via Varejo	30.583.000.000
2º	Magazine Luiza	18.896.500.000
3º	Máquina de Vendas	5.500.000.000*
4º	Lojas Cem	5.382.397.000
5º	Fast Shop	4.485.000.000*
6º	Móveis Gazin	4.299.475.182
7º	Fujioka Eletro Imagem	1.704.751.455
8º	Tok&Stok	1.645.000.000*
9º	Lojas Colombo	1.380.000.009*
10º	Casa e Vídeo	1.380.000.000*
11º	Eletrozema	1.370.148.000
12º	Móveis Romera	815.200.000
13º	Eletrosom S.A.	790.000.000*
14º	Lojas Rabelo	782.000.000*

\*Estimado / \*Estimated

Na categoria de varejistas eletrônicos mais admirados, o Submarino obteve o primeiro lugar, seguido por Polishop, Ingresso.com, Shoptime e CDiscount.

In the most admired e-retailer category, Submarino took first place, followed by Polishop, Ingresso.com, Shoptime and CDiscount.

As cinco maiores empresas do varejo brasileiro, de acordo com o ranking, são: Carrefour, com R\$ 56,3 bilhões, o que representa + 3,3% sobre o período 2017-2018; em segundo, GPA, com R\$ 53,6 bilhões (+10,7% 2017-2018); em terceiro, Via Varejo, com R\$ 30,5 bilhões (+5,2% sobre 2017-2018); em quarto, Walmart, com R\$ 23 bilhões (-18,4% ante 2017-2018); em quinto, Lojas Americanas, com R\$ 20,8 bilhões.

The five largest Brazilian retail companies, according to the ranking are: Carrefour, with R \$ 56.3 billion, which represents + 3.3% over the 2017-2018 period. Second, GPA, with R \$ 53.6 billion (+ 10.7% 2017-2018). Third, Via Varejo, with R \$ 30.5 billion (+ 5.2% over 2017-2018). In fourth, Walmart, with \$ 23 billion (-18.4% compared to 2017-2018). In fifth, Lojas Americanas, with R\$ 20.8 billion.



## 1ª LOJA MULTILASER

### 1<sup>ST</sup> MULTILASER STORE

Em 17 de outubro, a empresa abrirá no Shopping Pátio Paulista sua primeira loja física em São Paulo (SP), com mais de 400 itens eletroeletrônicos da marca, e trabalhará com o preço oficial dos produtos. Dentro do conceito omnichannel, a compra poderá ser feita na loja e recebida em casa ou adquirida no site e retirada na loja.

“A Multilaser é uma empresa arrojada, sabemos exatamente quem é nosso público e o que ele procura. Por isso, queremos desenvolver um canal direto para oferecer uma solução integrada e de fácil acesso”, diz o CEO Alexandre Ostrowiecki. O plano é chegar a 200 lojas até 2021, em parceria com os atuais clientes varejistas, em sistema de franquia.

*On October 17, the company will open in Shopping Pátio Paulista its first physical store in São Paulo (SP), with more than 400 branded electronics and will work with the official price of the products. Under the omnichannel concept, the purchase can be made at the store and received at home or purchased on the website and withdrawn at the store.*

*“Multilaser is a bold company, we know exactly who our audience is and what they are looking for. So we want to develop a direct channel to offer an integrated and easily accessible solution,” says CEO Alexandre Ostrowiecki. The plan is to reach 200 stores by 2021, in partnership with current retail customers, in franchise system.*



## 14 MILHÕES DE NOVOS CELULARES 4G ATIVADOS

### 14 MILLION NEW 4G ENABLED PHONES

De janeiro a julho deste ano, 14 milhões de novos celulares 4G foram ativados no Brasil. Isso representa a média de 2 milhões de novos chips por mês. Segundo balanço da Telebrasil, já existem 144 milhões de celulares 4G no País. De julho de 2018 até o mesmo mês deste ano, 23 milhões de novos chips 4G foram ativados, o que representa crescimento de 19%, no período.

O avanço também ocorreu na cobertura do 4G. Nos primeiros sete meses de 2019, as redes de 4G chegaram a 160 novos municípios brasileiros. No total, já são 4.589 municípios que contam com essa tecnologia. Neles, moram 96,2% da população.

*From January to July this year, 14 million new 4G phones were activated in Brazil. This represents an average of 2 million new chips per month. According to Telebrasil balance, there are already 144 million 4G mobile phones in the country. From July 2018 to the same month this year, 23 million new 4G chips were activated, representing growth of 19% in the period.*

*The advance also occurred in 4G coverage. In the first seven months of 2019, 4G networks reached 160 new Brazilian municipalities. In total, 4,589 municipalities already have this technology. In them live 96.2% of the population.*

## ➤ MAGAZINE LUIZA

Ana Paula Rodrigues e Rafael Montalvão assumem a diretoria de marketing do Magalu, que tem nova estrutura. Ana Paula, há 16 anos na empresa, responde pela área de marketing, e Rafael por marketing no e-commerce. Formada em publicidade, a executiva tem MBA em marketing pela ESPM. Também formada em publicidade, Rafael tem MBA em tecnologia da informação na comunicação.

*Ana Paula Rodrigues and Rafael Montalvão take over the marketing board of Magalu, which has a new structure. Ana Paula, who has been at the company for 16 years, oversees the marketing department, and Rafael is in charge of e-commerce marketing. With a degree in advertising, Ms. Rodrigues also has an MBA in marketing from ESPM. Also, with a degree in advertising, Rafael has an MBA in information technology in communication.*

## ➤ CARREFOUR

O Grupo Carrefour Brasil anunciou Luís Moreno como novo CEO Varejo e membro do comitê executivo do grupo. Moreno ocupa a posição que estava a cargo de Noël Prioux, desde a saída de José Luís Gutierrez Perez, que assumiu há alguns meses a posição de COO do Grupo Carrefour Itália.

*The Carrefour Brasil Group has announced Luís Moreno as new Retail CEO and part of the group's Board of Directors. Moreno has been in Noël Prioux's post since the departure of José Luís Gutierrez Perez, who took over the position of COO of Carrefour Italy Group a few months ago.*

## ➤ VTEX

Patrick Scipilliti assumiu a diretoria de vendas e novos negócios da VTEX. O executivo, com mais de 15 anos de trajetória no varejo online, tem passagens por empresas como Ponto Frio, Extra, Casas Bahia, Renner, Casa Show, Grupo Soma e Inbrands.

*Patrick Scipilliti took over as VTEX's sales and new business director. The executive, with over 15 years of experience in online retail, has stints in companies such as Ponto Frio, Extra, Casas Bahia, Renner, Casa Show, Soma Group and Inbrands.*

## ➤ WHIRLPOOL

Andrea Salgueiro Cruz Lima assumiu a presidência da Whirlpool e se reporta a João Carlos Brega, CEO para a América Latina. Andrea estava há 28 anos na Unilever, de onde saiu como vice-presidente executiva global. Nesta posição, coordenava o programa de mudanças globais estratégicas.

*Andrea Salgueiro Cruz Lima has taken over the presidency of Whirlpool and reports to João Carlos Brega, CEO for Latin America. Andrea had been with Unilever for 28 years, where she left as global executive vice president. In this position, she coordinated the program of strategic global change.*

## ➤ LENOVO

Luiz Sakuma, que ocupava o cargo de gerente sênior, foi promovido a diretor de produtos da Lenovo no Brasil, liderando a área de equipamentos para o consumidor final. Com mais de uma década de experiência, Luiz tem graduação em publicidade pela Faculdade Cásper Líbero e MBA em administração pela FGV.

*Luiz Sakuma, who held the position of senior manager, was promoted to director of Lenovo products in Brazil, leading the end consumer equipment area. With over a decade of experience, Luiz has a degree in advertising from Faculdade Cásper Líbero and an MBA in business administration from FGV.*

## ➤ ASG TECHNOLOGIES

Eduardo Freitas foi contratado como gerente de canais para a América Latina pelo ASG Technologies Group. Formado em administração de empresas com ênfase em sistemas de informação, tem passagens por empresas como Xerox, Unibanco, Lexmark, Hewlett-Packard Enterprise, Infor e Serviceaide.

*Eduardo Freitas has been hired as channel manager for Latin America by ASG Technologies Group. With a degree in business administration with an emphasis on information systems, he has worked at companies such as Xerox, Unibanco, Lexmark, Hewlett-Packard Enterprise, Infor and Serviceaide.*

**ÚNICA FEIRA, REALIZADA EM MIAMI, FL - USA, EXCLUSIVA PARA O SETOR DE ELETROELETRÔNICOS, ELETRODOMÉSTICOS, CELULARES, UTILIDADES DOMÉSTICAS E TI, FOCADA NO MERCADO DA AMÉRICA LATINA**

**A PONTE PARA NOVOS MERCADOS**



**CONHEÇA OS PRINCIPAIS FABRICANTES, IMPORTADORES, DISTRIBUIDORES, REDES DE VAREJO, E-COMMERCE E MERCADO CORPORATIVO DA AMÉRICA LATINA.**



**[www.electronicshome.com](http://www.electronicshome.com)**

ORGANIZAÇÃO

Grupo  
**eletrolar**

Contato: +55 11 3035-1030 | [comercial@grupoletrolar.com.br](mailto:comercial@grupoletrolar.com.br)

# PARTICIPE DAS MAIORES FEIRAS DE NEGÓCIOS DE ELETROELETRÔNICOS E TI DA AMÉRICA LATINA



azulmidia.com.br

## ELECTRONICS HOME & MOBILE

Latin American Edition

**18 A 20 DE MAIO DE 2020**

Hyatt Regency - Convention Area | James L Knight Center

**MIAMI | FL | USA**

[www.electronicshome.com](http://www.electronicshome.com)

## eletrolarshow

ELECTRONICS SHOW

**13 A 16 DE JULHO DE 2020**

Transamerica Expo Center

**SÃO PAULO | BRASIL**

[www.eletrolarshow.com.br](http://www.eletrolarshow.com.br)

## ELECTRONICS HOME .Argentina

**20 A 22 DE JULHO DE 2020**

Centro Costa Salguero

**BUENOS AIRES | ARGENTINA**

[www.electronicshome.com.ar](http://www.electronicshome.com.ar)

### PERFIL DO VISITANTE

- VAREJO DE TODOS OS PORTES • DISTRIBUIDORES
- FABRICANTES • IMPORTADORES • ATACADOS
- HOME CENTERS • LOJAS DE DEPARTAMENTOS • E-COMMERCE
- MARKETPLACE • MERCADO CORPORATIVO • IMPRENSA

### CATEGORIAS DE PRODUTOS

- ELETROELETRÔNICOS • ELETRODOMÉSTICOS
- PORTÁTEIS • TI • SMARTPHONES • CELULARES • ACESSÓRIOS
- UTILIDADES DOMÉSTICAS • SEGURANÇA RESIDENCIAL
- BEM-ESTAR • GAMES • AUTOMOTIVOS



Grupo Eletrolar multicanais de comunicação entre a indústria e o varejo

Miami | São Paulo | Buenos Aires

**MIAMI:** 66 W Flagler St # 989 – Miami – Florida – EUA – Tel.: +1 (786) 814-0345 – [comercial@grupoeletrolar.com](mailto:comercial@grupoeletrolar.com)

**SÃO PAULO:** Rua Luigi Galvani, 42 – 5º andar – Brooklin – São Paulo – SP – Brasil – Tel.: +55 (11) 3035-1030 – [comercial@grupoeletrolar.com.br](mailto:comercial@grupoeletrolar.com.br)

**BUENOS AIRES:** Av. Córdoba 5869, Piso 1º, Depto A – (C.P: 1414) – Buenos Aires – Argentina – Tel.: +54 (11) 4773-5656 – [comercial@grupoeletrolar.com.ar](mailto:comercial@grupoeletrolar.com.ar)