

REVISTA

Ano / Year 21 - nº 139 - 2020

ELETRONIC NEWS

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

Exclusive Interview

ENTREVISTA EXCLUSIVA

**AMAZON, UMA MARCA DE
US\$ 220,7 BILHÕES**

ALEX SZAPIRO, COUNTRY MANAGER DA AMAZON NO BRASIL

Amazon, a US\$ 220.7 billion brand - Alex Szapiro, Amazon's country manager in Brazil

“Nosso foco é sempre no consumidor”

“Our focus is always on the consumer”

Casa Conectada

**PRODUTOS VENDEM
MAIS NO VAREJO FÍSICO**

Connected House, Physical retail accounts for most sales

Pix

**SIMPLES, RÁPIDO,
SEGURO E MAIS BARATO**

New payment method: Pix - Simple, fast, safe and cheaper



NÚMEROS SÃO IMPORTANTES.

Afinal, por meio deles é possível contar o tempo, a dedicação, os desafios e as metas superadas ano após ano. Embora esta seja uma realidade, para nós da Atlas a real grandeza da companhia não está nos números, mas na confiança que milhares de pessoas depositam diariamente em nosso propósito de fazer sempre mais e melhor. Desta forma, surpreendemos cada família que adquire os nossos produtos.

É por isso que após 70 anos, continuamos olhando para o futuro, colecionando conquistas e, principalmente, sendo gratos a cada cliente, parceiro e colaborador que fez e faz parte desta linda história.

OBRIGADO POR ESTAR COM A GENTE.



CONHEÇA A NOSSA HISTÓRIA:

ACESSE O QR CODE
PELO SEU SMARTPHONE

www.atlas.ind.br



DESCUBRA SUAS

VÁRIAS VERSÕES

COM AS ESCOVAS
SECADORAS BRITÂNIA!

ALISA, MODELA
E DÁ VOLUME

BIVOLT
1300W

TOURMALINE
ION



TECNOLOGIA
NATURAL CARE*
+ BRILHO
- FRIZZ

LUZ INFRARED

Seca os fios de dentro para
fora evitando o ressecamento
e selando as cutículas.

DESDE 1956
BRITÂNIA
Em uma marca, todas as soluções

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.

MUITO MAIS VENDAS COM A FRITADEIRA 2 EM 1 DA BRITÂNIA

AIR FRY E FORNO: FRITA, ASSA E VAI ALÉM!

**12
LITROS**

A MAIOR
CAPACIDADE DE
FRITADEIRA*

*em relação aos demais
modelos de fritadeira
da Britânia

**90MIN
TIMER**

1800W
DE POTÊNCIA

**PREPARE
DIVERSAS
RECEITAS DE
UMA SÓ VEZ!**

**2 em 1
FRITADEIRA
+ FORNO**

360°
TECNOLOGIA
AIR FLOW

Painel Digital
9 FUNÇÕES
PRÉ-DEFINIDAS


**SELETOR DE
TEMPERATURA**


SEM ÓLEO!



FRITADEIRA AIR FRY
OVEN BFR2100P

**Suas receitas
mais saudáveis,
saborosas e
rápidas!**

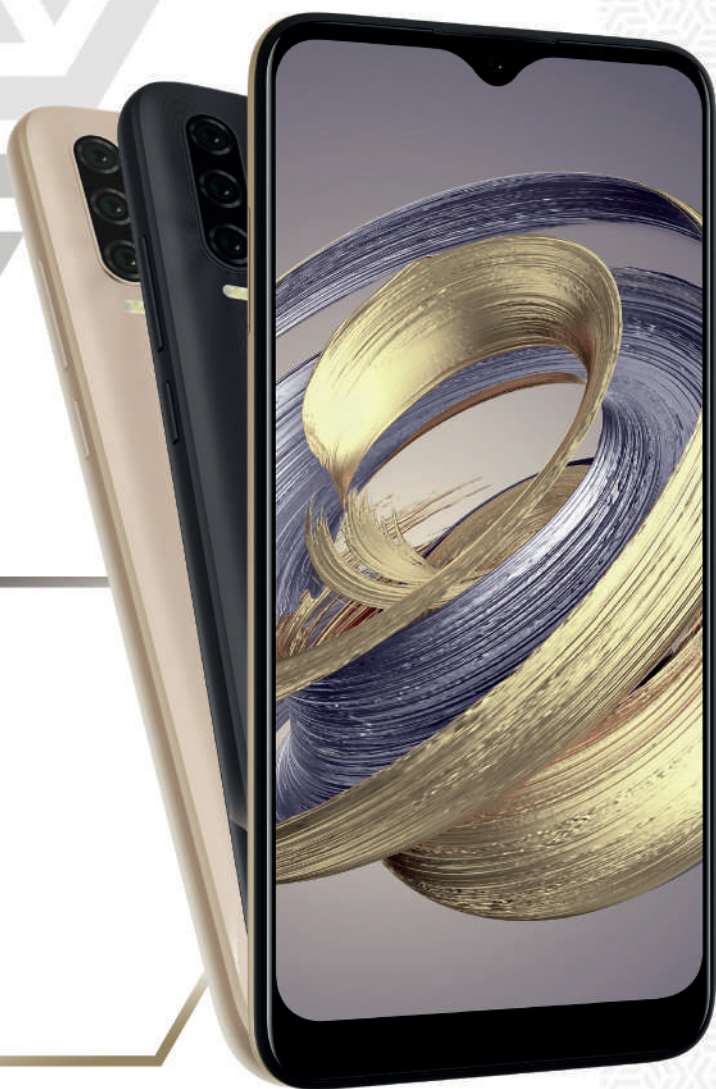
COM FUNÇÃO
DESIDRATAR



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.

DESDE 1956
BRITÂNIA
Em uma marca, todas as soluções



HIT P10

É HIT QUE FALA NÉ?
E SE É HIT É SUCESSO!

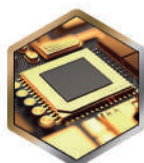
CÂMERA TRASEIRA
TRIPLA

8 MP (FRONTAL)

5 MP
(ULTRA WIDE)

13 MP
(PRINCIPAL)

2 MP
(PROFUNDIDADE)



PROCESSADOR A55

**OCTA
CORE**



DESBLOQUEIOS POR
RECONHECIMENTO
**FACIAL
& DIGITAL**

MEMÓRIA INTERNA **128GB** + EXPANSÍVEL **128GB**

MEMÓRIA RAM **4GB**



Bateria
4000 mAh



6,2" TELA INFINITA
DROP NOTCH



Acompanha
**Película, case
e fone de ouvido**



Sistema Op.
Android™ 10

Philco

O robô do Android é reproduzido ou modificado com base no trabalho criado e compartilhado pelo Google e é usado de acordo com os termos descritos na Licença de Atribuição 3.0 do Creative Commons.

TABLET 8"

PTB8RSG 4G



DISPONÍVEL
NA COR ROSA



DESIGN E TECNOLOGIA ALIADOS AO SEU FAVOR.

Muito espaço para
levar suas séries
e filmes para onde
você quiser.



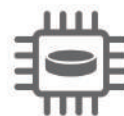
**MAIS
MOBILIDADE**



Sistema Operacional
Android™ 10



Memória
RAM **2GB**



Memória interna de **32GB**
Expansível até **160GB**



Processador
Quad Core



Tela IPS 8"
**+ Nitidez
- Reflexo**



Conexão
WI FI



Bateria
4500 mAh



Tecnologia
Bluetooth



Câmeras
**2 MP Frontal
5 MP Traseira**

O robô do Android é reproduzido ou modificado com base no trabalho criado e compartilhado pelo Google e é usado de acordo com os termos descritos na Licença de Atribuição 3.0 do Creative Commons.

Philco

Linha completa
de produtos Mondial.
Para aumentar o sucesso
de suas vendas.



   /mondialbr

*Mondial,
a escolha
inteligente*

REPENSE



MONDIAL
ELETRODOMÉSTICOS

Nova linha de caixas
amplificadas Mondial.
Para aumentar o volume
de suas vendas.



*Mondial,
a escolha
inteligente*

REPENSE



MONDIAL
ELETRODOMÉSTICOS

CRIADO PRA VOCÊ

 **Bluetooth™**
ÁUDIO LINK

MAIS CONECTIVIDADE

4K

HDR10+

MAIS DEFINIÇÃO



Conheça o produto

Panasonic

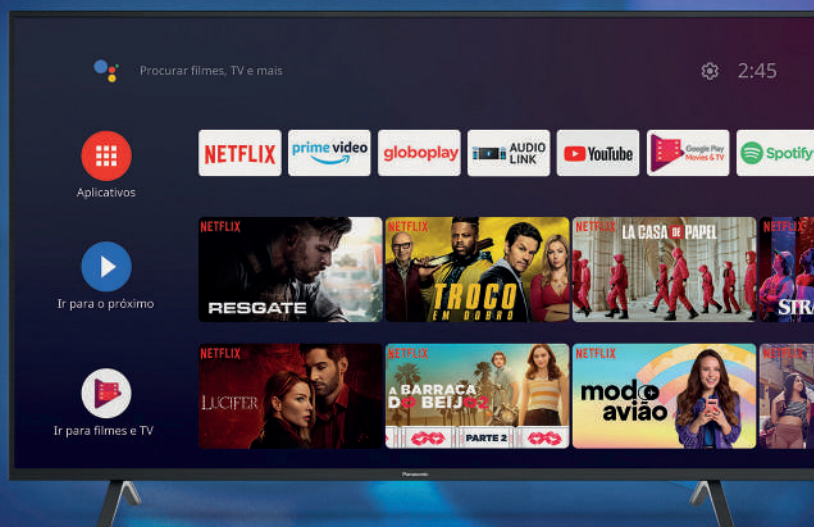
androidtv



CHEGOU A PRIMEIRA
ANDROID TV COM
QUALIDADE PANASONIC
E GOOGLE ASSISTENTE.

CRIADO
PRA
ESCUTAR
VOCÊ.

1. REQUISER ASSINATURA NETFLIX. 2. GOOGLE, GOOGLE PLAY, YOUTUBE E ANDROID TV SÃO MARCAS REGISTRADAS DA GOOGLE LLC.



www.panasonic.com/br



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



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

PROMOÇÃO
TRIO
DE PRÊMIOS

COMPRE
R\$ 99,00
EM PRODUTOS
CADENCE*

Ganhe
100,00
em prêmios**

ATÉ
R\$



**50 fotos
impressas**
+ 9 fotos-ímã



TIDAL

**3 meses
de música
online**



**1 mês de
consultoria
de estilo
online**

*PERÍODO DE COMPRAS DE PRODUTO CADENCE
NO MESMO CUPOM FISCAL: DE 01/12/2020 A 31/01/2021.
CADASTRO NO HOTSITE: ATÉ 15/02/2021

CONFIRA EM:

www.promocadence.com.br



cadence
sim.pli.fi.que



cadence

sim•pli fi•que

Confira os últimos **LANÇAMENTOS** e
VENDA MUITO MAIS CADENCE!



Cafeteira Inox
Piccola Italiana
750ml



Churrasqueira
Short Grill
COMPACTA - 4 hambúrgueres

**Limite: de 1 participação e 1 resgate por CPF/cupom fiscal. Período de compras de Produto Cadence no mesmo cupom fiscal: de 01/12/2020 a 31/01/2021. Cadastro no hotsite: até 15/02/2021, para ter direito de resgatar 01 (uma) unidade de cada um dos 3 (três) Benefícios ofertados, no valor total de R\$124,95 (cento e vinte e quatro reais e noventa e cinco centavos). Participação: para maiores de 18 anos, com CPF e residentes no Brasil. Antes de participar, consulte demais condições de participação e regras de utilização e valor de cada Benefício no Regulamento completo em www.promocadence.com.br. Imagens ilustrativas. GUARDE O CUPOM FISCAL.



Matéria de capa

pág.

20 AMAZON ALEX SZAPIRO

**UMA MARCA DE US\$ 220,7 BILHÕES –
“GASTAMOS MUITO POUCO TEMPO OLHANDO
PARA O QUE A CONCORRÊNCIA ESTÁ FAZENDO”**

COVER STORY – AMAZON

A USD 220.7 BILLION MARK – “WE SPEND VERY LITTLE
TIME LOOKING AT WHAT THE COMPETITION IS DOING”

– Alex Szapiro

EDITORIAL 18

MEIOS DE PAGAMENTO - PIX

**BANCO CENTRAL RECOMENDA: VAREJO DEVE
SINALIZAR NOS PDVs QUE ACEITA PAGAMENTO
COM O NOVO MODELO**

PAYMENT METHOD – PIX

CENTRAL BANK RECOMMENDS: RETAILERS SHOULD
SIGNAL AT THE POS THAT THEY ACCEPT PAYMENT
WITH THE NEW MODEL

..... 28

LOGÍSTICA - TRANSPORTE

SETOR SE REINVENTA PARA SUPERAR A CRISE

LOGISTICS / TRANSPORT

SECTOR REINVENTS ITSELF TO OVERCOME
THE CRISIS

..... 44

CASA CONECTADA

**VAREJO FÍSICO RESPONDE PELA MAIOR PARTE
DAS VENDAS**

CONNECTED HOME

PHYSICAL RETAIL ACCOUNTS FOR MOST SALES..... 52

ATLAS ELETRODOMÉSTICOS - 70 ANOS

**CELEBRAÇÃO INCLUI LANÇAMENTOS JÁ NO
INÍCIO DO PRÓXIMO ANO**

CELEBRATION INCLUDES LAUNCHES EARLY

NEXT YEAR 68

FEIRAS E EVENTOS - 15ª ELETROLAR SHOW

INOVAÇÃO, NEGÓCIOS E INTERATIVIDADE EM 2021

FAIRS AND EVENTS – 15TH ELETROLAR SHOW & LATIN
AMERICAN ELECTRONICS

INNOVATION, BUSINESS AND INTERACTIVITY

IN 2021 74

INDÚSTRIA

**COMPRA DA FÁBRICA DA SONY FAZ PARTE DO
PROCESSO EVOLUTIVO DA MONDIAL**

INDUSTRY

PURCHASE OF SONY'S PLANT IS PART OF

MONDIAL EVOLUCIONARY PROCESS 80

DOSSIÊ - LIQUIDIFICADOR

**O ELETROPORTÁTIL QUE NÃO PODE FALTAR
NA COZINHA**

DOSSIER / BLENDER

THE SMALL APPLIANCE THAT YOU

CAN'T MISS IN THE KITCHEN 82

ARTIGOS - ARTICLES

ABRADISTI 90

ABRASA 91

ABREE 92

ELETROS 93

FECOMERCIO SP 94

GREEN ELETRON 95

SUFRAMA 96

HAPPY HOUR EM CASA? É SÓ CONECTAR O WI-FI.



A nossa Cervejeira traz o moderno aplicativo **control** que, através de um smartphone conectado a um Wi-Fi, permite o controle da temperatura das bebidas, das programações e das funções de onde você estiver. É muito mais sofisticação e praticidade para o seu dia a dia.

CENTRAL DE BEBIDAS

- Controlador eletrônico com acesso remoto



- **control**: aplicativo para dispositivos móveis



- Sistema de refrigeração frost free
- Iluminação interna em LED
- Temperatura: -7°C a 10°C

Esmaltec
ELETRODOMÉSTICOS

Nossa matéria de capa traz uma entrevista exclusiva com Alex Szapiro, country manager da Amazon no Brasil, empresa que tem aumentado a sua capilaridade nacionalmente e acumulado vitórias. A marca, avaliada em US\$ 220,7 bilhões este ano, teve valorização de 17,5% em relação a 2019. Investir nos clientes, criar e repensar estratégias fazem parte do seu dia a dia, diz o executivo, que credita o sucesso ao fato de a empresa estabelecer compromissos de longo prazo nos países em que atua.

Eletrolar News também traz uma matéria sobre o Pix, na qual o Banco Central recomenda aos varejistas a sinalização de que aceitam o novo modelo de pagamento nos seus pontos de venda. Outros temas são a casa conectada, cujos produtos estão em alta, e a logística, que mostra como as empresas vêm se adaptando e superando os desafios da entrega de produtos no País. No *Dossiê*, está o liquidificador, cada vez mais renovado. De janeiro a setembro de 2020, o faturamento da categoria aumentou em 20,3%.

Bons negócios!

Our cover story features an exclusive interview with Alex Szapiro, Amazon's country manager in Brazil, a company that has increased its capillarity nationally and accumulated victories. The brand, valued at US \$ 220.7 billion this year, had appreciation of 17.5% compared to 2019. Investing in customers, creating and rethinking strategies is part of their daily lives, says the executive, who credits the success to the fact that the company establishes long-term commitments in the countries in which it operates.

Eletrolar News also features an article about Pix, in which the Central Bank recommends retailers to signal that they accept the new payment model at their points of sale. Other themes are the connected house, whose products are on the rise, and

logistics, which shows how companies have been adapting and overcoming the challenges of delivering products in the country. In the *Dossier*, the blender is increasingly renewed. From January to September 2020, the category's revenue increased by 20.3%.

Good Business!



Carlos Clur

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 - Abigail Cardoso e Maria Inês Caravaggi
Fotografia / Photography - Beto Assém, Fredy Uehara / Uehara Fotografia e
Stúdio Thiago Henrique
Relações Públicas - Imprensa / Public Relations - Press - Dilara Titara e Paola Fernandez
Arte / Art - Adalton Martins e Eugenio Tomaz
Gerente de Marketing Internacional / International Marketing Manager - Roberta Zogbi
Marketing e Assinaturas / Marketing and Subscriptions - Tatiana Lopes
Publicidade / Advertising - Claudia Clur, Ricardo Kühn,
Simone Aguiar, Cintia Araujo e Eliana Cesario
Gerente Operacional / Operations Manager - Marcus Ferrari
Tradução / Translation - Roberta Zogbi e 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.grupoeletrolar.com commercial@grupoeletrolar.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.



Oster®

@OSTERBRASIL



Verão

DE NOVIDADES

ENTRE NO CLIMA
DA TEMPORADA COM OS
NOSSOS LANÇAMENTOS
IMPERDÍVEIS.



por / by **Leda Cavalcanti**

ALEX SZAPIRO

Country manager da Amazon no Brasil

ALEX SZAPIRO AMAZON'S
COUNTRY MANAGER IN BRAZIL

“Gastamos muito pouco tempo olhando para o que a concorrência está fazendo. Nosso foco é sempre o consumidor.”

É assim que Alex Szapiro, country manager da Amazon no Brasil, define a forma de atuação da empresa, em entrevista exclusiva à revista Eletrolar News.



“We spend very little time paying attention to what the competition is doing. Our focus is always the consumer.”

That's how Alex Szapiro, Amazon's country manager in Brazil, defines the company's way of acting, in an exclusive interview with *Eletrolar News* magazine.

Foto: Divulgação





amazon



Foto: Shutterstock



“**A Amazon deseja ser a empresa mais centrada no consumidor, no mundo. Nós nos concentramos constantemente nos clientes, em suas necessidades e aspirações, e trabalhamos de frente para trás, ou seja, criando os inputs corretos para garantir que os resultados aconteçam.**”

“**Amazon wants to be the most consumer-focused company in the world. We constantly focus on customers, their needs and aspirations, and work from front to back, that is, creating the right inputs to ensure that results happen.**”





Em 2020, pelo terceiro ano consecutivo, a Amazon ocupou o topo do ranking das 500 empresas mais valiosas do mundo, conforme o relatório publicado anualmente pela Brand Finance. A marca, segundo o documento, foi avaliada em US\$ 220,7 bilhões, valorização de 17,5% em relação a 2019, um avanço relacionado, principalmente, à computação em nuvem e aos serviços de streaming e varejo.

Pioneira do e-commerce e dos e-books, a Amazon nasceu em Seattle, Estados Unidos, com o engenheiro Jeff Bezos, ex-analista em Wall Street, que, em julho de 1994, decidiu abrir o próprio negócio na garagem de sua casa, numa época em que o mercado de internet ainda era novo. A Amazon chegou há oito anos ao Brasil, inicialmente vendendo livros digitais. Em 2017, inaugurou no País o seu formato de marketplace e aumentou as categorias de produtos, inclusive de eletrônicos.



In 2020, Amazon was at the top of the world's 500 most valuable companies for the third year in a row, according to the report published annually by Brand Finance.

According to the document, the brand was valued at US\$ 220.7 billion, an increase of 17.5% in relation to 2019, an advance mainly driven by cloud computing and streaming and retail services.

A pioneer in e-commerce and e-books, Amazon was born in Seattle, USA, with engineer Jeff Bezos, a former Wall Street analyst, who decided to start his own business in his garage in July 1994. At a time when the internet market was new. Amazon arrived in Brazil eight years ago, initially selling digital books. In 2017, it opened its marketplace format in the country and increased the product categories, including electronics.

“Hoje, oferecemos mais de 30 milhões de produtos em mais de 30 categorias no nosso site.”

“Today we offer more than 30 million products in more than 30 categories on our website.”



A empresa tem colecionado vitórias no território nacional. O Amazon Prime foi o streaming que mais cresceu no País, principalmente pelos conteúdos da Disney. A Alexa, sua assistente virtual, anunciada em 2014, tornou-se um dos itens mais populares em terras brasileiras. Além disso, aumentou a sua capilaridade com novos centros de distribuição.

Investir nos clientes, bem como criar e repensar estratégias, faz parte do dia a dia da empresa. “Nos países em que a Amazon atua, estabelece um compromisso de longo prazo e não toma decisões equivocadas, baseadas nos resultados do mês ou do trimestre. Isso nos permite continuar inovando e desenvolvendo serviços e produtos para os consumidores”, afirma o country manager nesta entrevista.

The company has been collecting victories in the domestic market. Amazon Prime was the streaming that grew the most in the country, mainly due to Disney content. Alexa, its virtual assistant, announced in 2014, has become one of the most popular items in Brazil. In addition, it increased its capillarity with new distribution centers.

Investing in customers, as well as creating and rethinking strategies, is part of the company's daily routine. “In the countries where Amazon operates, we established a long-term commitment and do not make wrong decisions based on the results of the month or the quarter. This allows us to continue innovating and developing services and products for consumers”, says the country manager in this interview.

O QUE DEFINE A AMAZON DESDE A SUA FUNDAÇÃO?

ALEX SZAPIRO – A Amazon deseja ser a empresa mais centrada no consumidor, no mundo. Nós nos concentramos constantemente nos clientes, em suas necessidades e aspirações, e trabalhamos de frente para trás, ou seja, criando os inputs corretos para garantir que os resultados aconteçam. Procuramos nos manter fiéis ao espírito que deu origem à Amazon e, por isso, dizemos que estamos no **Day 1** e trabalhamos com o mesmo afinco. Nos países em que a empresa atua, estabelece um compromisso de longo prazo e não toma decisões equivocadas, baseadas nos resultados do mês ou do trimestre. Isso nos permite continuar inovando e desenvolvendo serviços e produtos para os consumidores.

COMO SE DEU O PROCESSO DE CRESCIMENTO DA EMPRESA NO PAÍS?

AS – A Amazon Brasil foi lançada em 2012, com e-books e os e-readers Kindle. O catálogo, na época, contava com 1,4 milhão de e-books, 13 mil em português. Em 2014, a Amazon lançou a operação de varejo de livros físicos, com mais de 150 mil títulos em português. Em abril de 2017, trouxe o marketplace de livros e, em outubro daquele ano, introduziu os eletrônicos no marketplace, com mais de 110 mil produtos. A expansão do marketplace foi seguida por diversas categorias ao longo de 2017 e 2018.

WHAT HAS DEFINED AMAZON SINCE ITS FOUNDATION?

ALEX SZAPIRO – Amazon wants to be the most consumer-focused company in the world. We constantly focus on customers, their needs and aspirations, and work from front to back, that is, creating the right inputs to ensure that results happen. We try to remain faithful to the spirit that gave birth to Amazon and, therefore, we say that we are on **Day 1** and work with the same diligence. In the countries where company operates, we established a long-term commitment and do not make wrong decisions based on the results of the month or the quarter. This allows us to continue innovating and developing services and products for consumers.

HOW DID THE COMPANY GROW IN THE COUNTRY?

AS – Amazon Brasil was launched in 2012, with e-books and Kindle e-readers. At the time, the catalog had 1.4 million e-books, 13 thousand in Portuguese. In 2014, Amazon launched the physical book retail operation, with more than 150,000 titles in Portuguese. In April 2017, it brought the book marketplace and, in October of that year, it introduced electronics to the marketplace, with more than 110 thousand products. The expansion of the marketplace was followed by several categories throughout 2017 and 2018.

“Buscamos oferecer uma excelente experiência de compra, que se torne cada vez melhor. E com essa premissa trouxemos programas como o Progame & Poupe.”



“We seek to offer an excellent shopping experience, which becomes better and better. And with this premise, we brought programs like Progame & Poupe. (Program & Save)”

QUANDO OCORREU A EXPANSÃO DO VAREJO?

AS – Em janeiro de 2019, houve a expansão do varejo, e começamos a vender e entregar mais de 120 mil novos itens, incluindo quatro novas categorias de produtos somadas a 200 mil livros impressos que já eram vendidos e entregues pela Amazon. Naquele mês, também anunciamos um novo centro de distribuição de 47 mil m² em Cajamar, na Grande São Paulo. Em setembro de 2019, anunciamos o Amazon Prime no Brasil, programa que oferece uma combinação sem paralelo do que há de melhor na experiência de compra com excelentes benefícios de entretenimento digital. Desde então, o Prime registrou no Brasil o maior crescimento em número de assinantes entre todos os países onde foi lançado. Hoje, oferecemos mais de 30 milhões de produtos em mais de 30 categorias no nosso site.

COMO A AMAZON VÊ A CONCORRÊNCIA NO MERCADO BRASILEIRO?

AS – Gastamos muito pouco tempo olhando para o que a concorrência está fazendo. Nosso foco é sempre no consumidor. Buscamos oferecer uma excelente experiência de compra, que se torne cada vez melhor. E com essa premissa trouxemos programas como o Programe & Poupe. É um modo de o consumidor programar suas compras de itens essenciais na amazon.com.br e, dessa forma, não ter que ficar se preocupando com a reposição desses itens – além de garantir descontos de 10% nos produtos que fazem parte do programa. O Amazon Prime procura tornar a vida do cliente mais fácil e mais divertida todos os dias. Oferece frete grátis em milhares de itens selecionados, entrega rápida (até dois dias para mais de 450 cidades no Brasil), descontos e promoções exclusivas, além de dar acesso a filmes e séries premiadas, dos Originais Amazon, em Prime Video, a mais de 2 milhões de músicas em Prime Music, além de e-books com Prime Reading e jogos em Prime Gaming.

QUANTOS CENTROS DE DISTRIBUIÇÃO A AMAZON TEM NO BRASIL, EM QUAIS ESTADOS?

AS – Temos hoje oito centros de distribuição. Quatro deles estão no Estado de São Paulo, um no Distrito Federal, um em Minas Gerais, um no Rio Grande do Sul e um em Pernambuco. ■■

WHEN DID RETAIL EXPANSION TAKE PLACE?

AS – In January 2019, retail expanded, and we started selling and delivering more than 120,000 new items, including four new product categories plus 200,000 printed books that were already sold and delivered by Amazon. That month, we also announced a new 47,000 m² distribution center in Cajamar, in Greater São Paulo. In September 2019, we announced Amazon Prime in Brazil, a program that offers an unparalleled combination of the best shopping experience with excellent digital entertainment benefits. Since then, Prime has registered in Brazil the biggest growth in number of subscribers among all the countries where it was launched. Today we offer more than 30 million products in more than 30 categories on our website.

HOW DOES AMAZON SEE COMPETITION IN THE BRAZILIAN MARKET?

AS – We spend very little time paying attention to what the competition is doing. Our focus is always the consumer. We seek to offer an excellent shopping experience, which becomes better and better. And with this premise, we brought programs like Programe & Poupe (Program & Save). It is a way for the consumer to schedule his purchases of essential items in the amazon.com.br and, thus, not having to worry about replacing these items — besides guaranteeing 10% discounts on the products that are part of the program. Amazon Prime seeks to make customer lives easier and more fun every day. Offers free shipping on thousands of selected items, fast delivery (up to two days to more than 450 cities in Brazil), exclusive discounts and promotions, as well as giving access to award-winning movies and series, from Originais Amazon, in Prime Video, to more than 2 million songs on Prime Music, in addition to e-books with Prime Reading and games on Prime Gaming.

HOW MANY DISTRIBUTION CENTERS DOES AMAZON HAVE IN BRAZIL, IN WHICH STATES?

AS – Today we have eight distribution centers. Four of them are in the State of São Paulo, one in the Federal District, one in Minas Gerais, one in Rio Grande do Sul and one in Pernambuco. ■■


ELAS BATEM UM BOLÃO...


TCL 10 SE

O MELHOR DA IMAGEM:
CÂMERA TRIPLA DE 48MP COM IA
DISPLAY DE ALTA NITIDEZ E
CONFORTO PARA OS OLHOS.

 Tela de 6.52" HD+ 20:9

 Mediatek® Octa-Core 2GHz
128GB ROM + 4GB de RAM

 Câmera tripla 48 MP
+ Flash LED duplo
Câmera frontal de 8MP

 Bateria 4000mAh

DISPL **AY**
GREATNESS



...E ELES TAMBÉM!

agência de lucca

TCL L5

Tecnologia que cabe na **mão e no bolso**

Smartphone acessível sem renunciar à eficiência numa proposta de equilíbrio entre custo e benefício.



-  Tela de 5" FullView 18:9
-  Mediatek® Quad-Core
16GB ROM + 1GB de RAM
-  Câmera traseira de 8MP
com flash + frontal de 5MP
-  Bateria 2000mAh

TCL L7

Alto desempenho para durar o **dia todo**

Fluidez da performance com processador múltiplo e eficiência de bateria para durar o dia todo.



-  Tela de 5.5" HD+ 18:9
-  Qualcomm® Quad-Core
32GB ROM + 2GB de RAM
-  Câmera traseira de 8MP
com flash LED
+ frontal de 5MP
-  Bateria 3000mAh

VOCÊ ENCONTRA NA **UV** Usina de Vendas
Distribuição Capilarizada



 www.usinadevendas.com.br
 11 4179.0001
 contato@usinadevendas.com.br

TCL
SMARTPHONES
PATROCINADORA OFICIAL DO
CORINTHIANS FUTEBOL FEMININO



NOVO MEIO DE PAGAMENTO NEW PAYMENT METHOD

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



Pix:

IMPACTO POSITIVO NA GESTÃO DE NEGÓCIOS

Simple, rápido, seguro e mais barato, o novo meio de pagamento reduz custos com intermediários e gera mais competição no mercado de pagamentos de varejo.

PIX: POSITIVE IMPACT ON BUSINESS MANAGEMENT

Simple, fast, secure and cheaper, the new payment method reduces costs with intermediaries and generates more competition in the retail payment market.

NOVO MEIO DE PAGAMENTO - NEW MEANS OF PAYMENT

Criado para ser um meio de pagamento bastante amplo e acessível, o Pix permite que diferentes agentes ofereçam o serviço e, com as plataformas centrais sendo providas pelo Banco Central, viabiliza um modelo com menos intermediários. Quaisquer transferências ou pagamentos já são feitos com o Pix, simplesmente com o uso do aparelho celular.

O Pix é mais uma opção disponível à população, que convive com os tipos tradicionais de transferências, diz Breno Lobo, chefe de divisão no Departamento de Competição e Estrutura do Mercado Financeiro do Banco Central. "A diferença é que, com ele, não é necessário saber onde a outra pessoa tem conta. Você faz a transferência a partir de um telefone na sua lista de contatos, usando a

Created to be a very broad and accessible payment method, Pix allows different agents to offer the service and, with the central platforms being provided by the Central Bank, it enables a model with fewer intermediaries. Any transfers or payments are already made with Pix, simply using the mobile device.

Pix is yet another option available to the population, who live with traditional types of transfers, says Breno Lobo, head of division at the Central Bank's Competition and Financial Market Structure Department. "The difference is that we do not need to know where the other person has an account. You transfer from a phone in your contact list using the Pix Key.

BENEFÍCIOS DO PIX

PIX ADVANTAGES

PARA PAGADORES

1. É mais rápido que as transferências de crédito atualmente disponíveis, como TED, DOC e boleto.
2. Mais simples de ser iniciado, por demandar apenas o uso do telefone celular (o que, inclusive, evita o toque em qualquer outro dispositivo).
3. Mais prático. Possibilita a iniciação pela leitura de um QR Code ou por um toque na lista de contatos.
4. Mais seguro, por permitir autenticação biométrica ou de reconhecimento facial, usando funcionalidades disponíveis no telefone celular.
5. Mais barato, por prever gratuidades para a iniciação.
6. Notificação de conclusão da transação.

For payers

1. It is faster than the credit transfers currently available, such as TED, DOC and bank slip.
2. Simpler to start, as it only requires the use of a cell phone (this prevents other devices from being touched).
3. More practical. Enables initiation by reading a QR Code or by clicking on the contact list.
4. Safer, as it allows biometric authentication or facial recognition, using features available on the cell phone.
5. Cheaper, for providing gratuities for initiation.
6. Transaction completion notification.

Chave Pix. Não há limite de horário nem de dia da semana, e os recursos são disponibilizados ao receptor em poucos segundos. Funciona 24 horas entre quaisquer bancos, de bancos para fintechs e de fintechs para instituições de pagamento.”

As transações de pagamento por meio de boleto exigem a leitura de código de barras, enquanto o Pix pode fazer a leitura de um QR Code. A diferença é que, no Pix, a liquidação é em tempo real. **O pagador e o receptor são notificados a respeito da conclusão da transação e do pagamento. “As transações de pagamento utilizando cartão de débito exigem uso de maquininhas ou instrumento similar. Com o Pix, podem ser iniciadas por meio do telefone celular, sem a necessidade de qualquer outro instrumento. O Pix tende a ter um custo de aceitação menor por sua estrutura ter menos intermediários”,** explica Breno.

There is no time limit or day of the week, and resources are made available to the recipient within seconds. Works 24 hours between any banks, from banks to fintechs and from fintechs to payment institutions.”

Payment transactions using bank slip require a barcode scan, while Pix can scan a QR code. The difference is that, at Pix, settlement is in real time. **The payer and the payee are notified of the completion of the transaction and payment. “Payment transactions using a debit card require the use of cash machines or similar devices. With Pix, they can be started using the cell phone, without the need for any other device. Pix tends to have a lower acceptance cost because its structure has fewer intermediaries”,** explains Breno.

PARA RECEBEDORES

1. Custo de aceitação menor que o dos demais meios eletrônicos (devido à presença de menos intermediários na cadeia de pagamentos).
2. Disponibilidade imediata dos recursos, o que tende a diminuir a necessidade de crédito.
3. Facilidade de automatização de processos, de conciliação dos pagamentos e de integração de sistemas.
4. Facilidade e rapidez no checkout.
5. Propício para o comércio eletrônico.
6. Notificação de conclusão da transação.

For payees

1. Lower acceptance cost than other electronic media (due to the presence of fewer intermediaries in the payment chain).
2. Immediate availability of resources, which tends to reduce the need for credit.
3. Ease of process automation, payment reconciliation and systems integration.
4. Easy and quick checkout.
5. Favorable for e-commerce.
6. Transaction completion notification.

PARA A ECONOMIA BRASILEIRA

1. Incentivo à eletrônica dos meios de pagamento, que têm custos sociais inferiores ao custo social do dinheiro em espécie, aumentando a eficiência da economia.
2. A rastreabilidade das transações permite melhor prevenção de lavagem de dinheiro.
3. Mais competição no mercado de pagamentos de varejo, o que incentiva a oferta de serviços de melhor qualidade a preços mais baixos, com consequências positivas, inclusive, em outros meios de pagamento.
4. Estímulo à entrada de novos agentes, incluindo os de fora do sistema financeiro, o que incentiva a competição.
5. Potencial de inclusão financeira, devido a um ambiente com mais ofertantes, que podem explorar nichos de mercado a custos menores de iniciação e de aceitação.

For Brazilian economy

1. Promote the electronization of payment methods, which have social costs lower than the social cost of cash, increasing the efficiency of the economy.
2. The traceability of transactions allows better money laundering prevention.
3. More competition in the retail payment market, which promote the provision of better-quality services at lower prices, with positive consequences, including in other payment methods.
4. Encouraging the entry of new agents, including those from outside the financial system, which encourages competition.
5. Potential for financial inclusion, due to an environment with more providers to explore niche markets, and lower costs of initiation and acceptance.

Fonte: Banco Central / Source: Central Bank

SEGURANÇA DO MODELO

O Pix foi construído com uma série de mecanismos robustos de segurança. Além de inovar na experiência do usuário, na velocidade e na disponibilidade, adicionou camadas exclusivas para proteção, como marcadores de fraude, e implementou medidas já existentes em outros meios de pagamento. **"As informações das chaves e as transações trafegam por uma rede exclusiva, resiliente e com informações criptografadas, que existe há quase 20 anos no Brasil, na qual trafegam todas as transações de altos valores no País. Além disso, como o principal canal para uso do Pix é o aparelho celular, a autenticação das transações utiliza recursos modernos, como biometria ou reconhecimento facial"**, destaca Breno.

De acordo com o Banco Central, conta com "motores antifraude" operados pelas instituições que ofertam o serviço. Eles permitem identificar transações atípicas, fora de perfil do usuário, bloqueando para análise as que são suspeitas por até 30 minutos, durante o dia, ou 60 minutos, à noite, e rejeitando aquelas que não se confirmarem seguras. Possui, em sua base, dados DICT (Diretório de Identificadores de Contas Transacionais), mecanismos de proteção que impedem varreduras das informações pessoais, e conta com "marcadores de fraude". No caso de suspeita de fraude ou fraude consumada, liga o alerta para todos as instituições participantes do sistema.

O Banco Central recomenda ao varejista sinalizar a aceitação de pagamentos com Pix nos pontos de venda e orientar as equipes sobre esse novo modelo.

The Central Bank recommends that the retailer signal the acceptance of payments with Pix at the points of sale and advise the teams on the new model.

Foto: Divulgação



BRENO LOBO, DO BANCO CENTRAL
Central Bank

MODEL SECURITY

Pix was developed with a series of robust security mechanisms. In addition to innovating the user experience, speed and availability, it added exclusive layers for protection, such as fraud markers, and implemented measures already existing in other payment methods. **"The traffic of key information and transactions is through an exclusive, resilient network with encrypted information, which has existed for almost 20 years in Brazil, in which all high-value transactions in the country travel. In addition, as the main channel for using Pix is the mobile device, the authentication of transactions uses modern features, such as biometrics or facial recognition"**, highlights Breno.

According to the Central Bank, it has "anti-fraud engines" operated by the institutions that offer this service. They allow the identification of atypical transactions, outside the user's profile, blocking suspicious transactions for analysis for up to 30 minutes, during the day, or 60 minutes, at night, and rejecting those that are not confirmed to be safe. On its basis there is DICT data (Directory of Transactional Account Identifiers), protection mechanisms that prevent scans of personal information, and has "fraud markers". In the event of suspected fraud or consummated fraud, turn on the alert to all institutions participating in the system.

ELGIN

LANÇAMENTO

FRITA, ASSA, GRATINA
COM TODA FACILIDADE

PRÁTICA PARA
DIVERSOS PREPAROS

DESIGN MODERNO
PARA A COZINHA

TEMPERATURA
80° C A 200° C

TIMER DE ATÉ
60 MINUTOS



FRITADEIRA ELÉTRICA SEM ÓLEO FLASH FRYER



Capacidade
de até 3,5L



Frita sem óleo com até
80% menos gordura



Fácil de limpar e
pode ir na lava-louças



Sistema de circulação
de ar ultrarrápido,
frita e economiza energia



Grelha
anti-aderente



Proteção contra
super-aquecimento

Para pagadores, o Pix é mais rápido que as transferências de crédito, como TED, DOC e boleto. Também é mais prático ao possibilitar a iniciação pela leitura de um QR Code ou por um clique na lista de contatos.

For payers, Pix is faster than the credit transfers currently available, such as TED, DOC and bank slip. It is also more practical in enabling initiation by reading a QR Code or by clicking on the contact list.

As instituições podem estabelecer limites máximos de valores para as transações com base no perfil de cada cliente, período, titularidade da conta, canal de atendimento e procedimento para iniciação. Esses limites se ancoram nos mesmos valores estabelecidos para outros instrumentos de pagamento, como TED e cartão de débito. Assim como os demais meios eletrônicos, o Pix tem transações integralmente rastreáveis, por serem operações de conta a conta. Ou seja, o destinatário de uma transferência financeira em situação de sequestro ou outro meio de coação ilícita é totalmente identificado.

TRANSFERÊNCIAS E TARIFAS

Não há limite mínimo para pagamentos ou transferências via Pix. Em geral, também não há limite máximo de valores para fazer um Pix. Entretanto, considerando critérios de mitigação de riscos de fraude e de infração à regulação de prevenção à lavagem de dinheiro e ao financiamento do terrorismo, as instituições participantes podem estabelecer limites máximos de valor para iniciação de um Pix, por usuário pagador. Exemplo:

- ◆ Por período (dia e horário)
- ◆ Por titularidade da conta
- ◆ Por canal de atendimento
- ◆ Por procedimento para iniciação

Em relação às tarifas, no caso de pessoa jurídica, a instituição detentora da conta do cliente pode cobrá-las em decorrência de envio e de recebimento

Institutions can establish maximum limits for transactions based on the profile of each customer, period, account ownership, service channel and initiation procedure. These limits are anchored in the same values set for other payment instruments, such as TED and debit card. Like other electronic media, Pix has transactions that are fully traceable, as they are account-to-account transactions. In other words, the recipient of a financial transfer in a situation of kidnapping or other means of unlawful coercion is fully identified.

TRANSFERS AND FEES

There is no minimum limit for payments or transfers via Pix. In general, there is also no maximum value limit for making a Pix. However, considering criteria to mitigate the risks of fraud and breach of the regulation to prevent money laundering and terrorist financing, participating institutions may establish maximum limits for the initiation of a Pix, per paying user. Example:

- ◆ By period (day and time)
- ◆ By account ownership
- ◆ By service channel
- ◆ By initiation procedure

In relation to fees, in the case of a legal entity, the institution holding the customer's account may charge a fee for sending and receiving funds for the



Foto: Divulgação

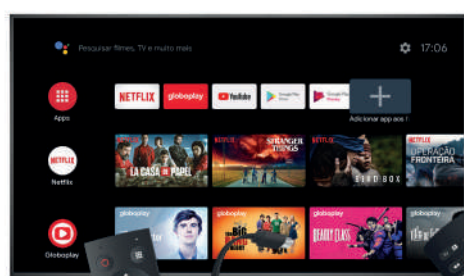
IVO MÓSICA, DA FEBRABAN

ELSYS

DISPOSITIVOS INTELIGENTES COM QUALIDADE E DE FÁCIL INSTALAÇÃO.

RESUMINDO:
TUDO QUE
SEUS CLIENTES
PROCURAM.

Acesse elsys.com.br
e conheça todas as linhas
de produtos ELSYS.



   /ElsysOficial

de recursos, com as finalidades de transferência e de compra. É possível, ainda, a cobrança de tarifa em decorrência da contratação de serviços acessórios relacionados ao envio ou ao recebimento de recursos, com o objetivo de permitir que atividades complementares possam ser oferecidas especificamente às empresas. O modelo de precificação (custo fixo ou percentual) e os valores das tarifas podem ser livremente definidos pelas instituições. Quando do pagamento do Pix na situação de cobrança que se assemelhe ao boleto, o pagador não pode ser tarifado.

Todas as transações ocorrem por meio de mensagens assinadas digitalmente e que trafegam de forma criptografada, em uma rede protegida e apartada da internet. Além disso, no DICT, componente que armazena as informações das chaves Pix, os dados dos usuários também são criptografados e existem mecanismos de proteção. Estes impedem varreduras das informações pessoais, além de indicadores que auxiliam os participantes do ecossistema na prevenção contra fraudes e lavagem de dinheiro.

PRÁTICO, RÁPIDO E BARATO

É com essas palavras que Ivo Mósca, coordenador da subcomissão de pagamentos instantâneos e porta-voz do grupo de segurança da Federação Brasileira de Bancos (Febraban), define o PIX. "Para os pagadores, é um meio mais rápido, prático e barato para fazer transações financeiras, dispensa o uso de cartão e folha de

purposes of transfer and purchase. It is also possible to charge a fee as a result of contracting ancillary services related to the sending or receiving of funds, in order to allow additional activities to be offered specifically for companies. The pricing model (fixed or percentage cost) and tariff values can be freely defined by the institutions. When paying Pix in the billing situation that resembles the bank slip, the payer cannot be charged.

All transactions carried out using digitally signed messages are encrypted and transmitted over a protected network separated from the internet. In addition, in the DICT, a component that stores information about Pix Keys, user data is also encrypted and protection mechanisms are in place. These prevent scans of personal information, in addition to indicators that assist ecosystem participants in preventing fraud and money laundering.

PRACTICAL, FAST AND CHEAP

It is with these words that Ivo Mósca, coordinator of the subcommittee of instant payments and spokesman for the security group of the Brazilian Federation of Banks (Febraban), defines the PIX. "For payers, it is a faster, more practical and cheaper method to make financial transactions, it does not require the use of cards and checks, for example. For the payee, the main advantage is that the money is released immediately in his account. In commerce, it facilitates the

MECANISMOS DE SEGURANÇA



Safety Feature

O Pix conta com diversos mecanismos de segurança, alguns desenvolvidos com exclusividade para essa inovação. Veja quais:

- A identidade do pagador é digitalmente autenticada, por senha, token, reconhecimento biométrico ou outro método de segurança adotado pela instituição de relacionamento, antes de qualquer pagamento ou transferência.
- Os dados das transações do Pix transitam criptografados na Rede do Sistema Financeiro Nacional. Esta é uma rede de dados operada pelo Banco Central e extremamente segura e resiliente.

Pix has several safety features, some developed exclusively for this innovation. They are:

- The payer's identity is digitally authenticated, by password, token, biometric recognition or other safety feature adopted by the relationship institution, before any payment or transfer.
- Pix transaction data is encrypted on the National Financial System Network. This is a data network operated by the Central Bank and extremely secure and resilient.

BENMAX

faz bem mais

Referência em refrigeração, a Benmax é hoje sinônimo de qualidade e bom atendimento. Seja em sua casa ou no seu negócio nossos produtos irão encantar você. Desfrute de todos os benefícios e entenda porque a Benmax faz bem mais!

ADEGAS

As adegas mais elegantes e sofisticadas com a segurança que seu vinho merece, ideal para sua residência, restaurantes, hotéis ou seu espaço gourmet. A linha BAC tem o que você procura!



CHOPEIRAS




Chopeiras modernas combinando conforto e comodidade. A melhor experiência para os amantes de chope artesanal com o exclusivo BARRIL BEER ME BACK.


MÁQUINAS DE GELO

Não importa a demanda! A Benmax tem a máquina de gelo ideal para você. Bares, restaurantes, hotéis, condomínios, hospitais, clínicas de fisioterapia ou até em sua residência.



 facebook.com/benmax.com.br

 [@benmaxoficial](https://instagram.com/benmaxoficial)

 benmax.com.br

cheque, por exemplo. Para o recebedor, a principal vantagem é que o dinheiro é liberado de imediato na conta dele. **No comércio, facilita o processo relativo à confirmação de pagamento, seja ele feito diretamente no caixa de uma loja ou em compra via e-commerce. Além disso, tem custo de aceitação menor que o dos demais meios eletrônicos e facilidade para automatização e conciliação dos pagamentos.**"

Para o varejo, a redução de custos com intermediários, como adquirente, processador, banco emissor, bandeira de cartão, etc., é uma vantagem, reconhece Alex Lima, CFO da rede Novo Mundo.

"Para o cliente, além da rápida resposta na transação, sem burocracia, apenas utilizando o número do CPF, promove a inclusão bancária dos desbancarizados e o estímulo para transações eletrônicas mais seguras." Nas lojas, o Pix não muda nada, é uma opção de pagamento que substitui o cartão de débito e reduz o uso de dinheiro em espécie. O Banco Central recomenda ao varejista sinalizar a aceitação de pagamentos com Pix nos pontos de venda e orientar as equipes sobre o novo modelo.

Na opinião de Alex, o Pix beneficia o e-commerce. "Antes, o cliente que optava por pagar via boleto tinha que esperar a compensação bancária, que demorava até quatro a dias. Hoje, em 10 segundos, temos a resposta. Com isso, ganhamos na velocidade do atendimento ao cliente e reduzimos custos na operação." A rede não vê dificuldades para atender a todas as

Os dados das transações do Pix transitam criptografados na Rede do Sistema Financeiro Nacional. É uma rede de dados operada pelo Banco Central e extremamente segura e resiliente.

Pix transaction data is encrypted on the National Financial System Network. This is a data network operated by the Central Bank and extremely secure and resilient.

Foto: Divulgação



ALEX LIMA, DA NOVO MUNDO

payment confirmation process, whether it is done directly at a store cashier or when purchasing via e-commerce. In addition, it has a lower acceptance cost than other electronic methods and it is easy to automate and reconcile payments."

For retailers, reducing costs with intermediaries, such as acquirer, processor, issuing bank, card administration, etc., is an advantage, recognizes Alex Lima, CFO of the Grupo Novo Mundo. "For the customer, in addition to the quick response in the transaction, without bureaucracy, just using the Taxpayer Identification Number (CPF) number, it promotes the banking inclusion of unbanked people and encourages safer electronic transactions." In stores, Pix doesn't change anything, it's a payment option that replaces the debit card and reduces the use of cash. The Central Bank recommends that the retailer signal the acceptance of payments with Pix at the points of sale and advise the teams on the new model.

In Alex's opinion, e-commerce takes advantage of Pix. "Before, the customer who chose to pay via bank slip had to wait for bank clearing, which took up to four days. Today, in 10 seconds, we have the answer. As a result, we gain speed in customer service and reduce operating costs." The Group sees no difficulty in meeting all demands for payment methods for its customers. "With one click, we choose the buyer or card banner. It won't be different with Pix", he adds.

59 anos de mercado



Indústria Brasileira

Lançamento

FRAHM

SD 500 OPTICAL



A Entrada Ótica permite conectar equipamentos como TV'S com alta qualidade de transmissão de áudio através de um cabo de fibra ótica.

500
WATTS
RMS

Tecnologias encontradas na Linha SD 500



ENTRADA ÓTICA



BLUETOOTH



USB



RÁDIO FM



FRAHM WIRELESS CONNECT (TWS)



BATERIA 5H VOLUME MÉDIO



PARTY LIGHTS



QUALIDADE ACÚSTICA DA MADEIRA

demandas de meios de pagamentos para seus clientes. “Com um clique, escolhemos a adquirência ou bandeira do cartão. Com o Pix não será diferente”, acrescenta.

IMPACTO NÃO IMEDIATO

Diretor da Rede, empresa de meios de pagamentos do Itaú Unibanco, Rodrigo Carneiro diz que o impacto do Pix sobre outros meios tradicionais não vai ser percebido de imediato. “O Pix é uma forma democrática de incorporar muitas pessoas que estão à margem desse ecossistema. **Paralelamente a ele, boas experiências e propostas de valor preservarão seu espaço. Por isso, acredito que o cartão manterá sua relevância durante muito tempo. Pode haver pequeno rebalanceamento com relação ao débito, com o qual o Pix mais concorre, mas o impacto maior está na utilização do dinheiro em papel. De toda forma, as coisas não serão descontinuadas de uma hora para outra. Tudo é uma evolução que vem com o tempo.**”

O papel da Rede é fomentar o uso da nova modalidade e se valer de sua expertise, conta Rodrigo. “Como sabemos que quem manda no jogo é o cliente, para nós interessa mais atuar com alto padrão de excelência nesse contexto e estabelecer uma relação de longo prazo com o comerciante – essa é nossa maior alavanca de receita. À medida que o consumidor usar menos o dinheiro em espécie e ampliar o uso do mecanismo de pagamento eletrônico, começaremos a ter visibilidade de fatores que influenciam o negócio. Isso nos dará condições de conhecer melhor nosso público e oferecer serviços de

As instituições podem estabelecer limites máximos de valores para as transações com base no perfil de cada cliente, período, titularidade da conta, canal de atendimento e procedimento para iniciação.

Institutions can establish maximum limits for transactions based on the profile of each customer, period, account ownership, service channel and initiation procedure.



Foto: Divulgação

RODRIGO CARNEIRO, DA REDE

NON-IMMEDIATE IMPACT

Director of Rede, Itaú Unibanco's method of payment company, Rodrigo Carneiro says that Pix's impact on other traditional means will not be immediately perceived. “Pix is a democratic way of incorporating many people who are on the margins of this ecosystem. **In addition, good experiences and value propositions will preserve your space. Therefore, I believe that the card will maintain its relevance for a long time. There may be a small realignment in relation to the debt, with which Pix competes the most, but the biggest impact is in the use of paper money. Anyway, things will not be discontinued overnight. Everything is an evolution that comes with time.**”

The Rede's role is to encourage the use of the new modality and draw on its expertise, says Rodrigo. “As we know that the customer is the boss, we are more interested in acting with a high standard of excellence in this context and establishing a long-term relationship with the merchant – this is our biggest revenue leverage. As consumers use less cash and expand the use of the electronic payment method, we will begin to have visibility into factors that influence the business. This will enable us to get to know our audience better and offer services with greater added value, with the possibility of migrating revenue sources within the same account.”

TS SHARA®
The Intelligent Choice

Seu home office com energia ininterrupta



Nobreaks para *home office* de 500 a 3200VA

O Home Office é o novo normal, porém muitos esquecem que o escritório em casa exige preocupações e cuidados semelhantes. É preciso proteger os seus equipamentos eletrônicos e computadores, mantendo a conexão com a internet e acesso aos arquivos importantes armazenados na nuvem, garantindo a produtividade. Porém, tais prevenções devem levar em consideração os blecautes ocasionais ou apagões causados pelas quedas na rede elétrica, além dos picos de energia que podem danificar eletrônicos, por fornecerem níveis de voltagem mais altos do que os suportáveis. Adquirir o seu Nobreak TS Shara nas melhores revendas de informática do país.



Acesse e conheça 4 dicas para manter seu trabalho remoto funcionando permanentemente de forma segura

O PIX foi construído com uma série de mecanismos robustos de segurança. Além de inovar na experiência do usuário, na velocidade e na disponibilidade, adicionou camadas exclusivas para proteção, como marcadores de fraude.

The PIX was built with a series of security mechanisms. In addition to innovating in the user experience, speed and availability, it added exclusive layers for protection, such as fraud markers.

maior valor agregado, com a possibilidade de migrar fontes de receita dentro de uma mesma conta.”

No caso das financeiras, o modelo traz um grande impacto nas transações de pagamento do dia a dia. “Isso é muito importante, pois será o grande teste de confiança e escala do Pix. Quem souber aproveitar o momento e a tecnologia de forma inteligente nos seus processos de negócio poderá levar uma experiência muito melhor aos seus clientes e, consequentemente, colocar-se em posição diferenciada no mercado”, diz Lucas Thaislo, superintendente de tecnologia e inovação do Banco Semear.

O superintendente lembra que o Banco Central tem um roadmap do Pix que vai muito além dos pagamentos instantâneos e, conforme esse roadmap se consolidar, os players que atuam no financiamento ao varejo precisarão se movimentar, pois os veículos de cobrança e pagamentos serão muito afetados. “Não podemos desconsiderar que há uma parcela de consumidores que pode não adotar o Pix ou fazê-lo de forma tardia. Produtos híbridos podem, então, se tornar uma realidade para bancos e financeiras. Não devemos negligenciar as realidades tão distintas do nosso mercado, inclusive geograficamente. Por isso, não deve acontecer tudo de uma vez.” Em princípio, por si só, o Pix não deve afetar o mercado de crédito, diz Lucas. “Mas acredito que, aliado a outras iniciativas, como o Cadastro Positivo, tem um potencial de aumento da concorrência e de desconcentração do mercado.” ■■

In the case of finance companies, the model has a major impact on daily payment transactions. “This is very important, as it will be the great test of confidence and scale of Pix. Anyone who knows how to take advantage of the moment and technology in an intelligent way in their business processes can bring a much better experience to their customers and, consequently, put themselves in a different position in the market”, says Lucas Thaislo, superintendent of technology and innovation at the Banco Semear.

The superintendent recalls that the Central Bank has a Pix road map that goes far beyond instant payments and that as part of the consolidation of that road map, players involved in retail finance must move as the vehicle of pickup and payment will be heavily impacted. “We cannot ignore the fact that there are a number of consumers who may not adopt Pix or do so late. Hybrid products can then become a reality for banks and finance companies. We must not overlook the very different realities of our market, not even geographically. So, it shouldn’t happen all at once.” Basically, by itself, Pix should not impact the credit market, says Lucas. “But I believe that, together with other initiatives, such as the Positive Registry, Pix has the potential to increase competition and deconcentrate the market.” ■■

Foto: Divulgação



LUCAS THAISLO, DO BANCO SEMEAR

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

eletrolarshow
ELECTRONICS SHOW

LATIN AMERICAN ELECTRONICS
International Trade Show

azulmidia.com.br

12 A 15 DE JULHO DE 2021

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

10 MIL
PRODUTOS

700
MARCAS

29 MIL
VISITANTES

PÚBLICO VISITANTE

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

CANAIS DE VENDA

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

ELETROLAR SHOW MONTA SEU ESTANDE 30% DE REDUÇÃO NO CUSTO

Na Eletrolar Show sua empresa só se preocupa em vender.

Nós cuidamos do resto!

CONFIRA OS PROJETOS MONTADOS NA EDIÇÃO ANTERIOR



PLANEJE E SOLICITE SEU ORÇAMENTO!

COMERCIAL:

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



WhatsApp chat

por/by Dilnara Titara

SETOR SE REINVENTA PARA SUPERAR A CRISE

THE SECTOR REINVENTS ITSELF
TO OVERCOME THE CRISIS



Serviço essencial, que responde pela circulação de mercadorias, a logística tem recuperação gradual com o aumento das vendas online.



An essential service, which responds for the circulation of goods, has gradual recovery with the increase in online sales.



As empresas de logística tiveram que se adaptar às medidas implementadas para a prevenção contra o novo coronavírus. **Quando governos estaduais e municipais determinaram o fechamento de praticamente todas as atividades comerciais, os reflexos foram grandes e atingiram toda a cadeia produtiva, incluindo o setor de cargas e logística.**

Na adaptação aos novos protocolos, as empresas do setor precisaram se reinventar. “A nossa atividade foi considerada essencial e de utilidade pública por decreto presidencial. Por isso não paramos, mas revisitamos os processos e adotamos novas medidas para nossos colaboradores”, conta **Marcelo Florio, diretor comercial do Grupo Protege.**

Nos últimos anos, a KM Cargo estava focada no transporte aéreo nacional, diz Kleber Pavan, diretor financeiro da empresa. “Então, um dos maiores impactos para nós foi o cancelamento de voos, afetando toda a malha aérea. Tivemos que nos reinventar com nossos caminhões blindados e aderir a todas as medidas sanitárias.”

PERFIL DO TRANSPORTE

A evolução do e-commerce colaborou para a atuação do setor de logística, apesar da redução dos volumes transportados em função da retração econômica. “Com o fechamento das lojas, os produtos chegaram diretamente aos domicílios dos consumi-

The logistics companies had to adapt to the measures implemented for the prevention against the new coronavirus. **When the state and city governments determined the closing of almost all commercial activities, the reflexes were great and affected the entire productive chain, including the cargo and logistics sector.**

When adapting to the new protocols, the companies in the sector had to reinvent themselves. “Our activity was considered essential and of public utility by presidential decree. That is why we did not stop but revisited the processes and adopted new measures for our employees,” says **Marcelo Florio, commercial director of Grupo Protege.**

In the past few years, KM Cargo was focused on national air transportation, says Kleber Pavan, the company’s financial director. “So, one of the biggest impacts for us was the cancellation of flights, affecting the entire air network. We had to reinvent ourselves with our armored trucks and adhere to all the sanitary measures”.

TRANSPORT PROFILE

The evolution of e-commerce has contributed to the performance of the logistics sector, despite the reduction in volumes transported due to the economic downturn. “With the closing of the stores, the products arrived directly to the consumer’s residences impelled by



Fotos: Divulgação

Marcelo Florio,
diretor comercial do Grupo Protege
commercial director of Grupo Protege

“A pandemia fortaleceu as vendas online, principalmente de produtos eletrônicos.”

“The pandemic has strengthened online sales, especially of electronic products.”

“Tivemos que nos reinventar com nossos caminhões, adotando todas as medidas sanitárias.”

“We had to reinvent ourselves with our trucks, adhering to all the sanitary measures.”

“Aos poucos os varejistas vêm buscando implantar CDs em estados estratégicos, visando diminuir o valor de frete e o prazo de entrega.”

“Gradually, retailers have been trying to implement CDs in strategic states, aiming at reducing the freight value and the delivery time”.



Kleber Pavan, diretor financeiro da KM Cargo
financial director of KM Cargo
Mauro Pavan, diretor comercial da KM Cargo
commercial director of KM Cargo

dores impulsionados pelas vendas online”, comenta **Edson Carillo, vice-presidente de educação da Associação Brasileira de Logística (Abralog).**

Com a popularização da internet e muito pela necessidade, durante a pandemia, as compras online se fortaleceram e passaram a impactar diretamente os números do transporte de carga no País. A alavancagem das vendas online ampliou o mercado para o setor de logística.

O Mercado Envios, braço logístico do Mercado Livre, registrou crescimento muito grande no seu volume de operação do e-commerce na América Latina, relata o vice-presidente da Mercado Envios, Leandro Bassoi.

the online sales,” comments **Edson Carillo, vice president of education at Brazilian Association of Logistics (Associação Brasileira de Logística - Abralog).**

With the popularization of the Internet and due to the need, during the pandemic, online shopping has strengthened and has started to directly impact the numbers of the cargo transportation in the country. The leverage of online sales has expanded the market for the logistics sector.

Mercado Envios, the logistics unit of Mercado Livre, has registered a very high growth in its volume of e-commerce operations in Latin America, reports



Fotos: Divulgação

Edson Carillo,
vice-presidente de educação
da Abralog
*vice president of education at
Abralog*

“Usualmente, a logística tem impacto de 5% a 10% sobre o valor das mercadorias. É um impacto relevante.”

“Usually, logistics has an impact of 5% to 10% on the value of goods. It is a relevant impact.”

“Cresceu mais de 100% em pacotes enviados. As pessoas experimentaram a compra online, mudaram o hábito e passaram a adquirir produtos de forma diferente.”

REPENSANDO OS NEGÓCIOS

A dinâmica dos dias atuais gerou a necessidade de repensar os negócios. “Os varejistas, aos poucos, vêm buscando implantar centros de distribuição em estados estratégicos, visando diminuir o valor do frete e do prazo de entrega”, conta **Mauro Pavan, diretor comercial da KM Cargo.** Essas novas operações facilitam e agilizam a entrega dos produtos ao consumidor.

Neste ano de 2020, o Mercado Envios anunciou a abertura de cinco novos centros logísticos no Brasil, informa o vice-presidente. “Um deles já está em operação, com o objetivo de duplicar a capacidade de armazenamento e de processamento de encomendas.”

O incremento das vendas online trouxe o desafio de entregas mais ágeis, fracionadas e geograficamente ampliadas. **“O cliente quer, cada vez mais, agilidade, e isso gera para a cadeia logística a necessidade de se reinventar e se adaptar aos novos**

the vice president Leandro Bassoi. “It has grown more than 100% in packages sent. People has tried out online shopping, has changed the habits, and has started to purchase products in a different way.”

RETHINKING THE BUSINESS

The dynamics of the current days have generated the need to rethink the business. “Retailers are gradually trying to implement distribution centers in strategic states, aiming at reducing the value of freight and delivery time,” says **Mauro Pavan, commercial director of KM Cargo.** These new operations facilitate and speed out the delivery of the products to the consumer.

In 2020, Mercado Envios announced the opening of five new logistics centers in Brazil, informs the vice president. “One of them is already in service, aiming at duplicating the ability of goods storage and processing.”

The increment in online sales has brought the challenge of more agile, divided and geographically enlarged deliveries. **“The client wants more and more agility, and for the logistic chain this generates the**



tempos”, destaca Sérgio França, diretor comercial e de estratégia da Prosegur.

APOIO DA TECNOLOGIA

O modal viário é o mais utilizado no Brasil. “Apesar de o País possuir larga malha, ela está abaixo do adequado quando comparada a outras nações”, diz Sérgio. **“Usualmente, a logística tem impacto de 5% a 10% sobre o valor das mercadorias. As questões sobre infraestrutura são particularmente mais relevantes quando a utilização está próxima do limite”, explica Edson.**

A intensificação do uso da tecnologia tem colaborado muito para superar o desafio logístico no País, destaca Sérgio. “Isso ocorre por meio de ferramentas que nos permitem, por exemplo, traçar trilhas internas e externas mais eficientes, seguras e sem custos desnecessários.”

need to reinvent itself and adapt to the new times”, highlights Sérgio França, commercial and strategy director of Prosegur.

TECHNOLOGY SUPPORT

The road modal is the most used in Brazil. “Although the country has wide network, it is below the appropriate when compared to other nations”, says Sérgio. **Usually, logistics has an impact of 5% to 10% on the value of goods. Infrastructure issues are particularly more relevant when the usage is close to the limit,” explains Edson.**

The intensification of the use of technology has collaborated a lot to overcome the logistic challenge in the country, highlights Sérgio. “This happens through tools that allow us, for example, to trace internal and external trails that are more efficient, safer and without unnecessary costs”.



“Foi registrado crescimento muito grande em nosso volume de operação do e-commerce na América Latina – mais de 100% em pacotes enviados.”

“A very high growth was registered in our e-commerce operation volume in Latin America – more than 100% in packages sent”.



Leandro Bassoi,
vice-presidente da Mercado Envios
vice president of Mercado Envios



“Estamos otimistas em relação ao mercado logístico para 2021.”

“We are optimistic about the logistic market for 2021.”



Foto: Divulgação

Sérgio França,
diretor comercial e de estratégia da Prosegur
commercial and strategic director of Prosegur

Os serviços digitais para organizar, divulgar e vender produtos mostram oportunidades à logística e ao transporte.

“Devemos continuar a sentir o incremento da entrega em domicílio. A conveniência ganha espaço no varejo”, diz Edson. “A pandemia fortaleceu as vendas online, principalmente de eletrônicos”, conta Marcelo. “Entendemos que ainda haverá enorme crescimento do e-commerce, segmento que virou realidade no País”, atesta Mauro. A tendência é o segmento se adaptar às necessidades atuais, afirma Sérgio. “Estamos otimistas em relação ao mercado logístico para 2021”, resume. ■■

The digital services to organize, promote and sell products show opportunities for logistics and transportation.

“We must continue to feel the increment in home delivery. Convenience gains space in retail,” says Edson. “The pandemic has strengthened online sales, especially of electronics,” says Marcelo. “We understand that there will still be enormous growth in e-commerce, a segment that has become a reality in the country,” attests Mauro. The trend is for the segment to adapt to current needs, states Sergio. “We are optimistic about the logistic market for 2021,” he summarizes.. ■■

Foto: Shutterstock



Usina de Vendas assume distribuição de smartphones TCL no Brasil e projeta triplicar faturamento

Usina de Vendas sets agreement with TCL as official distributor of smartphones in Brazil and plans to triplicate revenue



TCL
SMARTPHONES



"A meta é levar a TCL a alcançar um market share no país de pelo menos 5% até o final de 2022"

"Our goal is to contribute with TCL to reach a market share of at least 5% until the end of 2022"

Marco Antonio Palma
CEO da Usina de Vendas

A Usina de Vendas, empresa especializada na distribuição capilarizada de produtos de mobilidade, assumiu em outubro a distribuição de smartphones da marca TCL no Brasil. A companhia chinesa é conhecida por ser a segunda maior fabricante de televisores do mundo.

A estratégia da Usina de Vendas para a distribuição dos smartphones da TCL abrange cerca de cinco mil pontos de vendas dentre redes nacionais e regionais de varejo, e-commerces, supermercados, lojas de tecnologia, operadoras e corporativo. "Por meio da nossa expertise no desenvolvimento de canais de vendas e aumento de capilaridade na distribuição, a meta é levar a TCL a alcançar um market share no país de pelo menos 5% até o final de 2022", afirma o CEO da Usina de Vendas, Marco Antonio Palma.

De acordo com Mr. Alex Cao, Brazil Country Manager of TCL Mobile Phone, o Brasil é um mercado estratégico para a TCL. "A parceria com a Usina de Vendas permitirá a manutenção do nosso ritmo de entregas no país e proporcionará a capilaridade que precisamos para garantir que nossa linha de produtos de mobilidade chegue de forma rápida, econômica e segura aos brasileiros", diz Mr. Alex.

A robustez do modelo de negócios se materializa com a chegada ao Brasil de três novos produtos em 2020: TCL L5, TCL L7 e TCL 10 SE, enquanto logo no início de 2021 outros três smartphones integrarão o portfólio no país.

Segundo Palma, a proposta de valor dos smartphones da TCL está alinhada aos anseios do mercado local que busca soluções acessíveis sem precisar renunciar à eficiência e inovação. "Esta visão se encaixa perfeitamente com as necessidades dos brasileiros e, desta forma, acreditamos num sucesso significativo de vendas das linhas de smartphones da TCL", diz o executivo.

De acordo com ele, de janeiro a setembro de 2020, a Usina de Vendas já superou sua meta anual em 20% apesar dos problemas causados pela pandemia. "Com essa parceria, a nossa expectativa para 2021 é de atingir um faturamento superior a 300% em relação a este ano", diz Palma.

"A parceria com a Usina de Vendas permitirá a manutenção das entregas no país e proporcionará a capilaridade que precisamos"

"The partnership with Usina de Vendas allows us to maintain our smartphones delivery and will increment our spread in the territory"

Mr. Alex Cao
Brazil Country Manager of TCL Mobile Phone



Usina de Vendas, a company specialized in spreading the distribution of technology mobility products, settled an agreement with smartphones manufacturer TCL in October as the brand's official distributor in Brazil. The Chinese company is known to be the second largest TV manufacturer in the world.

The distribution strategy of Usina de Vendas for TCL smartphones is planned to reach five thousand points of sales across the country among national and regional retailers, e-commerce, supermarkets, technology stores, carriers, and corporate channel. "Taking advantage of Usina de Vendas expertise in the development of sales channels and spreading of distribution, our goal is to contribute with TCL to reach a market share of at least 5% until the end of 2022", declares Marco Antonio Palma, Usina de Vendas' CEO.

According to Mr. Alex Cao, Brazil Country Manager of TCL Mobile Phone, Brazil is a strategic market for TCL. "The partnership with Usina de Vendas allows us to maintain our smartphones delivery in the country and will increment our spread in the territory, to guarantee that our mobility products reach all Brazilians in a faster, safer and more cost effective way", states Mr. Alex.

The business model robustness is materialized through the delivery in Brazil of three new products in 2020: TCL L5, TCL L7 and TCL 10SE, while early in 2021 another three smartphones will be added to the local portfolio.

According to Palma, the value proposition of TCL smartphones is aligned to the local market needs, the pursuit of accessible solutions without putting efficiency and innovation aside. "Such proposition fits perfectly the Brazilians demands, driving our belief that TCL smartphones are due to be a sales hit", says the executive.

In addition, Palma mentions that, as from January to September of 2020, Usina de Vendas has already overcome its annual goal in 20% despite all challenges caused by the covid-19 pandemic. "With our partnership with TCL smartphones, the forecast in 2021 is to reach an incremental invoicing of 300% when compared to the present year", says Palma.

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



VAREJO É IMPORTANTE ALIADO NA VENDA DE ITENS PARA A CASA CONECTADA

RETAIL IS AN IMPORTANT ALLY IN SELLING
ITEMS FOR THE CONNECTED HOME



A maior aceitação dos produtos baixou os preços e tornou o acesso possível a todas as classes sociais. A tendência é mundial, e o varejo físico responde pela maior parte das vendas.

Greater acceptance of products has lowered prices and made access possible for all social classes. The trend is worldwide, and physical retail accounts for most of the sales.



A busca por segurança, comodidade e conforto vem estimulando a comercialização de dispositivos para a casa conectada, que, até há pouco tempo, eram quase exclusividade da população de maior poder aquisitivo. Os preços mais acessíveis, resultado da maior aceitação dos produtos, e a instalação mais fácil, que muitas vezes não exige a presença de especialistas, abriram o mercado. Hoje, 80% da classe média brasileira deseja ter uma casa inteligente – logo, mais segura.

Equipar uma casa com itens de IoT (Internet of Things, ou Internet das Coisas, em português) é mais barato do que contratar profissionais especializados e traz muitas vantagens. “Entre elas, a praticidade, pois não é preciso estar em casa para controlar os eletrônicos; a economia na conta de

The search for safety, convenience and comfort has been stimulating the sale of devices for the connected home, which, until recently, were almost exclusive to the population with greater purchasing power. The more accessible prices, the result of greater acceptance of products, and easier installation, which often does not require the presence of specialists, have opened the market. Today, 80% of the Brazilian middle class want to have a smart home – therefore, safer.

Equipping a home with IoT items (Internet of Things) is cheaper than hiring specialized professionals and brings many advantages. “Among them, practicality, as it is not necessary to be at home to control the electronics; the savings in the electricity bill, because it is possible to



Foto: Shutterstock

Os preços mais acessíveis, resultado da maior aceitação dos produtos, e a instalação mais fácil abriram o mercado de produtos para a casa conectada.

The more affordable prices, the result of greater acceptance of products, and easier installation have opened the market for products for the connected home.

luz, porque é possível predeterminar o horário para ligar e desligar os aparelhos; a segurança e o conforto. São produtos que otimizam o tempo e facilitam a rotina”, diz José Ricardo Tobias, responsável pela Positivo Casa Inteligente, plataforma de soluções de IoT da Positivo Tecnologia.

Na venda desses produtos, o varejo é um importante aliado, tanto o especializado quanto o geral. “O varejo físico vende mais do que o online, mas é preciso expor bem os produtos, isto é, apresentar uma casa com portas, janelas e o kit instalado para mostrar o funcionamento. O potencial do País é enorme em automação residencial, é um mercado fértil, e o Sudeste ainda responde pela maior parte das vendas”, conta Luciano Barbosa, head do Projeto Xiaomi Brasil.

TENDÊNCIA MUNDIAL

A categoria tem futuro extremamente promissor, afirma Claudio Blatt, diretor comercial da Elsys.

“Hoje em dia, os dispositivos inteligentes chegam ao mercado com valores competitivos, o que os torna acessíveis a toda a população. Com base na pesquisa do Google Brasil, até 2021 cerca de 327 milhões de residências no mundo terão pelo menos um aparelho conectado. Assim, acreditamos em aumento na procura de produtos inteligentes em curto espaço de tempo. A popularização do termo no País colabora para isso.”

predetermine the time for switching on and off the devices; safety and comfort. These are products that optimize time and facilitate routine”, says José Ricardo Tobias, responsible for Positivo Casa Inteligente, Positivo Tecnologia’s IoT solutions platform.

In the sale of these products, retail is an important ally, both specialized and general. “Physical retail sells more than online, but it is necessary to expose the products well, that is, present a house with doors, windows and the kit installed to show how it works. The country’s potential is huge in home automation, it is a fertile market, and the Southeast still accounts for most of the sales”, says Luciano Barbosa, head of the Xiaomi Brazil Project.

WORLD TREND

The category has an extremely promising future, says Claudio Blatt, commercial director of Elsys.


“Nowadays, smart devices come to the market with competitive values, which makes them accessible to the entire population. Based on Google Brazil research, by 2021 around 327 million homes in the world will have at least one device connected. Thus, we believe in an increase in the demand for intelligent products in a short period of time. The popularization of the term in the country contributes to this.”

O segmento é forte tendência mundial e gera uma grande expectativa para o varejo brasileiro, destaca Bruno Gouvea, diretor comercial de segurança e energia da Multilaser. "Nosso faturamento previsto para essa linha em 2021 é de cerca de R\$ 25 milhões, mas, pela reação que tivemos do mercado em 2020, isso será superado antes do esperado." O Grupo BedinSat também tem boas expectativas. **"Estimamos crescimento de até 20% nas vendas para o período 2020/2021", conta o diretor-executivo, Lucas Bedin.**

A casa conectada já é uma realidade, garante Marcelo Castro, CEO da I2GO, que cita a consultoria Zion Market Research, pela qual o investimento em tecnologia de smart home chegará a US\$ 53,4 bilhões até 2022. "Os produtos são acessíveis, então as vendas estão sendo direcionadas a todas as classes sociais. Em 2020, nossas vendas foram muito acima do esperado e deverão triplicar em 2021."

The segment is a strong global trend and a great expectation for the Brazilian retail, highlights Bruno Gouvea, commercial director of security and energy at Multilaser. "Our expected turnover for this line in 2021 is around BRL 25 million, but, due to the reaction we had from the market in 2020, this will be exceeded earlier than expected." The Grupo BedinSat also has good expectations. "We estimate sales growth of up to 20% for the period 2020/2021", says the executive director, Lucas Bedin.

The connected home is already a reality, guarantees Marcelo Castro, CEO of I2GO, who cites consultancy Zion Market Research, for which investment in smart home technology will reach US\$ 53.4 billion by 2022. "The products are accessible, so sales are being directed to all social classes. In 2020, our sales were much higher than expected and are expected to triple in 2021."



Equipar uma casa com itens de IoT é mais barato do que contratar profissionais especializados em segurança e traz muitas vantagens.

Equipping a home with IoT items is cheaper than hiring security professionals and has many advantages.

Um reflexo da busca cada vez maior de alternativas de segurança eletrônica está nos números da Verisure no Brasil. “Nos últimos três anos, dobramos o portfólio de clientes. Parte da demanda vem da sensação de insegurança, comum em toda a América Latina, como mostrou a pesquisa da TNT/Kantar em novembro de 2019: seis entre 10 pessoas estão muito preocupadas em sofrer uma invasão”, diz **Mariana Maaze, diretora de marketing da empresa.**

A presença de mais marcas no mercado, trazendo dispositivos plug and play, baixou os preços, mais um fator importante para aumentar as vendas, afirma Sérgio Miranda, gerente de desenvolvimento de produtos da Geonav. “A chegada ao Brasil dos dois principais assistentes, Google Assistente e Alexa, da Amazon, este último, principalmente, criou novos espaços e demandas por produtos de casa inteligente.” Veja, a seguir, as novidades da categoria.

A reflection of the increasing search for electronic security alternatives is in Verisure's numbers in Brazil. “In the past three years, we have doubled the customer portfolio. Part of the demand comes from the feeling of insecurity common throughout Latin America, as shown by the TNT / Kantar survey in November 2019: six out of 10 people are very concerned about suffering an invasion”, says **Mariana Maaze, the company's marketing director.**

The presence of more brands in the market, bringing plug and play devices, lowered prices, another important factor to increase sales, says Sérgio Miranda, product development manager at Geonav. “The arrival in Brazil of the two main assistants, Google Assistant by Google and Alexa, from Amazon, mainly, created new spaces and demands for smart home products.” See below the category news.



BEDINSAT

Um de seus mais recentes lançamentos é o **receptor Smart Box 4K BS-9700s**, com o qual o usuário pode transformar qualquer televisor em smart. Com o equipamento, voltado às classes A, B e C, e uma conexão Wi-Fi, o usuário também consegue acessar as câmeras de segurança, de forma a ver, em tempo real, o que está acontecendo em suas propriedades.

Outro lançamento recente da BedinSat é o **telefone celular de mesa rural 4G BDF-14**, que possibilita ao usuário fazer ligações com qualidade, enviar e receber SMS. Tem conexão de voz e dados. Também pode ser utilizado como roteador Wi-Fi e conectar até oito dispositivos. **"A maior ascensão em vendas é de telefones celulares rurais 3G e 4G com roteador Wi-Fi", diz Lucas Bedin.**



Lucas Bedin,
diretor-executivo do Grupo BedinSat
executive director of the BedinSat Group

One of its most recent releases is the **4K BS-9700s Smart Box receiver**, with which the user can transform any TV into a smart TV. With the equipment, aimed at classes A, B and C, and a Wi-Fi connection, the user can also access the security cameras, in order to see, in real time, what is happening on their properties.

Another recent launch by BedinSat is the **4G BDF-14 rural table cell phone**, which allows the user to make quality calls, send and receive SMS. It has voice and data connection. It can also be used as a Wi-Fi router and connect up to eight devices. **"The biggest rise in sales is for rural 3G and 4G mobile phones with a Wi-Fi router," says Lucas Bedin.**



Telefone 4G BDF-14
4G BDF-14 telephone

Preço sugerido em 12/11/2020: R\$ 729,00.
Suggested price on 11/12/2020: BRL 729.00.



Smart Box 4K BS-9700s

Preço sugerido em 12/11/2020: R\$ 399,00.
Suggested price on 11/12/2020: BRL 399.00.

Fotos: Divulgação

GEONAV

Sua linha Home Intelligence, com dispositivos plug and play, facilmente controlados pelo smartphone ou comando de voz, tem vários itens: lâmpadas inteligentes (E27 e dicroica), adaptador de tomada, câmera interna, central de controle infravermelho e cinco sensores (porta e janela, movimento, gás, monóxido de carbono e fumaça). **"As lâmpadas infravermelho tiveram uma venda importante bem como nossa central de controle infravermelho, em 2020. São produtos curingas, que estimulam o consumidor final a buscar dispositivos inteligentes para o seu dia a dia", diz Sérgio Miranda.**

Este ano, seu destaque é a linha Pro, composta por módulos relês de um e dois canais, que transformam interruptores e tomadas tradicionais em inteligentes, além de outros para cortinas motorizadas e dimmer, que podem ser acionados pelo aplicativo Hi by Geonav e por comandos de voz com os assistentes digitais. Também atualizou a linha de iluminação com fita de LED e trouxe o branco frio para as lâmpadas. **Em 2021, lançará mais 10 produtos.**



Lâmpada E27
E27 lamp

Preço sugerido em 18/11/2020: R\$ 99,00.
Suggested price on 11/18/2020: BRL 99.00.



Sérgio Miranda,
gerente de desenvolvimento de produtos da Geonav
product development manager at Geonav

Its Home Intelligence line, with plug and play devices, easily controlled by smartphone or voice command, has several items: smart lamps (E27 and dichroic), plug adapter, internal camera, infrared control center and five sensors (door and window), movement, gas, carbon monoxide and smoke). **"Infrared lamps had an important sale as well as our infrared control center, in 2020. They are wildcard products, which encourage the consumer to look for smart devices for their daily lives", says Sérgio Miranda.**

This year, its highlight is the Pro line, composed by one and two channel relay modules, which transform traditional switches and sockets into intelligent ones, as well as others for motorized curtains and dimmers, which can be activated by the Hi by Geonav application and by controls voice with digital assistants. It also updated the lighting line with LED tape and brought cool white to the lamps. In 2021, it will launch another 10 products.



Central de controle infravermelho
Infrared control center

Preço sugerido em 18/11/2020: R\$ 169,00.
Suggested price on 11/18/2020: BRL 169.00.

ELSYS

Lançou soluções integradas e fáceis de usar, como a lâmpada inteligente. Possibilita o controle da luz pelo aplicativo exclusivo, com comando de voz por meio do Google Assistente e da Alexa, e a criação de várias atmosferas devido às mais de 16 milhões de cores disponíveis. Pode ser controlada por meio do aplicativo Elsys Casa+, assim como a fechadura Wi-Fi, para acesso residencial através de leitura biométrica ou senhas cadastradas de forma permanente ou temporária. É gerenciada pelo aplicativo e, como se conecta às lâmpadas inteligentes, acende as luzes automaticamente ao abrir a porta.

Compatível com os dois produtos, o **alarme inteligente**, com conexão Wi-Fi, tem sensores que detectam a presença de pessoas no ambiente através do infravermelho ou a abertura de portas, janelas e gavetas. Em breve, lançará a maçaneta inteligente, com conexão Bluetooth, acesso por meio de senha numérica ou tags e instalação prática, pois não requer substituição da fechadura, apenas da maçaneta. Permite ao usuário programar, de onde estiver, o acesso temporário para terceiros. **"A lâmpada e as linhas de fechaduras digitais e de câmeras inteligentes são as preferidas dos consumidores", conta Claudio Blatt.**



Claudio Blatt,
diretor comercial da Elsys
Commercial Director at Elsys

Launched integrated and easy-to-use solutions, such as the smart lamp. Enables the control of light by the exclusive application, with voice command through Google Assistant and Alexa, and the creation of various atmospheres due to more than 16 million colors available. It can be controlled through the Elsys Casa+ app, as well as the Wi-Fi lock, for residential access through biometric reading or passwords registered permanently or temporarily. It is managed by the application and, as it connects to the smart lamps, it turns on the lights automatically when you open the door.

Compatible with both products, the **smart alarm**, with Wi-Fi connection, has sensors that detect the presence of people in the environment through infrared or the opening of doors, windows and drawers. Soon, it will launch the smart handle, with Bluetooth connection, access via numeric password or tags and practical installation, as it does not require replacement of the lock, only the handle. It allows the user to program, from anywhere, temporary access for third parties. **"The lamp and the lines of digital locks and smart cameras are consumers' favorites," says Claudio Blatt.**

Fotos: Divulgação



Lâmpada inteligente
Smart lamp

Preço sugerido em 12/11/2020: R\$ 109,00.
Suggested price on 11/12/2020: R\$ 109.00.



Kit de alarme
Alarm kit

Preço sugerido em 12/11/2020: R\$ 529,00.
Suggested price on 11/12/2020: R\$ 529.00.

I2GO

Possui cinco produtos voltados à Internet das Coisas (IoT) e lançará outros cinco no início de 2021. Fáceis de instalar, têm APP da i2GO Home e compatibilidade com os principais assistentes de voz, Alexa, Google e Siri. Destaque para a **lâmpada inteligente RGB 10 W**, que possibilita controlar a intensidade da luz, cor e estabelecer horário para a ligação. Tem a opção RGB com milhões de cores, além da fria e quente, e vida útil de 25 mil horas. É compatível com o Google Assistente e a Alexa.

Outro destaque é o **controle universal inteligente infravermelho**, que controla todos os equipamentos a até sete metros de distância. É compatível com ar-condicionado, aparelhos de som, televisão, iluminação, decodificadores e outros produtos. Possui conexão Wi-Fi e cobertura de 360°. **"Esses são os dois produtos mais vendidos e garantem controle e monitoramento 24 horas de onde o usuário estiver", diz Marcelo Castro.**



Controle universal inteligente infravermelho
Universal smart infrared control

Preço sugerido em 12/11/2020: R\$ 149,90.
Suggested price on 11/12/2020: BRL 149.90.



Marcelo Castro,
CEO da I2GO
I2GO CEO

*It has five products aimed at the Internet of Things (IoT) and will launch five more in early 2021. Easy to install, they have APP from i2GO Home and compatibility with the main voice assistants, Alexa, Google, and Siri. Highlight for the **RGB 10 W smart lamp**, which makes it possible to control the light intensity, color and establish a connection time. It has the RGB option with millions of colors, in addition to the cold and hot, and a lifetime of 25 thousand hours. It is compatible with Google Assistant and Alexa.*

*Another highlight is the **universal smart infrared control**, which controls all equipment from up to seven meters away. It is compatible with air conditioning, stereos, television, lighting, decoders, and other products. It has Wi-Fi connection and 360° coverage. **"These are the two best-selling products and guarantee 24-hour control and monitoring wherever the user is," says Marcelo Castro.***



Lâmpada inteligente
Smart lamp

Preço sugerido em 12/11/2020: R\$ 109,90.
Suggested price on 11/12/2020: BRL 109.90.

MULTILASER

Sua linha Multilaser Liv de casa conectada tem 14 produtos com conexão Wi-Fi, para a segurança de ambientes residenciais e comerciais. São quatro famílias de produtos: Monitoramento, com câmeras para ambientes internos e externos; Segurança, com sensores de abertura e de presença e sirene de alarme; Automação, composta por fechadura, controle remoto e tomada; e Iluminação, com lâmpada, acionador e interruptor. **"Atualmente, muitas pessoas migraram para o home office, o que fez o volume de tarefas domésticas aumentar, e essa automação da casa veio em boa hora para o consumidor", afirma Bruno Gouvea.**

Todos os itens são controlados por um único aplicativo, e quase toda a linha é compatível com os sistemas de voz Alexa e Google Assistente. Tem como diferenciais a câmera portátil, com bateria, instalada sem a necessidade de fios, e a fechadura biométrica, que também permite a abertura com a utilização do cartão de proximidade e de senhas temporárias pelo aplicativo. Em caso de emergência, possibilita o uso de chave.



Fechadura
Lock

Preço sugerido em 11/11/2020: R\$ 1.299,99.

Suggested price on 11/11/2020: BRL 1,299.99.



Bruno Gouvea,
diretor comercial de segurança e energia da Multilaser
commercial director of security and energy at Multilaser

Its Multilaser Liv line of connected home has 14 products with Wi-Fi connection, for the security of residential and commercial environments. There are four product families: Monitoring, with cameras for indoor and outdoor environments; Security, with opening and presence sensors and alarm siren; Automation, consisting of lock, remote control, and socket; and Lighting, with lamp, trigger and switch. "Currently, many people have migrated to the home office, which has increased the volume of housework, and this automation of the house came at a good time for the consumer," says Bruno Gouvea.

All items are controlled by a single application, and almost the entire line is compatible with Alexa and Google Assistant voice systems. Its differentials are the portable camera, with battery, installed without the need for wires, and the biometric lock, which also allows opening with the use of the proximity card and temporary passwords by the application. In case of emergency, it allows the use of a key.



Câmera robô
Robot camera

Preço sugerido em 11/11/2020: R\$ 369,99.

Suggested price on 11/11/2020: BRL 369.99.

Fotos: Divulgação

POSITIVO CASA INTELIGENTE

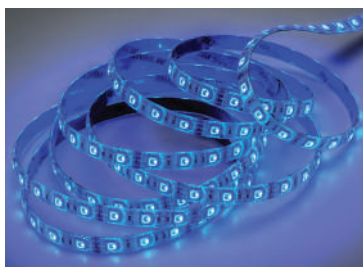
Lançou recentemente a Smart Fita LED Wi-Fi RGB e a Smart Fita LED Wi-Fi Multitemperatura, ambas inteligentes e funcionais, controladas pelo celular ou por comando de voz, que ressaltam móveis, quadros, espelhos, nichos e sancas de gesso, sem sujeira e com rápida instalação. A primeira, com três metros de comprimento e potência de 30 W, permite ao usuário selecionar entre 16 milhões de cores. A segunda tem cinco metros e fluxo luminoso de 95 lúmens por metro, permitindo configurar a temperatura de cor de 3.000 K a 6.500 K, ou seja, tem capacidade de emitir luz branca quente, neutra e fria.

Também há pouco, a Positivo Casa Inteligente lançou a smart lâmpada Retrô Wi-Fi, que tem vidro colorido em dourado e âmbar. Oferece, com mais estilo, tudo o que há em uma lâmpada inteligente. Proporciona um ambiente acolhedor e nostálgico, é vintage e faz referências às tradicionais lâmpadas de filamento. **"A categoria toda é um sucesso, mas os produtos de iluminação inteligente têm tido um destaque especial nas nossas vendas e nas de nossos parceiros varejistas", diz José Ricardo Tobias.**



Smart Fita LED Wi-Fi Multitemperatura
Smart Wi-Fi Multitemperature LED Tape

Preço sugerido em 12/11/2020: R\$ 449,00.
Suggested price on 11/12/2020: BRL 449.00.



Smart Fita LED Wi-Fi RGB
Smart Wi-Fi RGB LED Tape

Preço sugerido em 12/11/2020: R\$ 329,00.
Suggested price on 11/12/2020: BRL 329.00.



José Ricardo Tobias,
responsável pela Positivo Casa Inteligente
responsible for Positivo Casa Inteligente

It recently launched the Smart Wi-Fi RGB LED Tape and the Smart Wi-Fi Multitemperature LED Tape, both smart and functional, controlled by cell phone or by voice command, which highlight plaster furniture, frames, mirrors, niches and moldings, without dirt and with quick installation. The first, with three meters in length and power of 30 W, allows the user to select from 16 million colors. The second has five meters and a luminous flux of 95 lumens per meter, allowing to set the color temperature from 3,000 K to 6,500 K, that is, it has the ability to emit warm, neutral and cold white light.

Also, recently, Positivo Casa Inteligente launched the smart Wi-Fi Retro lamp, which has gold and amber colored glass. It offers, with more style, everything in a smart lamp. It provides a warm and nostalgic atmosphere; it is vintage and makes references to traditional filament lamps. **"The whole category is a success, but intelligent lighting products have been especially prominent in our sales and those of our retail partners", says José Ricardo Tobias.**



Smart lâmpada Retrô Wi-Fi
Smart Wi-Fi Retro Lamp

Preço sugerido em 12/11/2020: R\$149,00.
Suggested price on 11/12/2020: BRL 149.00.

VERISURE

Recentemente, lançou o aplicativo My Verisure, que permite ao usuário controlar o alarme por meio do dispositivo móvel. Pode ligar e desligar o dispositivo, bem como solicitar fotos do local monitorado. **"Dentre as vantagens de um sistema de alarme monitorado, estão a instalação simples, sem fios nem obras, e a atuação da central de monitoramento, com profissionais 24 horas por dia, durante todo o ano", diz Mariana Maaze.**

O **Kit Verisure** é composto por painel central, dispositivo conectado via transmissão GPRS com a central de monitoramento da empresa e outros componentes do seu sistema de alarme instalados no local; fotodetector com sensor de presença, que registra imagens coloridas através de câmera fotográfica e flash incorporado para registro noturno, inclusive; sensor magnético para detectar impactos e/ou aberturas de portas e janelas; chaves inteligentes; leitor de chaves; e sirene de alta potência.



Mariana Maaze,
diretora de marketing da Verisure
marketing director at Verisure

It recently launched the My Verisure application, which allows the user to control the alarm via mobile device. You can turn the device on and off, as well as request photos of the monitored location. "Among the advantages of a monitored alarm system, are the simple installation, without wires or works, and the performance of the monitoring center, with professionals 24 hours a day, throughout the year", says Mariana Maaze.

The Verisure Kit consists of a central panel, a device connected via GPRS transmission with the company's monitoring center and other components of its alarm system installed on site; photodetector with presence sensor, which records color images through a photographic camera and built-in flash for night recording, inclusive; magnetic sensor to detect impacts and/or openings of doors and windows; smart keys; key reader; and high-powered siren.



Kit Verisure
Verisure Kit

XIAOMI

Destaca o seu Kit Smart Home 2, cujo sensor de movimento é um aliado para quem tem crianças e pets e precisa monitorar os ambientes com mais cuidado. É composto por um hub controlador, três sensores inteligentes e um interruptor. Conecta e automatiza os locais escolhidos pelo usuário e monitora tudo através do aplicativo Mi Home, disponível para Android e iOS. **"A área de automação de soluções inteligentes é a que mais cresce. O ecossistema representa mais da metade dos nossos negócios", diz Luciano Barbosa.**

Os dois sensores de porta e janela, com design clean, são fáceis de instalar. Basta fixá-los com o adesivo de alta aderência, localizado na parte traseira. A bateria dura mais de três anos e, sempre que uma porta for aberta, soar o alarme, e o usuário será notificado em seu smartphone por meio do aplicativo Mi Home, o mesmo que aciona e monitora o trabalho do Mi Robot Vacuum-Mop, aspirador da marca, que comunica ao usuário quantos metros quadrados ele limpou.



Mi Robot Vacuum-Mop

Preço sugerido em 06/11/2020: R\$ 3.679,99.

Suggested price on 11/06/2020: BRL 3,679.99.

Kit Smart Home 2
Smart Home 2 Kit

Preço sugerido em 06/11/2020: R\$ 919,99.

Suggested price on 11/06/2020: BRL 919.99.



Luciano Barbosa,
head do Projeto Xiaomi Brasil
head of Projeto Xiaomi Brasil

It highlights its Smart Home 2 Kit, whose motion sensor is an ally for those who have children and pets and need to monitor the environments more carefully. It consists of a controller hub, three intelligent sensors and a switch. Connects and automates the locations chosen by the user and monitors everything through the Mi Home app, available for Android and iOS. "The automation area of intelligent solutions is the fastest growing. The ecosystem represents more than half of our businesses", says Luciano Barbosa.

The two door and window sensors, with clean design, are easy to install. Just fix them with the high-adhesion adhesive, located on the back. The battery lasts for more than three years and, whenever a door is opened, the alarm will sound, and the user will be notified on their smartphone through the Mi Home application, the same that triggers and monitors the work of the Mi Robot Vacuum-Mop, brand vacuum cleaner, which communicates to the user how many square meters it has cleaned.

CONECTIVIDADE COM A TV *TV connectivity*

O conceito de casa conectada também se estende aos televisores que, graças à inteligência artificial, controlam dispositivos compatíveis com o Google e a Alexa, como mostra a **LG Electronics do Brasil** na exposição Janelas CasaCor 2020, em São Paulo, até 18 de dezembro. Patrocinadora do evento, expõe, entre outros produtos, a **Smart TV de 65" 4K OLED GX, com 8 milhões de pixels** que se autoiluminam para criar cores profundas, puras e qualidade de imagem mais real. Incorpora-se à decoração e parece um quadro na parede.

Dotada da exclusiva tecnologia LG ThinQ AI, tem Google Assistente e Amazon Alexa integrados. "Com isso, controla câmera, fechaduras e lâmpadas inteligentes por comando de voz e a distância. É o seu grande diferencial, dispensa o uso do controle remoto", diz Pedro Valery, gerente de produtos da empresa. Ao ficarem mais tempo em casa, as pessoas estão sentindo a necessidade de aparelhos com mais tecnologia. "É um grande produto, e as novas gerações também precisam de uma televisão à altura para seus modernos videogames", acrescenta o executivo.



Pedro Valery,
gerente de produtos da
LG Electronics do Brasil
*product manager at
LG Electronics do Brasil*

*The concept of a connected home also extends to televisions that, thanks to artificial intelligence, control devices compatible with Google and Alexa, as shown by **LG Electronics do Brasil** at the Janelas CasaCor 2020 exhibition in São Paulo, until December 18. Sponsor of the event, exhibits, among other products, the **65" 4K OLED GX Smart TV, with 8 million pixels** that auto-illuminate to create deep, pure colors and more real image quality. It is incorporated into the decoration and looks like a painting on the wall.*

Equipped with the exclusive LG ThinQ AI technology, it has Google Assistant and Amazon Alexa integrated. "With that, it controls the camera, locks and smart lamps by voice and distance command. It is its great differential, it dispenses with the use of the remote control", says Pedro Valery, product manager at the company. By staying at home for longer, people are feeling the need for more tech devices. "It is a great product, and the new generations also need a television to match their modern video games", adds the executive.



LG Smart TV de 65" 4K OLED GX

Preço sugerido em 19/11/2020: R\$ 16.999,00.

Suggested price 11/19/2020: BRL 16,999.00.



TCL QLED TV 8K X915

Preço sugerido em 11/11/2020 para a TV de 75": R\$ 22.999,00.

Suggested price on 11/11/2020 for the 75" TV: BRL 22,999.00.

A SEMP TCL também lançou recentemente no Brasil sua categoria QLED TV e uma linha 4K Android TV, com comando de voz. "Quando o consumidor percebe que pode controlar dispositivos a distância – seja por voz ou pelo celular, usando os aplicativos dos respectivos aparelhos ou integrando tudo rapidamente em assistentes virtuais, como um dispositivo Amazon Echo com Alexa ou um Nest Mini com Google Assistente –, ele tem uma casa conectada", diz João Paulo Rezende, gerente de produtos da empresa.

Entre os produtos da marca, estão a série TCL QLED 8K X915, com resolução de 33 milhões de pixels. Sua tecnologia de Local Dimming permite controle preciso da luz de fundo, que aprimora o contraste, juntamente com a tecnologia de imagem HDR 10+ e Dolby Vision®, este adotado pelos principais estúdios de Hollywood e serviços de streaming globais. Tem câmera pop-up embutida para videoconferências e interações individuais. Utiliza a inteligência artificial para oferecer funções personalizadas e controlar dispositivos compatíveis com Google Home. Também pode ser integrada ao controle do Amazon Echo. ■■



João Paulo Rezende,
gerente de produtos da SEMP TCL
product manager at SEMP TCL

SEMP TCL also recently launched in Brazil its QLED TV category and a 4K Android TV line, with voice control. "When the consumer realizes that he can control devices remotely – whether by voice or cell phone, using the applications of the respective devices or integrating everything quickly into virtual assistants, such as an Amazon Echo device with Alexa or a Nest Mini with Google Assistant –, he has a connected home", says João Paulo Rezende, the company's product manager.

Among the brand's products are the TCL QLED 8K X915 series, with a resolution of 33 million pixels. Its Local Dimming technology allows precise control of the backlight, which enhances the contrast, together with HDR 10+ and Dolby Vision® imaging technology, adopted by leading Hollywood studios and global streaming services. It has a built-in pop-up camera for video conferences and individual interactions. It uses artificial intelligence to offer personalized functions and control devices compatible with Google Home. It can also be integrated with Amazon Echo control. ■■

INDÚSTRIA
INDUSTRY

por / by Leda Cavalcanti

ATLAS ELETRODOMÉSTICOS, UMA TRAJETÓRIA DE 70 ANOS

ATLAS ELETRODOMÉSTICOS, A 70-YEAR TRAJECTORY



Com produção diária de 10 mil fogões, a empresa, que apostou na mesa de vidro para esses produtos, comemora suas sete décadas com novidades já em janeiro de 2021.

With a daily production of 10,000 stoves, the company, which bet on the glass table for these products, celebrates its seven decades with news already in January 2021.

Sediada em Pato Branco, no Estado do Paraná, onde está sua moderna fábrica com 34 mil m², e com escritório em São Paulo, a Atlas Eletrodomésticos completa 70 anos em 21 de dezembro de 2020. **“Temos orgulho de ser uma empresa brasileira que pratica a governança corporativa há 15 anos e vem se reinventando para atender às necessidades dos consumidores de todas as classes sociais”, diz o CEO Márcio Veiga, há 17 anos na Atlas, onde também foi diretor industrial.**

Os 70 anos da empresa são, acima de tudo, uma prova de resistência, afirma o diretor comercial Clóvis Simões. “É uma grande conquista. Nossa visão, agora, é a de 70 + 70. O aprendizado dessas sete décadas e a travessia de vários planos econômicos nos habilitam para o desenvolvimento do nosso propósito de ser uma empresa que trabalha sobre sonhos para atender o consumidor e entender as suas mudanças de comportamento.”

Headquartered in Pato Branco, in the State of Paraná - Brazil, where its modern 34,000sqm factory is located and with an office in São Paulo, Atlas Eletrodomésticos celebrates its 70th birthday on December 21, 2020. **“We are proud to be a Brazilian company that has been practicing corporate governance for 15 years and has been reinventing itself to meet the needs of consumers from all social classes”, says the CEO Márcio Veiga, 17 years at Atlas, where he was also an industrial director.**

The company’s 70 years are, above all, a test of endurance, says commercial director Clóvis Simões. “It is a great achievement. Our vision now is that 70 + 70. The learning of these seven decades and the crossing of various economic plans enable us to develop our purpose of being a company that works on dreams to serve the consumer and understand their changes in behavior.”



Foto: Divulgação

“Tivemos acertos e erros, altos e baixos, prêmios nacionais. Hoje somos líderes em fogões.”

CLÁUDIO PETRYCOSKI, FUNDADOR

“We had hits and misses, ups and downs, national awards, and today we are leaders in stoves.”

Cláudio Petrycoski, founder

Cláudio Petrycoski, fundador da Atlas, conta que originariamente a empresa era familiar, mas hoje a gestão está profissionalizada e caminhando muito bem. “Nesses anos, tivemos acertos e erros, altos e baixos, vitórias conquistadas pouco a pouco, prêmios nacionais. Hoje somos líderes em fogões.

Vamos continuar crescendo, estamos preparados para atender à demanda nacional. Com a economia melhorando, a população terá condições de adquirir produtos com maior valor agregado.”

PONTO DE PARTIDA

A empresa nasceu a partir de uma funilaria fundada pela família Petrycoski. “Meu pai fazia baldes e consertos em metalurgia e em fogões. A funilaria era o seu principal negócio, mas percebeu que poderia atuar com peças esmaltadas em vez de ir buscá-las fora de Pato Branco. Na época, já fazia fogões a lenha e, em 1969, montou a esmaltação. Em 1972, criou a linha de niquelação e cromagem e, em 1981, a fundição. Em 1997, passou a se chamar Atlas Eletrodomésticos, com produção de 10 a 15 fogões por dia. Hoje, são 10 mil produtos/dia”, conta Cláudio.

Passados os anos, o fundador revela que não é fácil administrar uma empresa no Brasil, muitos problemas precisam ser enfrentados. “Já tivemos tempos de inflação terrível, aumento de impostos e juros altos. Estes estão mais baixos, mas a burocracia e a carga tributária ainda dificultam a vida empresarial. **Precisamos de uma simplificação tributária para tornar a empresa nacional mais produtiva**”, diz Cláudio, que acredita em bons resultados este ano.

ETAPAS IMPORTANTES

O passo que desencadeou o desenvolvimento da empresa ocorreu quando ela se transformou de uma fabricante quase artesanal de fogões a lenha em produtora de fogões a gás, o que lhe possibilitou expandir a produção. Em um segundo momento, incorporou o desejo de lançar produtos acima do nível dos que produzia. Deu um salto em qualidade, atingiu uma classe consumidora acima daquela em que atuava, e isso contribuiu para o próximo grande momento.

Este foi relevante, marcado pelo lançamento de fogões com mesa de vidro. **A Atlas criou uma tendência da qual os seus competidores não tinham grande convicção, diz o diretor comercial.** “Em seguida, veio o quarto movimento, marcado pela compra da marca Dako, que tem 85 anos de atuação, e criamos uma referência para o mercado, com grande opção de



Fotos: Divulgação

“Temos orgulho de ser uma empresa brasileira que pratica a governança corporativa há 10 anos.”

MÁRCIO VEIGA, CEO

“We are proud to be a Brazilian company that has been practicing corporate governance for 10 years.”
Márcio Veiga, CEO

Cláudio Petrycoski, founder of Atlas, says that the company was originally family owned, but today management is professionalized and going very well. “In those years, we had successes and mistakes, ups and downs, victories won little by little, national awards and today we are leaders in stoves. We will continue to grow; we are prepared to meet national demand. With the economy improving, the population will be able to purchase products with greater added value.”

STARTING POINT

The company was born from a body shop founded by the Petrykoski family. “My father made buckets and repairs in metallurgy and on stoves. The body shop was his main business, but he realized that he could work with enameled pieces instead of picking them up outside Pato Branco. At the time, he was already making wood stoves and, in 1969, he set up enameling. In 1972, he created the chrome plating line and, in 1981, the foundry. In 1997, it was renamed Atlas Eletrodomésticos, with the production of 10 to 15 stoves per day. Today, there are 10,000 products/day”, says Cláudio.

After years, the founder reveals that it is not easy to manage a company in Brazil, many problems need to be

produtos. A iniciativa foi muito bem recebida, consolidamos a liderança com as marcas Atlas e Dako.”

Todo esse caminho embasou o quinto movimento, que é a Atlas atual, uma empresa de sete décadas, que acompanha a transformação digital, com interatividade entre os canais de vendas. Hoje, tem duas lojas digitais, Atlas e Dako, e opera com as principais bandeiras do marketplace, o que lhe dá condições de diagnóstico e leitura do comportamento do consumidor. “Trabalhamos com passos firmes e constantes”, destaca Clóvis.

OS PRÓXIMOS 70

A Atlas é ágil, seu objetivo é trazer inovação e benefícios para a sociedade, afirma o CEO, que ressalta a importância do diálogo que a empresa tem com o varejo, o que lhe dá subsídios para a concepção de novos produtos. **“Ela é muito parceira do varejista, sempre teve posicionamento aberto com o segmento para entender e interpretar os desejos do consumidor.”**

Márcio está certo do crescimento da Atlas neste ano, que poderia até ser maior se não fosse a pandemia, quando ocorreram problemas com a matéria-prima, principalmente com o aço. “As usinas desligaram os altos-fornos, o estoque caiu de 120 dias para um mês. Mas, a partir do início do próximo ano, voltaremos ao normal. O mercado está bom, com grande demanda.”



“Somos especialistas em fogões, queremos ser também em cocção.”

CLÓVIS SIMÕES, DIRETOR COMERCIAL

“We are specialists in stoves and are willing to be in cooking also.”

Clóvis Simões, commercial director

faced. “We have already had times of terrible inflation, increased taxes and high interest rates. Currently, these are lower, but bureaucracy and the tax burden still make business life difficult. **We need tax simplification to make the national company more productive,**” says Cláudio, who believes in good results this year.

IMPORTANT STEPS

The step that triggered the development of the company occurred when it transformed itself from an almost hand-made manufacturer of wood stoves to a producer of gas stoves, which enabled it to expand production. In a second step, it incorporated the desire to launch products above the level of those it produced. It took a leap in quality, reached a consumer class above that in which it operated, and that contributed to the next big moment.

This was relevant, marked by the launch of stoves with a glass table. **Atlas created a trend in which its competitors were not very convinced, says the commercial director.** “Then came the fourth movement, marked by the purchase of the Dako brand, which has been operating for 85 years, and we have created a reference for the market, with a great choice of products. The initiative was very well received, we consolidated our leadership with the Atlas and Dako brands.”

This whole path was the basis for the fifth movement, which is the current Atlas, a company of seven decades, which follows the digital transformation, with interactivity between sales channels. Today, it has two digital stores, Atlas and Dako, and operates under the main banners of the marketplace, which allows it to diagnose and read consumer behavior. “We work with steady and constant steps”, highlights Clóvis.

THE NEXT 70

Atlas is agile, its objective is to bring innovation and benefits to society, says the CEO, who stresses the importance of the dialogue that the company has with retail, which gives subsidies for the design of new products. **“It is a very close partner to the retailer; it always had an open positioning with the segment to understand and interpret consumer wishes.”**

Márcio is certain of Atlas’ growth this year, which could even have been greater if it wasn’t for the pandemic, when problems occurred with the raw material, mainly with steel. “The mills shut down the blast furnaces, the stock fell from 120 days to a month. But, from the beginning of next year, we will be back to normal. The market is good, with great demand.”

Os lançamentos, em 2021, ocorrerão a partir de janeiro, sendo três no primeiro trimestre e os demais ao longo do ano. São produtos com mesa de vidro, que têm conectividade com esse padrão de consumo, sintetizado em beleza, design e qualidade. Os produtos estão definidos: fogões, cooktops e forno elétrico. **"Somos especialistas em fogões, queremos ser também em cocção", diz Clóvis.**

MERCADO ATUAL

Os fogões registram penetração de 99,1% nas casas brasileiras, índice que mostra um mercado maduro. As trocas dos produtos ocorrem por uma questão de atributos. A casa voltou a ser o centro da família, e a favor do mercado está o crescimento da construção civil. De janeiro a setembro de 2020, foram vendidos 47 mil imóveis, boa parte deles já equipada com eletrodomésticos, o que é um grande termômetro para o setor.

The launches, in 2021, will take place from January, with three in the first quarter and the others throughout the year. They are products with a glass table, which have connectivity with this consumption pattern, synthesized in beauty, design and quality. The products are defined: stoves, cooktops and electric oven. **"We are specialists in stoves, and are willing to be in cooking also," says Clóvis.**

CURRENT MARKET

Stoves registered 99.1% penetration in Brazilian homes, an index that shows a mature market. Exchanges of products occur as a matter of attributes. The house was once again the center of the family, and in favor of the market is the growth of civil construction. From January to September 2020, 47 thousand properties were sold, most of them already equipped with appliances, which is a great thermometer for the sector.

A EMPRESA EM DÉCADAS THE COMPANY IN DECADES

Produção de fogões a lenha ganha espaço.

Production of wood stoves gain ground.

1960



Mudança de endereço para onde permanece até hoje.

Change of address to where it remains till today.

1980



1950

Fundação
Foundation



1970

Passa a ser Indústria de Fogões Petrycoski Ltda.

Becomes Indústria de Fogões Petrycoski Ltda.



1990

Novo nome: Atlas Indústria de Eletrodomésticos Ltda.

New name: Atlas Indústria de Eletrodomésticos Ltda.

Emprego e renda ainda são um grande desafio para o crescimento do mercado, embora o auxílio emergencial, na pandemia, tenha colaborado para as vendas. "Por outro lado, o Brasil é um país multifacetado em termos de matriz econômica, tem muitas possibilidades. Nunca tivemos uma demanda tão longa e constante como neste ano. Nós, da Atlas, temos visão realista e otimista", diz Clóvis.

O primeiro trimestre de 2021 deverá repetir os resultados dos últimos três meses deste ano, acredita Márcio. "O andamento do mercado será em ritmo similar, mas depois virá um período de equilíbrio. O varejo precisa repor seus estoques. Nossa posição é positiva e teremos mais um grande momento na Eletrolar Show, com as marcas Atlas e Dako." Um novo movimento está em marcha. ■■

Employment and income are still a major challenge for the growth of the market, although emergency aid, in the pandemic, contributed to sales. "On the other hand, Brazil is a multifaceted country in terms of its economic matrix, it has many possibilities. We have never had such a long and constant demand as this year. We at Atlas have a realistic and optimistic vision", says Clóvis.

The first quarter of 2021 should repeat the results of the last three months of this year, believes Márcio. "The market will proceed at a similar pace, but then there will be a period of equilibrium. Retailers need to replenish their inventories. Our position is positive, and we will have another great moment at Eletrolar Show, with the brands Atlas and Dako." A new movement is underway. ■■

Torna-se a maior indústria de fogões do Sul do Brasil.

Becomes the largest stove industry in southern Brazil.

2000



Compra da marca Dako.

Purchase of the Dako brand.

2018



70 anos de trajetória.

70 years of trajectory.

2020



2016

Recorde: mais de 500.000 itens produzidos e vendidos no ano.

Record: more than 500,000 items produced and sold in the year.

DAKO

2019

Liderança absoluta no mercado de fogões com mesa de vidro.

Absolute leadership in the stove market with glass table.

INOVAÇÃO, NEGÓCIOS E INTERATIVIDADE NA 15ª ELETROLAR SHOW

INNOVATION, BUSINESS AND INTERACTIVITY
AT THE 15TH ELETROLAR SHOW

NOVAS CATEGORIAS E ESPAÇOS NA FEIRA DE 2021.

NEW CATEGORIES AND SPACES AT THE 2021 FAIR.

Marco na conexão entre a indústria e o varejo para a realização de bons negócios e parcerias, a Eletrolar Show de 2021 vai apresentar 700 marcas, 10 mil produtos, inovação e muita interatividade em suas novas áreas: Casa Conectada, Arena Gamer e Arena Mobilidade Urbana. Mais de 2 mil produtos serão lançados no evento, que terá representantes de 30 mil pontos de venda do Brasil e do exterior.

A landmark in the connection between industry and retail for the achievement of good deals and partnerships, the Eletrolar Show & Latin American Electronics 2021 will present 700 brands, 10,000 products, innovation and a lot of interactivity in its new areas: Connected House, Gamer Arena and Urban Mobility Arena. More than 2,000 products will be launched at the event, which will have representatives from 30,000 points of sale in Brazil and abroad.

O RETORNO DOS NEGÓCIOS FACE TO FACE

RETURN TO FACE TO FACE BUSINESS



RODADAS DE NEGÓCIOS GARANTIDAS

Pré-agendadas e confirmadas com todo o varejo regional

ARENA GAMER PARA O VAREJO

700
MARCAS

10MIL
PRODUTOS

3.5
MILHÕES
TELESPECTADORES

MAIS DE
2MIL
LANÇAMENTOS
DURANTE O EVENTO

30MIL
PONTOS DE VENDAS
REPRESENTADOS

4 DIAS
NEGÓCIOS
CONGRESSOS
E NETWORKING

100% DOS
PROTOCOLOS
DE SEGURANÇA

ACESSE AS NORMAS
DE SEGURANÇA



ARENA MOBILIDADE URBANA

PAINÉIS SOLARES



INTERNATIONAL SOURCES

eletrolarshow
ELECTRONICS SHOW
ALL CONNECTED 2021



Foto: Arquivo

"A cada ano, ampliamos o espaço para trazer maior número de categorias, serviços e canais de vendas, acompanhando as mudanças do mercado. Mantemos, principalmente, o espírito que norteia a feira, que é o relacionamento sem barreiras entre a indústria e o varejo, que sempre resulta em bons negócios. Desde já, estamos seguindo todos os protocolos de segurança determinados pelas autoridades competentes", diz Carlos Clur, presidente do Grupo Eletrolar.

Para fomentar os negócios, mais uma vez a organização da feira patrocinará, com passagem aérea e hospedagem, a viagem de compradores regionais. Também estão garantidas as rodadas de negócios, inclusive com reuniões pré-agendadas, o que otimiza o tempo e assegura boas negociações. "Os resultados sempre são positivos quando a indústria e o varejo estão frente a frente", diz Carlos.

"Each year, we expand the space to bring a greater number of categories, services and sales channels, in line with market changes. We mainly maintain the spirit that guides the fair, which is the barrier-free relationship between industry and retail, which always results in good business. As of now, we are following all the security protocols determined by the competent authorities", says Carlos Clur, president of the Grupo Eletrolar.

To promote business, once again the organization of the fair will sponsor, with airfare and accommodation, the trip of regional buyers. Business roundtables are also guaranteed, including pre-scheduled meetings, which optimizes time and ensures good negotiations. "The results are always positive when the industry and retail are face to face," says Carlos.

PLATAFORMA IMPORTANTE

Maior feira B2B de eletroeletrônicos da América Latina, a Eletrolar Show será realizada de 12 a 15 de julho de 2021, no Transamerica Expo Center, em São Paulo. **Plataforma importante para aumentar as vendas, recebe cobertura de toda a imprensa brasileira. Em sua última edição, em 2019, registrou crescimento de 40% nas vendas na comparação com o ano anterior.**

Além dos novos espaços, a programação da 15ª Eletrolar Show engloba workshops sobre e-commerce, mercados da América Latina, com painel da empresa de pesquisas GfK sobre o comportamento do consumidor, e sobre logística reversa, quando será abordado o descarte ambientalmente correto de eletroeletrônicos e eletrodomésticos.

O evento também terá três espaços especiais e interativos: Arena Gamer, com lançamentos inovadores da categoria, cujo faturamento subiu quase 40% durante a pandemia; Casa Conectada, com lançamentos e ambientes construídos para a instalação de dispositivos; e a Arena de Mobilidade Urbana, que trará o que há de mais moderno em soluções para as cidades, palestras e experimentação de produtos.

IMPORTANT PLATFORM

Largest B2B consumer electronics trade show in Latin America, Eletrolar Show & Latin American Electronics will be held from July 12 to 15, 2021, at the Transamerica Expo Center, in São Paulo. **Important platform to increase sales, it receives coverage from the entire Brazilian press. In its last edition, in 2019, it registered a 40% growth in sales compared to the previous year.**

In addition to the new spaces, the 15th Eletrolar Show and the Latin American Electronics program includes workshops on e-commerce, Latin American markets, with a panel by the research firm GfK on consumer behavior, and on reverse logistics, when the environmentally correct disposal of electronics and appliances will be addressed.

The event will also have three special and interactive spaces: Arena Gamer, with innovative launches in the category, whose revenue rose almost 40% during the pandemic; Connected House, with launches and environments built for the installation of devices; and the Urban Mobility Arena, which will bring the most modern solutions for cities, product experimentation and lectures.

CASA CONECTADA VAREJO VIP



MELHORES OPORTUNIDADES

Marcas famosas, produtos inovadores, tendências e tecnologia formam a base da feira. **"Como evento de negócios, ela dá maior exposição às marcas e permite o diálogo aberto, sem barreiras comerciais, entre expositores e compradores. Essa integração entre a indústria e o varejo de diferentes portes e o número de lançamentos contribuem para que seja uma feira ágil, produtiva e de valorização das empresas do segmento de eletroeletrônicos", diz Carlos.**

Em todos esses anos de realização, a Eletrolar Show vem incentivando a maior aproximação entre a indústria e o varejo, entre quem vende e quem compra, bem com a formação de parcerias. Otimiza investimentos e fomenta negócios. Entre seus maiores diferenciais estão a visita qualificada e diversificada e a visibilidade que dá às marcas das empresas expositoras.

A evolução constante dos produtos e do mercado varejista é acompanhada em todos os aspectos pela Eletrolar Show, uma feira criativa e inovadora que tem, também, uma boa dose de ousadia. É por isso que alavanca os negócios e cumpre o seu objetivo de possibilitar aos expositores, varejistas, distribuidores e exportadores, a prática de um eficiente networking, substancial aumento de vendas e entrada em novos mercados.

CONECTIVIDADE EM DESTAQUE

A feira de 2021 será um marco de conectividade, tanto entre a indústria e o varejo quanto em produtos. Fazendo jus ao seu nome, o evento destacará os avanços tecnológicos nas diversas categorias de produtos e nos relacionamentos comerciais. O número de transações realizadas nos últimos meses deixou patente que há uma grande transformação digital em andamento.

Entre os segmentos que participarão da 15ª Eletrolar Show estão os de eletroeletrônicos, eletrodomésticos, eletroportáteis, telefonia, smartphones, TI, UD, bem-estar, fitness, acessórios e serviços. Os espaços para a feira já estão sendo comercializados, sendo que importantes empresas já garantiram o seu espaço. A relação de expositores está no endereço www.eletrolarshow.com.br. ■■

BEST OPPORTUNITIES

Famous brands, innovative products, trends and technology form the basis of the fair. **"As a business event, it gives greater exposure to brands and allows open dialogue, without commercial barriers, between exhibitors and buyers. This integration between industry and retail of different sizes and the number of launches contributes to making it an agile, productive and appreciating fair for companies in the electronics segment, says Carlos."**

In all these years of realization, Eletrolar Show & Latin American Electronics have been encouraging a closer relationship between industry and retail, between those who sell and those who buy, as well as the formation of partnerships. Optimizes investments and promotes business. Among its biggest differentials are the qualified and diversified visitation and the visibility it gives to the brands of the exhibiting companies.

The constant evolution of products and the retail market is accompanied in all aspects by Eletrolar Show & Latin American Electronics, a creative and innovative trade show that also has a good dose of boldness. That is why it leverages business and fulfills its objective of enabling exhibitors, retailers, distributors and exporters to practice efficient networking, substantially increase sales and enter in new markets.

FEATURED CONNECTIVITY

The 2021 fair will be a milestone in connectivity, both between industry and retail and in products. Living up to its name, the event will highlight technological advances in the various product categories and commercial relationships. The number of transactions carried out in recent months has shown that there is a major digital transformation underway.

Among the segments that will participate in the 15th Eletrolar Show & Latin American Electronics are consumer electronics, home appliances, small appliances, telephony, smartphones, IT, housewares, well-being, fitness, accessories and services. The spaces for the fair are already being sold, and important companies have already secured their area. The list of exhibitors is at www.latinamericanelectronics.com. ■■

por / by **Leda Cavalcanti**

COMPRA DA FÁBRICA DA SONY FAZ PARTE DO PROCESSO EVOLUTIVO DA MONDIAL

PURCHASE OF SONY'S PLANT IS PART OF
MONDIAL EVOLUTIONARY PROCESS

**Empresa agiliza a entrada nas categorias de
televisores, ar-condicionado e micro-ondas.**

*Company streamlines entry into the categories of
televisions, air conditioning and microwaves.*



Fotos: Divulgação

Giovanni M. Cardoso,
cofundador da Mondial
cofounder of Mondial

A compra da fábrica da Sony, em Manaus (AM), é mais um marco na trajetória da Mondial Eletrodomésticos, que, em 2020, comemorou seus 20 anos de atividades. **"O nosso maior trunfo é a entrada em mercados onde não estávamos presentes", diz Giovanni M. Cardoso, cofundador da Mondial, que lançará os primeiros dos novos produtos – televisores, aparelhos de ar-condicionado e micro-ondas – no segundo semestre de 2021, com uma prévia na 15ª Eletrolar Show.** Com a aquisição, a empresa antecipa estratégias que estavam definidas para serem colocadas em prática de forma gradativa até 2024. "Faremos três anos em seis meses", afirma Giovanni.

Desde 2014, a Mondial tem uma pequena unidade fabril em Manaus para a produção de caixas de som acústicas de alta e média potência, thunder, DVDs e boomboxes. Essa fábrica dobrará a sua capacidade ao ser transferida para as instalações da Sony, a partir de 1º de fevereiro do próximo ano. Com a mudança, também será ampliado o número de empregos. Hoje, são 240 funcionários na unidade, e a empresa prevê contratar outros 200 para o início da operação.

Em 2020, a Mondial investiu, ainda, na ampliação de sua fábrica no município de Conceição do Jacuípe, no Recôncavo Baiano. Com 100 mil m² de área construída, ela responde por toda a produção de eletroportáteis e emprega 3,5 mil

The purchase of the Sony factory in Manaus (AM) is another milestone in the trajectory of Mondial Eletrodomésticos, which, in 2020, celebrated its 20 years of activity. **"Our greatest asset is to enter markets where we were not present", says Giovanni M. Cardoso, cofounder of Mondial, which will launch the first of the new products – televisions, air conditioners and microwaves – in the second half of 2021, with a preview at the 15th Eletrolar Show & Latin American Electronics.** With the acquisition, the company anticipates strategies that were defined to be put into practice gradually until 2024. "We will do three years in six months", says Giovanni.

Since 2014, Mondial has a small factory in Manaus to produce high and medium power speakers, thunder, DVDs and boomboxes. This plant will double its capacity when it moves to Sony's facilities, starting February 1 next year. With the change, the number of jobs will also be increased. Today, there are 240 employees at the unit, and the company expects to hire another 200 to start operations.

In 2020, Mondial also invested in the expansion of its factory in the city of Conceição do Jacuípe, in Recôncavo Baiano. With 100 thousand sqm of built area, it accounts for the entire production of small appliances and employs 3,5 thousand workers. In



Unidade fabril em Conceição do Jacuípe (BA) / Plant in Conceição do Jacuípe (BA)

trabalhadores. No ano, o volume de investimento da empresa superou os R\$ 60 milhões, que foram aplicados em estruturas industriais, moldes, equipamentos, aumento de 30% na capacidade de injeção da fábrica na Bahia e marketing.

EVOLUÇÃO

A compra da Sony é parte do processo evolutivo da Mondial, conta Giovanni. "Crescemos na média de 33% ao ano. Temos grande capilaridade, e os clientes gostam da nossa forma de trabalhar. Estamos no auge dos 20 anos, e isso nos ajuda e desafia, cada vez mais, a prestar um bom serviço a eles." Hoje, a empresa responde pela venda de 36% dos eletroportáteis no País, o que lhe dá a condição de líder no segmento. No total, produz 401 itens, entre eletroportáteis e aparelhos de áudio e vídeo.

Com base nos números, as expectativas são boas em relação a 2021. "O consumo de produtos para a casa subiu de 12% para 18% durante este ano, devido à pandemia, e deverá se manter nessa faixa intermediária. O Brasil é um país grande e carente. Temos uma linha extensa. Por isso, nossa visão é positiva", diz o cofundador, que programa lançar 42 eletroportáteis no primeiro semestre do próximo ano como parte da estratégia de renovação de seus produtos.

A entrada da Mondial nas categorias de televisores, aparelhos de ar-condicionado e micro-ondas movimentará o setor. **A companhia, que deve fechar 2020 com faturamento de quase R\$ 3 bilhões, está animada e promete atuar nas principais faixas do mercado. "Somos uma empresa nacional que entende o mercado brasileiro"**, destaca Giovanni. Em 2020, registrou picos de crescimento em market share, com ganhos adicionais de 5 a 6 pontos percentuais. ■■

the year, the company's investment volume exceeded BRL 60 million, which was invested in industrial structures, molds, equipment, a 30% increase in the injection capacity of the factory in Bahia and marketing.

EVOLUTION

The purchase of Sony is part of Mondial's evolutionary process, says Giovanni. "We grow at an average of 33% per year. We have great capillarity, and customers like the way we work. We are at the peak of our 20s, and this helps and challenges us, more and more, to provide them with a good service." Today, the company is responsible for the sale of 36% of small appliances in the country, which gives it the status of leader in the segment. In total, it produces 401 items, including small appliances, audio and video devices.

Based on numbers, the expectations are good in relation to 2021. "The consumption of household products rose from 12% to 18% during this year, due to the pandemic, and is expected to remain in this intermediate range. Brazil is a large and needy country. We have a big line. For this reason, our vision is positive", says the cofounder, who plans to launch 42 small appliances in the first half of next year as part of his product renewal strategy.

Mondial's entry into the categories of televisions, air conditioners and microwaves will move the sector. The company, which is expected to close 2020 with revenues of almost BRL 3 billion, is excited and promises to operate in the main market segments. "We are a national company that understands the Brazilian market", highlights Giovanni. In 2020, it registered growth peaks in market share, with additional gains of 5 and 6 percentage points. ■■

LIQUIDIFICADOR O ELETROPORTÁTIL QUE NÃO PODE FALTAR NA COZINHA

BLENDERS
THE SMALL
APPLIANCE THAT
CANNOT BE MISSING
IN THE KITCHEN



O liquidificador é um faz tudo. Mistura, tritura e bate frutas, verduras, legumes e massas mais leves. Os modelos são os mais diversos: com jarra de vidro ou de plástico, coloridos ou de inox, com três ou mais velocidades e inúmeras funções. Na realidade, é indispensável na cozinha, como comprovam as vendas do produto.

De janeiro a setembro de 2020, o faturamento da categoria aumentou em 20,3% ante o mesmo período de 2019. A reabertura das lojas físicas, em junho passado, favoreceu o produto, tanto que as vendas cresceram em julho, agosto e setembro, conforme a empresa de pesquisas GfK. Exatamente por isso é o eletroportátil escolhido para o *Dossiê* desta edição.

The blender does everything. Mix, grind and blend fruits, greens, vegetables and lighter dough. The models are very diverse: glass or plastic, colored or stainless steel, three or more speeds and numerous functions. Indeed, it is indispensable in the kitchen, as proven by product sales.

From January to September 2020, the revenue in this category was 20.3% higher than the same period of 2019. The reopening of physical stores last June favored the product so much so that sales grew in July, August and September, according to research company GfK. That is exactly why it is the small appliance chosen for the Dossier of this edition.



Preço sugerido em 05/11/2020: R\$ 350,00.

Suggested price on 11/5/2020: BRL 350.00.

AGRATTO FORZA - LQCF

O aparelho tem 850 W de potência, duas velocidades mais pulsar e quatro lâminas para picar e triturar com facilidade. Prepara receitas variadas como sucos, batidas, vitaminas, molhos e cremes, entre outras. Possui jarra com capacidade de 1,5 litro e sistema de trava com encaixe total na base. Conta com porta-cabo e base antiderrapante. Tem função autolimpante. Disponível em 127 V (LQCF-01) e 220 V (LQCF-02).

The device has 850W power, two speeds plus pulse and four blades to easily chop and grind. Prepares various recipes such as juices, smoothies, vitamins, sauces and creams, among others. It has a 1.5-liter jar and a locking system with a total fit in the base. It has a cable holder and non-slip base. It has self-cleaning function. Available in 127 V (LQCF-01) and 220 V (LQCF-02).

ARNO POWER MAX 1400 LIMPA FÁCIL POWER MAX 1400 EASY CLEANING

Com 15 velocidades, dispõe das exclusivas lâminas Powelix PRO, com alto poder de corte e angulação correta para processar até os ingredientes mais duros. Conta com copo de 3,1 litros de capacidade, função pulsar, autolimpeza e painel moderno. Com 1.400 W de potência, tritura tudo, sem deixar pedaços, e facilita a limpeza profunda do produto. Disponível na cor vermelha.

With 15 speeds, it is equipped with the exclusive Powelix PRO blades, with high cutting power and correct angulation to process even the toughest ingredients. With a 3.1-liter cup, it has pulse and self-cleaning functions and a modern panel. With a 1400W power, it shreds everything without leaving pieces, and makes it easy to clean the product thoroughly. Available in red.



Preço sugerido em 29/10/2020: R\$ 309,99.

Suggested price on 10/29/2020: BRL 309.99.



BRITÂNIA REVERT TURBO BLQ1250

Tem 12 velocidades mais pulsar, tecnologia Pro Maxx 6, seis lâminas com alto poder de trituração e função Revert, que faz as lâminas girarem nos dois sentidos. Com 1.200 W de potência, tritura, mistura, pica e bate qualquer tipo de alimento, inclusive os mais duros.

O copo tem capacidade para 3 litros e sistema de encaixe fácil. Vem com filtro, tampa que permite servir sem retirá-la e sobretampa dosadora.

It has 12 speeds plus Pulse, Pro Maxx 6 technology, six blades with high grinding power and Revert function, that rotates the blades in both directions. With 1200W of power, it grinds, mixes, chops and blends any type of food, including the hardest. The cup has a capacity of 3 liters and easy fitting system. Equipped with filter, lid that allows to serve without removing it and measuring cap.

CADENCE ROBUST 1.000 W CONTRAST

O liquidificador tem botão giratório, 12 velocidades e função pulsar. Possui 1.000 W de potência e lâminas de inox, suficientes para triturar e misturar qualquer tipo de alimento. Conta com jarra de 3,3 litros de capacidade e agente antimicrobiano, que elimina fungos e bactérias. Tem filtro para separação de bagaços e sementes. A sobretampa é graduada e pode ser usada como medidor.

The blender has a rotary knob, 12 speeds and a pulse function. It has 1000W power and stainless-steel blades, enough to grind and mix any type of food. It has a 3.3-liter jar and antimicrobial agent which removes fungi and to separate pomace which can be used as a meter.



Preço sugerido em 05/11/2020: R\$ 179,90.

Suggested price on 11/5/2020: BRL 179.90.



ELECTROLUX EXPRESSIONIST – BLP50

Com 900 W de potência, tritura gelo, sementes e prepara todo tipo de massa. Tem lâmina removível revestida de titânio, jarra de vidro com capacidade total de 2,1 litros e encaixe em ambos os lados da base do aparelho. Sua exclusiva tecnologia TruFlow® cria um vórtice irregular para reduzir a formação de bolhas na mistura. Tem painel com funções pré-programadas e acabamento de aço escovado.

With 900W power, grinds ice, seeds and all kinds of dough. It has a removable blade coated with titanium, a glass jar with a total capacity of 2.1 liters and fits on both sides of the appliance base. Its exclusive TruFlow® technology creates an irregular vortex to reduce the formation of bubbles in the mixture. Panel with pre-programmed functions and a brushed steel finish.

Preço sugerido em 06/11/2020: R\$ 959,90.

Suggested price on 11/6/2020: BRL 959.90.

MONDIAL ELETRODOMÉSTICOS TURBO INOX – L-1200 BI

Liquidificador com 1.200 W de potência, copo tamanho família de 3 litros e 12 velocidades mais pulsar. Possui faca com seis lâminas de aço inox superafiadas, que proporcionam mais eficiência ao triturar os alimentos. Conta com sistema de encaixe rápido e função filtro, isto é, entra a fruta e sai o suco ou o molho filtrado. Tem tampa com copo dosador e autolimpeza. Disponível em 127 V e 220 V.

Blender with 1200W power, 3,0 liters family-sized cup and 12 speeds plus Pulse. It has a knife with six super-sharpened stainless-steel blades, which make grinding food more efficient. It has a quick-fit system and filter function, that is, the fruit enters and the juice or filtered sauce comes out. Lid with a measuring cup and self-cleaning. Available in 127 V and 220 V.



Preço sugerido em 09/11/2020: R\$ 219,90.

Suggested price on 11/9/2020: BRL 219.90.

OSTER

LIQUIDIFICADOR 1400 FULL – OLQ610

BLENDER 1400 FULL – OLQ610

O modelo escolhido para este Dossiê tem jarra plástica antimicrobiana com capacidade de 3,2 litros. Vem com tampa medidora de 100 ml, que facilita o preparo de receitas com a medida certa, destaca a empresa. Possui 1.400 W de potência e 15 velocidades, que possibilitam trabalhar com o ritmo ideal para cada tipo de receita.

The model chosen for this Dossier has an antimicrobial plastic jar with a capacity of 3.2 liters. Comes with 100ml measuring cap, which facilitates the preparation of recipes with the right measure, emphasizes the company. It has 1400W power and 15 speeds, which make it possible to work at the ideal pace for each type of recipe.



Preço sugerido em 05/11/2020: R\$ 229,90.

Suggested price on 11/5/2020: BRL 229.90.



PHILCO

LIQUIDIFICADOR PLQ1400

BLENDER PLQ1400

O modelo PLQ1400 preto, com 1.400 W de potência, tem 11 velocidades e funções turbo, pulsar e autolimpeza. É indicado para fazer vitaminas, molhos e sopas cremosas. Conta, também, com a função que tritura gelo. Seu copo, com faca de seis lâminas ultra-afiadas e resistentes, tem capacidade para 3,2 litros e sistema de encaixe rápido e prático. A base do aparelho é antiderrapante.

The black PLQ1400 model, with 1400W power, has 11 speeds and turbo, pulse and self-cleaning functions. It is indicated to make vitamins, sauces and creamy soups. Also, it has the function of crushing ice. Its jar, with a knife with six ultra-sharp and resistant blades, has a capacity of 3.2 liters and a quick and practical fitting system. This appliance has a nonslip base.



PHILIPS WALITA DAILY TURBO DURAVITA – R12113

Possui cinco velocidades, combinadas com a função pulsar, e 700 W de potência. Dotado do inovador sistema Problend 4, conta com a tecnologia que reúne um conjunto de lâminas de quatro pontas com design diferenciado, que ajudam a misturar e triturar os ingredientes. Vem com jarra Duravita, inquebrável, com capacidade de 2 litros.

It has five speeds, combined with the pulse function, and 700W power. Equipped with the innovative Problend 4 system, it has the technology that brings together a set of four-pointed blades with a different design, which help to mix and grind the ingredients.

Unbreakable Duravita jar with a capacity of 2 liters.

Preço sugerido em 28/10/2020: R\$ 179,90.

Suggested price on 10/28/2020: BRL 179.90.

TRAMONTINA PRO CHEF

Produzido com alumínio fundido fosco, tem 2.000 W de potência, seis lâminas, opções de alta velocidade ou lenta para triturar gelo, liquefazer e gaseificar sopas e vitaminas, desfazer ingredientes pesados em purê, sem precisar adicionar líquidos, e moer especiarias. Possui painel LCD com timer para configurações pré-programadas, tampa auxiliar com anel puxador e tampa medidora. Copo Tritan de 2 litros resistente a impactos, que pode ir à lava-louças.

Produced with matted cast aluminum, it has 2,000W power, six blades, high speed or slow options for crushing ice, liquefying and aerating soups and smoothies, undoing heavy ingredients in puree, without having to add liquids, and grinding spices. LCD panel with timer for pre-programmed configurations, auxiliary cap with pull ring and measuring cover. Impact resistant 2-liter Tritan cup, dishwasher safe.



Preço sugerido em 06/11/2020: R\$ 4.274,05.

Suggested price on 11/6/2020: BRL 4,274.05.

SÓ EM 2018,
O UNICEF SALVOU

2,5
MILHÕES

DE CRIANÇAS
DA DESNUTRIÇÃO.



MAS AINDA
EXISTEM

155
MILHÕES

DE CRIANÇAS
DESNUTRIDAS NO MUNDO.

Há 73 anos, o UNICEF tem liderado as principais conquistas pelas crianças no Brasil e no mundo.

Mas sabemos que ainda há muito a ser feito.

Para isso, precisamos da sua ajuda. Você pode fazer parte da vida das crianças que mais precisam.

Doe agora.
doeunicef.org.br

unicef 
para cada criança

DESAFIO E SUPERAÇÃO: A DISTRIBUIÇÃO EM 2020

CHALLENGE AND OVERCOMING:
DISTRIBUTION IN 2020

MARIANO GORDINHO

**PRESIDENTE-EXECUTIVO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA DISTRIBUIÇÃO
DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO (ABRADISTI)**

*EXECUTIVE PRESIDENT OF THE BRAZILIAN ASSOCIATION OF INFORMATION
TECHNOLOGY DISTRIBUTION (ABRADISTI)*



Foto: Divulgação

Foi como um ataque-surpresa que começa uma guerra. A analogia serve para 2020 e a maior crise sanitária do século, quando a pandemia nos pegou desprevenidos e alterou os planos de todos – incluindo o setor de distribuição de TI.

Antes disso, estávamos prontos e otimistas. Era um ambiente favorável, com planejamento de viés positivo. Em poucos dias, uma grande interrogação ficou no ar: o que esperar? Durante 60 dias, a atividade econômica recuou completamente.

Mas há um efeito positivo da crise: o mundo apostou em tecnologia, o que fez boa parte do setor de TI crescer. As empresas voltaram a acreditar que precisam tirar projetos do papel, pois a transformação é urgente. Tecnologia deixou de ser obrigação e se tornou, de uma vez por todas, negócio.

No setor, foram ressaltados o associativismo e a importância da cooperação. Para a Abradisti, isso significou uma estrutura fortalecida de grupos de trabalho. Lançamos novos serviços, como a consultoria para a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD). O Acordo Setorial de Logística Reversa de Eletrônicos ganhou novos contornos.

Do ponto de vista jurídico, firmamos nosso papel na defesa de interesses da distribuição de TI. São exemplos a vitória na ação que questiona a classificação fiscal de placas de vídeo e a obtenção de mandado de segurança impedindo cobrança de ICMS sobre softwares no Estado de São Paulo.

Isso mostra que, por mais difícil que tenha sido 2020, o setor de distribuição é capaz, unido, de superar desafios. E 2021 promete ser ainda melhor. ■■

It was like a surprise attack that starts a war. The analogy works for 2020 and the biggest health crisis of the century, when the pandemic caught us off guard and changed everyone's plans – including the IT distribution sector.

Before that, we were ready and optimistic. It was a favorable environment, with positive planning. In a few days, a great question remained in the air: what to expect? For 60 days, the economic activity retreated completely. But there is a positive effect of the crisis: the world has bet on technology, which has made much of the IT sector grow. The companies once more believe they need to take projects out of the paper, because the transformation is urgent. Technology is no longer an obligation and has become, once and for all, business.

In the sector, the association and the importance of cooperation were highlighted. For Abradisti, this meant a strengthened structure of working groups. We launched new services, such as consulting for LGPD. The Electronics Reverse Logistics Sector Agreement has gained new ways.

From a legal point of view, we have established our role in defending the interests of IT distribution. Examples are the victory in the action that questions the fiscal classification of video boards and the obtaining of a writ of mandamus preventing the charge of ICMS tax on software in the state of Sao Paulo.

This shows that, as difficult as 2020 has been, the distribution sector is capable, united, of overcoming challenges. And 2021 promises to be even better. ■■

ATs INVESTEM EM CAPACITAÇÃO, INOVAÇÃO E ADEQUAÇÃO

THE TECHNICAL ASSISTANCES INVEST IN TRAINING, INNOVATION AND ADEQUACY

WAGNER GATTO

DIRETOR-EXECUTIVO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PÓS-VENDAS EM ELETROELETRÔNICOS (ABRASA)

EXECUTIVE DIRECTOR OF THE BRAZILIAN ASSOCIATION OF AFTER SALES IN ELECTRONICS (ABRASA)



Foto: Arquivo

Estudos realizados por nossa associação durante a pandemia mostraram que, apesar do significativo crescimento de 5% na quantidade de ordens de serviços no terceiro trimestre deste ano em relação ao mesmo período de 2019, caiu a rentabilidade da rede de assistências técnicas (ATs). O fato foi sentido por todos os prestadores de serviços de pós-vendas.

Dentre os motivos que levaram à menor rentabilidade, estão a alta significativa do dólar, a falta de alguns insumos e a majoração dos preços para reposição de peças e componentes. Outro fator foi a necessidade de os empreendedores dispenderem receitas para capacitar o trabalho com inovações, ferramentas e tecnologias. Recursos também foram gastos nos processos de atendimentos internos e delivery, para comodidade dos clientes, e na adequação de práticas para cumprir os protocolos dos EPIs, frente às exigências da Vigilância Sanitária.

“As expectativas ainda são de otimismo quanto a um possível fechamento positivo para o presente exercício.”

Apesar das dificuldades expostas, as expectativas ainda são de otimismo quanto a um possível fechamento positivo para o presente exercício. No entanto, as vendas realizadas no período da Black Friday e também nas promoções do final de ano provocarão uma pequena queda na procura por consertos e reparos de alguns produtos. ■■

Studies carried out by our association during the pandemic showed that despite the significant 5% growth in the number of service orders in the third quarter of this year compared to the same period in 2019, there was a drop in the profitability of the Technical Assistance (TAs) network. The fact was felt by all after-sales service providers.

Among the reasons that led to lower profitability are the significant rise in the dollar, the lack of some inputs and the increase in prices for replacement of parts and components. Another factor was the need for entrepreneurs to spend revenues to enable work with innovations, tools and technologies. Resources were also allocated on the internal attendance and delivery processes, for the convenience of customers, and on the adaptation of practices to comply with the PPE protocols, in face of the requirements of Health Surveillance.

“Expectations regarding a possible positive outcome for the current year remain optimistic.”

Despite the exposed difficulties, expectations regarding a possible positive outcome for the current year remain optimistic. However, sales made during the Black Friday period and also promotions at the end of the year will cause a small drop in the demand for services and repairs of some products. ■■

O IMPACTO DA LGPD NA LOGÍSTICA REVERSA DE ELETROELETRÔNICOS

THE IMPACT OF GDPR ON REVERSE ELECTRONICS LOGISTICS

VANDERLEI NIEHUES

DIRETOR-PRESIDENTE DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE RECICLAGEM DE ELETROELETRÔNICOS E ELETRODOMÉSTICOS (ABREE)

CEO OF THE BRAZILIAN ASSOCIATION FOR THE RECYCLING OF ELECTRONICS AND HOME APPLIANCES (ABREE)



Foto: Divulgação

A vigência da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) impacta empresas de todos os portes e os consumidores em diversos aspectos, gerando uma mudança de paradigma sobre a segurança na coleta, no armazenamento e no descarte de dados pessoais. Portanto, isso também traz mudanças para o descarte de produtos eletroeletrônicos em seu fim de vida.

A LGPD torna as pessoas donas e responsáveis por seus dados no processo de descarte, antes mesmo do início de sua vigência. Da mesma forma que ao descartar um refrigerador é necessário retirar os alimentos que nele estão armazenados, os dados precisam ser descartados dos eletroeletrônicos. Dados e produtos devem ter descarte correto, e esse processo começa com o consumidor levando-os aos pontos de recebimento.

Para isso, a Associação Brasileira de Reciclagem de Eletroeletrônicos e Eletrodomésticos (ABREE) – como a mais antiga e representativa entidade gestora que define, organiza e gerencia os resíduos sólidos – tem trabalhado para conscientizar os consumidores sobre a importância de que seja criada uma cultura acerca do descarte de produtos.

Entre as muitas ações da entidade, está o trabalho feito nos últimos meses para um expressivo aumento (1.300%) no número de pontos de recebimento, em nível federal. Agora, são mais de 1.200 pontos espalhados por todo o Brasil, para que cada vez mais produtos eletroeletrônicos e eletrodomésticos tenham o seu destino ambientalmente correto. ■■

The validity of the General Data Protection Regulation (GDPR) impacts companies of all sizes and consumers in several aspects, generating a paradigm shift on security in the collection, storage and disposal of personal data. Therefore, this also brings changes to the disposal of electrical and electronic products at their end of life.

The GDPR makes people the owners and accountable for their data in the disposal process, even before the beginning of its validity. As with the disposal of a refrigerator, the food stored in it must be removed, the data should be deleted from the electronics. Data and products must be disposed of properly, and this process begins with the consumer taking them to the collecting points.

To this end, the Brazilian Association for the Recycling of Electronics and Home Appliances (ABREE) – as the oldest and most representative management entity that defines, organizes and manages solid waste - has been working to raise consumers awareness of the importance of creating a culture of disposal of products.

The company's numerous measures include the work carried out in recent months to significantly increase (1,300%) the number of collecting points at federal level. Now, there are more than 1,200 points spread throughout Brazil, so that more and more electrical and electronic products and household appliances have their environmentally correct destination. ■■

OTIMISMO NA INDÚSTRIA PARA O ÚLTIMO TRIMESTRE DE 2020

INDUSTRY OPTIMISM FOR THE LAST QUARTER OF 2020

JOSÉ JORGE DO NASCIMENTO JUNIOR PRESIDENTE DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE FABRICANTES DE PRODUTOS ELETROELETRÔNICOS (ELETROS)

, PRESIDENT OF THE NATIONAL ASSOCIATION OF
ELECTRONIC PRODUCTS MANUFACTURERS – (ELETROS)



Foto: Divulgação

A indústria de eletroeletrônicos vive um momento de intensa retomada. A chegada da pandemia e a instauração da quarentena a partir de março tinham provocado uma reversão completa nas expectativas: as vendas do setor registraram uma violenta retração de 11,72%, que se ampliou para 60% no mês de abril.

A abertura gradual da economia, a partir de maio, desencadeou um contínuo processo de reação. Em junho, verificamos forte crescimento em todos os segmentos de eletroeletrônicos, alcançando um resultado quase 40% maior no comparativo com o mesmo mês do ano anterior. Graças aos resultados registrados em junho, terminamos o segundo trimestre com perdas de 19,15%. Poderia ter sido bem pior se tivéssemos mantido o cenário de abril.

Felizmente, este cenário de recuperação econômica se manteve firme no terceiro trimestre, período em que apresentamos crescimento de 73% em relação ao segundo trimestre. Na comparação entre o terceiro trimestre de 2020 com o terceiro trimestre de 2019, o crescimento foi de 2,75%.

O comparativo entre o terceiro trimestre de 2020 com o segundo trimestre é interessante, pois mostra exatamente o momento da virada, ou seja, saímos de um cenário de fortes perdas e passamos a recuperar os resultados.

Estamos confiantes de que seguiremos avançando ainda mais ao longo do quarto trimestre. Trabalhamos duro nos últimos três meses para atendermos à demanda decorrente do varejo para Black Friday e Natal. Estamos otimistas e confiantes de que teremos o melhor trimestre do ano. ■■

The electronics industry is experiencing a moment of intense recovery. The outbreak of the pandemic and the beginning of the quarantine in March had provoked a complete reversal in the expectations: the sales of the sector registered a violent retraction of 11.72%, which expanded to 60% in April.

The gradual opening of the economy, starting in May, triggered a continuous reaction process. In June, we noticed strong growth in all the segments of households and electronics, reaching a result almost 40% bigger in comparison with the same month of the previous year. Thanks to the results registered in June, we ended the second quarter with losses of 19.15%. It could have been much worse if we had kept the April scenario.

Fortunately, this scenario of economic recovery remained steady in the third quarter, a period in which we presented a 73% growth compared to the second quarter. Comparing the third quarter of 2020 with the third quarter of 2019, growth was 2.75%.

The comparison between the third quarter of 2020 and the second quarter is interesting, because it shows exactly the moment of the turnaround, that is, we left a scenario of strong losses and started to recover the results.

We are confident that we will continue to make further progress throughout the fourth quarter. We worked hard in the last three months to meet the retail demand for Black Friday and Christmas. We are optimistic and confident that we will have the best quarter of the year. ■■

BENEFÍCIOS DO PIX PARA O VAREJO

PIX BENEFITS FOR RETAIL

KELLY CARVALHO

ASSESSORA ECONÔMICA DA FECOMERCIO SP

ECONOMIC ADVISOR AT FECOMERCIO SP



O Pix, o mais novo meio de pagamento instantâneo no Brasil, permitirá que transferências e recebimentos sejam realizados em, no máximo, dez segundos, todos os dias do ano – inclusive nos fins de semana e feriados, 24 horas por dia.

Diferentemente das demais modalidades de pagamento e transferências, o Pix vem para acompanhar o processo de digitalização do varejo. O custo da operação será determinado pelas instituições participantes, mas será menor do que o praticado nas demais modalidades, sendo uma opção valiosa para pessoas e empresas.

O Pix também será um importante mecanismo de inclusão financeira da população, o que tende a gerar oportunidades de negócios, estimulando os varejistas a pensar em novas estratégias de preços para incentivar o uso do sistema.

A principal vantagem da modalidade é a disponibilização, de forma imediata, dos recursos, melhorando o fluxo de caixa e a gestão de estoque das empresas, uma vez que não será necessário esperar a compensação do boleto bancário. Com isso, haverá redução do índice de abandono do carrinho de compra no e-commerce, agilizando também a entrega.

Destacam-se, ainda, como benefícios do Pix para as empresas a redução de custos financeiros nas transações, o auxílio na geração de capital de giro e a usabilidade simplificada para as lojas.

Para a FecomercioSP, diante de um cenário de retomada gradual da economia, o Pix vai oferecer ao varejo mais uma possibilidade de melhorar a experiência do consumidor e de alavancar as finanças do negócio. ■■

PIX, the newest means of instant payment in Brazil, will allow transfers and receipts to be carried out in a maximum of ten seconds, every day of the year – including weekends and holidays, 24 hours a day.

Unlike other payment and transfer methods, PIX comes to accompany the retail digitization process. The cost of the operation will be determined by the participating institutions, but it will be less than that practiced in other modalities, being a valuable option for people and companies.

The PIX will also be an important mechanism for the financial inclusion of the population, which tends to generate business opportunities, encouraging retailers to think about new pricing strategies to encourage the use of the system.

The main advantage of the modality is the availability, immediately, of the resources, improving the cash flow and the inventory management of the companies, since it will not be necessary to wait for the clearing of the bank slip. With this, there will be a reduction in the abandonment rate of the shopping cart in e-commerce, also speeding up delivery.

Also noteworthy are the benefits of PIX for companies: reduced financial costs in transactions, assistance in generating working capital and simplified usability for stores.

For FecomercioSP, faced with a scenario of a gradual recovery of the economy, PIX will offer retailers one more possibility to improve the consumer experience and to leverage business finances. ■■

SISTEMA COLETIVO DE LOGÍSTICA REVERSA OU INDIVIDUAL: QUAL ESCOLHER?

COLLECTIVE REVERSE OR INDIVIDUAL LOGISTICS SYSTEM: WHICH ONE TO CHOOSE?

ADEMIR BRESCANSIN

GERENTE-EXECUTIVO DA GREEN ELETRON

EXECUTIVE MANAGER OF GREEN ELETRON



Foto: Divulgação

Com a assinatura do Acordo Setorial para a Logística Reversa – que responsabiliza fabricantes, importadores, comerciantes e distribuidores pela destinação correta dos eletroeletrônicos que colocam no mercado no seu pós-uso –, muitos se questionam sobre qual é o melhor sistema de logística reversa: coletivo ou individual? Os dois são permitidos no documento e cumprem a mesma função: nos anos de 2021 a 2025, instalar 5.050 pontos em 400 cidades e reciclar 17% do que colocaram no mercado no ano de 2018.

No coletivo, a gestão da operação é feita por uma entidade, sem fins lucrativos, e os custos são divididos proporcionalmente entre as empresas associadas. É este o caso das 65 empresas associadas à Green Eletron. Em um sistema individual, a empresa implementa, gerencia e custeia sozinha todas as etapas definidas no Acordo Setorial.

O primeiro desafio é fechar parcerias com o comércio para a instalação dos pontos de coleta.

Além da operacionalização da logística reversa, o primeiro grande desafio é fechar parcerias com o comércio para a instalação dos pontos de coleta nos municípios predeterminados.

Seja em um sistema coletivo seja no individual, o importante é pensar nas estratégias da companhia e analisar as melhores possibilidades para somar forças na reciclagem de eletroeletrônicos e atingir as metas. ■■

With the signing of the Sectoral Agreement for Reverse Logistics – which makes manufacturers, importers, traders and distributors responsible for the correct destination of the electronics that they put on the market in their post-use –, many are asking which is the best reverse logistics system: collective or individual? Both are allowed in the document and fulfill the same function: in the years 2021 to 2025, install 5,050 points in 400 cities and recycle 17% of what they put on the market in 2018.

Collectively, the operation is managed by a non-profit entity, and the costs are proportionally divided among the associated companies. This applies for the 65 affiliated with Green Eletron. In an individual system, the company implements, manages and pay for all the steps defined in the Sectoral Agreement.

The first challenge is to close partnerships with the commerce for the installation of collection points.

In addition to operationalizing reverse logistics, the first major challenge is to partner with retails to install collection points in specified communities.

Whether in a collective or an individual system, it is important to think about the company's strategies and analyze the best ways to help recycle electronics and achieve its goals. ■■

DADOS REFORÇAM RELEVÂNCIA DO SETOR ELETROELETRÔNICO NA ZFM

DATA REINFORCE THE RELEVANCE OF THE ELECTRONICS SECTOR IN MANAUS FREE TRADE ZONE

ALGACIR ANTONIO POLSIN
SUPERINTENDENTE DA SUFRAMA
SUPERINTENDENT OF SUFRAMA



Foto: Divulgação

Mesmo com as dificuldades enfrentadas pelo setor produtivo brasileiro em decorrência da pandemia, os segmentos de eletroeletrônicos e de bens de informática do Polo Industrial de Manaus (PIM) mantiveram desempenho positivo e trouxeram estabilidade para a indústria nele instalada.

Dados divulgados pela Suframa, relativos ao período de janeiro a agosto deste ano, mostram que o segmento de eletroeletrônicos faturou R\$ 17,49 bilhões e cresceu 0,50% em relação ao mesmo período do ano passado, enquanto o setor de bens de informática teve resultado ainda mais expressivo: faturamento de R\$ 18,24 bilhões e crescimento de 18,29% no mesmo período comparativo.

O governo federal tem empreendido medidas de melhoria do ambiente de negócios, que visam fortalecer a economia e a indústria brasileira de forma geral. Vale destacar que o Conselho de Administração da Suframa realizou, na pandemia, quatro reuniões por meio de videoconferência, aprovando 100 projetos industriais e de serviços, que representam cerca de R\$ 3,3 bilhões em novos investimentos, com uma estimativa de geração de cerca de 5.320 empregos.

Essas informações ajudam a manter projeções positivas e a reforçar ainda mais o trabalho da entidade. É preciso continuar atuando firme, buscando diversificar a economia local e intensificar ações de promoção comercial e de atração de investimentos, o que poderá ser decisivo para o cumprimento da missão da Suframa: viabilizar melhores condições para o desenvolvimento regional socioeconômico e sustentável e a redução de desigualdades. ■■

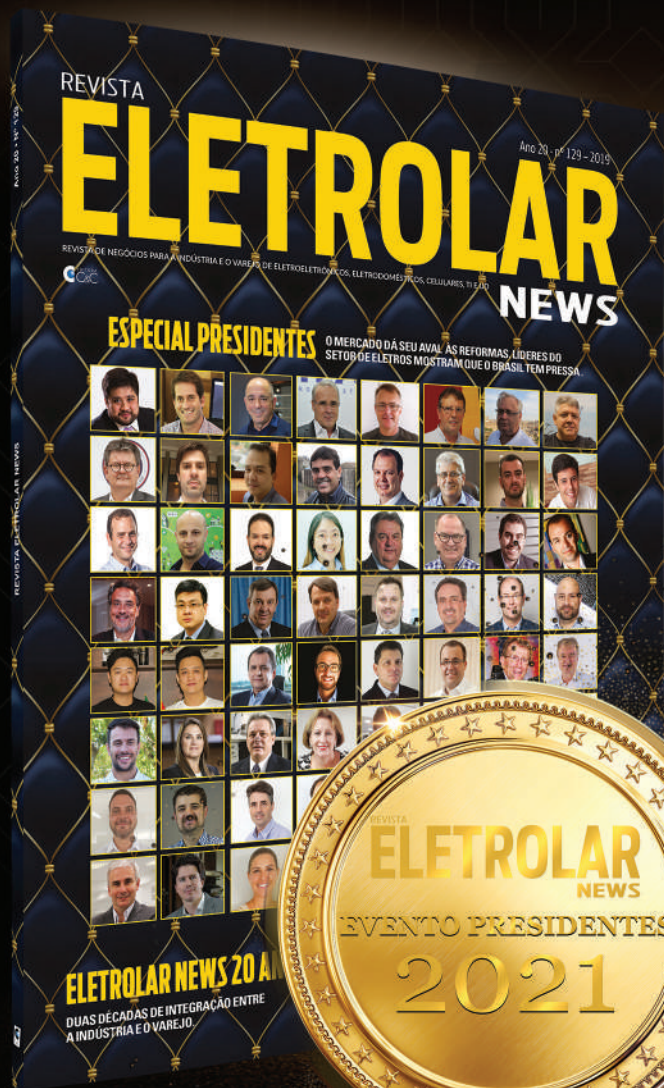
Even with the difficulties faced by the Brazilian productive sector as a result of the pandemic, the segments of electronics, households and computer goods of Manaus Industrial Park (PIM) maintained positive performance and brought stability to the industry installed there.

Data disclosed by Suframa, related to the period from January to August this year, shows the electronic sector had a US\$ 17.49 billion revenue and has grown 0.50% in relation to the same period last year, while the computer goods sector had a result even more expressive: US\$ 18.24 billion revenue and growth of 18.29% on the same comparative period.

The federal government has undertaken measures to improve the business environment, aimed at strengthening the Brazilian economy and industry in general. It is worth noting Suframa's Board of Directors held four meetings in the pandemic through video conference, approving 100 industrial and service projects, representing around BRL 3.3 billion in new investments, with an estimated generation of around 5,320 jobs.

This information helps to maintain positive projections and further strengthen the work of the entity. It is necessary to continue acting firmly, seeking to diversify the local economy and intensify commercial promotion and investment attraction actions, which may be decisive for Suframa's mission: to enable better conditions for regional socioeconomic and sustainable development and the reduction of inequalities. ■■

EVENTO PRESIDENTES 2021



LANÇAMENTO DA EDIÇÃO
ESPECIAL PRESIDENTES
REVISTA ELETROLAR NEWS

JANTAR EXCLUSIVO
HOMENAGEM AO VAREJO
PRESENÇA DE PRESIDENTES E DIRETORES



Portal
eletrolar.com

REVISTA
ELETROLAR
NEWS

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



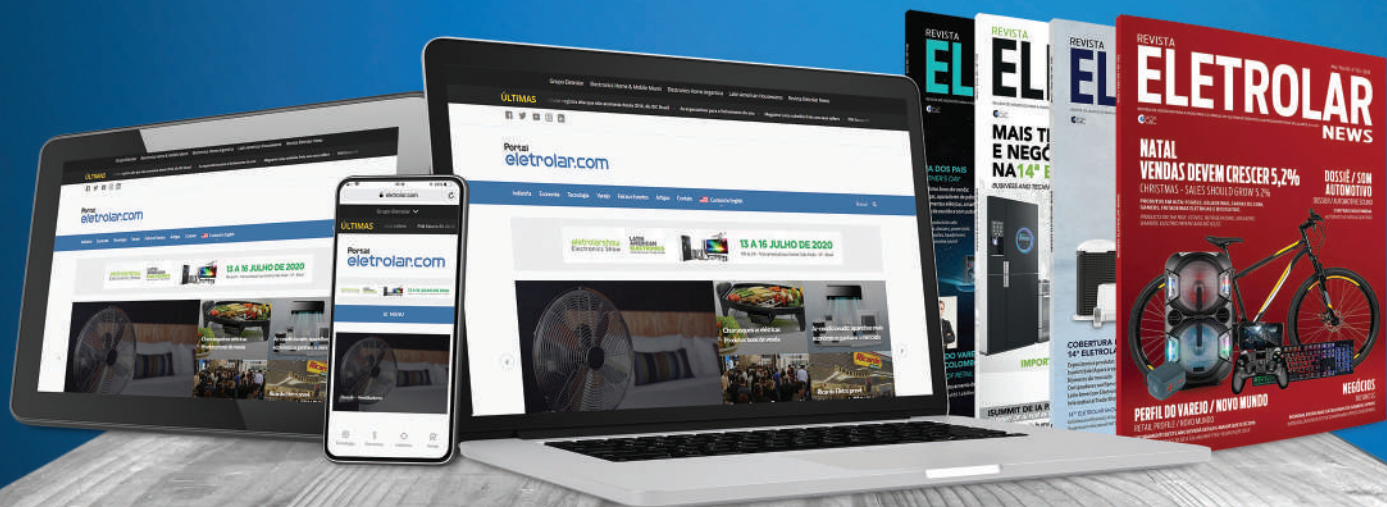
**MAIOR BASE DE DADOS DO SETOR
+ DE 100 MIL PROFISSIONAIS CADASTRADOS**

**Compradores que representam a força de decisão
de mais de 30 mil pontos de venda em todo o País**

Portal
eletrolar.com

REVISTA
ELETROLAR
NEWS

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



**MAIOR BASE DE DADOS DO SETOR
+ DE 100 MIL PROFISSIONAIS CADASTRADOS**

**Compradores que representam a força de decisão
de mais de 30 mil pontos de venda em todo o País**

FEIRAS E NEGÓCIOS

As maiores feiras B2B dos setores de eletroeletrônicos, utilidades domésticas games, mobilidade e TI da América Latina. Atuação no Brasil, na Argentina e em Miami, FL-USA.

ELETROLAR.COM

O Portal eletrolar.com mantém você atualizado sobre as notícias do setor de eletros, TI e bens duráveis. Traz informações do mercado, economia, mobilidade, gamer, movimentação, indústria, varejo, lançamentos, eventos e tecnologia. Portal atualizado em tempo real. 100 mil pageviews por ano.



DIAS DO ANO

REVISTA ELETROLAR NEWS

Publicação bilingue, em português e inglês, nas versões impressa e digital, com distribuição nacional e internacional. Acesse, acompanhe as notícias e compartilhe com sua equipe eletrolar.com/revista-digital

E-MAIL MARKETING PERSONALIZADO

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

Conecte-se agora ao nosso LinkedIn e fique por dentro das últimas notícias do setor.



Conecte-se ao nosso LinkedIn

eletrolarshow

ELECTRONICS SHOW

A MAIOR FEIRA DE NEGÓCIOS ENTRE A INDÚSTRIA E O VAREJO DE ELETROS, TI E UD DA AMÉRICA LATINA

12 A 15 JULHO DE 2021

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

FABRICANTES
DISTRIBUIDORES
E IMPORTADORES

VAREJO DE TODOS
OS PORTES

E-COMMERCE E
MARKETPLACE

UTILIDADES DOMÉSTICAS
MÓVEIS E DECORAÇÃO

SAÚDE
LAZER E
MOBILIDADE

MERCADO
CORPORATIVO

LOJAS DE
DEPARTAMENTO
E HOME CENTERS

ELETRODOMÉSTICOS
ELETROELETRÔNICOS
CELULARES E TI

IMPRENSA
RÁDIO E TV

MERCADO
GAMER



ALL CONNECTED

www.eletrolarshow.com.br

COMERCIAL:

11 3035 1030 • comercial@grupeeletrolar.com.br

EVENTOS PARALELOS:

**LATIN AMERICAN
ELECTRONICS**
International Trade Show

**LATIN AMERICAN
HOUSEWARES**



Conecte-se ao
nosso LinkedIn

Entrada exclusiva para empresas e profissionais do setor, devidamente identificados. Permitida a entrada somente para maiores de 18 anos.

ORGANIZAÇÃO
Grupo **eletrolar**

REALIZAÇÃO
azuloplay
Feiras e Eventos

MEDIA PARTNER
ELETROLAR
NEWS

APOIO INSTITUCIONAL
ABRASA
ABRADIIST

abree

ACREFI

ELETRQS

greenelectron

UBRAFE

unicef

CIA. AÉREA OFICIAL
LATAM
AIRLINES

AGÊNCIA OFICIAL
surtemo