

REVISTA

22 Anos / Years - nº 142 - 2021

ELETROLAR

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

NEWS



Exclusive Interview

ENTREVISTA EXCLUSIVA MERCADO LIVRE INVESTE R\$ 10 BILHÕES NO BRASIL ESTE ANO

FERNANDO YUNES, LÍDER DO MERCADO LIVRE NO BRASIL

*Mercado Livre invests R\$ 10 billion in Brazil this year
Fernando Yunes, leader of Mercado Livre in Brazil*

Dia dos Pais

GAMERS, BICICLETAS, COOKTOPS E CUIDADOS PESSOAIS SÃO LUCRO CERTO PARA O VAREJO

*FATHER'S DAY - Gamers, bicycles, cooktops and
personal care are sure profits for retailers*

Balanço do 1º Tri

NOVA JORNADA PARA A INDÚSTRIA E O VAREJO

*1st Quarter Balance Sheet
New journey for industry and retail*

**“O varejo físico
e o online coexistirão.”**

“Physical retail and online will coexist.”

Eletrolar Show

**FEIRA IMPULSIONA OS NEGÓCIOS
NOS MERCADOS INTERNO E EXTERNO**

*Eletrolar Show - Fair boosts business
in the domestic and foreign markets*

A close-up photograph of a man with short dark hair and a light beard, wearing a blue t-shirt. He is holding a black Panasonic electric shaver to his cheek, looking off to the side with a neutral expression. The background is a blurred blue wall with a square light fixture.

CRIADO PRA VOCÊ **SE CUIDAR DO SEU JEITO**

RUAN

COLABORADOR
PANASONIC


Panasonic



Nova linha de cuidados pessoais Panasonic.

CRIADO PRA VOCÊ

www.panasonic.com/br

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

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



PARA BRI-TA-NI-AR SUAS VENDAS.

**NOVA LINHA
DE LIQUIDIFICADORES**

**DESIGN
INOVADOR**

Tampa
dosadora
com alça



1200W



www.britania.com.br

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

NOVA LINHA DE FRITADEIRAS



3 em 1

FRITADEIRA
+ FORNO
+ FUNÇÃO
DESIDRATAR

12L

BFR2100P
Oven



✦ **NOVO** ✦
ANTIADERENTE!



BFR21P



BFR11PG



BFR22PG

BRITANIA
Para Britaniar sua vida

**Performance,
potência &
design**

1200W
de potência

SUPER
capacidade
para **5L**



Início Suave

Corpo **Alúminio**
Mais **Estabilidade**



Acessórios para
moer carne



Acessórios para
ralar e fatiar



Tampa
antirrespingo

Conheça as cores disponíveis:

**Nova Batedeira
Planetária
PBP1200**



Philco
TEM COISAS QUE SO A PHILCO FAZ PRA VOCE.

www.philco.com.br

Batedeira PBP1200. Imagens meramente ilustrativas. Em virtude de constantes aperfeiçoamentos em sua linha de produtos, a Philco reserva-se o direito de proceder, sem aviso prévio, às modificações técnicas que julgar convenientes.



PhilcoGAMING

Nova Linha Philco Gaming O JOGO COMEÇA AGORA



TELA BORDA INFINITA
ULTRAWIDE

Monitor Gamer PMG30C920WFG Curvo

200Hz

FULL HD 30"

CURVED
R1800



Uma explosão
de cores RGB.



Headset Gamer PH5750

Eleve a experiência
de seus clientes.



Mouse Gamer PM570



SOFTWARE
para ajustes

Philco
TEM COISAS QUE SÓ A PHILCO FAZ PRA VOCE.

**Elas chegaram
para resolver.**

**Ferramentas
MONDIAL**

*Power
Tools*



*Mondial,
a escolha
inteligente*

f @ y /mondialbr

REFENSE



MONDIAL

Linha de caixas amplificadas Mondial.

Produzidas na nova e moderna
fábrica de Manaus.



*Mondial,
a escolha
inteligente*

REFENSE



MONDIAL

SU MÁ RIO

ELETROLAR NEWS SUMMARY

EDIÇÃO 142
EDITION 142

EDITORIAL 14

Matéria de capa

pág. **18** MERCADO LIVRE

Entrevista exclusiva de

Fernando Yunes, líder da empresa no Brasil

COVER STORY – MERCADO LIVRE

EXCLUSIVE INTERVIEW WITH FERNANDO YUENES,
LEADER IN BRAZIL

ESPECIAL DIA DOS PAIS

FATHER'S DAY SPECIAL 38

GAMERS 40

CUIDADOS PESSOAIS / PERSONAL CARE 60

BICICLETAS / BICYCLES 72

COOKTOPS 83

BALANÇO DO 1º TRIMESTRE

UMA NOVA JORNADA PARA A INDÚSTRIA E O VAREJO

1ST QUARTER BALANCE SHEET – A NEW JOURNEY
FOR INDUSTRY AND RETAIL 100

15ª ELETROLAR SHOW

A FEIRA, QUE OTIMIZA OS NEGÓCIOS, SERÁ
REALIZADA DE 4 A 7 DE OUTUBRO

THE FAIR, WHICH OPTIMIZES BUSINESS,
WILL BE HELD FROM OCTOBER 4TH TO 7TH 105

RECICLAGEM DE ELETROS

COMEÇA A IMPLEMENTAÇÃO DO
DECRETO FEDERAL 10.240/2020

RECYCLING OF ELECTRONICS
IMPLEMENTATION OF FEDERAL
DECREE 10.240 / 2020 BEGINS 108

LEGISLAÇÃO PASSO A PASSO

PRINCIPAIS ITENS DO DECRETO

LEGISLATION: STEP BY STEP
MAIN ITEMS OF THE DECREE 114

ESG

PARA UM MUNDO MAIS ÉTICO E SUSTENTÁVEL

FOR A MORE ETHICAL AND SUSTAINABLE WORLD 120

DOSSIÊ – SOM AUTOMOTIVO

DOSSIER – AUTOMOTIVE SOUND 126

ARTIGOS – ARTICLES

ELETROS 97

ABRADISTI 130

ABRASA 131

ABREE 132

FECOMERCIOSP 133

GREEN ELETRON 134

SUFRAMA 135

Nova Consul com Espaço Flex.

Os novos refrigeradores da Consul foram desenvolvidos pensando especialmente na organização.



FILTRO ANTI ODOR

Chega de água com gosto de geladeira.



ESPAÇO FLEX

Mais de 10 combinações na porta da sua geladeira.



FRUTEIRA*

Gaveta separada para armazenar as frutas e mantê-las organizadas e protegidas.



ESPAÇO MAIS*

Compartimento fechado na porta do freezer que permite mais espaço para armazenar alimentos.



PRATELEIRA FLEX*

Freezer 3 em 1.

Os refrigeradores estão disponíveis em duas capacidades:
410L e 450L, nas cores branca e inox.

Consul

Bem pensado

A matéria de capa desta edição traz a entrevista exclusiva de Fernando Yunes, líder no Brasil do Mercado Livre, a maior empresa de comércio eletrônico da América Latina, com presença em 18 países e 74 milhões de usuários ativos. Hoje, o País representa 54% da receita líquida total da companhia, tendo alcançado US\$ 720,5 milhões, um crescimento de 68% em dólar e 120% em real, ano a ano. Os números são importantes, tanto que a empresa vai investir R\$ 10 bilhões, este ano, no Brasil, dando sequência ao plano de expansão da malha logística própria.

Esta edição da **Eletrolar News** tem muitos destaques. Um deles é o balanço do 1º trimestre de 2021, em que a GfK afirma que inovar para oferecer produtos premium com preço acessível é um desafio a ser superado pela indústria este ano. O varejo, por sua vez, tem outro desafio tão importante quanto, que é o de propor crédito e prazo de pagamento ao consumidor. No caderno sobre o Dia dos Pais, estão os produtos que vêm obtendo boa performance nas vendas, como gamers, cooktops, bicicletas, aparadores e barbeadores. Muito mais você encontra nas páginas da revista, que traz um panorama das boas oportunidades do momento.

Bons negócios!

In this edition's cover story, we bring an exclusive interview with Fernando Yunes, Mercado Livre's leader in Brazil. It is the biggest e-commerce company in Latin America, with presence in 18 countries and 74 million active users. Today, Brazil represents 54% of the total company's revenue. It reached US\$ 720.5 million, a 68% increase in dollars and 120% in reais year over year. These figures are important, and the company will invest R\$10 billion this year in Brazil, following on the expansion plans for its logistic network.

This edition of Eletrolar News has many highlights. One is the balance sheet for the 1st quarter of 2021, in which GfK states that innovation to offer premium products at an affordable price is a challenge to be overcome by the industry this year. Retail, in turn, has another challenge, just as important, which is to offer flexible credit and payment terms to consumers. In the section on Father's Day, there are products that have been achieving good sales performance, such as gamers, cooktops, bicycles, sideboards and shavers. You find much more in the magazine, which provides an overview of the good opportunities at the moment.



Carlos Clur

Good Business!

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

Revisoras / Reviewers - Abigail Cardoso e Maria Inês Caravaggi

Fotografia / Photography - Beto Assem, Fredy Uehara / Uehara Fotografia e

Stúdio Thiago Henrique

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

Arte / Art - Adalton Martins

Gerente de Marketing Internacional / International Marketing Manager - Roberta Zogbi

Marketing e Assinaturas / Marketing and Subscriptions - Tatiana Lopes

Publicidade / Advertising - Ricardo Kühn, Simone Aguiar, Cintia Araujo e Eliana Cesario

Gerente Operacional / Operations Manager - Marcus Ferrari

Tradução / Translation - Roberta Zogbi e Rosa Bernarda

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.grupoletrolar.com commercial@grupoletrolar.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.



REVISTA
ELETROLAR
NEWS

anatec
www.anatec.org.br

COMPAQ



Nos unimos com
um propósito:
tecnologia para
impulsionar vidas.

A Positivo Tecnologia e a
Compaq trazem um novo
momento da marca para você.
Com ainda mais inovação,
agilidade e qualidade. Para
quem precisa de soluções na
medida das suas
necessidades.
Com você, para você.

Acesse compaq.com.br e saiba mais.

Fabricado e vendido pela Positivo Tecnologia S.A. sob licença da HP Inc.
©2021 Positivo Tecnologia S.A. Todos os direitos reservados. Produto beneficiado pela legislação de informática.
Imagem meramente ilustrativa. Maio/2021

POSITIVO
TECNOLOGIA



Beleza, qualidade e inovação na medida certa

Tudo que você precisa para tornar as vendas de dia dos pais ainda melhor.

Em 2021, a Dako trouxe opções Ideais para facilitar a vida de quem vende e de quem cozinha.

A qualidade que todo consumidor quer ter agora ficou ainda melhor, com o enxoval de produtos preparados para este ano.



Scaneie o QR Code
ou acesse
dako.com.br

 /dakoeletrrodomesticos  @dakoeletrrodomesticos  /dakoeletrrodomesticos

Especificações técnicas e design do produto podem sofrer mudanças sem aviso prévio. Fotos meramente ilustrativas.
*Disponível na versão preta 4 e 5 queimadores e versão Cristal Clear 5 queimadores.

Linha de Cooktops Dako

Cooktops Dako **Crystal Clear**

Mesa de vidro com tecnologia Crystal Clear. Além de lindo, nunca amarela.

Linha Dako **Preto**

Uma das linhas Dako mais procuradas entre os consumidores.

Disponível nas duas linhas, com as versões:

4 ou 5 queimadores

Ampla espaço da mesa permite utilizar grandes panelas, com rápida cocção graças ao poder da Tripla Chama.*

Outros diferenciais consagrados da linha Dako, são as trempes robustas em ferro fundido e acendimento super automático.



groove

Forno Elétrico de Bancada Dako

Para combinar com os itens da cozinha, beleza e versatilidade em uma solução completa da linha Dako:

- Disponível nas versões: **branco, preto e Titanium**;
- 44 litros e 1750 W de potência, conta com Timer de 120 min.;
- Desligamento automático com alerta sonoro;
- Função Super Grill.



Lançamento 2021 Novo Dako Magister

As definições de fogão foram renovadas.

- Exclusiva mesa com frente sextavada, colunas laterais em puro aço inox, puxador embutido e ergonômico e frente total glass;
- Trempes aneladas com 6 pontos de apoio + pés extra robustos e semi-embutidos;
- Forno amplo com mega visor e a maior capacidade da categoria (60L e 100L).



**“Acreditamos que temos espaço para crescer para além dos cerca de 10% que o e-commerce representa atualmente do total das compras no varejo da América Latina – antes da pandemia, esse índice estava na casa dos 6%.
O varejo físico e o online coexistirão.”**



FERNANDO YUNES,
LÍDER DO MERCADO LIVRE NO BRASIL
MERCADO LIVRE LEADER IN BRASIL



“We believe that we have room to grow beyond the approximately 10% that e-commerce currently represents of total retail purchases in Latin America. Before the pandemic, this index was around 6%. Physical and online retail will coexist.”

por / by **Leda Cavalcanti**

MERCADO LIVRE INVESTI R\$ 10 BILHÕES NO BRASIL ESTE ANO

MERCADO LIVRE INVESTS R\$ 10 BILLIONS
IN BRAZIL THIS YEAR



A maior empresa de comércio eletrônico da América Latina, com sede em Buenos Aires, Argentina, presente em 18 países, conta com 69,8 milhões de usuários ativos e números expressivos em seus resultados. A operação no Brasil representa 54% da receita líquida total da empresa, tendo alcançado US\$ 720,5 milhões, crescimento de 68% em dólar e de 120% em real, ano a ano. Em 2021, vai investir R\$ 10 bilhões aqui no País, dando sequência ao plano de expansão da malha logística própria, composta por carretas, vans, aviões e carros elétricos. **"Acreditamos que o Mercado Livre é o espelho do sucesso de todo o setor de tecnologia para o e-commerce e os serviços financeiros da América Latina", diz Fernando Yunes, líder da empresa no Brasil**, nesta entrevista exclusiva à revista **Eletrolar News**.

COMO SE DEU A EVOLUÇÃO DA EMPRESA DESDE A SUA CRIAÇÃO COMO SITE DE LEILÕES?

FERNANDO YUNES – No início, era um site de leilão e internet discada, mas que logo passou a atuar como marketplace. Hoje, o Mercado Livre é a companhia líder em tecnologia para e-commerce e serviços financeiros na América Latina. Oferece soluções para que pessoas e empresas possam comprar, vender, pagar, anunciar e enviar produtos e serviços por meio da internet. Os fundadores da empresa sabiam que o advento da internet transformaria em escala e proporção esse princípio básico de oferta e procura.

"Neste ano, o Mercado Livre vai investir R\$ 10 bilhões no Brasil. Daremos sequência ao plano de expansão da nossa malha logística."

"In 2021, Mercado Livre will invest R\$ 10 billion here in Brazil, continuing the plan to expand its own logistics network"



Centro de distribuição em Cajamar (SP)
Distribution Center in Cajamar (SP)

The largest e-commerce company in Latin America, headquartered in Buenos Aires, Argentina, present in 18 countries, has 69,8 million active users and expressive numbers in its results. The operation in Brazil represents 54% of the company's total net revenue, having reached US\$ 720.5 million, growth of 68% in dollars and 120% in reais, year over year. In 2021, it will invest R\$ 10 billion here in the country, continuing the plan to expand its own logistics network, composed of trucks, vans, airplanes and electric cars. **"We believe that Mercado Livre is the mirror of the success of the entire technology sector for e-commerce and financial services in Latin America", says Fernando Yunes, the company's leader in Brazil**, in this exclusive interview with **Eletrolar News** magazine.

HOW HAS THE COMPANY EVOLVED SINCE ITS CREATION AS AN AUCTION SITE?

FERNANDO YUNES – In the beginning, it was an auction site and dial-up internet, but it soon started to act as a marketplace. Today, Mercado Livre is the leading technology company for e-commerce and financial services in Latin America. It offers solutions for people and companies to buy, sell, pay, advertise and send products and services



Além da plataforma de e-commerce e da fintech Mercado Pago, a empresa conta com as seguintes áreas de negócios: Mercado Envios, Mercado Livre VIS (Veículos, Imóveis e Serviços), Mercado Ads e Mercado Shops. A nossa sede continua sendo na Argentina, mas a operação no Brasil representa 54% da receita líquida total da companhia, tendo alcançado US\$ 720,5 milhões, crescimento de 68% em dólar e de 120% em real, ano contra ano.

QUAIS ESTRATÉGIAS LEVARAM O MERCADO LIVRE A SER UM DOS MAIORES SITES DE VAREJO?

FY – Ao longo dos anos, desenvolvemos e aprimoramos produtos e serviços tendo a experiência do usuário no centro do nosso negócio. Perseguimos a excelência na experiência de compra e venda e, para isso, investimos em tecnologia e inovação diariamente. **A inovação faz parte dos valores da empresa e é a principal estratégia, está no nosso DNA.**

Um bom exemplo do uso desses serviços é o ciclo do nosso pequeno empreendedor. Ele usa a plataforma Mercado Livre para vender, além de contar com os

through the internet. The company's founders knew that the advent of the internet would transform in scale and proportion this basic principle of supply and demand.

In addition to the e-commerce platform and fintech Mercado Pago, the company has the following business areas: Mercado Envios, Mercado Livre VIS (Vehicles, Real Estate and Services), Mercado Ads and Mercado Shops. Our headquarters are still in Argentina, but the operation in Brazil represents 54% of the company's total net revenue, having reached US\$ 720.5 million, growth of 68% in dollars and 120% in reais, year over year.

WHAT STRATEGIES LED MERCADO LIVRE TO BE ONE OF THE LARGEST RETAIL SITES?

FY – Over the years, we have developed and improved products and services with the user experience at the heart of our business. We pursue excellence in the buying and selling experience and we invest in technology and innovation on a daily basis. **Innovation is part of the company's values and is the main strategy, it is in our DNA. Every day we analyze the multiple possibilities within our ecosystem, which works in**



Centro de distribuição em Cajamar (SP)
Distribution Center in Cajamar (SP)

serviços de logística do Mercado Envios; recebe o dinheiro das suas vendas na conta do Mercado Pago e, a partir dela, faz a compra de mercadorias ou pode ainda tomar crédito para ampliar os negócios.

Esse conjunto de produtos e serviços foi colocado à prova durante a pandemia e se saiu muito bem: continuamos operando, abastecendo as pessoas em suas casas, apoiando os empreendedores e podendo levar nosso propósito adiante, que é o de contribuir para a democratização do comércio e do dinheiro.

COMO A EMPRESA AVALIA SUA ATUAÇÃO NO MERCADO?

FY – Acreditamos que o Mercado Livre é o espelho do sucesso de todo o setor de tecnologia para o e-commerce e os serviços financeiros da América Latina, não apenas pelo valor de mercado da companhia na bolsa norte-americana Nasdaq, onde é considerada uma das mais valiosas da América Latina, mas por toda a cadeia de milhões de empreendedores, pequenos comércios, grandes redes varejistas e empresas de logística que impactamos positivamente.

synergy in order to increasingly offer the best experience to users.

A good example of using these services is the cycle of our small entrepreneur. It uses the Mercado Livre platform to sell, in addition to the logistics services of Mercado Envios; receives the money from its sales in their Mercado Pago account and from there makes the purchase of goods or can also take the credit to expand business.

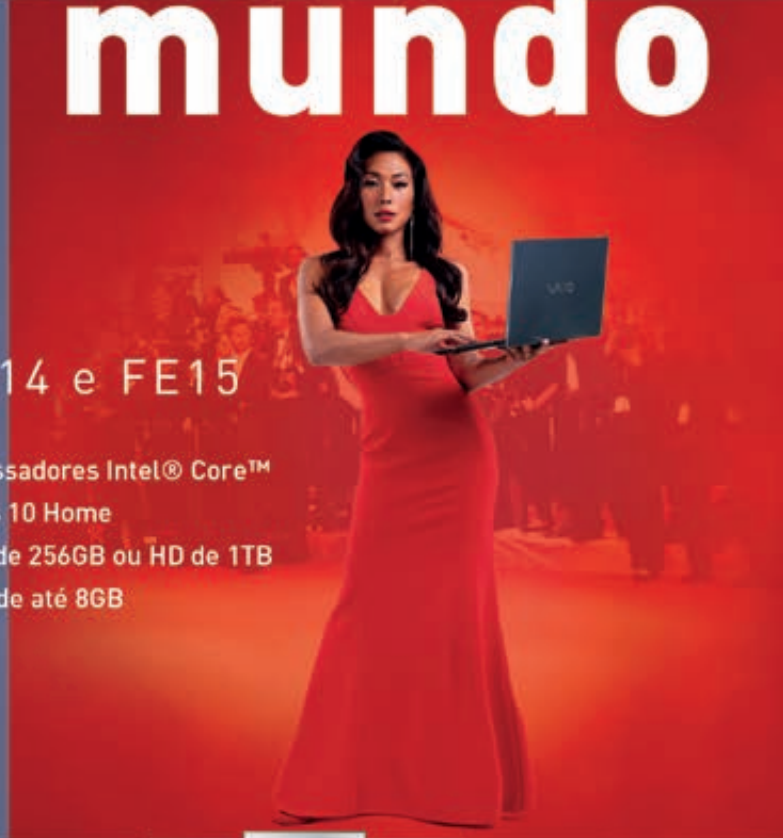
This set of products and services was put to the test during the pandemic and did very well: we continue to operate, supplying people in their homes, supporting entrepreneurs and being able to carry out our purpose, which is to contribute to the democratization of trade and of the money.

HOW DOES THE COMPANY EVALUATE ITS PERFORMANCE IN THE MARKET?

FY – We believe that Mercado Livre is the mirror of the success of the entire technology sector for e-commerce and financial services in Latin America, not only due to the company's market value on the



Empodere seu mundo



VAIO® FE14 e FE15

- 10ª Geração de Processadores Intel® Core™
- Windows 10 Home
- Armazenamento SSD de 256GB ou HD de 1TB
- Memória de até 8GB

compre o seu em br.vaio.com

A arte japonesa transformada em tecnologia.

VAIO e VAIO são marcas registradas da Sony Corporation. Os computadores VAIO, fabricados no Brasil pela Positivo Tecnologia S.A., seguindo todos padrões de qualidade da VAIO Japão, possuem garantia balcão de um ano para peças e mão de obra, sendo nove meses de garantia contratual e 90 dias de garantia legal. Para acessar a internet, o cliente deve possuir uma linha telefônica fixa ativa e arcar com os custos de pulsos e/ou interurbanos ou contratar o serviço de banda larga de sua preferência, adquirindo os periféricos necessários para o uso do serviço. Microsoft® e Windows® são marcas registradas da Microsoft Corporation nos EUA e em outros países. Intel, o logotipo Intel, o logotipo Intel Inside e Intel Core são marcas registradas da Intel Corporation ou de suas subsidiárias. Produto beneficiado pela legislação de informática. Imagens meramente ilustrativas. Maio/2021.



Família de Processadores Intel® Core™



QUAIS AS PRINCIPAIS MUDANÇAS OCORRIDAS NA EMPRESA, NOS ÚLTIMOS TEMPOS?

FY – Nosso primeiro movimento foi para garantir a segurança das pessoas. Em alguns dias, aproximadamente 90% dos nossos colaboradores na América Latina passaram a trabalhar de casa, e para as equipes que seguem em nossos centros logísticos, foram reforçadas ao máximo as medidas de prevenção.

Antecipamos para abril o lançamento de nossa área de supermercados, que estava previsto para o segundo semestre de 2020, com o objetivo de manter as pessoas em segurança em casa, abastecidas com itens de primeira necessidade. Com o passar dos meses, fomos rapidamente ampliando as ofertas e facilitando o acesso a itens essenciais, entregues em segurança e em um prazo super curto.

Na área de Envios, aconteceu uma otimização de processos em nossa logística própria para suprir a alta demanda, com melhora nos prazos e na penetração em território nacional. Com isso, surpreendentemente, além do aumento exponencial nos volumes de entregas, alcançamos resultados recordes de NPS (Net Promoter Score), indicador que mede o nível de satisfação do cliente.

QUAL É O MONTANTE DE USUÁRIOS?

FY – Maior e mais completo marketplace da América Latina, o mercadolive.com tem 69,8 milhões de usuários ativos e mais de 12 milhões de vendedores, incluindo grandes marcas, alcançando 23 vendas por segundo. Já o Mercado Pago, com mais de 60 milhões de pagadores ativos, oferece uma plataforma completa de tecnologia financeira com

North American Nasdaq exchange, where it is considered among the most valuable in Latin America, but across the chain of millions of entrepreneurs, small businesses, large retail chains and logistics companies that we have a positive impact on.

WHAT ARE THE MAIN CHANGES THAT THE COMPANY HAS HAD IN RECENT TIMES?

FY – Our first move was to guarantee the safety of our people. In a few days, approximately 90% of our employees in Latin America started to work from home, and for the teams that follow our logistics centers, preventive measures were reinforced to the maximum.

We anticipated the launch of our supermarket area in April, which was scheduled for the second half of 2020, with the goal of keeping people safe at home, stocked with essential items. Over the months, we quickly expanded the offerings and facilitated access to essential items, delivered safely, and in a very short time.

In the Mercado Envios area, there was an optimization of processes in our own logistics to supply the high demand, with improvement in shipping terms and penetration in the national territory. Surprisingly, in addition to the exponential increase in delivery volumes, we achieved record results of NPS (Net Promoter Score), an indicator that measures the level of customer satisfaction.

WHAT IS THE NUMBER OF USERS?

FY – Largest and most complete marketplace in Latin America, mercadolive.com has 69,8 million active users and more than 12 million salespeople, including major brands, reaching 23 sales per second. Mercado Pago, with over 60 million active payers, offers



Receita para
ampliar as vendas:
é só programar e

Plim!

NOVA linha de fritadeiras sem óleo



FRT515

FRT526

Aumentar o faturamento
da sua loja ficou
mais simples.



com
painel
digital

Categoria
campeã
de vendas



cadence

sim.pli.fi.que



Melicidade, sede do Mercado Livre no Brasil, em Osasco (SP)
Melicidade, headquarters of the Mercado Livre in Brazil, in Osasco (SP)

conta gratuita, soluções de pagamento e crédito. O Mercado Livre é a única companhia da América Latina entre as 10 Melhores Empresas para Trabalhar no Mundo, segundo o GPTW 2020.

QUANTOS FUNCIONÁRIOS TEM O MERCADO LIVRE? QUAL É O NÚMERO NO BRASIL? HÁ PREVISÃO PARA AMPLIAÇÃO DA EQUIPE?

FY – Estamos presentes em 18 países, entre eles Brasil, Argentina, México, Colômbia, Peru, Uruguai e Chile. São 17.072 colaboradores na América Latina, sendo 5.461 deles no Brasil.

Recentemente anunciamos um plano ambicioso de contratações na América Latina. **Vamos duplicar o nosso quadro de funcionários em 2021. Serão mais de 16 mil novos postos diretos de trabalho em toda a região – sendo 7.200 deles no Brasil.** Com isso, a empresa busca ampliar a sua rede logística e fortalecer as áreas de TI, serviços financeiros e de produtos que geram soluções tecnológicas para todo o seu ecossistema. A expectativa é fechar o ano com mais de 31 mil funcionários, um crescimento de 100% em relação a 2020.

O plano envolve quase quadruplicar o número de pessoas que atuam na área de logística e adicionar quase

a complete financial technology platform with free account, payment and credit solutions. Mercado Livre is the only company in Latin America among the 10 Best Companies to Work for in the World, according to GPTW 2020.

HOW MANY EMPLOYEES DOES MERCADO LIVRE HAVE? WHAT IS THE NUMBER IN BRAZIL? IS THERE A FORECAST FOR EXPANDING THE TEAM?

FY – We are present in 18 countries, including Brazil, Argentina, Mexico, Colombia, Peru, Uruguay and Chile. There are 17,072 employees in Latin America, 5,461 out of them in Brazil.

We recently announced an ambitious hiring plan in Latin America. **We will double our staff in 2021. There will be more than 16 thousand new direct jobs across the region – 7,200 of them in Brazil.** Along this line, the company seeks to expand its logistics network and strengthen the areas of IT, financial services and products that generate technological solutions for its entire ecosystem. The expectation is to close the year with more than 31 thousand employees, an increase of 100% in relation to 2020.

The plan involves almost quadrupling the number of people working in the logistics area and adding almost



**O Mercado Livre é a única
companhia da América Latina
entre as 10 Melhores Empresas
para Trabalhar no Mundo,
segundo o GPTW 2020.”**

*“Mercado Livre is the only company in Latin America
among the 10 Best Companies to Work for in the
World, according to GPTW 2020.”*

4 mil novos empregos na área de TI. Também será ampliado o número de colaboradores dedicados ao Mercado Pago, e-commerce, prevenção e segurança, marketing e diversas áreas administrativas da companhia.

É ALTA A PROCURA POR ELETRODOMÉSTICOS E ELETROELETRÔNICOS?

FY – O Mercado Livre é o marketplace com o maior sortimento do Brasil e da América Latina. Recentemente, o Mercado Ads – unidade de negócios do Mercado Livre dedicada à publicidade – realizou um estudo para o Dia das Mães. Nesse material, dados internos apontaram algumas categorias de destaque em crescimento e importantes para a data, sendo os equipamentos domiciliares uma delas.

Esse levantamento considerou os meses de abril e maio de 2019 e 2020 (períodos antecedentes às compras para o Dia das Mães). Além disso, o relatório mostrou que eletroportáteis tiveram crescimento de 81% de faturamento no período avaliado. Assim como lavadoras (75%) e forno e fogões (57%).

O BRASIL É UM BOM MERCADO PARA A EMPRESA? O QUE O BRASILEIRO MAIS COMPRA?

FY – Os 18 países em que atuamos na América Latina são importantes para nós. Cada um com suas especi-

4 thousand new jobs in the IT area. The number of employees dedicated to Mercado Pago, e-commerce, prevention and security, marketing and various administrative areas of the company will also be expanded.

IS THERE A HIGH DEMAND FOR APPLIANCES AND ELECTRONICS?

FY – Mercado Livre is the marketplace with the largest assortment in Brazil and Latin America. Recently, Mercado Ads – the Mercado Livre business unit dedicated to advertising – carried out a survey for Mother’s Day. In the results, internal data pointed out some growing categories and important for the date, with household appliances being one of them.

This survey considered the months of April and May 2019 and 2020 (periods prior to shopping for Mother’s Day). In addition, the results showed that small appliances had an 81% growth in revenue in the period evaluated. As well as washing machines (75%) and oven and stoves (57%).

IS BRAZIL A GOOD MARKET FOR THE COMPANY? WHAT DO BRAZILIANS BUY THE MOST?

FY – The 18 countries in which we operate in Latin America are important to us. Each with its specificities, sizes and behavior. To understand our consumers, we

ficidades, tamanhos e hábitos. Para entender nossos consumidores, realizamos um levantamento que aponta a evolução do comportamento de compra dos usuários do marketplace em 2020.

Algumas categorias que não estavam entre as mais procuradas no comércio eletrônico tornaram-se essenciais aos consumidores que realizaram compras no período de quarentena. Produtos relacionados à saúde e à prevenção do novo coronavírus foram algumas das maiores prioridades dos compradores e lideraram o ranking dos mais vendidos. Em março de 2020, as compras de máscaras e álcool gel dispararam em todos os países analisados. No Brasil, assim como em toda a América Latina, os produtos tecnológicos apresentaram forte presença nas vendas. **Em diversos meses, notamos que o item mais adquirido no Brasil foi um eletrônico, muitas vezes considerado um entretenimento. O dado mostra como grande parte dos consumidores considerou o seu lazer importante neste período de isolamento social.**

Em toda a América Latina, produtos tecnológicos e de entretenimento figuraram entre os mais vendidos. No caso do México, por exemplo, o jogo de cartas UNO foi o campeão de vendas durante o mês de abril, enquanto o Google Chromecast e os celulares

conducted a survey that points out the evolution of the purchasing behavior of marketplace users in 2020.

Some categories that were not among the most sought after in e-commerce have become essential to consumers who made purchases during the quarantine period. Products related to health and prevention of the new coronavirus were some of the highest priorities of buyers and led the ranking of best sellers. In March 2020, purchases of masks and alcohol gels skyrocketed in all countries analyzed. In Brazil, as well as throughout Latin America, technological products had a strong presence in sales. **During several months, we noticed that the most purchased item in Brazil was an electronic one, often for entertainment. The data shows how a large part of consumers considered their leisure to be important in this period of social isolation.**

Throughout Latin America, technological and entertainment products were among the best sellers. In the case of Mexico, for example, the card game UNO was the best seller during the month of April, while Google Chromecast and cell phones stood out in Brazil and Colombia. In Argentina, Board and Card Games was one of the subcategories with the highest growth in sales.

NÚMEROS DO MERCADO LIVRE

MERCADO LIVRE NUMBERS



69,8 milhões de usuários ativos*
69,8 million active users*



23 vendas por segundo*
23 sales per second*



Mais de 12 milhões de vendedores*
More than 12 million of sellers*

5 centros de fulfillment em SP, BA e SC
5 distribution centers in São Paulo (SP), Bahia (BA) and Santa Catarina (SC)



Em 2021, serão abertos mais dois, em SP e MG
In 2021, 2 new one in SP and Minas Gerais (MG) respectively

* Global

Oster

NOVA
FRITADEIRA OSTER®

UMA NOVA OPORTUNIDADE DE VENDAS PARA VOCÊ!
IDEAL PARA CONSUMIDORES QUE BUSCAM PRATICIDADE
E PREPAROS MAIS SAUDÁVEIS.



OFRT590
CAPACIDADE 3,3L

Nova fritadeira 3.3L Black.
Praticidade que faz a diferença.

WWW.OSTER.COM.BR   

Oster

SINTA A DIFERENÇA!



se destacaram no Brasil e na Colômbia. Na Argentina, Jogos de Tabuleiro e Cartas foi uma das subcategorias com maior crescimento nas vendas.

O QUE LEVOU A EMPRESA A CRIAR SERVIÇOS EXCLUSIVOS AOS SEUS USUÁRIOS?

FY – Acreditamos na potência do nosso ecossistema de produtos e serviços. São ferramentas que potencializam as experiências de compra e venda em nossa plataforma. Analisamos as múltiplas possibilidades dentro do nosso ecossistema, que funcionam em sinergia de forma a oferecer a melhor experiência no dia a dia dos usuários, tanto para consumidores, com a eficiência da entrega mais rápida do Brasil garantida por Mercado Envios, quanto para vendedores, que têm à disposição um pool completo de serviços – além da plataforma de e-commerce Mercado Livre e a de serviços financeiros, o Mercado Pago, temos as unidades de Classificados, que englobam veículos, imóveis e serviços. O Mercado Ads é a nossa vertical de publicidade digital, que faz da plataforma um canal de mídia, e o Mercado Shops permite que o empreendedor crie sua loja virtual dentro e fora dela.

COMO É A ATUAÇÃO NA MODALIDADE DE FULFILLMENT, EM QUE A EMPRESA GERENCIA O ESTOQUE DOS VENDEDORES? QUAIS OS BENEFÍCIOS?

FY – Nos últimos anos, o Mercado Livre tem investido

WHAT LED THE COMPANY TO CREATE EXCLUSIVE SERVICES FOR ITS USERS?

FY – We believe in the power of our ecosystem of products and services. They are tools that enhance the buying and selling experiences on our platform. We analyzed the multiple possibilities within our ecosystem, which works in synergy to offer the best day-to-day experience for users, both for consumers, with the fastest delivery efficiency in Brazil guaranteed by Mercado Envios, as well as for sellers, who have a complete pool of services at their disposal. In addition to the Mercado Livre e-commerce platform and financial services, Mercado Pago, we have the Classified ads, which include vehicles, real estate and services. Mercado Ads is our vertical of digital advertising, which makes the platform a media channel, and Mercado Shops allows entrepreneurs to create their virtual store inside and outside it.

HOW DOES IT ACT IN THE FULFILLMENT MODALITY, IN WHICH THE COMPANY MANAGES THE SELLERS' INVENTORY? WHAT ARE THE BENEFITS?

FY – In recent years, Mercado Livre has constantly invested in its logistic arm, Mercado Envios, and in the expansion of its own logistics network, in order to offer the best possible experience to its user with the most efficient delivery in Brazil and in shorter time.

Os fogões
que combinam
com o seu

Pai



Os fogões **Esmeralda Glass (4Q/5Q)** e **Esmeralda Glass Gourmet (4Q/5Q)** trazem beleza, qualidade e design inovador. Combinam perfeitamente com sua família. **Opções ideais para facilitar a vida de quem vende e de quem usa.**

Versões:

Esmeralda Glass 4Q e 5Q - Preto e inox;
Esmeralda Glass Gourmet 4Q e 5Q - Preto e inox.



Veja mais detalhes em nosso site apontando a câmera do seu celular para o QRcode ao lado.



Design em Vidro Total

Frete total em vidro temperado. Elegância e facilidade para limpar.

Timer Digital Touch e Grill Elétrico*

Praticidade e precisão no preparo das receitas.

Queimador Tripla Chama

Três anéis de chama. Agilidade e potência no preparo dos pratos.

Trepes de Ferro Fundido

Segurança e estabilidade para as panelas.

Puxador Robusto em Alumínio Escovado

Modernidade e elegância ao ambiente.

*Exclusivo na versão Gourmet

Esmaltec
ELETRODOMÉSTICOS

constantemente em seu braço logístico, o Mercado Envia, e na ampliação da sua malha logística própria, com o intuito de oferecer a melhor experiência possível aos seus usuários, isto é, com a entrega mais rápida do Brasil e em prazos mais curtos.

Entre as soluções logísticas oferecidas aos nossos usuários, destaco aqui o fulfillment. O ful é um modelo de solução logística em que o Mercado Livre fica responsável por todo o processo logístico do vendedor do marketplace, desde o estoque de produtos até a entrega ao consumidor final.

QUANTOS CENTROS DE DISTRIBUIÇÃO A EMPRESA TEM NO BRASIL?

FY – Atualmente são cinco CDs de fulfillment em operação: 1 em Louveira (SP), 2 em Cajamar (SP), 1 em Lauro de Freitas (BA) e 1 em Governador Celso Ramos (SC). Até a metade de 2021 serão abertos mais dois: 1 em Cajamar (SP) e 1 em Extrema (MG). Em relação aos CDs cross-docking, entreposto em que o Mercado Livre coleta encomendas preparadas pelos próprios vendedores e as entrega aos compradores, contamos com 17 galpões.

Among the logistical solutions offered to our users, I highlight fulfillment here. The 'ful' is a model of logistical solution in which Mercado Livre is responsible for the entire logistics process of the marketplace vendor, from the stock of products to delivery to the final consumer.

HOW MANY DISTRIBUTION CENTERS (DC) DOES THE COMPANY HAVE IN BRAZIL?

FY – There are currently five fulfillment DCs in operation: 1 Louveira (SP), 2 in Cajamar (SP), 1 in Lauro de Freitas (BA) and 1 in Governador Celso Ramos (SC). By the middle of 2021, two more will be opened: 1 in Cajamar (SP) and 1 in Extrema (MG). In relation to cross-docking DCs, a warehouse where Mercado Livre collects orders prepared by the sellers themselves and delivers them to buyers, we have 17 warehouses.

WILL 2021 BE AN INVESTMENT YEAR? WHICH ONES ARE FORECASTED?

FY – Absolutely. This year, Mercado Livre will invest R\$ 10 billion in Brazil. We will continue with the expansion plan of our logistics network. We believe that its consistent and robust expansion is decisive



LANÇAMENTO

AR-CONDICIONADO SPLIT HI WALL

G-Top



GARANTIA



ANOS
NO COMPRESSOR



53dB

OPERAÇÃO SUPER SILENCIOSA
Nível de ruído da unidade externa inferior ao de uma biblioteca.

MAIS LEVE, MENOS ESPAÇO E A MESMA QUALIDADE GREE



CLASSE A

Esse produto consome menos energia

Disponível nas capacidades
9.000 BTU/h Quente e Frio e Frio
12.000 BTU/h Frio

GREE
MAIOR FABRICANTE DE AR-CONDICIONADO DO MUNDO

gree.com.br

[f](#) [@](#) [in](#) [▶](#) [greebrasil](#)



O ANO DE 2021 SERÁ DE INVESTIMENTOS? QUAIS ESTÃO PROJETADOS?

FY – Com certeza. Neste ano, o Mercado Livre vai investir R\$ 10 bilhões no Brasil. Daremos sequência ao plano de expansão da nossa malha logística. Acreditamos que sua ampliação consistente e robusta é decisiva para a manutenção da excelência do atendimento e satisfação dos mais de 69,8 milhões de usuários ativos em nossa plataforma, em toda a América Latina.

O mesmo se dará com a conta Mercado Pago e a força competitiva do nosso marketplace, além das iniciativas de impacto social e ambiental. O valor do investimento é equivalente ao montante aportado pela companhia no País na somatória dos últimos quatro anos. Com isso, reafirmamos o nosso compromisso com a democratização e a profissionalização do comércio e dos serviços financeiros no Brasil. Queremos, junto com os nossos usuários, ser parte da reconstrução coletiva.

QUAIS AS VANTAGENS DE A EMPRESA TER UMA FROTA DE AVIÕES?

FY – O investimento em uma frota de aviões 100% dedicada à empresa tem como objetivo reduzir os prazos de envio dos pacotes no Brasil, além de aumentar a capacidade de entregas para o dia seguinte nas compras de produtos armazenados em nossos centros de distribuição de fulfillment.

for maintaining the excellence of service and satisfaction of more than 69,8 million active users on our platform throughout Latin America.

The same will happen with the Mercado Pago account and the competitive strength of our marketplace, in addition to social and environmental impact initiatives. The investment amount is equivalent to the amount contributed by the company in the country in the sum of the last four years. Therefore, we reaffirm our commitment to the democratization and professionalization of trade and financial services in Brazil. We want, together with our users, to be part of the collective reconstruction.

WHAT ARE THE ADVANTAGES OF THE COMPANY HAVING A FLEET OF AIRPLANES?

FY – The investment in a 100% aircraft fleet dedicated to the company aims to reduce the delivery times for packages in Brazil, in addition to increasing the delivery capacity for the next day in the purchase of products stored in our fulfillment distribution centers.

Our fleet, with four dedicated aircraft, seven days a week, from different airlines, started flying at the end of last year. **The inclusion of aircraft came to improve the frequency and capacity of deliveries in different regions of Brazil, in addition to expanding and strengthening our own logistics network, composed of trucks, vans and electric cars, added in December to complete the last section of deliveries.**

**ALTA
PERFORMANCE
E TECNOLOGIA
PARA SUAS
MELHORES
RECEITAS**



**FOGÃO COOKTOP FISCHER
5 QUEIMADORES
TOP GÁS/ELÉTRICO**



**HÍBRIDO
ELÉTRICO+GÁS**



**ALTA
POTÊNCIA**



**TREMPE EM
FERRO FUNDIDO**



**SISTEMA
LED**



Revolucione sua cozinha com muito design e performance com o Fogão Cooktop TOP 5 queimadores da Fischer. Um fogão com exclusiva tecnologia híbrida de funcionamento, com queimadores a gás e elétricos, tornando o ato de cozinhar muito mais prazeroso e preciso.

Fischer

55 ANOS

47 3521 2000 fischer.com.br

[f](#) [v](#) FischerOficial [@fischer.oficial](#)



Nossa frota, com quatro aeronaves dedicadas, sete dias por semana, de diferentes companhias aéreas, começou a voar no final do ano passado. **A inclusão de aeronaves veio para melhorar a frequência e a capacidade de entregas em diferentes regiões do Brasil, além de ampliar e fortalecer a nossa malha logística própria, composta por carretas, vans e carros elétricos, adicionados em dezembro para completar o último trecho das entregas.**

COMO O MERCADO LIVRE VÊ A CONVIVÊNCIA ENTRE O E-COMMERCE E A LOJA FÍSICA?

FY – Acreditamos que vamos superar este período de crise sanitária mais maduros e conscientes sobre os benefícios de comprar online, sob diversos pontos de vista: da oferta e sortimento à segurança e comodidade.

Esperamos que esses novos entrantes no marketplace, seja para comprar, seja para vender, tenham experiências satisfatórias para continuarem usufruindo a tecnologia após a superação da pandemia. **Acreditamos, aliás, que temos espaço para crescer para além dos cerca de 10% que o e-commerce representa atualmente do total das compras no varejo da América Latina – antes da pandemia, esse índice estava na casa dos 6%. O varejo físico e o online coexistirão.**

QUAL É A SUA ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA NO MERCADO BRASILEIRO, UMA VEZ QUE GRANDES REDES DO VAREJO TAMBÉM ESTÃO NO E-COMMERCE?

FY – **A concorrência faz parte dos negócios. Ela é**

“A concorrência faz parte dos negócios. Ela é saudável e sempre existirá.”

“Competition is part of the business. It is healthy and will always exist.”



HOW DOES MERCADO LIVRE SEE THE COEXISTENCE BETWEEN E-COMMERCE AND THE PHYSICAL STORE?

FY – We believe that we will overcome this period of health crisis matured and aware of the benefits of buying online, from different points of view: from the offer and assortment to safety and convenience.

We hope that these new participants to the marketplace, whether buyer or seller, will have satisfactory experiences to continue enjoying the technology after overcoming the pandemic. **Moreover, we believe that we have room to grow beyond the approximately 10% that e-commerce currently represents of total retail purchases in Latin America. Before the pandemic, this index was around 6%. Physical and online retail will coexist.**

WHAT IS YOUR ANALYSIS OF THE COMPETITION IN THE BRAZILIAN MARKET, SINCE LARGE RETAIL CHAINS ARE ALSO IN E-COMMERCE?

FY – **Competition is part of the business. It is**

O INÍCIO DE TUDO

THE BEGINNING OF EVERYTHING

A história do Mercado Livre começou em 1999, na Universidade de Stanford, quando Marcos Galperin, aluno do MBA da Universidade, se uniu a uma equipe de empreendedores, entre eles o brasileiro Stello Tolda – atualmente presidente de Commerce do Mercado Livre para a América Latina –, em busca do sonho de revolucionar o e-commerce na região. Com mais paixão do que recursos, o grupo trabalhou para colocar em marcha o plano do empresário: criar um site de comércio eletrônico que permitiria a qualquer pessoa anunciar e comprar produtos, inspirados no Ebay – empresa de comércio eletrônico nascida nos Estados Unidos, em 1995.

Lá atrás eles ouviram de muitos colegas que o consumidor latino-americano não aceitaria comprar um produto sem antes vê-lo e tocá-lo. Mas eles nunca duvidaram da potência do negócio, que, por meio da tecnologia, buscava democratizar o comércio no Brasil e na América Latina. Foi aí que nasceu o Mercado Libre, na Argentina. E, dois meses depois, abriram a sede do Mercado Livre no Brasil, sob o comando de Tolda. Quase 22 anos mais tarde, aquela ideia se mostrou não só factível, mas uma potência.

The history of Mercado Livre began in 1999, at Stanford University, when Marcos Galperin, an MBA student at the University, joined a team of entrepreneurs, among them the Brazilian Stello Tolda – currently president of Commerce of Mercado Livre Latin America – in search of the dream of revolutionizing e-commerce in the region. With more passion than resources, the group worked to launch the entrepreneur's plan: to create an e-commerce site that would allow anyone to advertise and buy products, inspired by Ebay – an e-commerce company born in the United States in 1995.

Back in the day, they heard from many colleagues that the Latin American consumer would not accept buying a product without first seeing or touching it. But they never doubted the power of the business, which through technology sought to democratize trade in Brazil and Latin America. It was there that Mercado Libre was born, in Argentina. And two months later, they opened the headquarters of Mercado Livre in Brazil, under the command of Tolda. Almost 22 years later, that idea proved to be not only feasible, but a force.

saudável e sempre existirá. No Mercado Livre, nos concentramos em oferecer sempre a melhor experiência aos nossos usuários, independentemente da concorrência. É essa obsessão que faz com que a gente seja líder em e-commerce e serviços financeiros no Brasil e na América Latina.

COMO O MERCADO LIVRE SE PREPARA PARA ENFRENTAR OS DESAFIOS DO E-COMMERCE NOS PRÓXIMOS TEMPOS?

FY – Acreditamos que ainda há um longo caminho a percorrer no e-commerce, com possibilidades incríveis. Temos o desafio de avançar ainda mais em categorias como as de supermercado, setor automotivo e moda, incluindo entregas expressas para mais e mais regiões do País, e não só os grandes centros.

O e-commerce tende a fomentar ainda mais o ciclo virtuoso que move desde pequenos produtores e microempresas de entrega a grandes marcas e distribuidores logísticos de escala nacional, conectando todos ao público consumidor. O futuro é brilhante. ■■

healthy and will always exist. At Mercado Livre, we focus on always offering the best experience to our users, regardless of the competition. It is this obsession that makes us a leader in e-commerce and financial services in Brazil and Latin America.

HOW DOES MERCADO LIVRE PREPARE ITSELF TO FACE THE CHALLENGES OF E-COMMERCE IN THE NEAR FUTURE?

FY – We believe that there is still a long way to go in e-commerce, with incredible possibilities. We have the challenge of advancing even further in categories such as supermarket, automotive and fashion, including express deliveries to more and more regions of the country, and not only to major centers.

E-commerce tends to further foster the virtuous cycle that moves from small producers and micro-delivery companies to major brands and logistics distributors on a national scale, connecting everyone to the consumer public. The future is bright. ■■



CADERNO

DIA DOS PAIS



Foto: Shutterstock

40

**GAMER: SEGMENTO
GANHA MAIOR
IMPORTÂNCIA**

*GAMER: SEGMENT
WINS GREATER
IMPORTANCE*

60

**APARADORES DE PELOS E
BARBEADORES: VAIDADE
MASCULINA VIROU HÁBITO**

*HAIR TRIMMERS AND
SHAVERS: MALE VANITY
TURNED INTO HABIT*

72

**BICICLETAS: ESTÍMULO
À VIDA MAIS ATIVA E
SAUDÁVEL**

*BICYCLES: STIMULATING
A MORE ACTIVE AND
HEALTHY LIFE*

83

**COOKTOPS: BONITOS,
EFICIENTES E BONS
DE VENDA**

*COOKTOPS: BEAUTIFUL,
EFFICIENT AND GOOD
FOR SALES*

GAMER SEGMENT GAINS MORE IMPORTANCE IN JANUARY AND FEBRUARY 2021

Sales of desktops and gaming monitors grew 78% and 136% in units respectively in the first two months of this year; if compared to the same period in 2020, and promise to show more strength on Father's Day.

SEGMENTO GAMER GANHA MAIOR IMPORTÂNCIA EM JANEIRO E FEVEREIRO DE 2021

As vendas de desktops e monitores gamers cresceram, em unidades, 78% e 136%, respectivamente, nos dois primeiros meses deste ano ante o mesmo período de 2020, e prometem mostrar mais força na data dos pais.

O home office, as aulas a distância e o lazer dentro de casa elevaram as vendas de notebooks, desktops, mouses, teclados e monitores em janeiro e fevereiro de 2021. Dados da empresa de pesquisas GfK mostram que o segmento gamer ganhou importância nesses dois primeiros meses do ano frente ao mesmo período de 2020. As vendas do console de videogame, a categoria de maior faturamento desse mercado, aumentaram em 27% em número de peças.

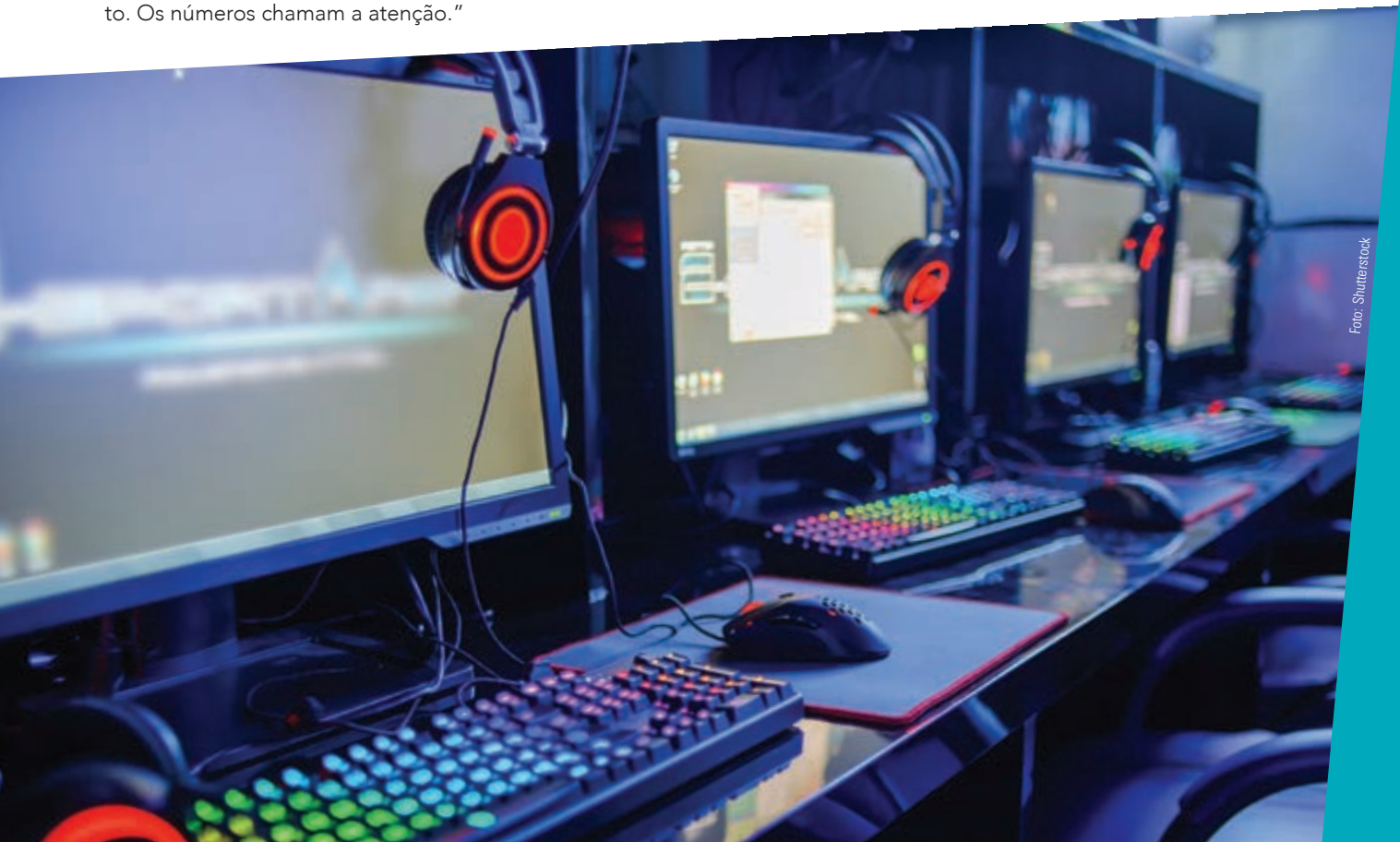
A cada dia há mais jogadores, especialmente agora, quando o lazer foi levado para dentro de casa, diz André Teixeira, gerente de produtos sênior da Acer Brasil. "Dados da última Pesquisa Gamer Brasil (PGB), divulgados no início de abril último, reforçam a ideia de que os jogos digitais estão entre as principais formas de diversão para 78,9% dos brasileiros. Mostram, ainda, que 75,8% passaram a jogar ainda mais durante o isolamento social."

De acordo com a pesquisa, aumentou significativamente o envolvimento entre pais, filhos e games no último ano: 84,1% dos pais disseram que costumam jogar com os filhos. **Além de atividade de lazer, os jogos tornaram-se uma ferramenta de comunicação e conexão, comenta Cristiane Clausen, diretora-geral da Philco.** "É um mercado promissor e responsável por mais da metade do valor da indústria de entretenimento. Os números chamam a atenção."

The home office, distance education and leisure at home increased sales of notebooks, desktops, mice, keyboards and monitors in January and February of 2021. Data from the research firm GfK show that the gamer segment has gained importance in these first two months of the year compared to the same period in 2020. Sales of the video game console, the highest revenue category in this market, increased by 27% in number of units.

Every day there are more players, especially now, when leisure has been taken into the home, says André Teixeira, senior product manager at Acer Brasil. "Data from the last Gamer Brasil Survey (PGB), released in early April, reinforce the idea that digital games are among the main forms of entertainment for 78.9% of Brazilians. They also show that 75.8% started to play even more during social isolation."

According to the survey, involvement between parents, children and games significantly increased in the last year: 84.1% of parents said they played with their children. **In addition to leisure activities, games have become a communication and connection tool, says Cristiane Clausen, Philco's general director.** "It is a promising market and responsible for more than half the value of the entertainment industry. These numbers draw attention."



ELGIN



AR-CONDICIONADO ECO INVERTER

Tenha mais economia em relação aos aparelhos convencionais.



Módulo
Wi-Fi
opcional



FILTRO ÍON AIR

Possui ionizador que elimina 99% dos vírus, bactérias e ácaros.



ORGULHOSAMENTE
BRASILEIRA

CLASSIFICAÇÃO A NO INMETRO
EM TODAS AS CAPACIDADES



 GrupoElgin

 grupo_elgin

 Grupo Elgin

 Elgin S.A. (Brazil)

 elgin.com.br

*Se instalado por empresa credenciada pela ELGIN. Contamos com uma rede com mais de 1.600 postos de assistência técnica.



Foto: Shutterstock

MULHERES NO JOGO

O mercado gamer é, acima de tudo, exigente e diverso, diz Marina Correia, gerente de produtos da divisão de monitores da Samsung Brasil. "Exigente porque é formado por consumidores que precisam de alta performance para jogar e são apegados aos mínimos detalhes técnicos e estéticos na hora de montar um setup. É diverso porque envolve uma variedade enorme de perfis. Não há mais só aquele estereótipo do adolescente, há gamers em todas as faixas etárias, e as mulheres ganharam um enorme espaço no mercado."

Renato Voltarelli, head de marketing da Logitech Brasil, revela, através da Pesquisa Game Brasil, que, hoje, 51% do público gamer no Brasil é feminino, com a maior faixa etária entre 24 e 39 anos. Os que têm mais de 40 anos representam 19%. "Isso mostra que o jogador no Brasil cresceu com as gerações dos video games passados e cada vez mais tende a continuar jogando, independentemente de sua fase de vida."

O fato é que o mercado gamer brasileiro vem se consolidando como um dos maiores em termos globais, conta Luciano Sasso, vice-presidente de

WOMEN IN THE GAME

The gamer market is, above all, demanding and diverse, says Marina Correia, product manager of the monitor division at Samsung Brazil. "Demanding because it is formed by consumers who need high performance to play and are attached to the smallest technical and aesthetic details when setting up. It is diverse because it involves a huge variety of profiles. There is no longer just that stereotype of the teenager, there are gamers in all age groups, and women have gained a huge space in the market."

Renato Voltarelli, head of marketing at Logitech Brasil, reveals, through the Game Brasil Survey, that today 51% of the gamer audience in Brazil is female, with the largest age group between 24 and 39 years old. Those over 40 represent 19%. "This shows that the player in Brazil has grown with the generations of past video games and increasingly tends to continue playing, regardless of his life stage."

The fact is that the Brazilian gamer market has been consolidating itself as one of the largest in global terms, says Luciano Sasso, vice president of sales

BENMAX



NOVA LINHA

CERVEJEIRAS BEC 135

PERFECT MATCH



Projetada para atender o público mais exigente, a cervejeira BEC135 possui acabamento impecável, porta em inox sem emendas, temperatura até -9 graus, chave, painel digital e sistema anti-sudação.

E você ainda pode escolher a cervejeira entre duas opções de aberturas:

- BEC135 RL – abertura da porta para esquerda.
- BEC135 LR – abertura da porta para direita.

Compatível também com nossa Adega Bac51.

Dê um perfect match no seu espaço gourmet!

Você nunca viu nada igual, nossa linha de freezers portáteis, com compressor bivolt chegam a uma temperatura de até -26 graus negativos. Isso mesmo que você acabou de ler!

E ainda funciona em qualquer entrada 12v, seja no acendedor do seu carro, barco, caminhão, ônibus, foodtruck, colheitadeira ou até mesmo com a sua bateria Power Bank!

Escolha o tamanho ideal para sua aventura

- 15L (BFZ015L)
- 45L (BFZ045L)
- 65L (BFZ065L)



NOVA LINHA

LANÇAMENTO

FREEZERS PORTÁTEIS



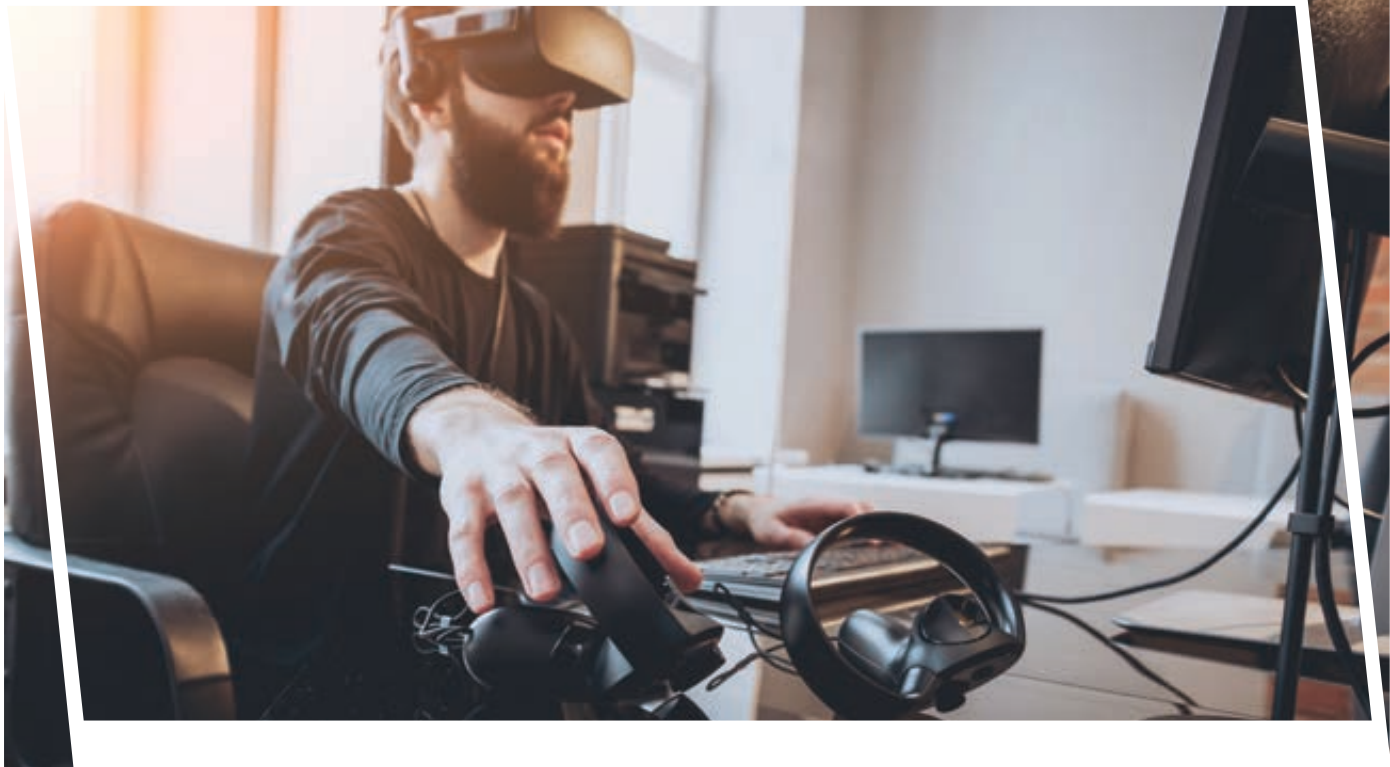


Foto: Shutterstock

sales & mkt consumer áudio da Harman na América do Sul. “Nos últimos anos, acompanhamos a estruturação de equipes competitivas, os clubes brasileiros tradicionais se engajando no setor e a imprensa dando ao tema um espaço cada vez maior.”

A cada temporada, diversos campeonatos profissionais se fortalecem e impulsionam o setor. A Lenovo, por meio de sua marca Legion, patrocinou o CBCS – Campeonato Brasileiro de Rainbow Six Siege 2020, para estimular a presença das mulheres no eSports. **“Elas já são maioria no universo gamer, representam 51,5% do público, de acordo com a Pesquisa Game Brasil”, diz Luiz Sakuma, diretor de produtos da Lenovo Brasil.**

OTIMISMO COM A DATA

As expectativas são positivas para o Dia dos Pais, conta Eliane Pacheco, gerente de marketing da OEX Game. “Jogar videogame virou um hábito na vida de milhares de brasileiros. Todas as categorias da linha gamer tiveram crescimento percebido, principalmente os produtos de home office e lazer, que exigem qualidade superior de resistência na comparação com os equipamentos comuns de informática.”

Datas comemorativas contribuem ainda mais para promover o segmento, diz André. “Esperamos um

& marketing consumer audio at Harman in South America. “In recent years, we have followed the structuring of competitive teams, the traditional Brazilian clubs engaging in the sector and the press giving the theme an increasing space.”

Each season, several professional championships strengthen and boost the sector. Lenovo, through its Legion brand, sponsored the CBCS – Brazilian Rainbow Six Siege Championship 2020, to stimulate the presence of women in eSports. **“They are already the majority in the gamer universe, representing 51.5% of the public, according to Pesquisa Game Brasil”, says Luiz Sakuma, director of products at Lenovo Brasil.**

OPTIMISM WITH THE DATE

Expectations are positive for Father’s Day, says Eliane Pacheco, marketing manager at OEX Game. “Playing video games has become a habit in the lives of thousands of Brazilians. All categories of the gamer line had a noticeable growth, mainly home office and leisure products, which demand superior quality of resistance when compared to common computer equipment.”

Celebratory dates contribute even more to promote the segment, says André. “We expect a very positive boost in sales of gamers products this year in particular.” **Certainly, the trend is for growth in 2021, says**

impulso bastante positivo nas vendas de produtos gamers este ano em especial." **Com certeza, a tendência é de crescimento para 2021, afirma John Zak, diretor comercial da XZone.** "Principalmente em decorrência da pandemia, pois as famílias passam mais tempo em casa."

Otimista também está Danilo Angi, diretor do segmento de acessórios da Multilaser. "A demanda por produtos de tecnologia para entretenimento nunca esteve tão aquecida. Prevemos crescimento de mais de 50% para este ano em relação a 2020."

Outro otimista é Luciano, da Harman. "Neste e nos próximos anos, nossa percepção é de que teremos crescimento acelerado desse mercado, que conecta cada vez mais pessoas de várias idades e envolve diferentes gerações das famílias."

O Dia dos Pais é ideal para divulgar a linha de monitores gamers, diz Gustavo Yoshida, gerente de produtos e trade da LG Electronics. "Desde o início da pandemia, o mercado gamer cresceu muito, faturou mais de US\$ 126 bilhões em 2020, isto é, 12% a mais que em 2019, segundo a consultoria SuperData. É um período importante para as vendas de produtos tecnológicos, os preferidos dos brasileiros nessa data." Confira, a seguir, os destaques do setor.

John Zak, commercial director of XZone. "Mainly due to the pandemic, as families spend more time at home."

Optimistic is also Danilo Angi, director of the accessories segment at Multilaser. "The demand for technology in entertainment products has never been so heated. We expect more than 50% growth for this year compared to 2020." Another optimist is Luciano, from Harman. "In this and the coming years, our perception is that we will have an accelerated growth of this market, which connects more and more people of different ages and encompasses different family's generations."

Father's Day is ideal for promoting the line of gamers' monitors, says Gustavo Yoshida, product and trade manager at LG Electronics. "Since the beginning of the pandemic, the gamer market has grown a lot, earning more than US \$ 126 billion in 2020, that is 12% more than in 2019, according to the consultancy SuperData. It is an important period for the sale of technological products, the favorites for Brazilians on that date." Check out the highlights of the sector below.



ACER BRASIL

Sua linha para o público gamer é composta por diferentes modelos de notebooks e monitores das famílias **Predator e Nitro**. O diferencial dos produtos está, principalmente, na garantia de tecnologia de ponta, armazenamento SSD e design inovador, o que proporciona melhor performance.

Entre os destaques, estão o notebook gamer **Aspire Nitro 5**, produção nacional com processadores Intel de 10ª geração, e a linha de **GPUs NVIDIA GeForce GTX**, opção de equipamento potente. Há, ainda, o monitor Predator XB253Q GX, com tela de 24,5", taxa de atualização de 240 Hz, 0,5 ms de tempo de resposta, padrão VESAHDR400 e sincronia de placa NVIDIA G-Sync.

Its line for the gamer audience consists of different models of notebooks and monitors from the **Predator and Nitro** families. The differential of the products is, mainly, in the guarantee of cutting-edge technology, SSD storage and innovative design, which provides better performance.

Among the highlights are the **Aspire Nitro 5** gamer notebook, nationally produced with 10th generation Intel processors, and the **NVIDIA GeForce GTX line of GPUs**, a powerful equipment option. There is also the Predator XB253Q GX monitor, with a 24.5" screen, 240 Hz refresh rate, 0.5 ms response time, VESAHDR400 standard and NVIDIA G-Sync card sync.

Monitor Predator XB253Q GX



Notebook Gamer Aspire Nitro 5

“Os jogos digitais estão entre as principais formas de diversão para 78,9% dos brasileiros.”

“Digital games are among the main forms of entertainment for 78.9% of Brazilians.”

Fotos: Divulgação



André Teixeira,
gerente de produtos
sênior no Brasil
senior product manager
in Brazil

A MAIS VARIADA LINHA DE
MICROFONES
STREAMING

COM MAIS DE 15 MODELOS



CONHEÇA A LINHA COMPLETA

FYRU 4 EM 1 PS5

- ▶ 5 modos de cor
- ▶ 4 modos de gravação
- ▶ USB digital

LANÇAMENTO
2021



Trust

Instagram: TRUSTGAMINGBRASIL
Instagram: TRUSTOFFICIALBRASIL

Facebook: TRUSTGAMINGBRASIL
Twitter: TRUSTGAMINGBR

comercialbr@trustamericas.com | 11 3051 3366

HARMAN

O **headset JBL Quantum ONE**, com o exclusivo algoritmo JBL QuantumSPHERE 360™, oferece experiência imersiva 3D de áudio. Vem com microfone para calibração e personalizações exclusivas de cores e áudio, cancelamento de ruído ativo e selo Hi-Res. O modelo é usado pela equipe paiN Gaming, uma das maiores de eSports da América Latina, nas competições oficiais de League of Legends (LoL), Valorant, Free Fire, Counter-Strike: Global Offensive (CS:GO) e Clash Royale.

Outro produto, o **JBL Quantum DUO** tem as tecnologias Dolby Digital e JBL QuantumSOUNDSignature™ para reproduzir som imersivo. Com o design e os efeitos de luzes de LED RGB, o usuário pode customizar seu ambiente de jogo. Tem 20W RMS de potência e a JBL Quantum DUO, que oferece alta qualidade para curtir músicas via streaming, com conexão Bluetooth.

The **JBL Quantum ONE headset**, with the unique JBL QuantumSPHERE 360™ algorithms, offers immersive 3D audio experience. Comes with microphone for calibration and exclusive customizations of colors and audio, noise cancellation and Hi-Res seal. The model is used by the paiN Gaming team, one of the largest eSports teams in Latin America, in the official competitions of League of Legends (LoL), Valorant, Free Fire, Counter-Strike: Global Offensive (CS: GO) and Clash Royale.

Another product, the **JBL Quantum DUO**, features Dolby Digital and JBL QuantumSOUNDSignature™ technologies to reproduce immersive sound. With the design and effects of RGB LED lights, the user can customize their game environment. It has 20W RMS of power and the JBL Quantum DUO, which offers high quality to enjoy streaming music, with Bluetooth connection.



JBL Quantum ONE

Preço sugerido em 22/04/2021: R\$ 1.999,00.

Suggested price as of April 22, 2021: R\$ 1.999,00.

Fotos: Divulgação



Luciano Sasso, vice-presidente de sales & mkt consumer audio na América do Sul
vice president of sales & marketing consumer audio in South America

“Nossa percepção é de crescimento acelerado desse mercado.”

“Our perception is that we will have an accelerated growth of this market”



JBL Quantum DUO
 JBL Quantum DUO

Preço sugerido em 22/04/2021: R\$ 1.299,00.

Suggested price as of April 22, 2021: R\$ 1.299,00.

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

LENOVO

O **notebook Legion 5i** é o principal produto da linha. Tem processador Intel Core i7 de 10ª geração, armazenamento SSD até 512 GB, 16 GB de memória RAM, placa de vídeo dedicada NVIDIA® GeForce® RTX 2060 6GB GDDR6, tela de 15,6" Full HD (1920 x 1080) WVA antirreflexo, taxa de atualização de 120 Hz e certificação Dolby Vision™. Vem com teclado TrueStrike e sistema Coldfront 2.0, que esfria e dissipa o calor por meio de mecanismo térmico duplo, com ventiladores e tubos de cobre revestidos com polímero de cristal líquido.

Mais uma opção é o **IdeaPad Gaming 3i**, com processador Intel Core até i7 de 10ª geração, armazenamento SSD até 512 GB e placa de vídeo dedicada NVIDIA® GeForce® GTX 1650 4 GB. Tem tela de 15,6" Full HD (1920 x 1080) WVA antirreflexo e certificação militar, que garante proteção contra choques de temperatura, queda e vibração. A bateria dura até 9,6 horas. Conta com sistema de refrigeração com ventilação dupla e quatro dissipadores de calor com suporte para temperaturas mais altas de CPU e GPU. Vem com teclado retroiluminado na cor azul.

The **Legion 5i notebook** is the flagship product in the line. It has 10th generation Intel Core i7 processor, SSD storage up to 512 GB, 16 GB of RAM, dedicated NVIDIA® GeForce® RTX 2060 6GB GDDR6 graphics card, 15.6" Full HD (1920x1080) anti-glare WVA screen, 120 Hz refresh rate and Dolby Vision™ certification. Comes with TrueStrike keyboard and Coldfront 2.0 system, which cools and dissipates heat through a dual thermal mechanism, with fans and copper tubes lined with liquid crystal polymer.

Another option is the **IdeaPad Gaming 3i**, with Intel Core processor up to i7 10th generation, SSD storage up to 512 GB and dedicated graphics card NVIDIA® GeForce® GTX 1650 4 GB. It has a 15.6" Full HD (1920x1080) WVA antireflection screen and military certification, which guarantees protection against temperature shocks, drops and vibrations. The battery lasts up to 9.6 hours. It has a cooling system with double ventilation and four heat sinks with support for higher CPU and GPU temperatures. Comes with blue backlit keyboard.



Lenovo Legion 5i

Preço sugerido em 22/04/2021: R\$ 11.308,52.

Suggested price as of April 22, 2021: R\$ 11.308,52.

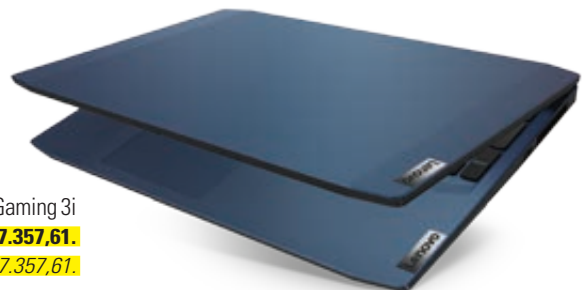


Fotos: Divulgação

Luiz Sakuma,
diretor de produtos
Product director

“O mercado gamer vem crescendo a cada ano.”

“The gamer market has grown a lot.”



IdeaPad Gaming 3i

Preço sugerido em 22/04/2021: R\$ 7.357,61.

Suggested price as of April 22, 2021: R\$ 7.357,61.

LG

Uma das novidades é o monitor gamer **LG Ultragear 27GN750**, que oferece taxa de frequência de 240 Hz, avançado display IPS com 27" e 1 ms de tempo de resposta real, produzindo imagens Full HD realistas, com cores naturais e contraste uniforme em ângulos de visão mais amplos. O monitor tem compatibilidade com o formato HDR10, com o NVIDIA G-SYNC e a tecnologia Adaptive-Sync.

Outro modelo, o **LG Ultrawide Gamer**, de 34" 34GL750, possui tela de 21:9", que oferece 30% mais campo de visão que o padrão 16:9", taxa de frequência de 144 Hz e 1 ms de tempo de resposta em um painel IPS Full HD com HDR10 para uma imersão profunda. Conta, também, com a tecnologia G-SYNC para melhor harmonização dos quadros de imagem.

One of the novelties is the **LG Ultragear 27GN750** gamer monitor, which offers a 240 Hz frequency rate, an advanced 27" IPS display and 1 ms of real response time, producing realistic Full HD images, with natural colors and uniform contrast at viewing angles of wider view. The monitor is compatible with the HDR10 format, NVIDIA G-SYNC and Adaptive-Sync technology.

Another model, the **LG Ultrawide Gamer**, 34" 34GL750, has a 21:9" screen, which offers 30% more line of sight than the standard 16:9", frequency rate of 144 Hz and 1 ms response time in a Full HD IPS panel with HDR10 for deep immersion. It also has G-SYNC technology for better harmonization of image frames.

Monitor Gamer LG Ultrawide 34GL750

Preço sugerido em 22/04/2021: R\$ 3.999,00.

Suggested price as of April 22, 2021: R\$ 3.999,00.



“O Dia dos Pais é importante para as vendas de produtos tecnológicos.”

“Father’s Day is an important date for technological products”



Monitor Gamer LG Ultragear 27GN750

Preço sugerido em 22/04/2021: R\$ 2.999,00.

Suggested price as of April 22, 2021: R\$ 2.999,00.



Gustavo Yoshida,
gerente de produtos
e trade
trade and products
manager

LOGITECH

Para a data dos pais, destaca dois lançamentos recentes: o **teclado mecânico Logitech G915 TKL** e o **mouse G PRO X Superlight**. O primeiro possui formato compacto, o que permite ao usuário transportá-lo facilmente, graças à ausência do teclado numérico. Conta com duas opções de cores, preta e branca, que fazem parte da Color Collection, uma linha de produtos coloridos da Logitech G.

O mouse é o periférico mais leve da empresa, pesa 63 gramas, tem tecnologia wireless LIGHTSPEED e compatibilidade com o Powerplay, mousepad que carrega o produto por indução. Outros destaques são os simuladores G920 (Xbox), G929 (PlayStation) e G923 (Xbox / PlayStation) para os aficionados por carros.

For Father's Day, it highlights two recent releases: the **Logitech G915 TKL mechanical keyboard** and the **G PRO X Superlight mouse**. The first has a compact format, which allows the user to transport it easily, thanks to the absence of the numeric keypad. It has two color options, black and white, which are part of the Color Collection, a line of colorful products from Logitech G.

The mouse is the lightest accessory in the company, weighs 63 grams, has wireless LIGHTSPEED technology and compatibility with Powerplay, a mousepad that carries the product by induction. Other highlights are the G920 (Xbox), G929 (PlayStation) and G923 (Xbox / PlayStation) simulators for car aficionados.



Teclado mecânico G915 TKL
G915 TKL mechanical keyboard

Preço sugerido em 12/04/2021: R\$ 1.699,90.

Suggested price as of April 12, 2021: R\$ 1.699,90.

“No Brasil, o jogador cresceu com as gerações dos videogames. A tendência é que continue jogando, independentemente de sua fase de vida.”

“This shows that the player in Brazil has grown with the generations of past video games and increasingly tends to continue playing, regardless of his life stage.”



Fotos: Divulgação

Renato Voltarelli,
head de marketing
head of marketing



Mouse G PRO X Superlight
G PRO X Superlight mouse

Preço sugerido em 12/04/2021: R\$ 899,90.

Suggested price as of April 12, 2021: R\$ 899,90.

MULTILASER

Possui duas marcas, a **Multilaser GAMER** e a **Warrior**. A primeira, com a proposta de produtos acessíveis, destaca o **kit com teclado e o mouse iluminado TC239**. A segunda, com produtos de alta performance e preços competitivos frente às marcas estrangeiras, segundo a empresa, tem a linha RGB, formada pelo **mouse Perseus MO278**, com 10.000 DPI, 12 botões configuráveis e macro, **teclado mecânico RGB TC237** e o **headset RGB 7.1** CANAIS THYRA PH290.

A marca Warrior oferece garantia de três anos e mais de 80 produtos diferentes. Para a data dos pais, destaca o **mouse RAI MO297**, com 6.400 DPI, LED RGB e nove botões, e a **cadeira gamer GA201**, disponível em preto, verde, azul e rosa, que pode ser utilizada para jogar e para trabalhar.

It has two brands, **Multilaser GAMER and Warrior**. The first, with the proposal of accessible products, highlights the **keyboard kit and illuminated mouse TC239**. According to the company, the second with high performance products and competitive prices compared to foreign brands, has the RGB line, formed by the **Perseus MO278 mouse**, with 10,000 dpi, 12 configurable and macro buttons, **RGB mechanical keyboard TC237** and the **RGB 7.1 headset THYRA PH290 CHANNELS**.

The Warrior brand offers a three-year warranty and more than 80 different products. For Father's Day it highlights the **mouse RAI MO297**, with 6,400 dpi, RGB LED and nine buttons, and the **GA201 gaming chair**, available in black, green, blue, and pink, which can be used to play and to work.



Mouse RAI MO297

Preço sugerido em 12/04/2021: R\$ 99,90.

Suggested price as of April 12, 2021: R\$ 99,90.

“A demanda por produtos de tecnologia para entretenimento nunca esteve tão aquecida.”

“The demand for technology in entertainment products has never been so heated.”



Cadeira gamer GA201

GA201 gaming chair

Preço sugerido em 12/04/2021: R\$ 1.099,90.

Suggested price as of April 12, 2021: R\$ 1.099,90.



Danilo Angi,
diretor do segmento de
acessórios
*director of the
accessories segment*

OEX GAME

Sua linha tem mais de 70 itens de alta performance, entre headsets, mouses, teclados, cadeiras e acessórios PC e mobile. Os produtos têm dois anos de garantia. Para o Dia dos Pais, lança o **miniteclado mecânico Ziggy TC607**, voltado aos jogadores que precisam de espaço e ganho de velocidade. Possui um dos switches mais desejados para jogos de FPS, o Outemu Red, e o melhor tempo de resposta.

Mais um lançamento é o headset Profission Zyon HS415, com conexão USB, iluminação em RGB e tecnologia do Virtual Surround 7.1. Outro destaque é o **Combo Argos TM304**, um setup completo. Vem com um headset multiplataforma com Virtual Surround 7.1, teclado iluminado, mouse e mousepad. A marca apoia eventos do setor, sendo a patrocinadora oficial da Vivo Keyd.

Its line has more than 70 high performance items, including headsets, mice, keyboards, chairs, and PC and mobile accessories. The products have a two-year warranty. For Father's Day, it launches the **Ziggy TC607 mechanical mini keyboard**, aimed at players who need space and speed gain. It has one of the most desired switches for FPS games, the Outemu Red, and the best response time.

Another launch is the Profission Zyon HS415 headset, with USB connection, RGB lighting and Virtual Surround 7.1 technology. Another highlight is the **Combo Argos TM304**, a complete setup. Comes with a multiplatform headset with Virtual Surround 7.1, backlit keyboard, mouse and mousepad. The brand supports events in the sector, being the official sponsor of Vivo Keyd.

Teclado Ziggy TC607
Ziggy TC607 keyboard

Preço sugerido em 13/04/2021: R\$ 389,00.

Suggested price as of April 13, 2021: R\$ 389,00.



Headset Profission Zyon HS415
Profission Zyon HS415 Headset

Preço sugerido em 13/04/2021: R\$ 499,00.

Suggested price as of April 13, 2021: R\$ 499,00.

“Jogar videogame virou um hábito na vida de milhares de brasileiros.”

“Playing video games has become a habit in the lives of thousands of Brazilians.”

Fotos: Divulgação



Eliane Pacheco,
gerente de marketing
Marketing manager

PHILCO

A marca faz dois lançamentos para a data. O **mouse Gamer** tem como diferencial a troca de cores conforme DPI utilizado na configuração. Possui sete botões, software de ajustes, pegada Fingertip e Fingerclaw, além de sensores ópticos de alta precisão.

Outro lançamento é o **headset Gamer**. O fone conta com som surround de até 7.1 canais e iluminação RGB. Possui microfone integrado e cabo que atinge até 1,8 metro. O aparelho possibilita, também, a regulagem de altura.

The brand makes two releases for the date. The **Gamer mouse** has the advantage of changing colors according to the DPI used in the configuration. It has seven buttons, adjustment software, Fingertip and Fingerclaw footprints, as well as high-precision optical sensors.

Another launch is the **Gamer headset**. The headset features up to 7.1 channel surround sound and RGB lighting. It has an integrated microphone and cable that reaches up to 1.8 meters. The device also makes it possible to adjust the height.



Mouses Gamer
Gamer mouse

Preço sugerido em 16/04/2021: de R\$ 130,00 a R\$ 250,00.

Suggested price as of April 16, 2021: de R\$130,00 a R\$ 250,00.

“É um mercado promissor e responsável por mais da metade do valor da indústria de entretenimento.”

“It is a promising market and responsible for more than half the value of the entertainment industry.”



Headset Gamer
Gamer headset

Preço sugerido em 16/04/2021: de R\$ 150,00 a R\$ 240,00.

Suggested price as of April 16, 2021: de R\$150,00 a R\$ 240,00.

SAMSUNG

Os principais produtos para a data são os monitores da **família Odyssey**, desenvolvidos com recursos presentes em televisores e soundbars. Recém-lançado, o **monitor G5** tem tela de 34", curvatura de 1000 R e resolução WQHD (3440 x 1440), taxa de atualização de 165 Hz, 1 ms de tempo de resposta, HDR10 e compatibilidade com AMD FreeSync Premium. O design futurista tem acabamento na traseira do monitor, especialmente projetado para os gamers.

Mais um produto, o **Odyssey CRG50** tem 27" e tela curva de 1500 R com resolução 1920 x 1080. A taxa de atualização é de 240 Hz para levar maior precisão aos gamers. É compatível com o G-Sync. No design, o grande atrativo está na ausência de três lados da borda, o que gera maior imersão aos jogadores, que contam, também, com contraste de 3000:1 no painel VA.

The main products for the date are the **Odyssey family** monitors, developed with features present in televisions and soundbars. Recently launched, the G5 monitor has a 34" screen, 1000 R curvature and WQHD resolution (3440 x 1440), 165 Hz refresh rate, 1 ms response time, HDR10 and AMD FreeSync Premium compatibility. The futuristic design is finished on the back of the monitor, specially designed for gamers.

Another product, the **Odyssey CRG50** has 27" and 1500 R curved screen with 1920x1080 resolution. The refresh rate is 240 Hz to bring more precision to gamers. It is compatible with G-Sync. In the design, the great attraction is the absence of the edge in three sides, which generates greater immersion for the players, who also count with 3000:1 contrast on the VA panel.

Odyssey G5
Preço sugerido em 15/04/2021: R\$ 4.199,00.
Suggested price as of April 15, 2021: R\$ 4.199.00.



“O mercado gamer é, acima de tudo, exigente e diverso.”

“The gamer market is, above all, demanding and diverse”

Fotos: Divulgação



Marina Correia,
 gerente de produtos da
 divisão de monitores
*product manager of the
 monitor division*

Odyssey CRG50
Preço sugerido em 15/04/2021: R\$ 2.499,00.
Suggested price as of April 15, 2021: R\$ 2.499.00.



XZONE

Disponibiliza produtos como teclado, mouse, headset, mousepad, cadeiras e combos 2x1 e 4x1. Os mouses têm capacidade de até 16.400 DPI de velocidade e iluminação RGB. Os teclados são oferecidos nos modelos standard, semimecânico e mecânico, com blue switch e iluminação Rainbow. Os mousepads têm dois tamanhos, extragrande e normal, com e sem iluminação. E os combos variam de 2x1 e 4x1 com produtos para montar o setup em casa.

Para o Dia dos Pais, destaca as **cadeiras Gamer**, com almofadas para pescoço e lombar, que podem ser reclinadas em até 140°. Têm estofamento de couro sintético PU, design ergonômico e base giratória de 360°. Outra opção é o **headset RGB com suporte GHS-01**, iluminação RGB, microfone removível, design anatômico, hastes ajustáveis, cabo de nylon de 2 metros, entradas P2 e P3 e isolamento acústico. ■■

It offers products such as keyboard, mouse, headset, mousepad, chairs and 2x1 and 4x1 combos. The mice have a capacity of up to 16,400 DPI of speed and RGB lighting. The keyboards are offered in standard, semi-mechanical and mechanical models, with blue switch and Rainbow lighting. Mousepads come in two sizes, oversized and normal, with and without lighting. And the combos range from 2x1 and 4x1 with products to set up at home.

For Father's Day, it highlights the **Gamer chairs**, with neck and lumbar cushions, which can be reclined up to 140°. They have PU synthetic leather upholstery, ergonomic design and 360° swivel base. Another option is the **RGB headset with GHS-01 support**, RGB lighting, removable microphone, anatomical design, adjustable rods, 2-meter nylon cable, P2 and P3 inputs and acoustic insulation. ■■



Headset RGB com suporte GHS-01
RGB headset with GHS-01 support
Preço sugerido em 13/04/2021: R\$ 369,90.
Suggested price as of April 13, 2021: R\$ 369,90.



Cadeira gamer completa CGR-01-BW
Gamer CHAIR CGR-01-BW
Preço sugerido em 13/04/2021: R\$ 1.299,90.
Suggested price as of April 13, 2021: R\$ 1.299,90.



John Zak,
diretor comercial
commercial director

“Com certeza, a tendência é de crescimento do setor em 2021.”
“Certainly, the trend is for the sector to grow in 2021.”



MALE VANITY BECAME A HABIT

Men are increasingly attentive to their appearance, which moves the market for hair trimmers and shavers. Products in the personal care category are gaining momentum, so much so that last year, on Father's Day, sales were 20% higher than in 2019.

DIA DOS PAIS
FATHER'S DAY

por / by Dilnara Titara

VAIDADE MASCULINA VIROU HÁBITO

Os homens estão cada vez mais atentos à sua aparência, o que movimentou o mercado de aparadores de pelos e barbeadores. Os produtos da categoria de cuidados pessoais ganham força, tanto que no ano passado, no Dia dos Pais, as vendas foram 20% maiores que as de 2019.

Muito mais que barba, cabelo e bigode. O que antes era considerado tabu, hoje é sinal de virilidade e cuidado com a imagem. A vaidade já é assunto corriqueiro entre os homens. **O mercado de aparadores de pelos e barbeadores cresceu 8,5% em volume e 30% em faturamento nos meses de janeiro e fevereiro de 2021, na comparação com o mesmo período de 2020, de acordo com dados da empresa de pesquisas GfK.**

A vontade do público masculino de se cuidar, visando a uma aparência mais atraente, e a praticidade de fazer isso no dia a dia contribuíram sobremaneira para o crescimento do mercado nos últimos anos, destaca Moisés Botelho, gerente de marketing da Agratto. "Cada vez mais, os homens querem ter uma barba e um cabelo bem feitos e em dia, com seus próprios produtos, em casa."

O mercado descobriu que os homens, atualmente, têm um novo olhar em relação aos cuidados com o corpo e à sua autoimagem, comenta Carlos Eduardo Klinke, diretor comercial da Lenoxx. "Os homens contemporâneos entendem a importância de uma boa aparência e uma boa imagem para gerar impressões positivas perante o seu ciclo social, o que vai além da higiene."

Much more than the beard, hair and mustache. What was once considered taboo is now a sign of virility and selfcare. Vanity is already a common subject among men. **The market for hair clippers and shavers grew 8.5% in volume and 30% in revenue in January and February 2021, compared to the same period in 2020 - according to data from research firm GfK.**

The willingness of the male audience to take care of themselves, aiming at a more attractive appearance, and the practicality of doing this on a daily basis have greatly contributed to the growth of the market in recent years, highlights Moisés Botelho, Agratto's marketing manager. "More and more, men want to have a well-groomed beard and hair and keep products at home updated."

The market has discovered that men, currently, have a new look in relation to body care and their self-image, comments Carlos Eduardo Klinke, commercial director at Lenoxx. "Men nowadays understand the importance of a good appearance and that a good image generates positive impressions amongst their social circle, which goes beyond only hygiene."





NOVO HÁBITO

Vários fatores vêm modificando fortemente a tendência nesse segmento de produtos. **“Recentemente, a necessidade do “faça você mesmo”, em função da pandemia, e mesmo a adoção dos mais variados estilos de cabelo e barba fizeram com que o mercado se transformasse e se tornasse cada vez mais relevante para o varejo e lojas especializadas”, conta Marcelo Perin, diretor comercial e de marketing da GA.MA Italy.**

A moda é cíclica, e os símbolos se ressignificam a cada momento histórico, afirma Adrilles Carvalho, diretor de marketing da Philips Brasil. “Nas últimas décadas, vimos uma explosão de diferentes barbas. Isso significa que os homens estão muito mais à vontade e se sentem livres para experimentar novos estilos. O isolamento social não interrompeu o cuidado com a barba e os pelos, até para manter a autoestima em tempos difíceis.”

Os brasileiros, de modo geral, preocupam-se acima da média com a estética e os cuidados pessoais, como mostram os estudos. **“Segundo uma pesquisa elaborada pela Nielsen, entre março e abril de 2020, houve crescimento de 45% nas compras de aparelhos depilatórios, pois as pessoas passaram a realizar seus cuidados estéticos, contribuindo para o crescimento dessa demanda”, diz Francine Quintanilha, analista sênior de produtos da Panasonic.**

NEW HABITS

Several factors have been strongly changing the trend in this product segment. “Just recently, the need to DIY ‘do it yourself’, due to the pandemic, and even the adoption of the most varied hair and beard styles have caused the market to transform and became of interest to retailers and specialized stores”, says Marcelo Perin, commercial and marketing director at GA.MA Italy.

Fashion is cyclical, and reinvent itself at every historic moment, says Adrilles Carvalho, marketing director at Philips Brasil. “In the past few decades, we have seen an explosion of different beards. This means that men are much more comfortable trying on new styles. Social isolation did not interrupt care for beards and hair, in order maintain one’s self-esteem in difficult times.”

Brazilians, in general, are very much concerned with aesthetics and personal care, if compared with the average consumer - as shown by studies. “According to a survey prepared by Nielsen, between March and April 2020, there was a 45% growth in purchases of depilatory devices, as people started to do care for themselves at home, contributing to the growth in demand”, says Francine Quintanilha, senior analyst at Panasonic products.



Foto: Shutterstock

PRODUTOS FUNCIONAIS

Aumenta a procura por produtos ergonômicos, fáceis de usar e que sejam funcionais, diz Cristiane Clausen, diretora-geral da Philco. “Com a pandemia, o mercado está crescendo. Os homens têm procurado cada vez mais produtos para cuidar de si em sua própria casa. Os aparadores e barbeadores são multifuncionais, fáceis de usar, têm maior durabilidade e não agredem a pele.”

Cada vez mais a preocupação com a beleza e com o bem-estar marca a vida dos homens. **“Constantemente, eles buscam produtos para cuidar da barba, do cabelo e dos pelos, movimentando esse segmento de forma muito interessante. Projetamos grande crescimento para a linha de cuidados pessoais masculinos”, diz Adriana Gimenes, gerente de marketing de produtos da Mondial Eletrodomésticos.**

O fechamento das barbearias em boa parte de 2020 e em parte deste ano fortaleceu o comércio de cuidados pessoais, e tudo aponta para bons resultados no Dia dos Pais, que representa 15% das vendas anuais de aparadores e barbeadores. “Em 2020, elas foram 20% maiores que em 2019, o que demonstra que a categoria vem se consolidando como ótima opção de presente para a data”, diz Adrilles. Confira, a seguir, os bons produtos para o varejo.

FUNCTIONAL PRODUCTS

The demand for ergonomic products that are easy to use and that are more efficient increases, says Cristiane Clausen, director-general of Philco. “This market has grown with the pandemic. Men are increasingly looking for products to take care of themselves in their own home. The clippers and shavers are multifunctional, easy to use, and have greater durability and without damaging the skin.”

Increasingly, concern for beauty and well-being marks the lives of men today. **“They are constantly looking for products for beard and hair care, moving this segment in a very interesting way. We project great growth for the male personal care line”, says Adriana Gimenes, product marketing manager at Mondial Eletrodomésticos.**

The barber shops were closed for most of 2020 and, in part this year strengthened the personal care trade, and everything points to good results on Father's Day, which represents 15% of annual sales of clippers and shavers. “In 2020, they were 20% higher than in 2019, which shows that the category has been consolidating itself as a great gift option for the date”, says Adrilles. Check below out for cool retail products.

AGRATTO

A marca possui dois modelos na linha Vizzo. O **apaparador de pelos 7 em 1 Vizzo** é bivolt e sem fio. Conta com seis funções de corte e dez acessórios: cinco ponteiros de corte, um regulador de corte, um carregador, um pente duplo, óleo lubrificante e base de carregamento, que serve de suporte para os itens do kit.

Leve e ergonômico, o **cortador de cabelo Vizzo** tem lâmina de aço inoxidável com alta precisão, maior durabilidade, alavanca de regulagem de altura das lâminas, quatro pentes de regulagem e alça para pendurar, o que facilita o uso. Conta, também, com um kit de limpeza, composto por pente, tesoura, escovinha e óleo lubrificante. Está disponível nas opções 127 V e 220 V.

The brand has two models in the Vizzo line. The **Vizzo 7-in-1 hair clipper** is bivolt and cordless. It has six cutting functions and ten accessories: five cutting tips, a cutting regulator, a charger, a double comb, lubricating oil and a charging base to support the items in the kit.

Light and ergonomic, the **Vizzo hair clipper** has a high precision stainless-steel blade, greater durability, blade height adjustment lever, four adjustment combs and a hanging handle, which makes it easier to use. It also has a cleaning kit, consisting of comb, scissors, brush, and lubricating oil. It is available in 127 V and 220 V options.

“Cada vez mais, os homens querem ter barba e cabelo bem feitos com seus próprios produtos, em casa.”

“More and more, men want to have a well-groomed beard and hair and keep products at home updated.”

Aparador de pelos 7 em 1 Vizzo
Vizzo 7-in-1 hair clipper

Preço sugerido em 05/04/2021: R\$ 179,90.
Suggested price as of April 5, 2021: R\$ 179,90.



Cortador de cabelo Vizzo
Vizzo hair clipper

Preço sugerido em 05/04/2021: R\$ 69,90.
Suggested price as of April 5, 2021: R\$ 69,90.

Fotos: Divulgação



Moisés Botelho,
gerente de marketing
marketing manager.

GA.MA ITALY

Destaca o **barbeador GSH887 Sport W&D**, versátil e preciso, com a tecnologia Wet&Dry, que possibilita a utilização do produto no chuveiro ou na banheira. Conta, também, com as tecnologias Double Track System, dois anéis de corte em cada lâmina, e PrecisionCut, com lâminas de 0,1 mm de espessura. É acompanhado por uma bateria de lítio. O carregamento é por USB.

Para cortar o cabelo e para acabamento, a marca tem a **GM Master**, indicada para todos os tipos de cabelo. Possui motor magnético, lâminas de aço inoxidável e quatro pentes-guia de diferentes alturas, permitindo diversos cortes. O produto vem com uma tesoura, um pente de cabelo, uma escova de limpeza e óleo lubrificante.

It highlights the **GSH887 Sport W&D shaver**, versatile and precise, with Wet&Dry technology, which allows the use of the product in the shower or in the bathtub. It also has the Double Track System technologies, two cutting rings on each blade, and PrecisionCut, with 0.1 mm thick blades. It is accompanied by a lithium battery. Charging is via USB.

For haircut and finishing, the brand has **GM Master** clipper, suitable for all types of hair. It has a magnetic motor, stainless steel blades and four guide combs of different heights, allowing different cuts. The product comes with scissors, a hair comb, a cleaning brush and lubricating oil.



Barbeador GSH887 Sport W&D
GSH887 Sport W&D shaver

Preço sugerido em 12/04/2021: R\$ 269,90.
Suggested price as of April 12, 2021: R\$ 269,90.



Máquina GM Master
GM Master clipper

Preço sugerido em 12/04/2021: R\$ 119,90.
Suggested price as of April 12, 2021: R\$ 119,90.

Fotos: Divulgação



Marcelo Perin,
diretor comercial e
de marketing
commercial and
marketing director

“A necessidade do ‘faça você mesmo’ e a adoção de vários estilos fizeram com que o mercado se tornasse mais relevante para o varejo.”

“The need to DIY ‘do it yourself’ and even the adoption of the most varied hair and beard styles have caused the market to transform and became of interest to retailers”

LENOXX

Uma das premissas da marca é oferecer produtos acessíveis aos consumidores e que garantam uma boa usabilidade. Para o Dia dos Pais, disponibiliza produtos da linha Barber, como o **cortador de cabelos Max Stile (PCM775)**, que tem corte preciso e lâmina de aço inox. Ergonômico, é fácil de utilizar e vem com oito acessórios.

Outra opção é o **aparador de pelos New Groom (PAP743)**, produto três em um. É microbarbeador, aparador de pelos para o rosto e aparador de pelos do corpo. Com design especial, é fácil de higienizar e vem com oito acessórios. Conta com bateria recarregável.

One of the brand's criterion is to offer products that are accessible to consumers and that warrants good usability. For Father's Day, it offers products from the Barber line, such as the **Max Stile hair clipper (PCM775)**, which has a precise cut and stainless steel blade. Ergonomic, it is easy to use and comes with eight accessories.

Another option is the **New Groom hair clipper (PAP743)**, a three-in-one product. It is a microbarber, hair clipper for the face and body hair trimmer. With a special design, it is easy to sanitize and comes with eight accessories. It has a rechargeable battery.

Cortador de cabelos Max Style (PCM775)

Max Stile hair clipper (PCM775)

Preço sugerido em 15/04/2021: R\$ 99,90.

Suggested price as of April 12, 2021: R\$ 99,90.



“Os homens contemporâneos entendem a importância de uma boa aparência e uma boa imagem para gerar impressões positivas perante o seu ciclo social.”

“Men nowadays understand the importance of a good appearance and that a good image generates positive impressions amongst their social circle, which goes beyond only hygiene.”



Aparador New Groom (PAP743)

New Groom hair clipper (PAP743)

Preço sugerido em 15/04/2021: R\$ 169,90.

Suggested price as of April 12, 2021: R\$169,90.



Carlos Eduardo Klinke,
diretor comercial
commercial director

MONDIAL ELETRODOMÉSTICOS

Um de seus destaques é o **aparador de pelos Super 11 BG-05**, que tem 11 acessórios, pente com ajuste em até 16 níveis de altura, aparador de barba e bigode e aparador de pelos para nariz e orelha. Vem com cinco pentes de corte e um aparador de precisão. Pode ser usado com cabo do plugue durante o carregamento e tem autonomia de 90 minutos.

Outro destaque é o **barbeador NBE-01**, que possui três lâminas duplas para um corte preciso. Vem com escova de limpeza, capa protetora, necessary e carregador. Conta, também, com um aparador de costeletas e câmara coletora de pelos. O produto tem bateria recarregável e é bivolt.

One of its highlights is the **Super 11 BG-05 hair trimmer**, which has 11 accessories, comb with adjustment up to 16 levels in height, beard and mustache trimmer and hair trimmer for nose and ear. Comes with five cutting combs and a precision trimmer. It can be used with a plug cable during charging and has a battery life up to 90 minutes.

Another highlight is the **NBE-01 shaver**, which has three double blades for a precise cut. Comes with cleaning brush, protective cover, case and charger. It also has a sideburn trimmer and a hair collecting chamber. The product has a rechargeable battery and is bivolt.



Aparador de pelos Super 11 BG-05
Super 11 BG-05 hair trimmer

Preço sugerido em 15/04/2021: R\$ 199,90.
Suggested price as of April 12, 2021: R\$ 199,90.



Barbeador Classic NBE-01
Classic NBE-01 shaver

Preço sugerido em 15/04/2021: R\$ 154,90.
Suggested price as of April 12, 2021: R\$ 154,90.

Fotos: Divulgação



Adriana Gimenes,
gerente de marketing
de produtos
product marketing
manager

“Constantemente, os homens buscam produtos para o cuidado com a barba, o cabelo e pelos, movimentando esse segmento.”

“This market has grown with the pandemic. Men are increasingly looking for products to take care of themselves in their own home”

PANASONIC

O modelo de maior destaque da empresa, no momento, é o aparador corporal **GK80 V-Razor**. O aparelho possui cinco níveis de ajuste de pente e formato anatômico, que possibilita multidireções. Devido ao seu design em V, pode ser usado em locais de difícil acesso, como axilas, áreas íntimas e com curvas, removendo os pelos corporais de forma indolor.

O **V-Razor** tem lâminas com extremidades e intervalos estreitos, bem como acessórios para cada região do corpo. Prático e seguro, é resistente à água e pode ser utilizado durante o banho. O aparelho funciona com bateria recarregável. Seu design recebeu os prêmios mundiais da IF Design Award e do Red Dot Design.

The most prominent model of the company, at the moment, is the **GK80 V-Razor** body trimmer. The device has five levels of comb adjustment and anatomical shape, which allows it to move and multiple directions. Due to its V-shaped design, it can be used in places of difficult access, such as armpits, intimate and curved areas, painlessly removing body hair.

The **V-Razor** has blades with narrow ends and intervals, as well as accessories for each region of the body. Practical and safe, it is water resistant and can be used during the bath. The device works with a rechargeable battery. Its design has received worldwide awards from the IF Design Award and the Red Dot Design.

“Entre março e abril de 2020, houve crescimento de 45% nas compras de aparelhos depilatórios, pois as pessoas passaram a realizar seus cuidados estéticos.”

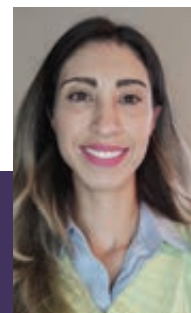
“In 2020 there was a 45% growth in purchases of depilatory devices, as people started to do care for themselves at home”



Aparador de pelo GK80 V-Razor
GK80 V-Razor body trimmer

Preço sugerido em 23/04/2021: R\$ 769,00.

Suggested price as of April 23, 2021: R\$ 769,00.



Francine Quintanilha,
analista sênior
de produtos
senior product analyst

PHILCO

Apresenta para o Dia dos Pais a linha EasyBlade, composta por dois aparadores e um barbeador. Os **aparadores Plus PAP06VD e PAP0505LR** possuem lâmina que faz o corte rente à pele, cinco cabeças diferentes para maior versatilidade e bateria superpotente, com autonomia de 120 minutos de uso.

Com 14 funções, o **barbeador PBA06PV** é outra opção para a data. Vem com quatro acessórios para corte: barbeador, aparador, aparador para o corpo e aparador de nariz e orelha. Prático e versátil, o aparelho pode ser utilizado na pele seca, úmida ou molhada.

Philco offers for Father's Day the EasyBlade line, consisting of two trimmers and a shaver. The **PAP06VD and PAP0505LR Plus trimmers** have a blade that makes the cut close to the skin, five different heads for greater versatility and a super powerful battery, up to 120 minutes of use.

With 14 functions, the **PBA06PV shaver** is another option for the date. Comes with four cutting accessories: shaver, trimmer, body trimmer and nose and ear trimmer. Practical and versatile, the device can be used on dry, damp or wet skin.



“Com a pandemia, o mercado está crescendo, os homens têm procurado cada vez mais produtos para cuidar de si em sua própria casa.”

“This market has grown with the pandemic. Men are increasingly looking for products to take care of themselves in their own home.”

Aparador de pelos EasyBlade Plus PAP06VD
EasyBlade Plus PAP06VD

Preço sugerido em 16/04/2021: R\$ 279,90.

Suggested price as of April 16, 2021: R\$ 279,90.



Cristiane Clausen,
diretora-geral
general director



Barbeador Shaver EasyBlade 14 em 1 PBA06PV
EasyBlade 14 and 1 PBA06PV shavers

Preço sugerido em 16/04/2021: R\$ 464,90.

Suggested price as of April 16, 2021: R\$ 464,90.

PHILIPS

Lançou em 2021 a linha de barbeadores Series 5000, com tecnologia Philips SkinIQ, que reconhece a densidade do pelo, adequa a velocidade de rotação das lâminas e possibilita menos movimentos no barbear e mais conforto. Seu destaque é o **aparador multifuncional Philips 7 em 1 MG3721**, que tem sete acessórios laváveis para aparar e modelar a barba e o cabelo, lâminas autoafiadoras e capacidade para até 60 minutos de funcionamento sem fio.

Outro modelo, o **Philips OneBlade QP2521** é indicado para aparar, contornar e raspar qualquer comprimento de pelo. A lâmina OneBlade se move 200 vezes por segundo e tem durabilidade de até quatro meses. O aparelho, que é à prova d'água, conta com dois pentes de 1 mm e 2 mm e tem capacidade para até 60 minutos de funcionamento sem fio. ■■

In 2021, it launched the shavers' line Series 5000, with Philips SkinIQ technology, which recognizes the density of the hair, adapts the rotation speed of the blades and allows fewer shaving movements and more comfort. Its highlight is the **Philips 7-in-1 multifunctional trimmer MG3721**, which has seven washable accessories for trimming and shaving the beard and hair, self-sharpening blades and capacity for up to 60 minutes of cordless operation.

Another model, the **Philips OneBlade QP2521** is indicated for trimming, contouring and shaving any length of hair. The OneBlade blade moves 200 times per second and has a durability of up to four months. The device, which is waterproof, has two combs of 1 mm and 2 mm and has a capacity of up to 60 minutes of cordless operation. ■■

Aparador multifuncional Philips 7 em 1 MG3721/77
Philips 7-in-1 multifunctional trimmer MG3721/77

Preço sugerido em 15/04/2021: R\$ 229,90.

Suggested price as of April 15, 2021: R\$ 229,90.



Philips OneBlade QP2521/10
Philips OneBlade QP2521/10

Preço sugerido em 15/04/2021: R\$ 249,90.

Suggested price as of April 15, 2021: R\$ 249,90.



“Os homens estão muito mais à vontade e se sentem livres para experimentar novos estilos.”

“Men are much more comfortable trying on new styles.”



Adrilles Carvalho,
diretor de marketing
marketing director



ESTÍMULO À VIDA MAIS ATIVA E SAUDÁVEL

O mercado de bicicletas adultas cresce 10% em unidades e 54% em faturamento. O preço médio da categoria subiu 20% em janeiro-fevereiro de 2021 ante o mesmo período de 2020. As vendas online ganharam importância. No ano passado, corresponderam a 16% e, em 2021, o número já chega a 23%.

STIMULATING A MORE ACTIVE AND HEALTHY LIFE

The adult bicycle market grows 10% in units and 54% in revenue. The category's average price rose 20% in January-February 2021 compared to the same period in 2020. Online sales have gained importance. Last year, they corresponded to 16% and in 2021 the number already reaches 23%.

Desde que a Organização Mundial da Saúde (OMS) recomendou que a população priorizasse a bicicleta em seus deslocamentos durante a pandemia, o setor registrou um boom de vendas global, diz **Cyro Gazola, vice-presidente da Associação Brasileira dos Fabricantes de Motocicletas, Ciclomotores, Motonetas, Bicicletas e Similares (Abraciclo).** **"Em 2021, estimamos que serão produzidas 750 mil bicicletas no Polo Industrial de Manaus (PIM), volume 12,8% superior ao alcançado em 2020, que fechou com 665.186 unidades."**

Consolidada cada vez mais no mercado brasileiro, a bicicleta é uma tendência, tanto como meio de transporte quanto para a prática de atividade física. Dados da empresa de pesquisas GfK demonstram que o mercado de bicicletas adultas cresce 10% em unidades e 54% em faturamento. O preço médio dessa categoria aumentou em 20% entre janeiro e fevereiro de 2021 na comparação com o mesmo período do ano anterior.

As bicicletas elétricas são as que mais crescem em vendas, conta Cyro. Em fevereiro de 2021, foram produzidas 1.436 unidades ante 182 em janeiro, o que representa crescimento de 689%. Na comparação com o mesmo mês de 2020, o aumento foi de 101,1%.

Since the World Health Organization (WHO) recommended that the population prioritize cycling in their travels during the pandemic, the sector has experienced a global sales boom, says **Cyro Gazola, vice president of the Brazilian Association of Manufacturers of Motorcycles, Mopeds, Scooters, Bicycles and Similar (Abraciclo).** **"In 2021, we estimate that 750 thousand bicycles will be produced at the Manaus Industrial Pole (PIM), a volume 12.8% higher than that achieved in 2020, which closed with 665,186 units."**

Expanding even more in the Brazilian market, the bicycle is a trend, both as a means of transport and as a physical practice. Data from research firm GfK show that the adult bicycle market grows 10% in units and 54% in revenue. The average price of this category increased by 20% between January and February 2021 in comparison with the same period of the previous year.

Electric bicycles are the fastest growing in sales, says Cyro. In February 2021, 1,436 units were produced, compared to 182 in January, representing a growth



Cyro Gazola,
vice-presidente do segmento de bicicletas da Abraciclo
vice-president of Abraciclo

Foto: Divulgação

Foto: Shutterstock



Foto: Shutterstock

Essas bikes são a maior tendência para o futuro da mobilidade e do esporte amador, diz Vitor Borba, gerente de marketing e trade marketing da Caloi. "Além de econômicas e eficientes, democratizam a locomoção e o ciclismo, expandindo a base de potenciais praticantes."

DIFICULDADES

A pandemia trouxe dificuldades à cadeia produtiva do setor, como a falta de matéria-prima e a inflação no custo dos insumos, um problema global que a Abraciclo espera ver normalizado no terceiro trimestre de 2021. A infraestrutura viária também precisa evoluir, mas já se constata que as novas ciclofaixas nas áreas urbanas proporcionam maior segurança aos usuários.

No entanto ainda é preciso mudar o comportamento em relação às bicicletas, embora a pandemia já tenha dado um bom impulso, diz João Paulo Argeri, diretor comercial da Track & Bikes. "As pessoas buscam, cada vez mais, o chamado transporte alternativo, econômico e seguro, bem como manter a forma física com menos sedentarismo. Todo esse movimento tem exigido mais investimentos do poder público para maior número das áreas de uso."

O mercado se expande de forma grandiosa, define **Ana Paula A. Colli, gerente financeira da Colli Bike. "As cidades vêm se adequando e facilitando os percursos. Isso tem sido um fator muito importante para o movimento das bikes. A pis-**

*of 689%. In comparison with the same month of 2020, the increase was 101.1%. **They are the biggest trend for the future of mobility and amateur sport, says Vitor Borba, marketing and trade marketing manager at Caloi. "In addition to being economical and efficient, they democratize locomotion and cycling, expanding the base of potential cyclists."***

DIFFICULTIES

The pandemic brought difficulties to the sector's production chain, such as the lack of raw materials and inflation in the cost of inputs, a global problem that Abraciclo expects to see normalized in the third quarter of 2021. Road infrastructure also needs to evolve, but it is already noted that the new cycle lanes in urban areas provide greater safety for users.

However, it is still necessary to change behavior in relation to bicycles. Although the pandemic has already given a good boost, says João Paulo Argeri, commercial director of Track & Bikes. "People are increasingly looking for so-called alternative, economical, and safe transportation, as well as maintaining physical shape with less sedentary lifestyle. This whole movement has required more investments from the public authorities for a larger number of areas of use."

*The market expands in a big way, outlines **Ana Paula A. Colli, financial manager of Colli Bike. "Cities have been adapting and facilitating routes. This***

ta adequada ajuda na segurança e agrega o uso não somente para o esporte, mas também para o transporte e o lazer."

EXPECTATIVAS PARA A DATA

No Dia dos Pais, a previsão é de um resgate muito forte de consumidores. "Posso afirmar que será uma das melhores datas de venda em 2021", afirma João Paulo. Com a altíssima demanda dos últimos 12 meses, as vendas continuarão fortes na data, diz Vitor. "Pedalar está se tornando um programa de família cada vez mais difundido. As pessoas buscam mais atividades ao ar livre neste momento."

O fato é que houve uma ampliação muito positiva do mercado. "A bicicleta tornou-se um objeto

has been a very important factor in the mobility of the bikes. A proper bike track helps in safety and adds use not only for sport, but also for transport and leisure."

EXPECTATIONS FOR THE DATE

On Father's Day, the forecast is for a very strong consumer rescue. "I can say that it will be one of the best sales dates in 2021", says João Paulo. With the extremely high demand of the last 12 months, sales will remain strong on the date, says Vitor. "Cycling is becoming an increasingly widespread family program. People are looking for more outdoor activities right now."

The fact is that there was a very positive expansion of the market. "The bicycle has become an

SEGURO E APOIO AO CICLISMO

CYCLING INSURANCE AND SUPPORT

O conceito de seguros se expande para a categoria de bicicletas e de forma diversificada, pois o varejista pode oferecer ao consumidor até nove coberturas, entre elas a de danos no transporte e a terceiros. A precificação vai de 4% a 22% do valor da bicicleta. "Democratizamos o seguro, que, há algum tempo, era feito apenas para produtos com valor mínimo de R\$ 3 mil e agora chega até as bicicletas infantis. Assim, o seguro abrange mais de 90% das bicicletas produzidas no País", diz o CEO da Santuu, Rodrigo Del Claro.

É parte da cultura do brasileiro fazer seguro contra roubo, mas as estatísticas mostram que apenas 0,5% das bicicletas seguradas são assaltadas, enquanto 87% delas sofrem acidentes. O seguro é oferecido pelo varejo. "Em todos os casos, o processo para o seguro é feito online via Santuu. Estimamos 65 mil seguros de bicicletas por ano no curto prazo. Hoje temos 35 milhões no mercado, conforme dados recentes do IBGE", conta o CEO.

A empresa, que tem mais de 85% das grandes fabricantes como parceiras, enxerga um amadurecimento do mercado brasileiro, que está se aproximando do da Europa e que recebeu incentivos com as novas ciclovias. A pandemia, inclusive, colaborou muito

The insurance concept expands to the category of bicycles and in a diversified way, since the retailer can offer the consumer up to nine coverages, among them the coverage for damage on transport and by third parties. Pricing ranges from 4% to 22% of the bicycle's value. "We democratized insurance, which for some time was only made for products with a minimum value of three thousand reais and now reaches children's bicycles. Thus, the insurance covers more than 90% of the bicycles produced in the country", says Santuu's CEO, Rodrigo Del Claro.

It is part of the Brazilian culture to insure against theft, but statistics show that only 0.5% of insured bicycles are mugged, while 87% of them suffer accidents. Insurance is offered by retailers. "In all cases, the insurance process is done online via Santuu. We estimate 65,000 bicycles insured per year in the short term. Today we have 35 million in the market, according to recent IBGE data", says the CEO.

The company, which has more than 85% of the major manufacturers as partners, sees a maturation of the Brazilian market, which is approaching that of Europe and which received incentives with the new bike lanes. The pandemic even helped a lot

de desejo em praticamente todas as datas comemorativas. O público masculino é um dos grandes consumidores, e o Dia dos Pais, com certeza, será a oportunidade perfeita para as vendas”, destaca Adilson Custódio, diretor comercial da Houston.

A estimativa de crescimento é de 15% para 2021, resalta Antonio Vergos, diretor da Nathor. “A preocupação com a saúde e com o bem-estar passou a ser prioridade. A bicicleta une essas duas necessidades, além de ser um meio de transporte que evita aglomeração. É, também, uma alternativa de locomoção diante do aumento do preço do combustível.”

A seguir, os produtos para a data dos pais.

object of desire on almost every holiday. The male audience is one of the biggest consumers, and Father’s Day, for sure, will be the perfect opportunity for sales”, highlights Adilson Custódio, commercial director at Houston.

The growth’s estimate is around 15% for 2021, points out Antonio Vergos, Nathor’s director. “Concern with health and well-being has become a priority. The bicycle unites these two needs, in addition to being a means of transportation that avoids crowding. It is also an alternative for getting around in the face of increased fuel prices.”

The following are the products for Father’s Day.

para o aumento das vendas. Em 2020, só em São Paulo, elas cresceram 60% frente ao ano anterior, e a projeção é quintuplicar o mercado entre produtos e serviços.

Apaixonado desde sempre por bicicletas, Rodrigo largou a direção de um banco para se dedicar às atividades ciclísticas. Na plataforma da empresa, congrega um clube de benefícios ao ciclista, seguros, consórcio, financiamento de bicicletas e apoio a eventos. Anualmente, promove uma pedalada para 8 mil pessoas em São Paulo. Criou, também, o SOS Bike, que consiste em pontos de apoio aos ciclistas, em São Paulo e Rio de Janeiro, gratuitamente.

to increase sales. In 2020, in São Paulo alone, sales grew 60% compared to the previous year, and the projection is to quintuple the market between products and services.

Always a bicycle lover, Rodrigo left the directorship of a bank to dedicate himself to cycling activities. On the company’s platform, it brings together a club of cyclist benefits, insurance, consortium, bicycle financing, and support for events. Annually, it promotes cycling for 8 thousand people in São Paulo. He also created the SOS Bike, which consists of support points for cyclists, in São Paulo and Rio de Janeiro, free of charge.



Foto: Divulgação

CALOI

Os destaques da marca são os modelos elétricos **Caloi E-vibe Urbam e Caloi Easy Rider**, idênticos em especificação, mas diferentes nas cores. Indicados para uso urbano, têm motor de 350 W, cinco níveis de potência e até 60 km de autonomia com o sistema de pedal assistido, que responde a cada pedalada. A bateria de lítio é removível, fácil de transportar para ser carregada em casa ou no trabalho, e não vicia. Outro diferencial está na saída USB para carregamento de dispositivos móveis, como celulares e tablets.

Mais um destaque é a **bicicleta Moab 2021**, mountain bike aro 29", que entrega uma performance superior nos treinos em trilhas. Com 18 velocidades (relação 2 x 9), vem equipada com suspensão dianteira Rock Shox de 100 mm com trava no guidão, componentes Microshift e freios a disco hidráulico.

The highlights of the brand are the electric models **Caloi e-vibe Urbam and Caloi Easy Rider**, identical in specification, but different in colors. Indicated for urban use, they have a 350 W motor, five power levels and up to 60 km of autonomy with the assisted pedal system, which responds to each pedal stroke. The lithium battery is removable, easy to carry around for charging at home or at work, and is non-addictive. Another difference is the USB output for charging mobile devices, such as cell phones and tablets.

Another highlight is the **Moab 2021 bicycle**, mountain bike 29" rim, which delivers a superior performance in training on trails. With 18 speeds (ratio 2 x 9), it comes equipped with 100mm Rock Shox front suspension with handlebar lock, Microshift components and hydraulic disc brakes.



Caloi E-vibe Urbam / Easy Rider

Preço sugerido em 15/03/2021: R\$ 6.419,99.

Suggested price as of March 15, 2021: R\$ 6.419,99.

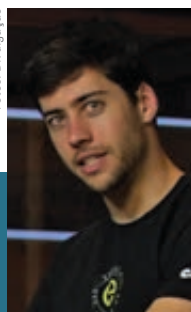


Caloi Moab Microshift

Preço sugerido em 15/03/2021: R\$ 4.679,99.

Suggested price as of March 15, 2021: R\$ 4.679,99.

Fotos: Divulgação



Vitor Borba,
gerente de marketing
e trade marketing
*marketing and trade
marketing manager*

“Com a altíssima demanda dos últimos 12 meses, acreditamos que as vendas continuarão fortes no Dia dos Pais.”

“With the extremely high demand of the last 12 months, sales will remain strong on the date, says Vitor.”

COLLI BIKE

A marca investe nas bicicletas de aro 29 para o Dia dos Pais. **O modelo Colli Kit Altus 941T.04** é de alumínio e pesa 16,47 kg. Possui garfo de suspensão a ar com trava no guidão, kit Shimano Altus 24 V hidráulico, freio a disco hidráulico Shimano, corrente fina de 7 V, aro 29 aero preto 36 furos, guidão de alumínio, suporte de guidão head set e pedal de rosca grossa.

Já a **Colli Kit Alivio 941A.11** tem aro 29 aero preto 32 furos, pesa 16,47 kg, tem quadro de alumínio, garfo de suspensão a ar com trava no guidão, kit Shimano Alivio 27 V hidráulico, alavancas Shimano Alivio M400, freio a disco hidráulico Shimano, movimento de direção head set integrada e guidão de alumínio Mega Over.

The brand invests in 29-rim bicycles for Father's Day. **The Colli Kit Altus 941T.04 model** is made of aluminum and weighs 16.47 kg. It has air suspension fork with handlebar lock, Shimano Altus 24V hydraulic kit, Shimano hydraulic disc brakes, 7V thin chain, 29 aero black rim 36 holes, aluminum handlebar, head set handlebar support and thick screw pedal.

The **Colli Kit Alivio 941A.11** has a black 29 aero rim with 32 holes, weighs 16.47 kg, has an aluminum frame, air suspension fork with handlebar lock, Shimano Alivio 27 V hydraulic kit, Shimano Alivio M400 levers, Shimano hydraulic disc brakes, integrated head set steering movement and Mega Over aluminum handlebar.

Bicicleta Kit Altus – 941T.04
Kit Altus – 941T.04

Preço sugerido em 15/03/2021: R\$ 3.990,00.
Suggested price as of March 15, 2021: R\$ 3.990,00.



“As cidades vêm se adequando para o esporte, facilitando o percurso. Isso é importante para o movimento das bikes.”

“Cities have been adapting and facilitating routes. This has been a very important factor in the mobility of the bikes.”



Bicicleta Kit Alivio – 941A.11
Kit Alivio – 941A.11

Preço sugerido em 15/03/2021: R\$ 5.990,00.
Suggested price as of March 15, 2021: R\$ 5.990,00.

HOUSTON

A empresa destaca duas bicicletas com perfil mais esportivo, que proporcionam conforto e segurança nos deslocamentos. Uma delas é a **Discovery 29 Shimano**, uma bicicleta MTB para prática leve, com transmissão Shimano Tourney. É um produto para passeios na cidade.

Mais um modelo da marca para a data dedicada aos pais é a **Mercury HT 29**, uma bicicleta indicada para todas as práticas do ciclismo. Com design moderno e freio a disco, pode ser utilizada nas atividades físicas, no lazer e como transporte no dia a dia.

*The company highlights two bicycles with a sportier profile, which provides comfort and safety when traveling. One of them is the **Discovery 29 Shimano**, an MTB bike for light practice, with Shimano Tourney transmission. It is a product for city leisure cycling.*

*Another brand model for Father's Day is the **Mercury HT 29**, a bicycle suitable for all cycling practices. With modern design and disc brake, it can be used in physical activities, leisure and as transportation in everyday life.*

Discovery 29 Shimano

Preço sugerido em 14/03/2021: R\$ 1.799,00.

Suggested price as of March 14, 2021: R\$ 1.799,00.



Mercury HT 29

Preço sugerido em 14/03/2021: R\$ 1.999,00.

Suggested price as of March 14, 2021: R\$ 1.999,00.



“O público masculino é um dos grandes consumidores, e a data dos pais, com certeza, será uma oportunidade perfeita.”

The male audience is one of the biggest consumers, and Father's Day, for sure, will be the perfect opportunity for sales”



Fotos: Divulgação

Adilson Custódio,
diretor comercial
commercial director

NATHOR

Com conceito retrô, a bicicleta urbana **Anthon 26"** apresenta design sofisticado. É dotada de componentes de alta qualidade, que agregam conforto e segurança nas atividades diárias, bem como nos momentos de lazer.

Uma característica do produto é o movimento central avançado. Com ele, o ciclista fica na posição sentado, o que facilita a pedalada. A bicicleta Anthon conta com câmbio Shimano Nexus de três velocidades, um sistema mais seguro por possuir marcha interna, sem perigo de a corrente cair.

*With sophisticated design and a vintage concept, the **Anthon 26"** urban bike features sophisticated design. It is equipped with high quality components, which add comfort and safety in daily activities, as well as in moments of leisure.*

A characteristic of the product is the advanced central movement. The cyclist is in a sitting position, which facilitates pedaling. The Anthon bike features a Shimano Nexus three-speed gearbox, a safer system because it has an internal gear, without the danger of the chain coming loose.

“A estimativa de crescimento das vendas é de 15% para 2021.”

“The growth's estimate is around 15% for 2021.”



Bicicleta Anthon 26"
Anthon 26"

Preço sugerido em 15/03/2021: a partir de R\$ 2.400,00.

Suggested price as of March 14, 2021: starting at R\$ 2.400,00.

TRACK&BIKES

A marca destaca para este Dia dos Pais as **bicicletas Troy e Kira**, ambas de aro 29 MTB, em alumínio, com 21 velocidades. Os produtos contam com passadores de câmbio Rapid Fire e pedivela tripla de alumínio.

Nos dois modelos, destaque para os aros parede dupla. As bicicletas também possuem suspensão dianteira e freio a disco. A única diferença entre os dois modelos é que a Troy tem tamanho 17 e a Kira, quadro tamanho 15. ■■

The brand highlights for this Father's Day the **Troy** and **Kira** bikes, both with 29 MTB rim, in aluminum, with 21 speeds. The products have Rapid Fire gear shifters and triple aluminum cranks.

In both models, the double-wall rims stand out. The bicycles also have front suspension and disc brakes. The only difference between the two models is that Troy has a size 17 and Kira, a size 15. ■■



Aro 29 MTB Alumínio Troy 21 velocidades
29 rim MTB Alumínio Troy 21-speed

Preço sugerido em 12/03/2021: R\$ 2.400,00 cada.

Suggested price as of March 13, 2021: R\$ 2.400,00 each.

Aro 29 MTB Alumínio Kira 21 velocidades
29 rim MTB Alumínio Kira 21-speed

Preço sugerido em 12/03/2021: R\$ 2.400,00 cada.

Suggested price as of March 13, 2021: R\$ 2.400,00 each.



Fotos: Divulgação



João Paulo Argeri,
diretor comercial
commercial director

“As pessoas buscam, cada vez mais, o chamado transporte alternativo, econômico e seguro.”

“People are increasingly looking for so-called alternative, economical, and safe transportation.”

COOKTOPS: BONITOS, EFICIENTES E BONS DE VENDA

A gás ou por indução, os cooktops dão charme à cozinha e permitem aproveitar melhor o espaço. Por isso, a categoria vem registrando bons índices de vendas, que, em janeiro e fevereiro, cresceram 25% em unidades e 53% em faturamento em relação aos mesmos meses de 2020.

Foto: Shutterstock

COOKTOPS: BEAUTIFUL, EFFICIENT AND GOOD SELLING

Gas or induction cooktops add charm to the kitchen and allow you to make the most of your space. Therefore, the category has been registering good sales rates, which in January and February grew 25% in units and 53% in revenue in relation to the same months of 2020.

Cozinha que se preza precisa ter um cooktop, ainda mais se é o homem que vai lidar com as panelas. Produto requintado, que dá charme ao ambiente, o cooktop está tão em moda quanto o ato de cozinhar. Durante a pandemia, o número de consumidores globais que cozinham por hobby pelo menos uma vez por semana aumentou em 10%, o que demonstra que o produto é sinônimo de boas oportunidades de negócios para o Dia dos Pais.

No Brasil, há algum tempo, a categoria era considerada um nicho, mas hoje está bastante consolidada e presente nas melhores cozinhas. **Em janeiro e fevereiro deste ano, as vendas de cooktops cresceram 25% em unidades e 53% em faturamento em relação aos mesmos meses de 2020. O preço médio também aumentou em 22%, no mesmo comparativo de período, segundo dados da empresa de pesquisas GfK.**

A vantagem do cooktop é a versatilidade no planejamento da cozinha. "Por não ter forno, é facilmente adaptável para instalação em espaços que têm diversas possibilidades para a distribuição do mobiliário. Ele amplia a funcionalidade da cozinha e facilita a limpeza

A self-respecting kitchen needs to have a cooktop, especially if it is the man who will handle the pans. Exquisite product, which gives charm to the environment, the cooktop is as fashionable as the act of cooking. During the pandemic, the number of global consumers who cook as a hobby at least once a week increased by 10%, which shows that the product is synonymous with good business opportunities for Father's Day.

In Brazil, for some time, the category was considered a niche, but today it is quite consolidated and present in the best cuisines. **In January and February of this year, sales of cooktops grew 25% in units and 53% in revenue compared to the same months of 2020. The average price also increased by 22%, in the same period comparison, according to data from the research company GfK.**

The advantage of the cooktop is the versatility in kitchen planning. "As it does not have an oven, it is easily adaptable for installation in spaces that have different possibilities for the distribution of furniture. It extends the functionality of the kitchen and facilitates the cleaning of areas. As it is small, compared to the





Foto: Shutterstock

das áreas. Como é pequeno, comparado ao fogão de piso, e com mesa de vidro temperado, um pano úmido é suficiente para sua higienização”, diz **Clóvis Simões, diretor comercial da Atlas Eletrodomésticos.**

TENDÊNCIAS

Há uma tendência crescente por produtos diferenciados, com design, refinamento no acabamento e robustez dos materiais utilizados na fabricação. “A presença do aço inox, das trepes de ferro fundido e de válvulas de segurança está sendo cada vez mais valorizada pelos consumidores. Outro ponto a destacar é o crescimento da demanda por modelos de indução”, conta **Felipe P. Lazzari, diretor da Tramontina.**

Os cooktops de indução são uma tendência notória no mercado, diz Henrique Fonseca, diretor de vendas e marketing da unidade de fogões da Mueller. “O ato de cozinhar sem chama ainda é incomum para muitos, porém traz aspectos bastante positivos, como a segurança, por funcionar com energia elétrica e não a

floor stove, and with a tempered glass table, a damp cloth is sufficient for its cleaning”, says **Clóvis Simões, commercial director of Atlas Eletrodomésticos.**

TENDENCIES

There is a growing trend towards differentiated products, with design, refinement in the finish, and robustness of the materials used in manufacturing. “The presence of stainless steel, cast iron trivets and safety valves is being increasingly valued by consumers. Another point to highlight is the growing demand for induction models”, says **Felipe P. Lazzari, director of Tramontina.**

Induction cooktops are a notorious trend in the market, says Henrique Fonseca, director of sales and marketing for Mueller’s stove unit. “The act of cooking without flame is still unusual for many, but it



Foto: Shutterstock

gás. O design singular e a praticidade, com o timer e a limpeza fácil, por exemplo, são outras vantagens, pois eles não têm grades nem queimadores.”

A contemporaneidade é uma característica desses produtos. “Os cooktops de indução estão aliados ao que há de mais moderno em tecnologia no mercado de cocção. Seu princípio de funcionamento parte da geração de um campo eletromagnético que aquece instantaneamente apenas a panela posicionada no local indicado, atingindo altas temperaturas em poucos segundos”, afirma **Karin P. Fischer, diretora comercial e de marketing da Fischer.**

O cooktop, sem dúvida, é um diferencial no ambiente. Por isso, conquista cada vez mais o público brasileiro. “Ele se traduz em elegância e sofisticação para a cozinha, além de ocupar pouco espaço e ser fácil de limpar. Os cooktops a gás, por terem preços mais acessíveis e não necessitarem de utensílios exclusivos, são os modelos que têm maior aceitação”, diz **Adriana Gimenes, gerente de marketing de produtos da Mondial.**

brings very positive aspects, such as safety, because it works with electricity and not gas. The unique design and practicality, with the timer and easy cleaning, for example, are other advantages, as they have no grills or burners.”

Contemporaneity is a characteristic of these products. “Induction cooktops are combined with the latest technology in the cooking market. Its principle of operation starts from the generation of an electromagnetic field that instantly heats only the pan positioned in the indicated place, reaching high temperatures in a few seconds”, says Karin P. Fischer, commercial and marketing director at Fischer.

The cooktop, without a doubt, is a differential in the environment. For this reason, it is increasingly conquering the Brazilian public. “It translates into elegance and sophistication for the kitchen, in addition to taking up little space and being easy to clean. Gas cooktops, as they have more affordable prices and do not require exclusive utensils, are the models that have the greatest acceptance”, says Adriana Gimenes, product marketing manager at Mondial.

BELEZA NA COZINHA

A cozinha sempre foi o coração da casa, lembra Anildo Warmling, gerente da Fogatti. “Houve um momento em que as pessoas se afastaram dela, mas o retorno foi muito forte nos últimos anos, tanto que aumentou a procura por cozinhas com bancadas, as chamadas ilhas, porque geram conforto para as pessoas que gostam de ver o preparo da comida. Isso reforça a interferência do layout da cozinha na escolha do cooktop.”

Hoje, há duas vertentes importantes. “De um lado, temos o movimento gourmet, que busca maior potência de chamas, suportes de panela robustos, indução, controle e design profissional. De outro, estão as cozinhas embutidas, que vêm ganhando a casa de muitos brasileiros. Modelos com design moderno, compactos e que se encaixam em qualquer cozinha são a tendência nesse segmento”, afirma **Renata Dirickson, gerente de categoria da Electrolux.**

Tecnologia e eficiência na cozinha definem esses produtos. “Seu design deixa o ambiente mais contemporâneo e requintado, além de facilitar a limpeza. Os produtos mais procurados são os que possuem quatro ou cinco bocas, com chama simples. Os modelos de indução vêm ganhando mercado, pois são seguros, eficientes e fáceis de limpar”, diz **Cristiane Clausen, diretora-geral da Britânia e da Philco.**

BEAUTY IN THE KITCHEN

The kitchen has always been the heart of the house, recalls Anildo Warmling, Fogatti's manager. “There was a time when people walked away from it, but the return has been very strong in recent years, so much so that the demand for kitchens with countertops, the so-called islands, has increased because they create comfort for people who like to see the food being prepared. This reinforces the intersection of the kitchen layout in the choice of the cooktop.”

Today, there are two important aspects. “On the one hand, we have the gourmet movement, which seeks greater potency of flames, robust pot holders, induction, control and professional design. On the other, are the built-in kitchens, which have been winning the home of many Brazilians. Models with a modern design, compact and that fit in any kitchen are the trend in this segment”, says **Renata Dirickson, category manager at Electrolux.**

Technology and efficiency in the kitchen define these products. “Its design makes the environment more contemporary and refined, in addition to facilitating cleaning. The most popular products are those with four or five mouths, with a simple flame. Induction models are gaining market share, as they are safe, efficient and easy to clean”, says **Cristiane Clausen, general director of Britânia and Philco.**



ATLAS ELETRODOMÉSTICOS

Tem cooktops de quatro e cinco bocas. Um destaque é o **Atlas Agile Up Glass**, com queimadores forjados em alumínio, o que assegura maior facilidade de limpeza e durabilidade das peças, acendimento superautomático e trempes circulares, que fixam melhor as panelas. Tem mesa de vidro temperado com novo design, que amplia o espaço para cozinhar, e manípulos removíveis. O modelo de cinco bocas vem com um queimador tripla chama, com 3,3 kW de potência, o que agiliza o preparo das refeições.

Outro produto, o **Cooktop Turbo Dako Branco** é de vidro temperado com borda infinita na cor branca Cristal Clear, que não amarela devido à tecnologia utilizada na fabricação da tinta. O de cinco bocas tem 68,5 cm de largura por 11,8 cm de altura e 46 cm de profundidade, e o de quatro bocas, 59,6 cm x 11,8 cm x 46 cm. Possui trempes de ferro fundido, acendimento superautomático e trava de segurança, ou seja, o botão só gira se for pressionado. É bivolt e apresentado também na cor preta.

Some cooktops have four and five burners. A highlight is the **Atlas Agile Up Glass**, with burners made in aluminum, which ensures greater ease of cleaning and durability of the pieces, super-automatic ignition and circular trims, which better fix the pots. It has a new design tempered glass table, which expands the space for cooking, and removable handles. The five-burner model comes with a triple flame burner, with 3.3 kW of power, which speeds up meal preparation.

Another product, the **White Cooktop Turbo Dako** is tempered glass with an infinite border in Cristal Clear white, which is not yellow due to the technology used in the manufacture of the paint. The five mouths are 68.5cm wide by 11.8cm high and 46cm deep, and the four burners, 59.6cm x 11.8cm x 46cm. It has cast iron trivets, super-automatic ignition and safety lock, that is, the button only rotates if pressed. It is bivolt and also available in black.

Cooktop Agile UP Glass
Cooktop Agile UP Glass



Fotos: Divulgação



Clóvis Simões,
diretor comercial
commercial director



Cooktop Turbo Dako Branco
White Cooktop Turbo Dako

Preços sugeridos em 23/04/2021:
entre R\$ 469,00 (modelos de quatro bocas)
e R\$ 1.109,00 (cinco bocas).

Suggested price as of April 23, 2021:
between R\$ 469,00 (4-burner model) and
R\$1.109,00 (five-burner).

BRITÂNIA

A marca disponibiliza uma linha completa de cooktops para os pais que têm prazer em cozinhar. Seu modelo de indução, o **BCT04P**, possui tecnologia sem chama e é seguro e eficiente. Conta com nove níveis para o controle de temperatura.

O produto tem função Calor Turbo, display digital, painel touch, queimador para recipientes de 12 cm a 21 cm, desligamento automático de segurança e proteção antiderramamento. O cooktop reconhece panelas com fundo de material magnético.

*The brand offers a complete line of cooktops for fathers who enjoy cooking. Its induction model, the **BCT04P** has flameless technology and is safe and efficient. It has nine levels for temperature control.*

The product has a Turbo Heat function, digital display, touch panel, burner for containers from 12cm to 21cm, automatic safety shutdown, and anti-spill protection. The cooktop recognizes pots with a magnetic material bottom.



Cooktop BCT04P

Preço sugerido em 22/04/2021: R\$ 580,00.

Suggested price as of April 22, 2021: R\$ 580,00.

ELECTROLUX

O modelo **IE6SF**, com display TFT, sensor de temperatura e design inovador, e o **IE8FB** são os tops da linha de indução da marca. O **IE8FB** é para os pais que já são quase chefs, devido à exclusiva função Flexibridge, uma zona flexível que, além de possibilitar a colocação das panelas de várias maneiras, possui a função Chef – ao mover a panela, a temperatura se altera imediatamente, o que é ideal para reduzir um molho, por exemplo.

Para os pais gourmets expandirem suas experiências na cozinha, disponibiliza, também, o cooktop a gás GF75X, que oferece acabamento profissional. Conta com trepes de ferro fundido, robustas e firmes, além de acabamento resistente em aço inox.

The **IE6SF** models, with TFT display, temperature sensor and innovative design, and the **IE8FB** are the tops of the induction line of the brand. The **IE8FB** is for fathers who are already almost chefs, due to the exclusive Flexibridge function, a flexible area that in addition to allowing the placement of pots in various ways, has the Chef function – for example when you move the pot, the temperature changes immediately, which is ideal for reducing a sauce.

For the gourmet fathers to expand their experiences in the kitchen, the GF75X gas cooktop is also available, offering a professional finish. It has cast iron trusses, robust and firm, in addition to a resistant stainless-steel finish.



Cooktop IE6SF

Fotos: Divulgação



Renata Dirickson,
gerente de categoria
category manager



Cooktop IE8FB

FISCHER

O mais recente lançamento da marca é o **fogão cooktop TOP 5 Q**, dotado da exclusiva tecnologia híbrida. Ou seja, é um produto que tem queimadores a gás e elétricos, o que proporciona maior flexibilidade na hora de cozinhar. Com design contemporâneo, possui o Fischer TEC, sistema de LEDs que indica temperaturas iguais ou acima de 50°C na mesa, garantindo maior segurança durante o uso, potência total de 11.230 W, trempes de ferro fundido, manipuladores de metal mais resistente e acabamento sofisticado.

Na linha **Infinity**, lança três modelos de **cooktops 5Q T**, em três cores: preto, branco puro e vermelho rouge. Os produtos estão entre os mais potentes do mercado, com total de 11.590 W. Contam com queimadores de tecnologia italiana de alta eficiência e durabilidade. Suas trempes são de ferro fundido e o suporte delas é em easy clean esmaltado, conferindo ainda mais design e praticidade aos modelos.

*The most recent launch of the brand is the **TOP 5Q cooktop stove**, equipped with exclusive hybrid technology. That is, it is a product that has gas and electric burners, which provides greater flexibility when cooking. With contemporary design, Fischer TEC has an LED system that indicates temperatures equal to or above 50°C on the table, ensuring greater safety during use, total power of 11,230W, cast iron trivets, more resistant metal manipulators, and sophisticated finishing.*

*In the **Infinity** line it launches three models of **5Q T cooktops**, in three colors: black, pure white and rouge red. The products are among the most powerful on the market, with a total of 11,590W. They have burners of Italian technology with high efficiency and durability. Their trivets are made of cast iron and their support is in easy-clean enamel, giving even more design and practicality to the models.*



Fogão cooktop Fischer 5Q Top elétrico/gás mesa vitrocerâmica
Fischer TOP 5Q cooktop stove: electric/gas glass ceramic table

Preço sugerido em 22/04/2021: R\$ 3.799,00.

Suggested price as of April 22, 2021: R\$ 3.799,00.



Fogão cooktop Fischer 5Q TC Infinity branco puro

Fischer 5Q TC Infinity pure white

Preço sugerido em 22/04/2021: R\$ 1.169,00.

Suggested price as of April 22, 2021: R\$ 1.169,00.



Karin P. Fischer,
diretora comercial
e de marketing
*commercial and
marketing director*

FOGATTI

Para os pais com perfil gastronômico, a empresa indica o **cooktop V500TC**, com cinco bocas e vidro esmaltado. Apresenta layout espaçoso e muito seguro para quem tem filhos, pois o Sistema PIN permite que a trempe permaneça fixa e não se mova durante o uso, evitando acidentes domésticos.

O cooktop conta com três tipos de chamas diferenciadas para atender às necessidades de preparo das refeições. São dois queimadores de chama média, dois de chama grande e um tripla chama, que acelera o cozimento e é para panelas de tamanho grande. Os cooktops da marca estão classificados com o selo Conpet A, e o aquecimento é feito por combustão com GLP.

*For fathers with a gastronomic profile, the company recommends the **V500TC cooktop**, with five burners and enameled glass. It has a spacious and very safe layout for those who have children, as the PIN System allows the trivet to remain fixed and not move during use, avoiding domestic accidents.*

The cooktop has three different types of flames to meet the needs of preparing meals. There are two medium flame burners, two large flame and a triple flame, which speeds up cooking and for larger pots. The brand's cooktops are classified with the Conpet A seal, and the heating is done by combustion with LPG.



Cooktop 5 bocas a gás V500TC vidro esmaltado Fogatti preto
Fogatti 5-burner Gas Cooktop V500TC: black enameled

Preço sugerido em 20/04/2021: R\$ 699,99.

Suggested price as of April 20, 2021: R\$ 699,99.

Fotos: Divulgação

MONDIAL

Tem três modelos a gás, que oferecem design, praticidade e alta potência. O **cooktop CTG-01** tem quatro bocas, que podem ser usadas ao mesmo tempo: um queimador ultrarrápido (3.300 W), um rápido (2.850 W) e dois semirrápidos (1.750 W). Com potência total de 9.650 W, dispõe de registros com By Pass, para melhor regulação de chamas altas e baixas, acendimento automático, botões com detalhes de aço inox e removíveis, trepes esmaltadas individuais e mesa de vidro temperado.

Outro produto é o **cooktop 5 bocas tripla chama CTG-03**, com potência total de 13.350 W. Todas as bocas podem ser utilizadas ao mesmo tempo. São dois queimadores semirrápidos (1.750 W), um rápido (2.850 W), um ultrarrápido (3.300 W) e um tripla chama (3.700 W). Também tem registros com By Pass, acendimento automático, botões exclusivos com detalhes de aço inox e removíveis, trepes esmaltadas individuais e mesa de vidro temperado.

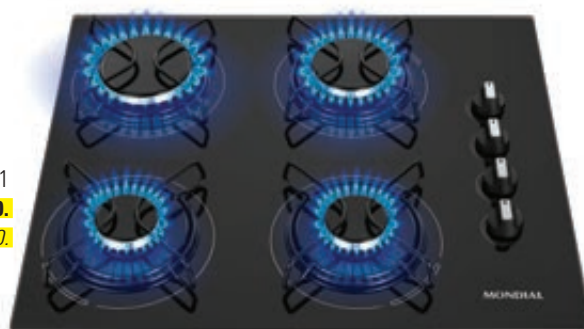
*It has three gas models, which offer design, practicality and high power. The **CTG-01 cooktop** has four burners, which can be used at the same time: an ultra-fast burner (3,300W), a fast burner (2,850W) and two semi-fast burners (1,750W). With a total power of 9,650W, it has registers with By Pass, for better regulation of high and low flames, automatic ignition, buttons with removable stainless-steel details, individual enameled trivets and tempered glass table.*

*Another product is the **CTG-03 triple-burner 5-burner cooktop**, with a total power of 13,350W. All burners can be used at the same time. There are two semi-fast burners (1,750W), one fast (2,850W), one ultra-fast (3,300W) and a triple flame (3,700W). It also has registers with By Pass, automatic ignition, exclusive buttons with stainless steel and removable details, individual enameled trivets and tempered glass table.*

Cooktop CTG-01

Preço sugerido em 28/04/2021: R\$ 489,90.

Suggested price as of April 28, 2021: R\$ 489,90.



Cooktop CTG-03

Preço sugerido em 28/04/2021: R\$ 699,90.

Suggested price as of April 28, 2021: R\$ 699,90.

MUELLER

Segurança é prioridade nos produtos da marca. Um exemplo é a grade de seis pontos de apoio, presente em toda a linha de cooktops a gás. O **cooktop Tripla Chama, com cinco bocas**, tem grade de ferro fundido e queimadores como o auxiliar, para receitas que ficam mais saborosas com chama bem baixa. O queimador central tripla chama é indicado para preparos que exigem maior potência, como a selagem de uma carne.

Para os pais gourmets, que gostam de um ambiente mais minimalista, mas não abrem mão de praticidade e precisão, disponibiliza o **cooktop de indução, com quatro bocas**. A variedade de potência dessa linha é ampla, vai de 1 a 9, além da opção turbo, que oferece total controle no preparo das receitas. O produto, com mesa vitrocerâmica, tem painel touch e timer digital de até 99 minutos.

Safety is a priority in the brand's products. An example is the grid of six support points, present in the entire line of gas cooktops. The **Triple Flame cooktop, with five burners**, has a cast iron grill and burners as the auxiliary, for recipes that are get tastier with at a low flame. The triple flame central burner is indicated for preparations that require greater power, such as the sealing of a meat.

For gourmet fathers, who like a more minimalist environment, but do not give up practicality and precision, it offers the **induction cooktop with four burners**. The range of power of this line is wide, ranging from 1 to 9, in addition to the turbo option, which offers total control in the preparation of recipes. The product, with glass ceramic table, has touch panel and digital timer of up to 99 minutes.



Cooktop Mueller de cinco bocas, tripla chama
Mueller 5-burner, triple flame cooktop

Preço sugerido em 16/04/2021: R\$ 769,00.

Suggested price as of April 16, 2021: R\$ 769,00.

Fotos: Divulgação



Henrique Fonseca,
diretor de vendas e
marketing da unidade
de fogões
*director of sales and
marketing for stove unit*



Cooktop Mueller de quatro bocas, de indução turbo
Mueller 4-burner, turbo induction

Preço sugerido em 16/04/2021: R\$ 2.999,00.

Suggested price as of April 16, 2021: R\$ 2.999,00.

PHILCO

Destaca o **modelo a gás PCT041**, com maior potência nas chamas, que atende diversos preparos, dos simples aos sofisticados. Conta com acendimento superautomático elétrico (Snap in) e quatro queimadores, sendo um rápido, com 3.000 W, e três semirrápidos, com 1.750 W.

O cooktop possui tampo em inox, trepes de ferro fundido, pressão 2,8 kPa para GLP e 2,0 kPa para GN, e registro com travas max e min. Compacto, o produto apresenta design sofisticado, que deixa a cozinha mais elegante. É fácil de limpar.

*It highlights the **PCT041 gas model**, with greater flame power, which meets various preparations, from simple to sophisticated. It has super automatic electric ignition (Snap in) and four burners, one fast, with 3,000W, and three semi-fast, with 1,750W.*

The cooktop has a stainless-steel top, cast iron trivets, pressure 2.8 kPa for LPG and 2.0 kPa for GN, and a register with max and min locks. Compact, the product features sophisticated design, which makes the kitchen more elegant. It is easy to clean.



Cooktop PCT041, quatro bocas
4-burner PCT041 cooktop

Preço sugerido em 22/04/2021: R\$ 950,00.

Suggested price as of April 22, 2021: R\$ 950,00.

TRAMONTINA

Oferece mais de 30 modelos, alguns premiados internacionalmente e no Brasil, que atendem às diversas especificações nos quesitos design, materiais e cores. O **cooktop Penta Plus 5GX TRI HE Safestop 90** tem mesa de aço inox AISI 304, trepes de ferro fundido e válvula de segurança, que corta o gás caso a chama se apague. Destaque para o queimador tripla chama deslocado e com potência de 4,10 kW, características que tornam o produto semiprofissional.

Outro cooktop, o **New Slim Lune Touch 4EI 90** é por indução, o que garante maior rapidez no cozimento, menor consumo de energia, maior segurança e facilidade na limpeza. Seu formato de queimadores "em linha" garante ergonomia e facilidade no uso em comparação aos modelos de cooktops tradicionais. Conta com a função booster, que aumenta a potência para dar maior rapidez ao aquecimento do alimento, e timer. ■■

*It offers more than 30 models, some awarded internationally and in Brazil, which meet the various specifications in terms of design, materials and colors. The **Penta Plus 5GX TRI HE Safestop 90 cooktop** has AISI 304 stainless-steel table, cast iron trivets and safety valve, which cuts off the gas if the flame goes out. Highlight for the displaced triple flame burner with a power of 4.10 kW, characteristics that make the product semi-professional.*

*Another cooktop, the **New Slim Lune Touch 4EI 90** is by induction, which guarantees faster cooking, less energy consumption, more safety and easier cleaning. Its "in-line" burner format ensures ergonomics and ease of use compared to traditional cooktop models. It has the booster function, which increases the power to speed up the heating of the food, and timer. ■■*



Cooktop New Slim Lune Touch 4EI 90
New Slim Lune Touch 4EI 90 cooktop

Preço sugerido em 14/04/2021: R\$ 5.499,00.

Suggested price as of April 14, 2021: R\$ 5.499,00.

Fotos: Divulgação



Felipe P. Lazzari,
diretor
director



Cooktop Penta Plus 5GX TRI HE Safestop 90
Penta Plus 5GX TRI HE Safestop 90 cooktop

Preço sugerido em 14/04/2021: R\$ 3.469,00.

Suggested price as of April 22, 2021: R\$ 3.469,00.

VACINAÇÃO E A CONFIANÇA NO FUTURO

VACCINATION AND TRUSTING THE FUTURE

JOSÉ JORGE DO NASCIMENTO JR.
**PRESIDENTE DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE FABRICANTES
DE PRODUTOS ELETROELETRÔNICOS (ELETROS)**

*PRESIDENT OF THE NATIONAL ASSOCIATION OF
MANUFACTURERS OF ELECTRO-ELECTRONIC PRODUCTS (ELETROS)*



Foto: Divulgação

Ainda que haja intercorrências e atrasos na vacinação, a compra de mais de 560 milhões de doses pelo Ministério da Saúde é uma boa notícia e indica que o país está unificado no entendimento de que esse é o caminho para superarmos a crise sanitária.

Por isso, devemos olhar para o futuro com confiança. Ainda no segundo semestre, considerando as previsões mais pessimistas, poderemos ter mais de 50% da população vacinada e, no primeiro trimestre de 2022, deveremos ter a totalização. Se esse cenário se confirmar de fato, nos concentraremos com mais foco na retomada da economia.

Enquanto isso, cabe a nós, da indústria, indicar ao poder público que estamos no mesmo contexto e que, juntos, poderemos avançar de forma mais rápida e efetiva. As medidas de estímulo à economia, como o auxílio emergencial, assim como os programas para preservação dos empregos, são fundamentais agora. É importante avançar nas agendas estruturantes, que se busquem a simplificação e, se possível, a redução da carga tributária, mas sem deixar de lado as políticas de desenvolvimento regionais.

Apesar de um momento econômico um pouco mais desafiador, o fator positivo surpresa, que no ano passado foi o auxílio emergencial, talvez agora, em 2021, seja a vacina.

Desse modo, esse conjunto de iniciativas aliadas à vacinação nos levará para um outro patamar, e, assim, daremos conta do recado de cumprir a previsão de crescimento do PIB, que é de 3,5%, ou até mesmo ir além disso. ■■

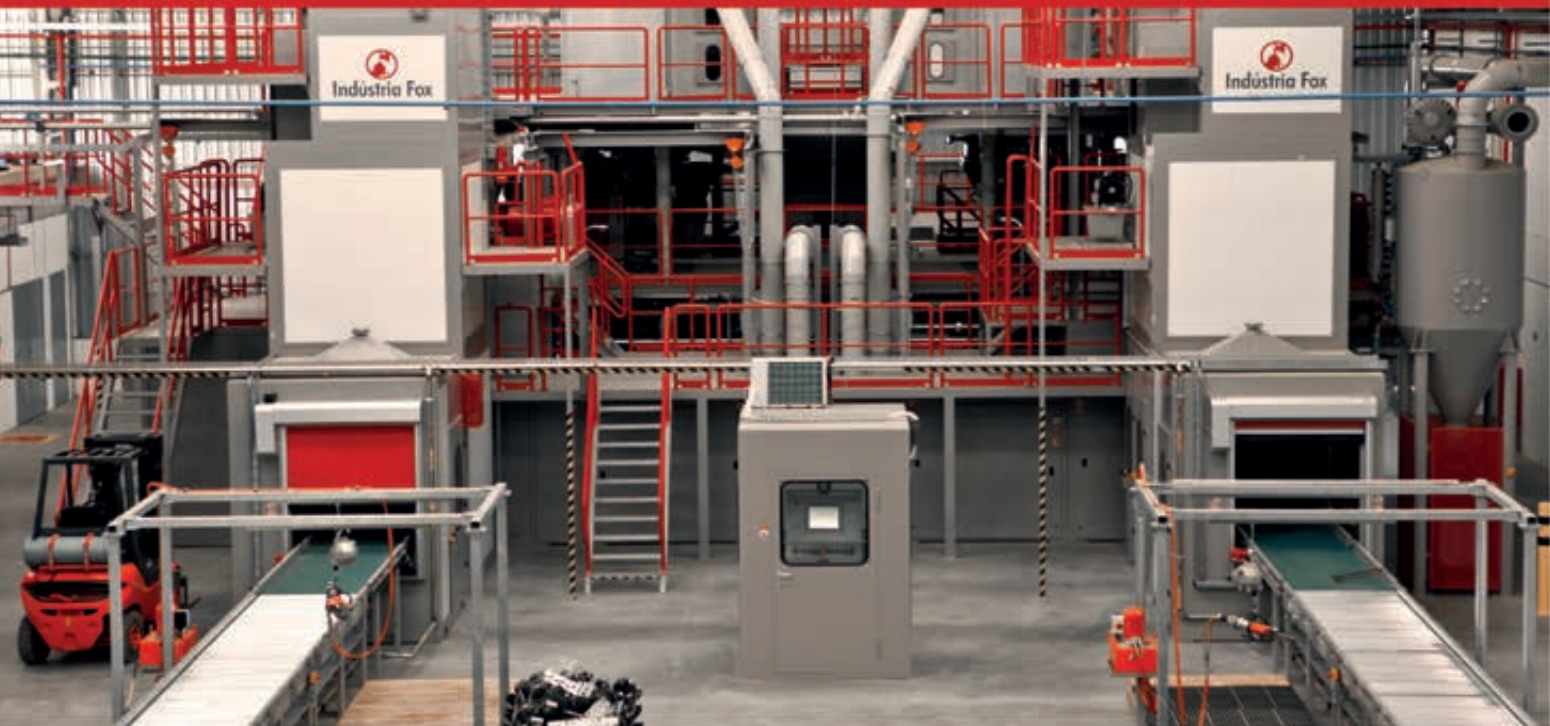
Although there are complications and delays in vaccination, the purchase of more than 560 million doses by the Ministry of Health is good news and indicates that the country is unified understanding that this is the way to overcome the current health crisis.

Therefore, we must look to the future with confidence. Considering the more pessimistic forecasts, by the second semester we may have more than 50% of the population vaccinated and in the first quarter of 2022, we should have close to 100%. If this scenario, in fact, is confirmed we will focus closely on the recovery of the economy.

In the meantime, it is up to us in the industry to indicate to the government that we are in the same page and together we can move forward more quickly and effectively. Measures to stimulate the economy, such as emergency aid, as well as programs to preserve jobs, are essential now. It is important to move forward in structured agendas, seeking simplification and if possible, the reduction of the tax burden, nonetheless without neglecting regional development policies.

Despite of a slightly more challenging economic moment, the positive surprise factor, which last year was emergency aid, in 2021, is the vaccine.

Thus, this set of initiatives coupled with vaccination will take us to another level, and, consequently, we will take care of fulfilling the forecast of 3,5% GDP growth or even going beyond that. ■■



Vista geral / Planta de reciclagem industrial

Robustez e Inovação, 10 anos de Brasil!

Olhando à iminente PNRS, no dia 10 de setembro de 2010, inaugurávamos a primeira indústria de produção reversa na América do Sul e apresentávamos ao mundo a inovação tecnológica in loco de tratamento dos gases HCFCs, em apenas 10 meses, edificações e equipamento estavam prontos e ainda hoje, possuímos a maior capacidade instalada de reciclagem industrial de lixo eletrônico do continente.

Desde então, ficou gravado em nosso DNA a capacidade de operacionalizar projetos complexos em um curto espaço de tempo.

Com os mais altos padrões de gestão, um time qualificado e ambidestro, maximizamos nossas áreas de atuação mercadológica com práticas constantes de inovação incremental, sem perder o apetite pela disrupção, essa estrutura moderna de arquitetura empresarial, nos levou a inclusão de tecnologias para reciclar todos os tipos de lixo eletrônico, além de apresentar ao mercado disrupções constantes.

Nossa arquitetura empresarial nos organizou em pilares que possuem alicerces à economia circular. Reciclagem, remanufatura, eficiência energética, créditos de carbono com alta taxa de adicionalidade, comercialização e distribuição, fazem parte do nosso dia a dia e para sustentar o dinamismo, criamos a Tecnologia Fox, empresa totalmente imersa em tecnologias 4.0, que garante base sólida e segura para nossa operação. Pouco tempo depois, sentimos a necessidade de aumentar o controle da cadeia, com isso provemos sistema logístico, munidos de frota própria que hoje atua em longa distância e em ambiente urbano.



Unidade de manufatura reversa de refrigeradores

Sempre à frente do seu tempo e criando disrupção no mercado, em 2015 atuamos para tornar as normas 15.833 – manufatura reversa de equipamentos com refrigeração e a 16.156 – Resíduos de equipamentos eletroeletrônicos – requisitos às atividades de manufatura reversa e certificáveis, assim, nos tornando a primeira indústria do país a receber essa certificação que hoje é exigência ao atendimento do decreto 10.240/2020, que estabelece as metas e diretrizes de descarte de eletroeletrônicos pós-consumo, colocando a Fox em posição de vanguarda à atuação frente ao decreto.

Outra disrupção apresentada ao mercado brasileiro foi provida pelo time de tecnologia. Concebemos em 2016 um software totalmente integrado com apps, que permite o mais alto controle das operações. Essa ferramenta é totalmente customizável e se beneficia dos sensores dos smartphones à geração de dados, permitindo atender diversos requisitos de nossos clientes, internos e externos.

“Concebemos em 2016 um software totalmente integrado com apps, que permite o mais alto controle das operações”

Observada pelo mercado, como uma empresa com altas práticas de ESG, desenvolvemos um projeto especial para um grande fabricante de linha branca. Projeto de remanufatura de produtos, cuja premissa era qualidade, proteção da marca, transparência e rastreabilidade plena, assim surge a Tudo Bônus, plataforma circular onde comercializamos produtos remanufaturados, fruto de nossas operações. Novamente com disrupção de mercado, a plataforma concebida por nossos desenvolvedores, apresentou ao mercado práticas inovadoras e excelência de operação que pode ser vista na nota do Reclame aqui, apresentando-se superior à grandes varejos do mercado, além de um crescimento

mensal de mais de dois dígitos desde sua criação.

Hoje, nossa organização estimula a ambidestria empresarial, atuando com foco na excelência da operação e assim iniciamos uma nova jornada de disrupção na digitalização e automação em parceria com nossa cadeia de valor, que inclui fabricantes e importadores de eletrônicos, transportadoras, assistências técnicas, consumidores e plataformas parceiras de e-commerce. Nosso ecossistema digital impulsionado 100% em soluções cloud foi vencedor da prestigiada chamada 2020 de “tecnologias 4.0” do FINEP, pela qual recebemos uma subvenção financeira de R\$ 3,4 milhões.



Instalações da Indústria Fox Cabreúva, São Paulo

Além disso, nossa landscape de processos que resulta em um ambiente alavancado por robotic process automation e permite que colaboradores virtuais atuem como bots prestando serviços na economia circular foi escolhido pela agência alemã de fomento DEG a ser apoiado no âmbito de soluções inovadoras e sustentáveis de destaque com aproximadamente R\$ 3,6 milhões. A DEG apoia nosso sistema piloto de logística reversa de eletroeletrônicos e sua governança de economia circular abrangente, visando automatizar 100% do reporting ambiental requisitado de todos os players da cadeia circular a partir de uma environmental registry que gera transparência e rastreabilidade onde cabível e alimenta todos os órgãos relevantes na esfera federal e estadual automaticamente com as informações requisitadas.



UMA NOVA JORNADA PARA A INDÚSTRIA E O VAREJO

Agora, indústria e varejo terão que se mover de forma estratégica para ganhar o jogo em um ano desafiador.

A NEW JOURNEY FOR INDUSTRY AND RETAIL

Now, the industry and retail will have to move strategically to win the game in a challenging year.

Inovar para oferecer produtos premium com preço acessível é um desafio a ser superado pela indústria em 2021. E o varejo tem outro, tão importante quanto, que é o de propor ao consumidor crédito e prazo de pagamento, como indicam as análises e avaliações da GfK sobre o primeiro trimestre de 2021. **"No período, foi constatada queda na venda de eletroeletrônicos em unidades, apesar do faturamento bastante expressivo, sustentado pelo aumento do preço médio. Isso leva a um conservadorismo nas previsões para este ano", diz Fernando Baialuna, diretor de atendimento ao varejo & retail da empresa.**

One of the challenges the industry has to overcome in 2021 is to innovate by offering premium products at an affordable. And the retail space has yet another, just as important, which is to offer consumers credit and payment terms, as indicated by GfK's analyzes and evaluations over the first quarter of 2021. **"In the period, there was a drop in the sale of electronics in units, despite the very significant revenue sustained by the increase in the average price. This leads to conservatism in the forecasts for this year", says Fernando Baialuna, director of retail & retail services at the company.**

BALANÇO DO 1º TRIMESTRE - 1ST QUARTER BALANCE SHEET

Há grandes diferenças entre 2020 e 2021. As classes média e alta continuarão consumindo, mas as classes menos favorecidas terão mais dificuldades, inclusive porque o auxílio emergencial abrangeu 70 milhões de pessoas no ano passado, mas, agora, abrangerá 40 milhões, com o agravante de o valor ser menor. A demanda reprimida segue como oportunidade de vendas fu-

There are big differences between 2020 and 2021. The middle and upper classes will continue to consume, but the less favored classes will have more difficulties, because the emergency aid covered 70 million people last year, but now it will cover 40 million, with the aggravating factor of a lesser value than last year. The pent-up demand continues as an opportunity for future sales, mainly in classes C and D, but the challenge is to stimulate consumption in scenarios of lower income and purchasing power. As an example, laptops have a potential demand of 16 million units over a three-year horizon.



Foto: Divulgação

Fernando Baialuna,
diretor de atendimento ao varejo & retail
retail & retail service director

The market is going through an interesting moment for the consumer, says Ricardo Moura, head MCI Brazil of GfK. "Consumers are no longer so interested in brands; their loyalty has decreased. They are focused on the price of the product, especially in the case of small appliances. Class C did not put a lot of money into online shopping, but in 2020, the main categories had an increase in sales in this channel. The search for price, generated strong pressure on physical stores, which tends to grow for small and medium retailers. The consumer will give up quality for price."

NEW OUTLOOK

Clearly, aspirational products continue to have a lot of value. There is a greater search for premiumization, but



Foto: Shutterstock

turas, principalmente nas classes C e D, mas o desafio é estimular o consumo num cenário de menores renda e poder de compra. A título de exemplo, notebooks têm um potencial de demanda de 16 milhões de unidades num horizonte de três anos.

O mercado passa por um momento interessante para o consumidor, afirma Ricardo Moura, head MCI Brazil da GfK. "O consumidor não está mais tão interessado nas marcas, sua fidelidade diminuiu. Ele está voltado para o preço do produto, principalmente no caso de small appliances. A classe C não colocava um grande dinheiro na compra online, mas, em 2020, as principais categorias tiveram aumento nas vendas nesse canal. A busca por preço gerou uma pressão robusta nas lojas físicas, o que tende a crescer para o pequeno e médio varejista. O consumidor vai abrir mão da qualidade em função do preço."

NOVO OLHAR

Evidentemente, os produtos aspiracionais continuam a ter muito valor. Há uma busca maior pela premiação, mas as empresas terão que buscar alternativas para defender sua margem de lucro. No caso dos smartphones, por exemplo, o consumidor quer, comprovadamente, uma câmera potente, mas os demais features não estarão no mesmo nível de qualidade se



Foto: Divulgação

Ricardo Moura,
head MCI Brazil

“A criatividade será essencial no processo produtivo da indústria, bem como para o varejo otimizar o seu mix. É uma nova jornada para os negócios.”

“Creativity will be essential in the industry’s production process, as well as for retailers to optimize their mix. It is a new journey for business.”

companies will have to look for alternatives to defend their profit margin. In the case of smartphones, for example, the consumer wants a powerful camera, but the other features will not be at the same level of quality if the price has to be lower. Creativity will be essential in the industry’s production process, as well as for retailers to optimize their mix. It is a new business journey.

*On the other hand, the consumer is much more attentive and informed, highlights Fernando. “The outlook is more conservative and challenging. We are dealing with a situation that has no precedent. There is the macroeconomic scenario in the country and, consumer insecurity in relation to maintaining their jobs and income. **Optimism is directly related to sales behavior in the home appliance and electronics sector.**”*

*There is an additional point at this moment, explains Ricardo. “The upper middle class will not catch a breath for consumption in 2021, the peak was in 2020. This year is for replacement. The purchase will take place in case of product breakdown. **The purchase will be fluid between the physical and the online. The process will continue to go hand in hand - the so-called figital. Those who did not make this integration lost ground.**” ■■*

o preço tiver que ser mais baixo. A criatividade será essencial no processo produtivo da indústria, bem como para o varejo otimizar o seu mix. É uma nova jornada para os negócios.

Por outro lado, o consumidor está muito mais atento e informado, destaca Fernando. “O panorama é mais conservador e desafiador. Estamos lidando com uma situação que não tem precedentes. Há o cenário macroeconômico do País e, também, a insegurança do consumidor em relação à manutenção de seu emprego e renda. **O otimismo tem uma relação direta com o comportamento das vendas do setor de eletrodomésticos e eletroeletrônicos.**”

No presente momento há um ponto adicional, explica Ricardo. “A classe média alta não terá grande fôlego para o consumo em 2021, o ápice foi em 2020. Este ano é de reposição, ou seja, a compra se dará em caso de quebra do produto. **A compra será fluída entre o físico e o online. O processo continuará caminhando de forma conjunta – o chamado figital. Quem não fez essa integração perdeu terreno.**” ■■■

“Evidentemente, os produtos aspiracionais continuam a ter muito valor. Há uma busca maior pela premiunização, mas as empresas terão que buscar alternativas para defender sua margem de lucro.”

“Clearly, aspirational products continue to have a lot of value. There is a greater search for premiumization, but companies will have to look for alternatives to defend their profit margin.”

2021 1ST QUARTER PRODUCTS **PRODUTOS DO 1º TRI DE 2021**

ASPIRADORES ROBÔ

cresceram 285% em unidades, 353% em valor e 18% em preço.

ASPIRADORES DE PÓ

aumento de 13% em unidades vendidas e 60% em valor.

FRITADEIRAS ELÉTRICAS

registraram 80% de crescimento em valor e 29% em volume.

NOTEBOOKS

tiveram crescimento de 20% em unidades, 76% em valor e 48% em preço. A categoria de informática, inclusive acessórios, tende a ter um ano mais favorável até pela instituição do homeschooling.

MERCADO GAMER

o videogame console cresceu 138% em valor e 19% em volume.

SMARTPHONES

aumentaram em 34% em valor e tiveram queda de 3% em volume.

ROBOT VACUUM CLEANERS: grew 285% in units, 353% in value and 18% in price.
VACCUM CLEANERS: increase of 13% in units sold and 60% in value.
ELECTRIC FRYERS: recorded 80% growth in value and 29% in volume.
GAMER MARKET: the video game console grew 138% in value and 19% in volume.

LAPTOPS/NOTEBOOKS: grew 20% in units, 76% in value and 48% in price. The IT category, including accessories, tends to have a more favorable year even due to the homeschooling model.
SMARTPHONES: grew 34% in value and dropped 3% in volume.

ELETROLAR SHOW IMPULSIONA OS NEGÓCIOS NOS MERCADOS INTERNO E EXTERNO

A maior e mais importante feira B2B da América Latina, um marco na conexão entre a indústria e o varejo de eletroeletrônicos, será realizada de 4 a 7 de outubro de 2021.

ELETROLAR SHOW BOOSTS BUSINESS IN THE DOMESTIC AND FOREIGN MARKETS

The largest and most important B2B event in Latin America, a milestone in the connection between the electronics industry and retail, will be held from October 4 to 7, 2021.

ALL CONNECTED



CARLOS CLUR:

“ESTA É A HORA DE FAZER UM GRANDE TRABALHO PARA A PLENA REATIVAÇÃO DOS NEGÓCIOS.”

“This is the time to do a great job for the full reactivation of business.”

FEIRAS E EVENTOS - TRADE SHOWS AND EVENTS

Criada para efetivar negócios e sólidas parcerias, a Eletrolar Show representa a melhor oportunidade para as empresas divulgarem suas marcas, ampliarem o networking e fortalecerem a relação com os clientes. **Contatos iniciados em uma feira, como demonstra o histórico dos 15 anos da Eletrolar Show, têm resultados muito positivos e abrem caminho para a ampliação dos mercados interno e externo.**

A feira otimiza as negociações, tem excelente custo-benefício e é a que mais desperta o interesse da mídia. Jornalistas de todo o Brasil e de vários países vão ao evento para apresentar os lançamentos em seus veículos. **“Este é um ano especial. A feira vai marcar o reencontro face to face da indústria com o varejo, o mais apropriado para impulsionar os negócios, e terá muitos diferenciais”, afirma Carlos Clur, presidente do Grupo Eletrolar, organizador da Eletrolar Show.**

Em 2021, no Transamerica Expo Center, serão apresentados mais de 2 mil lançamentos, 700 marcas e 10 mil produtos, diz Carlos. **“Para fomentar os negócios, patrocinaremos, com passagem aérea e hospeda-**

Created to establish business and solid partnerships, Eletrolar Show represents the best opportunity for companies to promote their brands, expand networking and strengthen the relationship with customers. **Contacts initiated at the trade show, as demonstrated by the history of Eletrolar Show's 15 years, have had very positive results and opened the way for the expansion of the domestic and foreign markets.**

The trade show optimizes negotiations, has excellent cost-benefit and is the one that awakens the media interest. Journalists from all over Brazil and from several countries come to the event to present the launches in their vehicles. **“This is a special year. The trade show will mark the face-to-face reunion of the industry with retail, the most appropriate to boost business, and will have many differentials”, says Carlos Clur, president of the Eletrolar Group, organizer of the Eletrolar Show.**

In 2021, at the Transamerica Expo Center, more than 2 thousand launches, 700 brands and 10 thousand products will be presented, says Carlos. **“To promote business, we will sponsor, with airfare and accommodation, the travel of buyers who represent 30 thousand points of sale from all over the country and abroad. We will also have a system for pre-scheduling meetings between exhibitors and buyers. This is the time to do a great job for the full reactivation of business.”**

INTERACTIVITY

The 15th Eletrolar Show will have interactive and experimentation spaces, with new technologies. **Arena Gamer** will present innovative launches in the category, which gained even more importance in the first two

“A Eletrolar Show otimiza as negociações, tem excelente custo-benefício e é a feira que mais desperta o interesse da mídia.”

“Eletrolar Show optimizes negotiations, has excellent cost-benefit and is the fair that awakens the media interest.”



gem, a viagem de compradores que representam 30 mil pontos de venda de todo o País e do exterior. Também teremos um sistema de pré-agendamento de reuniões entre expositores e compradores. Essa é a hora de fazer um grande trabalho para a plena reativação dos negócios.”

INTERATIVIDADE

A 15ª Eletrolar Show terá espaços interativos e de experimentação, com novas tecnologias. A **Arena Gamer** apresentará lançamentos inovadores da categoria, que ganhou ainda maior importância nos dois primeiros meses deste ano. Só as vendas de console de videogame cresceram 27% na comparação com janeiro e fevereiro de 2020.

Mais uma novidade é a **Casa Conectada**, um espaço de inovação e de lançamentos, com ambientes construídos para a instalação de dispositivos e, também, com experimentação. Estudos mostram que 80% dos brasileiros se interessam por esses produtos, cujas vendas devem triplicar nos próximos dois anos.

Outro espaço é a **Arena de Mobilidade Urbana**, que mostrará produtos e soluções para as cidades. É mais um mercado em franca expansão, como provam as vendas de bicicletas adultas nos dois primeiros meses deste ano, quando cresceram 10% em unidades e 54% em faturamento na comparação com 2020.

CENÁRIO DOS MERCADOS

Na 15ª Eletrolar Show, a empresa de pesquisas GfK fará uma análise do comportamento dos mercados do Brasil, da Argentina, do Chile, do Peru e da Bolívia. Especialistas abordarão o desempenho de cada categoria do segmento de eletroeletrônicos e o comportamento do consumidor. ■■

Para fomentar os negócios, o Grupo Eletrolar patrocinará, com passagem aérea e hospedagem, a viagem de compradores que representam 30 mil pontos de venda de todo o País e do exterior.

To promote business, the Eletrolar Group will sponsor, with airfare and accommodation, the trip of buyers representing 30 thousand points of sale from all over the country and abroad.

months of this year. Video game console sales alone grew 27% compared to January and February 2020.

Another novelty is the **Casa Conectada (Connected House)**, a space for innovation and launches, with environments built for the installation of devices and also with experimentation. Studies show that 80% of Brazilians are interested in these products, whose sales are expected to triple in the next two years.

Another space is the **Arena de Mobilidade Urbana (Urban Mobility Arena)**, which will showcase products and solutions for cities. It is yet another booming market, as sales of adult bicycles grew 10% in units and 54% in revenue compared to 2020 in the first two months of this year.

MARKET SCENARIO

At the 15th Eletrolar Show, the research company GfK will analyze the behavior of the markets in Brazil, Argentina, Chile, Peru and Bolivia. Specialists will address the performance of each category of the electronics segment and consumer behavior. ■■





Foto: Shutterstock



AGORA É PARA VALER!

Este ano marca, oficialmente, o início da implementação do Decreto Federal 10.240/2020, aprovado em fevereiro de 2020, após uma década de discussões.

NOW IT'S FOR REAL!

This year officially marks the beginning of the implementation of Federal Decree 10.240 / 2020, approved in February 2020, after a decade of discussions.

RECICLAGEM DE ELETROS - RECYCLING OF APPLIANCES AND ELECTRONICS

Demorou, mas o decreto chegou e está em vigor. O desafio é grande, e são ousadas as metas para o ecossistema. **"Todos devem atender a essas metas e aos produtos mencionados no decreto, pois o sucesso de cada etapa depende da participação e colaboração dos entes da cadeia", diz Sérgio de Carvalho Maurício, presidente da Associação Brasileira de Reciclagem de Eletroeletrônicos e Eletrodomésticos (Abree), em entrevista para Eletrolar News.**

COMO SERÁ A CONTRIBUIÇÃO DE CADA ELO DA CADEIA?

SÉRGIO DE CARVALHO MAURÍCIO – A contribuição começa com o consumidor, para que leve seus produtos aos pontos de coleta, e segue com o varejo, que abriga pontos de coleta para que o consumidor tenha alternativas de descarte de forma ambientalmente correta. Aí começa o trabalho da Abree, que representa seus associados (fabricantes, importadores, distribuidores) para a logística reversa e a reciclagem de eletrodomésticos e eletroeletrônicos. Nossas atenções estão voltadas à construção desse ecossistema, como a mais antiga e representativa entidade gestora que define, organiza e gerencia os resíduos sólidos, implementando sistemas coletivos de logística reversa.

Abree também sinaliza a importância de o consumidor se atentar não só à vigilância de seus dados na hora do descarte, como enfatiza a importância de que seja criada uma cultura no País de que os produtos no fim de seu ciclo de vida sejam entregues em pontos de recebimento para que tenham destino ambientalmente correto.

It took a while, but the decree arrived and is in effect. It is a big challenge, and the goals for the ecosystem are daring. **"Everyone must meet these goals and the products mentioned in the decree, as the success of each stage depends on the participation and collaboration of the entities in the chain", says Sérgio de Carvalho Maurício, president of the Brazilian Association for the Recycling of Electronics and Appliances (Abree), in an interview for Eletrolar News.**

HOW WILL EACH LINK IN THE CHAIN CONTRIBUTE?

SÉRGIO DE CARVALHO MAURÍCIO – The contribution begins with the consumer, who takes his/her products to the collection points. Then, it continues with the retailer, which houses collection points so that the consumer has alternatives for disposal in an environmentally correct manner. This is where Abree's work begins, it represents its associates (manufacturers, importers, distributors) for reverse logistics and the recycling of appliances and electronics. Our attention is focused on the construction of this ecosystem, as the oldest and most representative management entity that defines, organizes and manages solid waste, implementing collective reverse logistics systems.

Abree also points out the importance of the consumer paying attention not only to the surveillance of their data at the time of disposal, but also emphasizes the importance of creating a culture in the country where the products at the end of their life cycle are delivered to points of receipt so that they have an environmentally correct destination.



Foto: Shutterstock

“O decreto prevê o início das metas em 2021. Talvez, mais para o final deste ano, a Abree e o mercado tenham um percentual do volume coletado para a reciclagem. O decreto prevê 1% dos produtos fabricados, em peso, em 2018. Ou seja, 1% de todo o material colocado no mercado.”

The decree foresees the start of targets in 2021. Perhaps, towards the end of this year Abree and the market will have a percentage of the volume collected for recycling. The decree anticipates 1% of products manufactured, by weight, in 2018. That is, 1% of all material placed on the market.

QUAIS OS CUSTOS COM QUE OS SETORES ENVOLVIDOS TERÃO QUE ARCAR?

SCM – Como entidade sem fins lucrativos e por questão da nossa submissão ao CADE (fomos a primeira entidade gestora a se submeter ao conselho no País), temos vedação e não discutimos preço nem competitividade por se tratar de associados concorrentes entre si.

Um ponto relacionado a custos é a questão fiscal, e buscamos a desburocratização do sistema de logística reversa. Como o Brasil é um país de dimensão continental, temos o desafio de transportar os resíduos entre estados para o envio à reciclagem e visamos à desoneração desse transporte por se tratar de interesse ambiental e porque as obrigações fiscais sobre o produto já foram recolhidas.

Estamos tentando resolver isso com alguns estados porque, quando o produto é descartado, ele já teve toda a tributação de sua cadeia paga, e não faz sentido, no pós-consumo, ser cobrado outro tributo.

QUAIS AS MAIORES DIFICULDADES PARA A RECICLAGEM?

SCM – A conscientização da população é uma delas. O brasileiro precisa desenvolver essa questão da sustentabilidade, ainda vemos lixo descartável nos rios. Além disso, nem todos os estados têm destinação adequada. Nas cidades que já têm filosofia de descarte, como Curitiba (PR), o trabalho é mais simples.

WHAT COSTS WILL THE SECTORS INVOLVED HAVE TO BEAR?

SCM – As a non-profit entity and due to our submission to CADE (we were the first management entity to defer to the board in the country), we are prohibited and do not discuss price or competitiveness as these are competing members.

A point related to costs is the tax issue, and we seek to reduce the bureaucracy of the reverse logistics system. Brazil is a country with a continental dimension, we have the challenge of transporting waste between states for recycling and we aim to exempt this transport because it is of environmental interest, and because the tax obligations on the product have already been collected. We are trying to resolve this with some states because, when the product is discarded, it has already had all of its chain tax paid, and it makes no sense, in post-consumption, to be taxed again.

WHAT ARE THE BIGGEST DIFFICULTIES FOR RECYCLING?

SCM – The population awareness is one of them. Brazilians need to develop this sense of sustainability; we still see disposable garbage in the rivers. In addition, not all states have an adequate destination. In cities that already have a disposal philosophy, such as Curitiba (PR), the work is simpler.



Foto: Divulgação

SÉRGIO DE CARVALHO MAURÍCIO

“Estamos desenvolvendo com o varejo um projeto de trade in, isto é, o varejo oferta ao consumidor, na compra de um novo produto, a entrega do antigo, de forma a proporcionar um desconto ou o descarte de forma ambientalmente correta.”

We are developing a trade in project with retailers. The retailer offers the consumer the delivery of the old product in the purchase of a new one, in order to provide a discount or to dispose of it in an environmentally correct manner.

HÁ PREVISÃO DE QUANTO SERÁ COLETADO NESTE ANO?

SCM – O decreto prevê o início das metas em 2021. Talvez, mais para o final deste ano, a Abree e o mercado tenham um percentual do volume coletado para a reciclagem. **O decreto prevê 1% dos produtos fabricados, em peso, em 2018. Ou seja, 1% de todo o material colocado no mercado.**

COMO É FEITO O DESCARTE DOS PRODUTOS?

SCM – O consumidor é responsável pelo envio do produto até um ponto de coleta da sua cidade. O trabalho de logística reversa começa a partir do recebimento, mas o trabalho da Abree engloba também o credenciamento dos pontos de coleta através de parcerias e treinamento para as operações. Um ponto de recebimento de produtos é uma área para recepção e destinação final dos eletroeletrônicos e eletrodomésticos, acordado entre a associação e o respectivo parceiro, que pode ser do varejo ou prefeituras, por exemplo.

Classificamos esses pontos para que o consumidor tenha informação sobre onde pode descartar cada tipo de produto, a fim de dar a destinação ambientalmente adequada a ele. Procuramos posicionar os pontos de recebimento perto do centro de consumo. Isso reduz os custos. O mecanismo é que todos sejam divididos por categoria, com espaços para receber produtos de grande porte e de tamanho médio, que são mais fáceis de armazenar. Podem ser colocados ao lado de um coletor dentro do varejo, por exemplo. Estamos nos cercando de modalidades para receber produtos de gran-

IS THERE A FORECAST OF HOW MUCH WILL BE COLLECTED THIS YEAR?

SCM – The decree foresees the start of targets in 2021. Perhaps, towards the end of this year Abree and the market will have a percentage of the volume collected for recycling. **The decree anticipates 1% of products manufactured, by weight, in 2018. That is, 1% of all material placed on the market.**

HOW IS THE PRODUCT DISPOSED OF?

SCM – The consumer is responsible for sending the product to a collection point in your city. Reverse logistics starts on receipt, but Abree’s work also includes the accreditation of collection points through partnerships and training for operations. A product receiving point is an area for the unloading and final destination of electronics and home appliances, agreed between the association and the respective partner, which can be retail or city halls, for example.

We classify these points so that the consumer has information on where to dispose of each type of product in order to give it an environmentally appropriate destination. We try to position the receiving points close to consumers centers. This reduces costs. The mechanism is that they are all divided by category, with spaces to receive large and medium-sized products, which are easier to store. They can be placed next to a collector inside the retail, for example. We are surrounding ourselves with modalities to receive

de dimensão e criando mecanismos para aumento da capilaridade de recebimento.

Outra forma de atuação da associação é por meio de parcerias com a municipalidade, o que é um processo muito positivo, pois permite fácil absorção em espaços já criados, como os ecopontos. As municipalidades com as quais temos parcerias já têm práticas de recebimento de eletrodomésticos e eletroeletrônicos, como as operações cata-treco e cata-bagulho.

Estamos desenvolvendo com o varejo um projeto de trade in, isto é, o varejo oferta ao consumidor, na compra de um novo produto, a entrega do antigo, de forma a proporcionar um desconto ou o descarte de forma ambientalmente correta.

QUANTOS PONTOS DE RECEBIMENTO HÁ NO PAÍS?

SCM – Conquistamos a abertura de 1.300 pontos de recebimento por todo o Brasil, e o aumento será de forma gradual. Estamos em constante desenvolvimento e implementação de mais pontos de recebimento. Temos três linhas de atuação: municípios, parcerias (empresas) e os varejistas, que fazem parte do processo, porque é por meio deles que acontece o contato fácil com o consumidor. Hoje, temos seis municípios do Estado de São Paulo. Pretendemos, também, atingir consórcios para ter mais escala.

A IMPLEMENTAÇÃO OCORRE MESMO SEM A PADRONIZAÇÃO DE QUESTÕES FISCAIS NO DESCARTE DE PRODUTOS?

SCM – Sim, ela ocorre mesmo sem essa padronização, porque o Decreto Federal 10.240/2020, aprovado em fevereiro de 2020, assim prevê. A fiscalização no descarte e no trânsito entre estados acontece em esfera estadual e, de qualquer forma, teremos que executar a operação. Nosso trabalho é auxiliar no esclarecimento para que a operação ocorra de forma desburocratizada. ■■

large-scale products and creating mechanisms to increase the receiving branches.

Another manner the association acts is through partnerships with the municipality, which is a very positive process, as it allows for easy absorption in spaces already created, such as ecopoints. The municipalities with which we have partnerships already have practices for receiving appliances and electronics, such as “cata-treco” and “cata-bagulho” operations.

We are developing a trade in project with retailers. The retailer offers the consumer the delivery of the old product in the purchase of a new one, in order to provide a discount or to dispose of it in an environmentally correct manner.

HOW MANY RECEIVING POINTS ARE THERE IN THE COUNTRY?

SCM – We have expanded to 1,300 receiving points throughout Brazil, and the increase will be gradual. We are constantly developing and implementing more receiving points. We have three lines of action: municipalities, partnerships (companies) and retailers, because it facilitates contact with the consumer. Today, we have six municipalities in the State of São Paulo. We also intend to reach consortia to be able to scale further.

DOES THE IMPLEMENTATION OCCUR EVEN WITHOUT THE STANDARDIZATION OF TAXATION ON DISPOSED PRODUCTS?

SCM – Yes, it occurs even without this standardization, because Federal Decree 10.240 / 2020, approved in February 2020, provides so. Inspection on disposal and transit between states takes place at the state level and, in any case, we will have to carry out the operation. Our job is to assist in clarifying, so that the operation takes place in a less bureaucratic way. ■■

No site <http://abree.org.br/seliga/> as pessoas podem verificar qual o ponto de coleta mais próximo de onde estão.



<http://abree.org.br/seliga/> in this site you can access information on the nearest receiving point to you.



Foto: Shutterstock

PASSO A PASSO DA LEGISLAÇÃO

LEGISLATION: STEP BY STEP

Com a implementação, este ano, do sistema de reciclagem de eletrodomésticos e eletroeletrônicos, o segmento vivencia uma nova fase. Nesta entrevista, **Fabrizio Soler, professor e consultor jurídico internacional em resíduos e logística reversa**, esclarece os principais aspectos do Decreto Federal 10.240/2020.

HABILITAÇÃO DOS PRESTADORES DE SERVIÇOS

É feita por entidade gestora, como a Abree, que segue os critérios técnicos com base nas legislações ambientais aplicáveis ao setor, bem como as regras de segurança do trabalho vigentes no País.

ENTREGA DE PRODUTOS

O consumidor é responsável por entregar o produto em um ponto de coleta da sua cidade. Nenhum produto, independentemente do seu porte, tamanho ou condição, será recusado nos pontos de recebimento. **As embalagens dos produtos podem ser descartadas nos pontos de recebimento da mesma forma. Os produtos, porém, não devem ser embalados para o descarte.**

DESCARTE DE PRODUTOS DE GRANDE PORTE

O consumidor, conforme o decreto, tem o dever de descartar o produto de forma ambientalmente correta. Produtos de grande porte devem ser entregues pelo consumidor no sistema de logística reversa. Ele arcará com os custos e despesas relacionados às providências de descarte, de acordo com o artigo 18 e seu parágrafo único do Decreto Federal.

ARTIGO 18 E PARÁGRAFO ÚNICO

Art. 18. Não serão custeados pelo mecanismo financeiro de que trata este capítulo os custos e as despesas relacionados às providências necessárias ao descarte dos produtos eletroeletrônicos.

Parágrafo único. Os custos e as despesas de que trata o caput serão arcados exclusivamente pelo consumidor ou pela pessoa que realize o descarte, sem qualquer ônus para as empresas, as entidades gestoras ou os participantes do sistema de logística reversa.

This year, with the implementation of the recycling system for home appliances and electronics, the segment is experiencing a new phase. In this interview, **Fabrizio Soler, professor and international legal consultant in waste and reverse logistics**, clarifies the main aspects of Federal Decree 10.240 / 2020.

QUALIFICATION OF SERVICE PROVIDERS

It is carried out by a management entity, such as Abree, which follows the technical criteria based on the environmental legislation applicable to the sector, as well as the work safety rules enforced in the country.

DELIVERY OF PRODUCTS

The consumer is responsible for delivering the product to a collection point in his city. No product, regardless of size, size or condition, will be refused at the receiving points. **The product packaging can be disposed of at the receiving points in the same way. The products, however, must not be packaged for disposal.**

DISPOSAL OF LARGE PRODUCTS

The consumer, according to the decree, has the duty to dispose of the product in an environmentally



Foto: Divulgação

FABRÍCIO SOLER

OBRIGAÇÕES DA INDÚSTRIA, DO VAREJO E DE DISTRIBUIDORES

Os comerciantes são obrigados, no âmbito do sistema de logística reversa, a informar aos consumidores, nos pontos de recebimento, as suas responsabilidades. Esses pontos têm por função receber, acondicionar e armazenar temporariamente os produtos eletroeletrônicos descartados pelos consumidores, cabendo aos varejistas efetuar a devolução deles aos fabricantes e aos importadores.

Compete aos distribuidores incentivar os varejistas que fazem parte de sua cadeia comercial a aderirem às entidades gestoras, informar aos estabelecimentos varejistas sobre o processo de operacionalização da logística reversa e disponibilizar ou custear os espaços físicos para os pontos de consolidação a serem utilizados no sistema.

Cabe aos fabricantes e aos importadores, no âmbito do sistema de logística reversa, dar destinação final ambientalmente adequada, preferencialmente para reciclagem, à totalidade dos produtos eletroeletrônicos que forem recebidos pelo sistema. Devem, também, participar da execução dos planos de comunicação e de educação ambiental não formal.

correct manner. Large products must be delivered by the consumer in the reverse logistics system. He will bear the costs and expenses related to the disposal measures, in accordance with article 18 and its sole paragraph of the Federal Decree.

ARTICLE 18 AND SINGLE PARAGRAPH

Art. 18. The costs and expenses related to the measures required to dispose of electronic products will not be borne by the financial mechanism referred to in this chapter.

Single paragraph. The costs and expenses covered by the caput will be borne exclusively by the consumer or by the person who performs the disposal, without any burden for companies, management entities or participants in the reverse logistics system.

OBLIGATIONS OF INDUSTRY, RETAIL AND DISTRIBUTORS

Merchants are obliged, within the scope of the reverse logistics system, to inform consumers, at the receiving points, of their responsibilities. These points have the function of receiving, conditioning and temporarily storing the electronic products discarded by consumers, and retailers are responsible for returning them to manufacturers and importers.

It is up to distributors to encourage retailers that are part of their commercial chain to join the management entities, inform retail establishments about the operationalization process of reverse logistics, and make available or pay for the physical spaces for the consolidation points to be used in the system.

It is up to manufacturers and importers, within the scope of the reverse logistics system, to give an



Foto: Shutterstock

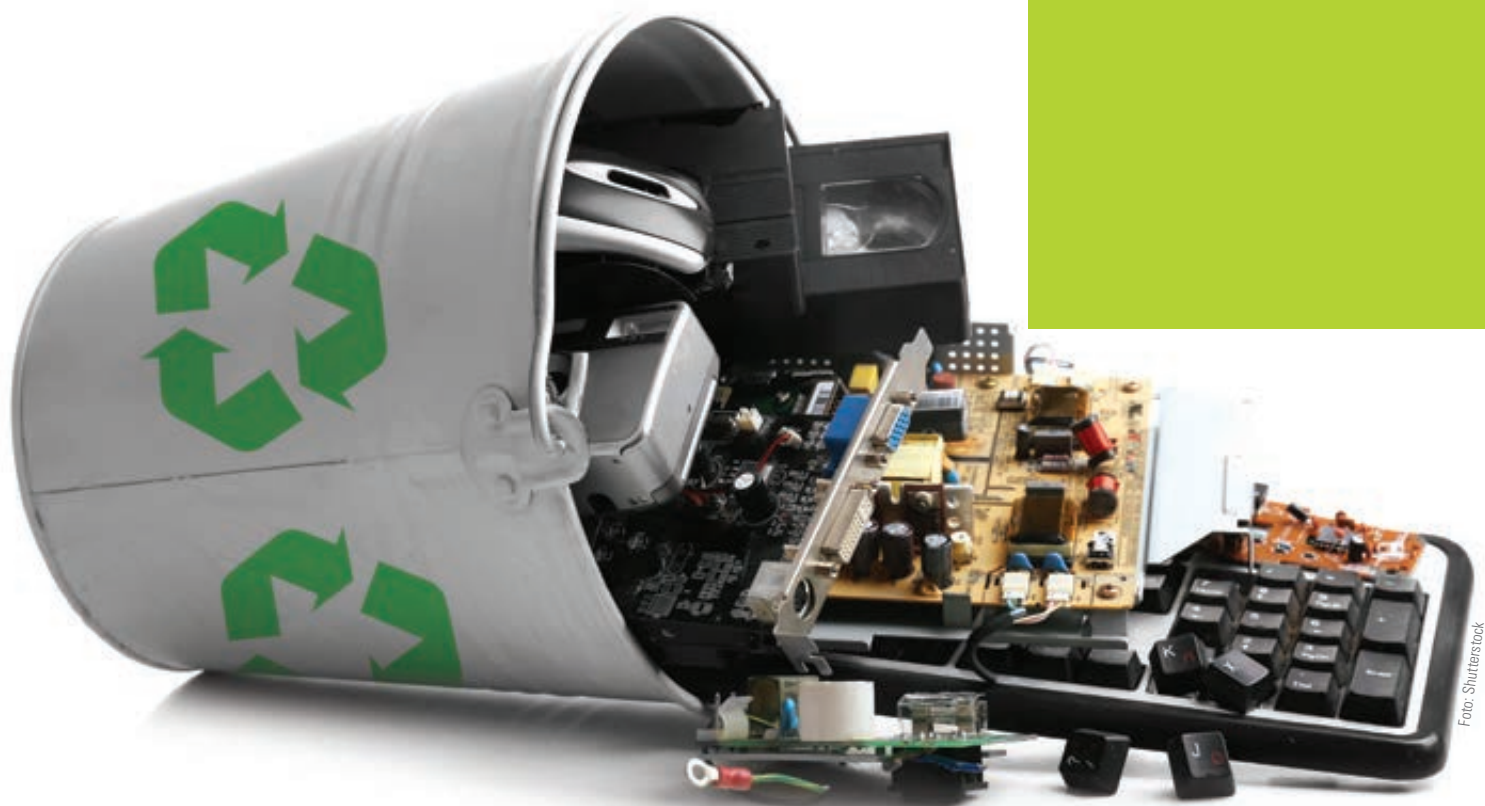


Foto: Shutterstock

AUTORIZAÇÃO PARA RECEBIMENTO DE PRODUTOS

É necessário que se tenha a autorização de uma entidade gestora para tornar-se um ponto de recebimento, pois é preciso fazer uma avaliação do espaço, localização e outros critérios para que seja efetiva a coleta de produtos. Hoje, a Abree conta

com 49 associados, que representam cerca de 167 marcas. O movimento de criar uma cultura de logística reversa no Brasil cresce, e toda a cadeia de varejistas, distribuidores e importadores está mobilizada para que isso ocorra de forma mais rápida e eficaz.

RECURSOS FINANCEIROS

Os recursos financeiros necessários à sustentabilidade econômica do sistema de logística reversa serão repassados pelas empresas por meio de pagamento direto às entidades gestoras na proporção correspondente à sua participação no mercado de uso doméstico.

Esses recursos contemplarão todas as fases da operação do sistema de logística reversa, incluída a execução dos planos de comunicação e de educação ambiental não formal. Eles serão fixados de forma diferenciada para cada tipo de produto eletroeletrônico e definidos de acordo com critérios técnicos e econômicos e com as particularidades do produto, sendo observados os índices oficiais de reajuste.

environmentally appropriate final destination, preferably for recycling, to all the electronic products that are received by the system. They must also participate in the implementation of communication plans and non-formal environmental education.

AUTHORIZATION TO RECEIVE PRODUCTS

It is necessary to have the authorization of a management entity to become a receiving point, as it is necessary to make an assessment of the space, location and other criteria in order for the collection of products to be effective. Today, Abree has 49 associates, representing around 167 brands. The movement to create a culture of reverse logistics in Brazil grows, and the entire chain of retailers, distributors and importers is mobilized to make this happen more quickly and effectively.

FINANCIAL RESOURCES

The financial resources necessary for the economic sustainability of the reverse logistics system will be transferred by the companies through direct payment to the management entities in the proportion corresponding to their participation in the domestic market.

These resources will cover all phases of the operation of the reverse logistics system, including the execution

RECICLAGEM DE ELETROS - RECYCLING OF ELECTRONICS

RESPONSABILIDADE DAS EMPRESAS GESTORAS

A responsabilidade é com a execução das ações relacionadas à estruturação, à implementação, à gestão e à operação do sistema de logística reversa de produtos eletroeletrônicos de uso doméstico e seus componentes e de suas embalagens.

PILHAS, BATERIAS E LÂMPADAS

Esses produtos não são eletroeletrônicos e, por isso, o seu sistema de logística reversa possui regras diferentes.

GRUPO DE ACOMPANHAMENTO DE PERFORMANCE

O Grupo de Acompanhamento de Performance (GAP) é composto por representantes de entidades de âmbito nacional do setor privado, representativas dos fabricantes, importadores, distribuidores, comerciantes e entidades gestoras.

Compete ao GAP acompanhar a implementação e a operacionalização do sistema de logística reversa dos produtos eletroeletrônicos; identificar e avaliar dificuldades, conflitos e obstáculos à estruturação, à implementação e à operacionalização do sistema; debater resultados de estudos, dados, avaliações, relatórios, projetos e informações sobre a logística reversa; propor a revisão periódica anual do cronograma e das metas do sistema de logística reversa, incluídas as de implantação e de estruturação progressiva e as metas regionais, a serem submetidas à avaliação do Ministério do

of communication plans and non-formal environmental education. They will be fixed in a different way for each type of electronic product and defined according to technical and economic criteria, as well as with the particularities of each product, while observing the official readjustment indexes.

RESPONSIBILITY OF MANAGEMENT COMPANIES

The responsibility is with the execution of actions related to the structuring, implementation, management and operation of the reverse logistics system for household electrical and electronic products and their components and their packaging.

BATTERIES AND LAMPS

These products are not electronics and, therefore, their reverse logistics system has different rules.

PERFORMANCE MONITORING GROUP

The Performance Monitoring Group (GAP) is composed of representatives of national entities from the private sector, representing manufacturers, importers, distributors, traders and management entities.

GAP is responsible for monitoring the implementation and operation of the reverse logistics system for electronic products; identify and evaluate difficulties, conflicts and obstacles to the structuring, implementation and operationalization of the system; discuss results of studies, data, evaluations, reports, projects and information on reverse logistics; propose a periodic annual schedule review of goals of the reverse logistics system, including those for implementation and progressive structuring and regional goals, in order to be submitted to the assessment of the Ministry



Foto: Shutterstock



Cabe aos fabricantes e aos importadores dar destinação final ambientalmente adequada, preferencialmente para reciclagem, à totalidade dos produtos eletroeletrônicos que forem recebidos pelo sistema.”

“It is up to manufacturers and importers to give an environmentally appropriate final destination, preferably for recycling, to all the electronic products that are received by the system.”

Meio Ambiente; entre outras atribuições fixadas pelo regulamento da União.

EMPRESAS QUE RECEBEM OS PRODUTOS X ENTIDADES GESTORAS

Atualmente, empresas ou varejistas que abrigam pontos de recebimento não são obrigados a ser associados a alguma entidade. Porém a forma mais fácil de dar a destinação final aos produtos coletados é por meio de uma entidade gestora, que os auxiliará retirando os eletrodomésticos e eletroeletrônicos recebidos e gerenciando todo o fluxo, que é bastante complexo, para desmontagem e reciclagem.

FISCALIZAÇÃO

A responsabilidade de fabricantes, importadores, distribuidores, comerciantes e das entidades gestoras será aferida de forma individualizada, com a avaliação do cumprimento das respectivas obrigações, nos termos do disposto no Decreto Federal nº 10.240/2020, observadas as competências fiscalizatórias do órgão do Sistema Nacional de Meio Ambiente (Sisnama).

EDUCAÇÃO AMBIENTAL

O plano de comunicação e educação ambiental não formal está baseado em dois requisitos:

- Divulgar a implantação do sistema de logística reversa para os envolvidos em suas etapas operacionais, principalmente para os consumidores.
- Estimular o descarte de produtos eletroeletrônicos e suas embalagens nos pontos de recebimento do sistema de logística reversa. ■■

of the Environment; among other tasks established by the Union regulation.

COMPANIES THAT RECEIVE PRODUCTS VS. MANAGEMENT ENTITIES

Currently, it is not an obligation for companies or retailers that host receiving points to be associated with any entity. However, the easiest way to give the final destination to the collected products is through a management entity, which will assist them in removing the appliances and electronics received and manage the entire flow, which is quite complex, for disassembly and recycling.

AUDITING

The responsibility of manufacturers, importers, distributors, traders and management entities will be assessed on an individual basis, with the assessment of compliance with the respective obligations, in accordance with the provisions of Federal Decree No. 10.240 / 2020, while observing the supervisory powers of the body of the National System of Environment (Sisnama).

ENVIRONMENTAL EDUCATION

The non-formal environmental education and communication plan is based on two requirements:

- Publicize the implementation of the reverse logistics system to those involved in its operational stages, mainly to consumers.
- Encourage the disposal of electronic products and their packaging at the receiving points of the reverse logistics system. ■■

por / by Leda Cavalcanti

ESG

PARA UM MUNDO MAIS ÉTICO: VENCE QUEM CRIA VALOR

Priorizar a eficiência energética, reduzir a emissão de carbono, respeitar consumidores e fornecedores e criar diversidade nas equipes são práticas da pauta ESG.

ESG FOR A MORE ETHICAL WORLD: WHOEVER CREATES VALUE WINS

Prioritizing energy efficiency, reducing carbon emissions, respecting consumers and suppliers and creating team diversity are practices of the ESG agenda.

Uma sigla de apenas três letras tornou-se um diferencial competitivo das empresas nos dias atuais. Ela direciona investimentos e tem peso na decisão de compra, que hoje leva em conta a postura da empresa e sua atuação em pontos como meio ambiente, saúde, segurança e diversidade de colaboradores, responsabilidade com fornecedores e consumidores, política de remuneração e direitos dos acionistas.

Embora tenha maior visibilidade hoje, a sigla **ESG (Environmental, Social and Governance)** nasceu há 17 anos, quando o Banco Mundial fez a publicação *Who cares wins* (Ganha quem se importa), em parceria com o Pacto

A three-letter acronym has become a competitive advantage for companies today. It directs investments and has a bearing on the purchase decision, which today takes into account the company's posture and its performance in areas such as the environment, health, safety and diversity of employees, responsibility to suppliers and consumers, remuneration policy and shareholder rights.

Although it has greater visibility today, the acronym **ESG (Environmental, Social and Governance)** was born 17 years ago, when the World Bank published *Who cares wins*, in partnership with the United Nations

Foto: Shutterstock



Global da Organização das Nações Unidas (ONU), cujo secretário-geral era Kofi Annan. Dirigida a presidentes de grandes instituições financeiras do mundo, tinha o objetivo de obter respostas dos bancos sobre como integrar os fatores ESG ao mercado de capitais e deu origem à adoção de critérios ambientais, sociais e de governança, que hoje fazem parte da estratégia de muitas empresas.

A **Whirlpool** é uma delas. Colocou o foco em estratégias e iniciativas responsivas de ESG, afirma **Douglas Reis, diretor de assuntos regulatórios e sustentabilidade da empresa**. "Atingimos níveis recordes de baixo consumo de energia e água por eletrodoméstico

Global Pact (UN), whose secretary-general was Kofi Annan. Aimed at presidents of major financial institutions in the world, it aimed to obtain answers from banks on how to integrate ESG factors into the capital market and gave rise to the adoption of environmental, social and governance criteria, which today are part of the strategy of many companies.

***Whirlpool** is one of them. It has focused on responsive ESG strategies and initiatives, says **Douglas Reis, director of regulatory affairs and sustainability for the company**. "We reached record levels of low energy and water consumption by a manufactured appliance*

fabricado e obtivemos verificação externa sobre o relato de nossas emissões de gases de efeito estufa (GEE). Estamos no caminho para superar as metas estabelecidas pelo Acordo do Clima de Paris. Também adotamos as iniciativas internacionais voltadas à sustentabilidade, como o Pacto Global da ONU.”

Implementar uma estratégia de ESG garante que as empresas estão comprometidas com os três principais pilares de sustentabilidade de uma organização, diz Douglas. “Dentro da Whirlpool, acreditamos que negócios que se comprometem com as melhores práticas de gestão acabam tendo uma operação sustentável em diversos aspectos, incluindo o econômico e a gestão de riscos. Como consequência, geram resultados melhores ao longo do tempo. É uma das mais importantes estratégias de longevidade de uma organização.”

A SIGLA NAS EMPRESAS

ESG é um dos principais pilares da **Via**, conta **Vanessa Romero, embaixadora de sustentabilidade da empresa.** “Em nossa governança, vale destacar a reestruturação na gestão, em 2019, e os resultados consistentes alcançados desde então, reafirmando o compromisso da companhia com a transparência, a ética e as questões ambientais. Além disso, estamos empoderando as áreas de diversidade e sustentabilidade, incluímos duas novas executivas em nosso comitê para serem embaixadoras da empresa.”

O investimento ESG, ou sustentável, é um dos principais legados da pandemia, diz Vanessa. “Além de con-



Fotos: Divulgação

VANESSA ROMERO,
EMBAIXADORA DE SUSTENTABILIDADE DA VIA
VIA SUSTAINABILITY AMBASSADOR

and obtained external verification on the reporting of our greenhouse gas (GHG) emissions. We are on track to exceed the goals set by the Paris Climate Agreement. We also adopted international initiatives aimed at sustainability, such as the UN Global Pact.”

Implementing an ESG strategy ensures that companies are committed to an organization's three main sustainability pillars, says Douglas. “Within Whirlpool, we believe that businesses that are committed to the best management practices end up having a sustainable operation in several aspects, including economic and risk management. As a consequence, they generate better results over time. It is one of the most important longevity strategies for an organization.”

THE ACRONYM IN COMPANIES

ESG is one of the main pillars of **Via**, says **Vanessa Romero, the company's sustainability ambassador.** “In our governance, it is worth highlighting the management restructuring in 2019, and the consistent results achieved since then, reaffirming the company's commitment to transparency, ethics and environmental issues. In addition, we are empowering the areas of diversity and sustainability, we have included two new executives in our committee to be ambassadors for the company.”

ESG investment, or sustainable investment is one of the main legacies of the pandemic, says Vanessa. “In addition to contributing to a more ethical, healthy

Empresas são analisadas sobre sua atuação no meio ambiente, diversidade de colaboradores e responsabilidade com fornecedores e consumidores.

It takes into account the company's posture and its performance in areas such as the environment, health, safety and diversity of employees, responsibility to suppliers and consumers.



tribuir para um mundo mais ético, saudável e justo, gera benefícios como redução de custos, solidez e resiliência. As empresas, enquanto organismos vivos essenciais para a sociedade, têm sido vistas com olhos mais críticos por todos os stakeholders. Com isso, **ESG se tornou um fator determinante, que impacta diretamente o desenvolvimento sustentável de uma organização.**"

Nascido sob gestão feminina, como mostra seu nome, o **Magazine Luiza** está empenhado em soluções que promovam o ESG e na definição de metas relacionadas à diversidade, inclusão digital, redução de emissão de gases de efeito estufa e gestão de resíduos. "Em 2020, numa atitude de empatia com milhões de pequenos negócios que fecharam suas portas e inspirados pelo propósito de digitalizar o Brasil, lançamos o Parceiro Magalu, uma plataforma para conectá-los ao comércio online de forma simples e segura", destaca a empresa.

No combate à pandemia, se comprometeu a doar R\$ 50 milhões e fez um aporte significativo para a construção da fábrica de vacinas do Instituto Butantan. **Em setembro de 2020, lançou o primeiro programa de trainee exclusivo para negros, ideia que surgiu após uma pesquisa com seus colaboradores sobre diversidade e inclusão.** "Ela nos permitiu estimar que 53% do nosso quadro é formado por pessoas negras, mas menos de 20% delas estão em cargos de liderança. Para uma empresa que prega o valor estratégico da diversidade para o negócio, seria inconcebível ignorar o problema", informa a varejista.

*and fair world, it brings benefits such as cost reduction, strength and resilience. Companies, as living organisms essential to society, have been viewed with more critical eyes by all stakeholders. As a result, **ESG has become a determining factor, which directly impacts the sustainable development of an organization.**"*

*Born under female management, as its name shows, **Magazine Luiza** is committed to solutions that promote ESG and the definition of goals related to diversity, digital inclusion, reduction of greenhouse gas emissions and waste management. "In 2020, in an attitude of empathy with millions of small businesses that closed their doors and inspired by the purpose of digitizing Brazil, we launched the Parceiro Magalu (Partner Magalu), a platform to connect them to online commerce in a simple and safe way", highlights the company.*

*In the fight against the pandemic, it pledged to donate R\$ 50 million and made a significant contribution to the construction of the vaccine factory of the Butantan Institute. **In September 2020, it launched the first trainee program exclusively for blacks, an idea that came about after a survey with its collaborators on diversity and inclusion.** "It allowed us to estimate that 53% of our workforce is made up of black people, but less than 20% of them are in leadership positions. For a company that preaches the strategic value of diversity for the business, it would be inconceivable to ignore this problem", informs the retailer.*



**DOUGLAS REIS,
DIRETOR DE ASSUNTOS
REGULATÓRIOS E
SUSTENTABILIDADE DA
WHIRLPOOL**
*DIRECTOR OF REGULATORY AFFAIRS AND
SUSTAINABILITY AT WHIRLPOOL*



PRINCIPAIS AÇÕES DE CADA UMA MAIN ACTIONS OF EACH

VIA

- No ambiental, trabalha com metas de sustentabilidade para os próximos cinco anos, divididas em três pilares. O primeiro é reduzir a emissão de CO₂ nas operações logísticas. Para isso, incluiu veículos elétricos em sua frota.
- Energia renovável é o segundo. **Tem uma usina solar em Minas Gerais, que fornece 100% da energia elétrica para 79 lojas no estado. Em 2019, concluiu a contratação de duas usinas solares para o Rio de Janeiro, que atenderão 57 filiais no estado. Até 2022, vai adquirir 80% do seu consumo em média tensão de fontes renováveis.**
- Modernizou o sistema de iluminação nas lojas. Substituiu lâmpadas obsoletas por modelos mais econômicos, com maior vida útil e menor custo de manutenção.
- Como terceiro pilar, adotou a economia circular e a logística reversa, para dar destino apropriado a tudo o que vende nas lojas. **Tem 200 pontos de coleta em São Paulo e outros 400 no restante do País.** Também mantém o Reviva – os resíduos recicláveis gerados nos escritórios, lojas e CDs beneficiam 250 famílias ligadas a 11 cooperativas parceiras que reciclam esses materiais.
- Por meio da Fundação Casas Bahia, atua com programas de gestão de colaboradores e ações de fortalecimento das comunidades. Em 2020, fez investimento social 74% superior ao de 2019 para minimizar os impactos causados pela pandemia.

- **Programa de trainee exclusivo para negros.**
- **Curso gratuito de formação na área de desenvolvimento de software. Na última edição, foram 80 bolsas de estudo, 50% delas para as colaboradoras do Magalu. A seletiva de 2021 terá uma cota específica para mulheres negras.**
- Canal da Mulher, para qualquer funcionário denunciar ou notificar a existência de mulheres em situação de risco. Já apoiou mais de 520 mulheres. Oferece assistência psicológica, orientação jurídica e auxílio financeiro.

- **First trainee program exclusively for blacks**
- **Free training course in software development. In the last edition there were 80 scholarships, 50% of them for Magalu collaborators. The 2021 tryouts will have a specific quota for black women.**
- Canal da Mulher, for any employee to report or notify the existence of women at risk. It has supported more than 520 women. Offers psychological assistance, legal advice and financial assistance.
- Report button within the app, to disseminate information about Ligue 180 (Brazil emergency dial). In

WHIRLPOOL

- Em 2020, priorizou recursos em torno das 10 questões materiais ESG definidas em 2019. **Na temática ambiental, alguns dos maiores resultados estão ligados à redução de 27% nas emissões de CO₂ nos últimos seis anos em suas plantas no Brasil e de 61% no consumo de gasolina.** Também atua forte nas questões ligadas à vida útil dos produtos junto à ABREE (Associação Brasileira de Reciclagem de Eletroeletrônicos e Eletrodomésticos), da qual foi fundadora.
- No social, os resultados mais importantes envolvem ações de inclusão e diversidade. Em 2020, foram mais de 40 treinamentos e eventos, entre outros, atingindo mais de 60% na participação das lideranças.
- **Revisou a estratégia dos processos de estágio e trainee, com impactos positivos na diversidade: 40% dos estagiários aprovados se autodeclararam negros, 20% se autodeclararam LGBTQ+ e 60%, mulheres.**
- Evolução do Consulado da Mulher, ação social da marca Consul. Desenvolve as habilidades empreendedoras e de emprego de mulheres de baixa renda, apoiando o seu caminho de negócios para uma renda estável.
- A premiação Supplier Awards envolve a qualidade e a sustentabilidade junto aos seus fornecedores. Como participante do Pacto Global da ONU, assumiu o compromisso de contribuir para o alcance dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS).

- *In 2020, it prioritized resources around the 10 ESG substantial questions defined in 2019. **In terms of the environment, some of the greatest results are linked to a 27% reduction in CO₂ emissions in the last six years at its plants in Brazil, and a 61% reduction in gasoline consumption.** It also acts strongly on issues related to the useful life of products with ABREE, of which it was a founder.*
- *In the social field, the most important results involve actions of inclusion and diversity. In 2020, there were more than 40 trainings and events, among others, having 60% in participation by leaders.*
- **Revised the strategy of the internship and trainee processes, with positive impacts on diversity: 40% of approved interns declared themselves black, 20% declared themselves LGBTQ + and 60% women.**
- *Evolution of the 'Consulado da Mulher', a social action of the Consul brand. It develops the entrepreneurial and employment skills of low-income women, supporting their business path towards a stable income.*
- *The Supplier Awards is about the quality and sustainability with its suppliers. As a participant in the UN Global Pact, they made a commitment to contribute to the achievement of the goals of Sustainable Development (SDG).*

MAGAZINE LUIZA

- Botão de denúncia dentro do app, para disseminar informação sobre o Ligue 180. Em junho de 2020, o recurso passou a oferecer acesso direto, via chat, ao Ministério da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos, para denúncia online por texto.
- **Lançou, em agosto de 2020, um fundo de R\$ 2,6 milhões para financiar entidades de todo o Brasil que trabalham no combate à violência contra a mulher.**
- Em 2021, no Dia Internacional da Mulher, o serviço do app passou a direcionar para o projeto Justiça, plataforma que presta atendimento multidisciplinar de acolhimento e apoio às vítimas em até 24 horas. ■■

June 2020, the resource started to offer – via chat - direct access to the Ministry of Women, Family and Human Rights, to write up a report online.

- **In August 2020, it launched a R\$ 2.6 million fund to finance entities from all over Brazil that work to combat violence against women.**
- *In 2021, on International Women's Day, the app service started directing users to the Justiça project, a platform that provides multidisciplinary care and support to victims within 24 hours. ■■*



SOM AUTOMOTIVO

AUTOMOTIVE SOUND

O aparelho potente é cada vez mais essencial no dia a dia dos motoristas, tanto no trânsito como nas estradas. A conectividade fez desses produtos verdadeiras centrais multimídia, o que ampliou e tornou mais rentável o mercado. Hoje, o conforto de um som de qualidade no carro traz, também, a tranquilidade de conexão com o smartphone para encontrar as melhores rotas. Guiar com um som automotivo de qualidade é um grande prazer. Por isso, este **Dossiê** traz os principais modelos que representam bons negócios para o varejo.

*A powerful device is increasingly essential in the daily lives of drivers, both in city traffic and on the highways. The connectivity made these products true multimedia centers, which expanded and made this market more profitable. Today, the comfort of a quality car sound system also brings the tranquility of connecting with smartphones to find the best routes. Driving along with a quality automotive sound is a great pleasure. Therefore, this **Dossier** brings the main models that represent good opportunities for retail.*

BRAVOX KIT FÁCIL GOLD GOLD EASY KIT

Conta com 40 W RMS de potência, um par de alto-falantes Triaxial B3X60G de seis polegadas, com potência máxima de 100 W cada, e um par de alto-falantes Quadriaxial B4X69G de 6 x 9 polegadas, com 140 W de potência máxima cada. O kit tem certificado de garantia de 12 meses contra defeitos de fabricação.

It has 40 W RMS of power, a pair of six-inch Triaxial B3X60G speakers, with a maximum power of 100W each, and a pair of 6x9 inch Quadriaxial B4X69G speakers, with 140W of maximum power each. The kit has a 12-month warranty certificate against manufacturing defects.

Foto: Shutterstock



Preço sugerido em 26/04/2021: R\$ 208,90.

Suggested Price as of April 26, 2021: R\$ 208,90.

HARMAN

ALTO-FALANTE AUTOMOTIVO JBL CLUB 620F AUTOMOTIVE SPEAKER JBL CLUB 620F

O JBL Club 620F é um alto-falante automotivo coaxial de baixo perfil de 6½" (160 mm). Em suas especificações técnicas, apresenta potência de 55 W RMS e 165 W pico, 92 dB de sensibilidade (a 2,83 V/m), resposta de frequência de 55 Hz a 20 kHz e impedância nominal de 3 Ohms.

The JBL Club 620F is a 6½" (160 mm) low profile coaxial automotive speaker. In its technical specifications, it features 55 W RMS and 165W peak power, 92 dB sensitivity (at 2.83 V / m), frequency response from 55 Hz to 20 kHz and nominal impedance of 3 Ohms.

Preço sugerido em 12/04/2021: R\$ 519,00.

Suggested Price as of April 12, 2021: R\$ 519,00.

Fotos: Divulgação





Preço sugerido em 08/04/2021: R\$ 199,90.

Suggested Price as of April 8, 2021: R\$ 199,90.

MONDIAL

RÁDIO AUTOMOTIVO MONDIAL AR-06

AUTOMOTIVE RADIO MONDIAL AR-06

Com design moderno, possui entradas USB/SD e auxiliar para conectar o celular, display digital com flash light vermelho, multifunções como Bluetooth, rádio FM e reprodução MP3, e alta qualidade de som, com áudio de 1.800 W RMS. O aparelho é bivolt e tem garantia de um ano.

With modern design, it has USB/SD inputs and auxiliary to connect the cell phone, digital display with red flash light, multifunction such as Bluetooth, FM radio and MP3 playback, and high sound quality, with 1,800W RMS audio. The device is bivolt and has a one-year warranty.

MULTILASER

CENTRAL MULTIMÍDIA EVOLVE ANDROID 9.0 – GP349

DVD MEDIA CENTER EVOLVE ANDROID 9.0 – GP349

Conta com sistema operacional Android 9.0, tela capacitiva de 7" para proporcionar maior precisão e suavidade ao toque, e resolução de tela de 1024 x 600. Tem entradas Aux, microSD e USB, rádio FM e memória para 36 estações, compatibilidade para controlar as principais funções pelo volante do carro, entrada para câmera de ré, conexão Wi-Fi, 16 GB de armazenamento interno e espelhamento cabeado e via wireless com Android e iOS.

It has an Android 9.0 operating system, 7" capacitive screen to provide greater precision and smoothness to the touch, and a screen resolution of 1024x600. It has Aux, microSD and USB inputs, FM radio and memory for 36 stations. It has compatibility to control the main functions through the steering wheel, input for Backup camera, Wi-Fi connection, 16GB of internal storage, wired and wireless mirroring with Android and iOS.



Fotos: Divulgação

Preço sugerido em 31/03/2021: a partir de R\$ 1.199,00.

Suggested Price as of March 31, 2021: starting at R\$ 1.199,00.

PIONEER

MULTIMÍDIA RECEIVER DMH-ZF9380TV

MULTIMEDIA RECEIVER DMH-ZF9380TV

O aparelho da Série-Z, a linha mais sofisticada da marca, tem tela flutuante de 9", resolução HD e design elegante. Adapta-se aos diversos tipos de veículos e é compatível com Apple Carplay e Android Auto. Tem TV digital integrada, Bluetooth, entrada USB (3.0A), conexão com comando de volante, monitor traseiro e câmera de ré. Oferece alinhamento de tempo, EQ gráfico de 13 bandas, corte de frequência, reprodução de áudio de alta resolução (Hi-Res Audio), saída pré-amplificada 4V RCA e streaming de áudio via Wi-Fi.

The Z-Series device, the brand's most sophisticated line, has a 9" floating screen, HD resolution and elegant design. Adapts to different types of vehicles and is compatible with Apple Carplay and Android Auto. It has integrated digital TV, Bluetooth, USB input (3.0A), connection with steering wheel control, rear monitor and backup camera. Offers time alignment, 13-band graphic EQ, frequency cut, high-resolution audio reproduction (Hi-Res Audio), pre-amplified 4V RCA output and audio streaming via Wi-Fi.



Preço sugerido em 12/04/2021: R\$ 4.369,00.

Suggested Price as of April 12, 2021: R\$ 4.369,00.



Preço sugerido em 12/04/2021: R\$ 649,00.

Suggested Price as of April 12, 2021: R\$ 649,00.

POSITRON

CENTRAL MULTIMÍDIA SP8240LK

DVD MEDIA CENTER SP8240LK

Com tela de 7" touch screen de alta sensibilidade e resolução de 1026 x 600 pixels, a central multimídia tem função Mirror Connect com celulares Android e iOS via cabo USB, além de conexão Bluetooth 4.2, que permite fazer e receber chamadas viva-voz, e reprodução de músicas do celular conectado. Conta, também, com entrada USB e leitor microSD card e mais duas entradas para câmeras traseira e dianteira. A iluminação do teclado tem sete opções de cores.

With a 7" touch-screen with high sensitivity and a resolution of 1026x600 pixels. The media center has Mirror Connect function with Android and iOS phones via USB cable, in addition to Bluetooth 4.2 connection, which allows you to make and receive hands-free calls, play music from the connected mobile device. It also has a USB port and microSD card reader and two more inputs for rear and front cameras.

The keyboard lighting has seven colors options.

POR QUE O CENSO DAS REVENDAS É RELEVANTE HÁ 10 ANOS?

WHY THE RESALE CENSUS HAS BEEN RELEVANT FOR 10 YEARS?

MARIANO GORDINHO

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

EXECUTIVE PRESIDENT OF BRAZILIAN INFORMATION TECHNOLOGY DISTRIBUTION ASSOCIATION (ABRADISTI)



Foto: Divulgação

Por mais óbvia que a resposta possa parecer, o fato de a Abradisti realizar há 10 anos o Censo das Revendas de tecnologia no Brasil tem um caráter que transcende a importância de permitir que o setor de distribuição trabalhe com dados atualizados e em sincronia com as tendências de mercado.

Quando prestamos atenção às gigantescas mudanças que ocorreram no mercado ao longo da última década, verificamos que, além de dados confiáveis, foi necessário desenvolver a capacidade de construir com os revendedores relações mais duradouras e baseadas em conhecimento mútuo.

A relação tradicional entre fornecedor e comprador foi gradualmente substituída por uma parceria de negócios. Certamente, esse novo modelo vai muito além do comprar e vender, pois, para funcionar, exige alto grau de confiança entre os parceiros.

É por isso que o Censo se mantém tão atual e relevante. Ele funciona como o indicador dessas relações. É por meio dele que as revendas revelam aos distribuidores suas expectativas de parceria, que evidentemente indicam produtos, soluções e serviços a serem comercializados, mas, principalmente, de que forma esses negócios devem ocorrer.

As respostas obtidas transformam-se em conteúdo essencial para o planejamento estratégico dos distribuidores. Permitem um perfeito alinhamento entre as demandas dos clientes finais, o trabalho técnico comercial dos revendedores e o ajuste de expectativas junto aos fabricantes que fazem parte deste complexo processo de negócios de soluções de TI. ■■

As obvious as the answer may seem, the fact that Abradisti carried out the Technology Resale Census in Brazil 10 years ago has an appeal that transcends its importance to allow the distribution sector to work with updated data and in sync with market share trends.

When we pay attention to the gigantic changes that have occurred in the market over the past decade, we find that in addition to reliable data, it was necessary to develop the capacity to build more lasting relationships based on mutual knowledge.

The traditional relationship between supplier and buyer was gradually replaced by a business partnership. Definitely, this new model goes far beyond buying and selling, because in order to work, it requires a high degree of trust between partners.

That is why the Census remains so current and relevant. It works as the indicator of these relationships. It is through it that resellers reveal to their distributors their expectations of partnership, that evidently indicate products, solutions and services to be marketed, but, mainly, how these businesses should take place.

The answers obtained become essential content for the strategic planning of distributors. They allow a perfect alignment between the demands of the end customers, the commercial technical work of the resellers, and the adjustment of expectations with the manufacturers, which are part of this complex business process of IT solutions. ■■

NOVOS CAMINHOS PARA AS ASSISTÊNCIAS TÉCNICAS

NEW PATHS FOR TECHNICAL ASSISTANCE

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

Para aqueles que não são apenas técnicos, mas sim empreendedores e prestadores de serviços de pós-vendas em eletroeletrônicos, já deve ter acendido a luz mostrando o novo caminho. Se há algum tempo o delivery e o atendimento on-site (externo) eram opcionais, hoje são obrigatórios para reparos em aparelhos, bem como o deslocamento até a casa do consumidor. Essas modalidades assumiram importância com a pandemia, mas é certo que não haverá volta ao antigo esquema.

No entanto ainda há uma parcela significativa de consumidores que prefere levar seu aparelho à assistência técnica para trocar ideias com o atendente ou técnico. Na verdade, isso ocorre há alguns anos, desde que os fabricantes começaram a operar com o sistema de logística reversa. O mundo atual, porém, passa por mudanças radicais, tanto que 25% das avarias mais simples nos aparelhos podem ser resolvidas nos quase 1 mil municípios do Brasil e as demais por meio da tecnologia e dos serviços dos Correios.

Diante do cenário, a Abrasa já está trabalhando com empresas de software e preparando aplicativos para facilitar o atendimento ao consumidor. Está criando, inclusive, o que se denominou como Irepair, que ajuda o consumidor, por meio de recursos tecnológicos, a resolver seu problema de forma rápida. A associação divulgará as novidades em breve. ■■

For those who are not just technicians, but entrepreneurs and after-sales service providers in electronics, they must have already figured out the new path. If delivery and on-site (external) service were optional for some time, today they are mandatory for repairs to appliances, as well as travel to the consumer's home. These new approaches became of critical importance with the pandemic, but it is certain, that there will be no return to the old structure.

However, there is still a significant number of consumers who prefer to take their device to get technical assistance to exchange ideas with the attendant or technician. In fact, this has been going on for a few years, since manufacturers started operating with the reverse logistics system. The current world, however, is undergoing radical changes, so much so that 25% of the simplest malfunctions in the devices can be solved in almost 1,000 municipalities in Brazil and the rest through the technology and services provided by the post office.

In view of this scenario, Abrasa is already working with software companies and preparing applications to facilitate customer service. It is even creating what has been called Irepair, which helps consumers, through technological resources, to solve their problem quickly. The association will release the news soon. ■■

A IMPORTÂNCIA DA LOGÍSTICA REVERSA PARA A ECONOMIA CIRCULAR

THE IMPORTANCE OF REVERSE LOGISTICS FOR THE CIRCULAR ECONOMY

MARA BALLAM

GERENTE-EXECUTIVA DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE RECICLAGEM DE ELETROELETRÔNICOS E ELETRODOMÉSTICOS (ABREE)

EXECUTIVE MANAGER OF THE BRAZILIAN ELECTRICAL AND APPLIANCE RECYCLING ASSOCIATION (ABREE)



Foto: Divulgação

A economia circular se caracteriza pela reintrodução dos materiais recuperados no processo de reciclagem. Com o crescimento da população mundial e a conscientização da sociedade sobre a adesão a novas políticas sustentáveis para garantir o desenvolvimento econômico, conceitos inspiradores e regras práticas estão sendo adotados para promover o equilíbrio entre o consumo de recursos e a reabsorção de materiais na cadeia produtiva.

Para isso, cada setor precisa fazer a sua parte para a economia circular com ações na gestão de resíduos, que vão desde o redesenho de processos, produtos e novos modelos de negócio até a otimização de recursos, componentes e materiais com o processo de reciclagem.

O Brasil deu um grande passo em fevereiro de 2020, ao sancionar o Decreto Federal 10.240/2020, que prevê para este ano a implementação em todo o País de políticas de logística reversa de eletrodomésticos e eletroeletrônicos. Todo o setor está fazendo projetos para que as metas, mesmo ambiciosas, sejam cumpridas, a fim de que os produtos descartados tenham destino ambientalmente correto.

A ABREE representa a gestão do sistema de logística reversa do setor, atuando em todas as linhas de produtos. Vemos nossos associados muito engajados para a criação de um ecossistema de logística reversa sustentável no Brasil, e isso será mais um passo rumo a uma economia circular. ■■

The circular economy is characterized by the re-introduction of materials recovered in the recycling process. With the growth of the world population and society's awareness of adherence to new sustainable policies to guarantee economic development, inspiring concepts and practical rules are being adopted to promote a balance between resource consumption and the reabsorption of materials in the production chain.

For this to happen, each sector needs to do its part for the circular economy with actions in waste management, ranging from the redesign of processes, products, and new business models to the optimization of resources, components, and materials with the recycling process.

Brazil took a big step in February 2020, when it sanctioned Federal Decree 10.240/2020, which foresees for this year the implementation throughout the country of reverse logistics policies for home appliances and electronics. The entire sector is making projects so that the goals, even ambitious, are met, so that the discarded products have an environmentally correct destination.

ABREE represents the management of the sector's reverse logistics system, operating in all product lines. We see our associates very committed to the creation of a sustainable reverse logistics ecosystem in Brazil, and this will be another step towards a circular economy. ■■

O COMÉRCIO NA LOGÍSTICA REVERSA DE ELETROELETRÔNICOS

TRADE IN REVERSE ELECTRONICS LOGISTICS

CRISTIANE CORTEZ
ASSESSORA TÉCNICA DO CONSELHO DE SUSTENTABILIDADE DA FECOMERCIOSP

TECHNICAL ADVISOR TO THE FECOMERCIOSP SUSTAINABILITY COUNCIL



Foto: Divulgação

O Decreto 10.240/2020 prevê, escalonadamente, a instalação de pontos de entrega de eletroeletrônicos pós-consumo em todos os municípios com mais de 80 mil habitantes. Cerca de 400 cidades brasileiras devem ter, no mínimo, um ponto a cada 25 mil habitantes.

Assim, é crucial a articulação entre as entidades gestoras de logística reversa e os comércios, que abrigarão esses milhares de pontos nas suas lojas. Dessa forma, a FecomercioSP desempenha um papel essencial, uma vez que representa a Confederação Nacional do Comércio (CNC) no Grupo de Acompanhamento de Performance, além de integrar, no Estado de São Paulo, o termo de compromisso com a Green Eletron e o Plano da Abree.

A FecomercioSP orienta o varejo, responsável por informar os consumidores quanto ao descarte dos eletroeletrônicos pós-consumo em pontos do sistema, sobre a necessidade de receber, acondicionar e armazenar temporariamente esses itens descartados até a retirada pela entidade gestora, que faz a destinação, preferencialmente reciclagem, e a disposição ambientalmente adequada dos rejeitos. Orienta, também, o atacado, que deve disponibilizar ou custear espaços para pontos de consolidação e incentivar a adesão dos varejistas de sua cadeia de valor ao sistema de logística reversa.

Juntos, comércio, distribuição, indústria e importação vencem desafios e vêm instituindo a logística reversa de eletroeletrônicos no País. ■■

Decree 10.240 / 2020 provides, in stages, the installation of post-consumer electronics delivery points in all municipalities with more than 80 thousand inhabitants. About 400 Brazilian cities must have at least one point for every 25 thousand inhabitants.

Thus, the articulation between the reverse logistics management entities and the stores, which will house these thousands of points in their stores, is crucial. Thus, FecomercioSP plays an essential role, since it represents the National Trade Confederation (CNC) in the Performance Monitoring Group, in addition to integrating, in the State of São Paulo, the commitment term with Green Eletron and the plan from Abree.

FecomercioSP guides retailers, responsible for informing consumers about the disposal of post-consumer electronics at designated places in the system. About the need to temporarily receive, pack and store these discarded items until they are removed by the management entity, which makes the destination, preferably recycling, and the environmentally appropriate of waste disposal. It also guides wholesalers, who must provide or fund spaces for consolidation points and encourage retailers in their value chain to join the reverse logistics system.

Together, trade, distribution, industry, and imports overcome challenges and have been instituting reverse electronics logistics in the country. ■■

DESIGN CIRCULAR E UPCYCLING: A SUSTENTABILIDADE DEVE SER PENSADA DESDE O INÍCIO

CIRCULAR DESIGN AND UPCYCLING: SUSTAINABILITY
MUST BE THOUGHT OUT FROM THE BEGINNING

ADEMIR BRESCANSIN

GERENTE-EXECUTIVO DA GREEN ELETRON

EXECUTIVE MANAGER OF GREEN ELETRON



Foto: Dvulgacao

A economia circular é um conceito que chegou para ficar. Ao ler o termo, já conseguimos entender, minimamente, do que se trata. Às vezes, é possível até imaginar, só de ler, um ciclo conectando todas as pontas do processo, dando fim ao tradicional modelo linear de produção, consumo e descarte.

O design circular é uma das medidas englobadas por essa nova economia. É uma lógica que leva em consideração, desde o início, as matérias-primas e como os produtos devem ser desenhados para permitir que a reutilização dos insumos seja não só possível, mas mais fácil. O processo consiste em um planejamento de criação ou adaptação para que o formato dos produtos e seus componentes internos simplifiquem a desmontagem, separação e reciclagem.

Neste tema, há mais um termo importante, que propõe o reaproveitamento de objetos com o uso da criatividade. Não é um conceito novo e costuma aparecer bastante em tempos mais desafiadores, como o que estamos vivendo. Trata-se do upcycling, que consiste em dar um novo propósito à matéria-prima reciclada, de forma que mantenha sua qualidade ou que se torne superior. Por exemplo, transformar uma embalagem plástica em peça para uma impressora.

Em um mundo onde não podemos mais errar com o meio ambiente, devemos agir dentro das nossas possibilidades. Além de adquirir novos e bons hábitos, devemos valorizar os atores que trabalham conscientemente, com o objetivo de não descarregar na natureza o que não faz parte dela. ■■

The circular economy is a concept that is here to stay. By reading the term, we can already understand, minimally, what it is about. Sometimes, it is even possible to imagine, just by reading it, a cycle connecting all ends of the process, ending the traditional linear model of production, consumption and disposal.

Circular design is one of the measures encompassed by this new economy. It is a logic that takes into account, from the beginning, raw materials and how products should be designed to allow the reuse of inputs to be not only possible, but easier. The process consists of creation or adaptation planning, in order that the shape of the products and their internal components simplify disassembly, separation and recycling.

In this topic, there is one more important term, which proposes the reuse of objects with the use of creativity. It is not a new concept and it tends to appear a lot in more challenging times, like the one we are living in now. It is about upcycling, which consists of giving a new purpose to the recycled raw material, so that it maintains its quality or that it becomes superior. For example, turning a plastic package into a piece for a printer.

In a world where we can no longer make mistakes with the environment, we must act within our means. In addition to acquiring new and good habits, we must value those who work consciously, with the objective of not discharging into nature what is not part of it. ■■

INDÚSTRIA 4.0 E MELHORIA DO AMBIENTE DE NEGÓCIOS SÃO PRIORIDADES DA SUFRAMA

INDUSTRY 4.0 AND IMPROVING THE BUSINESS ENVIRONMENT ARE SUFRAMA'S PRIORITIES

ALGACIR ANTONIO POLSIN

SUPERINTENDENTE DA ZONA FRANCA DE MANAUS (SUFRAMA)

SUPERINTENDENT OF THE MANAUS FREE TRADE ZONE (SUFRAMA)



Foto: Divulgação

A Suframa está apoiando o esforço da Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial (ABDI) para difundir tecnologias da Indústria 4.0 na Região Norte. No final de março, a ABDI lançou edital referente ao projeto Jornada Amazônia 4.0, com investimento inicial de R\$ 3 milhões, visando à redução de custos e ao aumento da eficiência, da produtividade e da qualidade de 20 empresas de médio porte dos setores eletroeletrônico, metalmeccânico e termoplástico do Polo Industrial de Manaus (PIM).

Certamente, as experiências obtidas com essa iniciativa poderão, futuramente, ser replicadas para diversas outras empresas locais, o que contribuirá para que o PIM possa se modernizar e aprimorar o seu padrão de competitividade.

O fortalecimento do PIM – sem prejuízo do incentivo aos demais segmentos e vetores econômicos da região – tem sido uma das prioridades de trabalho da Suframa. Nesse sentido, vale destacar a recente aprovação da Resolução CAS nº 205/2021, que simplifica e traz maior transparência ao processo de análise, aprovação e acompanhamento de projetos industriais junto à autarquia.

Confiamos que todas essas medidas, tanto as ligadas à disseminação de tecnologias da Indústria 4.0 quanto as de facilitação do ambiente de negócios, serão, sem dúvida, importantes para que a Suframa continue desempenhando seu papel de agente indutor do desenvolvimento socioeconômico e de redução das desigualdades na região. ■■

Suframa is supporting the Brazilian Industrial Development Agency's (ABDI) effort to disseminate technologies from Industry 4.0 in the Northern Region. At the end of March, ABDI issued a public notice regarding the Jornada Amazônia 4.0 project, with an initial investment of R\$ 3 million, aiming at reducing costs and increasing efficiency, productivity and quality of 20 medium-sized companies in the electronics sector, metal-mechanic and thermo-plastic from the Industrial Pole of Manaus (PIM).

Certainly, the experiences obtained with this initiative may be replicated in the future to several other local companies, which will contribute to the PIM being able to modernize and improve its standard of competitiveness.

The strengthening of the PIM – without impacting the incentive to other segments and economic vectors in the region – has been one of Suframa's work priorities. In this sense, it is worth mentioning the recent approval of CAS Resolution 205/2021, which simplifies and brings greater transparency to the process of analysis, approval, and monitoring of industrial projects with the municipality.

We trust that all these measures, both related to the dissemination of technologies in Industry 4.0 and those aimed at facilitating the business environment, will undoubtedly be important for Suframa to continue playing its role as an inducer of socio-economic development and of reducing inequalities in the region. ■■

eletrolarshow

ELECTRONICS SHOW

ALL CONNECTED

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

04 A 07 DE OUTUBRO DE 2021

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

700
MARCAS

10MIL
PRODUTOS

3.5
MILHÕES
TELESPECTADORES

MAIS DE
2 MIL
LANÇAMENTOS
DURANTE O EVENTO

30MIL
PONTOS DE VENDAS
REPRESENTADOS

4 DIAS
NEGÓCIOS
CONGRESSOS
E NETWORKING

100% DOS
PROTOCOLOS
DE SEGURANÇA

RODADAS
DE NEGÓCIOS
GARANTIDAS*

RETORNO DOS NEGÓCIOS
FACE TO FACE

PRESEÇA GARANTIDA DE COMPRADORES REGIONAIS PATROCINADOS COM PASSAGEM E HOSPEDAGEM PAGAS PELO GRUPO ELETROLAR

"O Programa Comprador VIP, garante a representatividade de compradores de todos os estados brasileiros e de compradores estratégicos internacionais.

Através do sistema de pré-agendamento, os expositores e compradores terão suas reuniões marcadas durante os 4 dias do evento."

NORTE

8%

NORDESTE

18%

CENTRO-OESTE

7%

SUL

30%

SUDESTE

30%

OUTROS
PAISES
DA AMÉRICA
DO SUL

7%

* Pré-agendadas e confirmadas com todo varejo regional

FIQUE POR DENTRO DAS PRINCIPAIS NOVIDADES DO SETOR.

Siga-nos nas redes sociais



/eletrolarshow

CONTATO: +55 11 3035 1030 • contato@grupoeletrolar.com.br • eletrolarshow.com.br



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

04 A 07 DE OUTUBRO 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

ELETRDOMÉSTICOS
ELETROELETRÔNICOS
CELULARES E TI

IMPRESA
RÁDIO E TV

MERCADO
GAMER



ALL CONNECTED

www.eletrolarshow.com.br

COMERCIAL:

11 3035 1030 • comercial@grupoletrolar.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
eletrolar

REALIZAÇÃO
azuloplay
FEIRAS E EVENTOS

SEU PARTNER
ELETROLAR

AGRO INTELIGENCIAL
ADVALISTE

ABRASA

abree

ICP AGRÍCOLA

ELETRONICS

greenelectron

UBRAFE

UNICEF

LATAM
AIRLINES

CONEXÃO
LATAM

AGÊNCIA
LATAM