

24 Anos / Years – nº 154 – 2023

ELETROLAR

REVISTA DE NEGÓCIOS PARA A INDÚSTRIA

DE ELETRODOMÉSTICOS, CELULARES, TI E UDS

NEWS
EDITORA
C&C

Exclusive interview

ENTREVISTA EXCLUSIVA

ROMERO ZEMA, CEO

GRUPO ZEMA

**GRUPO E LOJAS PROJETAM, EM 2023,
RECEITA DE R\$ 2,47 BILHÕES.**

*Group and Stores project, in 2023,
revenue of BRL 2.47 billion*

Preview
Eletrolar Show 2023

**PRODUTOS E EXPECTATIVAS DA INDÚSTRIA
E DO VAREJO PARA A 16ª EDIÇÃO.**

*Products, industry and retail expectations
for the 16th edition*

Dia dos Pais

**GAMES, APARADORES, BARBEADORES,
ADEGAS E AQUECEDORES.**

*FATHER'S DAY – Games, hair trimmers and shavers,
wine fridges and heaters.*

Páginas Verdes / Whirlpool

**COMPROMISSO GLOBAL DE SER NET ZERO EM
SUAS OPERAÇÕES ATÉ 2030.**

*GREEN PAGES / WHIRLPOOL – Global commitment
to be Net Zero in its operations by 2030.*



Air Fryer

Panasonic

NR-LC200

Panasonic

CRIADO PRA VOCÊ

REPENSE

CD89 LANÇAMENTO

MICRO-ONDAS AIR FRYER



**O 1º MICRO-ONDAS
AIR FRYER DO BRASIL**

CHEGOU O MICRO-ONDAS AIR FRYER CD89,
QUE **FRITA SEM ÓLEO, COZINHA, GRELHA, ASSA,
GRATINA, AQUECE** E VAI TRANSFORMAR SUA VIDA
NA HORA DE PREPARAR SEUS PRATOS FAVORITOS.


4 EM 1


**MICRO-ONDAS + GRILL +
CONVECÇÃO + AIR FRYER**

Acesse o site



Garanta o seu em: loja.panasonic.com.br

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

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

BRITANIA

AS MAIS

QUERIDAS

SECAM DE VERDADE



✦ **4 EM 1**

✦ **SECA, ALISA,
MODELA E DÁ VOLUME**

✦ **CERDAS NATURAIS**

✦ **TECNOLOGIAS QUE
TRATAM OS FIOS**

✦ **MÁXIMA POTÊNCIA
DA CATEGORIA**



www.britania.com.br

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

*A mais vendida entre as marcas Britânia e Philco

BRITÂNIA
Para Britaniar sua vida

Philco
HOME

LANÇAMENTO

LINHA
Definitive



REVESTIMENTO **REDSTONE**

SUPER RESISTÊNCIA

Tecnologia de revestimento antiaderente com **6 camadas protetoras de alta resistência.** Praticidade e facilidade na limpeza, sem perigo de danificar o revestimento.

90%

Menos
gordura



Fácil
deslize



Preserva
o sabor



Livre de
substâncias
tóxicas

São 4 modelos, todos com revestimento Redstone, fundo triplo de 4,5mm e cabo emborrachado.

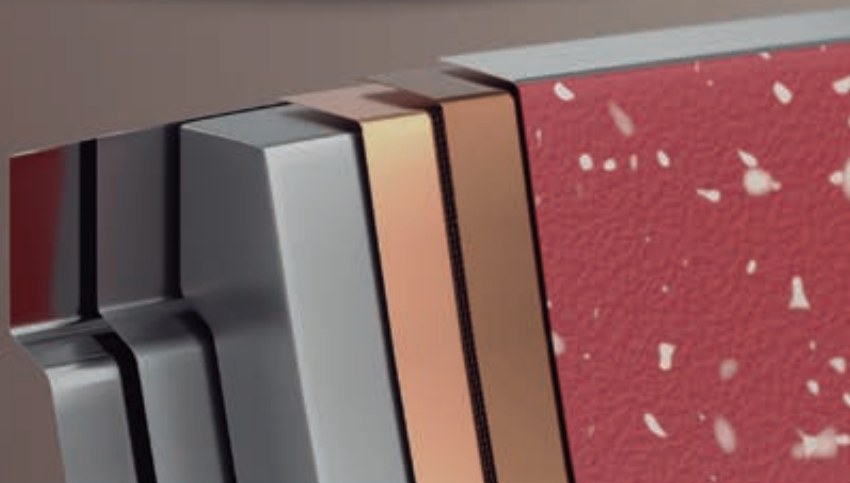
NÃO GRUDA!



www.philco.com.br

Imagens meramente ilustrativas.

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



**A escolha inteligente
e do coração.**



   /mondialbr

weonne



Para cada momento do seu dia, tem um produto Mondial. Afinal, somos especialistas em tornar a sua vida mais fácil e prática. Com certeza você já deve ter um produto Mondial em casa. Pode procurar.

MONDIAL
ELETRODOMÉSTICOS

aiwa

JAPANESE TECHNOLOGY SINCE 1951

UM VERDADEIRO SHOW

LINHA DE SMART TVS

INOVAÇÃO, TECNOLOGIA &
QUALIDADE



DE SOM E IMAGEM.

LINHA DE ÁUDIO

SOM DE ALTÍSSIMA
QUALIDADE



AWS-EB-02-B



AWS-HP-02-B



AWS-HP-01-B



AWS-BBS-02



AWS-PB-01

SEU SOM, SUA IMAGEM.

Matéria de capa
pág. **26** Entrevista exclusiva

GRUPO ZEMA

Romero Zema, CEO

“Nosso grande diferencial é a expertise em atuar em cidades menores. Nós nos especializamos na prestação de serviços de qualidade para esses clientes.”

COVER STORY / EXCLUSIVE INTERVIEW

GRUPO ZEMA

Romero Zema, CEO

“Our great differential is the expertise in operating in smaller cities. We specialize in providing quality services to these clients.”

EDITORIAL 16

PÁGINAS VERDES / WHIRLPOOL

COMPROMISSO GLOBAL DE SER NET ZERO EM TODAS AS OPERAÇÕES ATÉ 2030

GREEN PAGES / WHIRLPOOL

GLOBAL COMMITMENT TO BE NET ZERO

IN ALL OPERATIONS BY 2030 21

16ª ELETROLAR SHOW

AS EXPECTATIVAS DE EXPOSITORES E VAREJISTAS

16TH ELETROLAR SHOW

THE EXPECTATIONS OF EXHIBITORS

AND RETAILERS 48

ESPECIAL DIA DOS PAIS

FATHER'S DAY SPECIAL 97

APARADORES E BARBEADORES

HAIR TRIMMERS AND SHAVERS 98

GAMERS 108

ADEGAS / WINE FRIDGES 122

AQUECEDORES / HEATERS 132

FUJITSU GENERAL DO BRASIL

HÁ 43 ANOS NO MERCADO BRASILEIRO, EMPRESA LANÇA NOVA MARCA GLOBAL

FUJITSU GENERAL DO BRASIL – IN THE BRAZILIAN MARKET FOR 43 YEARS, THE COMPANY

LAUNCHES A NEW GLOBAL BRAND 140

DOSSIÊ

TECNOLOGIA DOS NOVOS REFRIGERADORES VISA À SUSTENTABILIDADE

DOSSIER

TECHNOLOGY OF THE NEW REFRIGERATORS

AIMS AT SUSTAINABILITY 144

ARTIGOS – ARTICLES

ABRADISTI 151

ABRASA 152

ABREE 153

ELETROS 154

FECOMERCIO SP 155

GREEN ELETRON 156

Linha de caixas

amplificadas Mondial.

Produzidas com a mais alta tecnologia
na moderna fábrica de Manaus.



weonne

[f](#) [@](#) [v](#) /mondialbr

MONDIAL
ELETRODOMÉSTICOS

Transforme
cozinhas com
a tecnologia
Amvox



Fritadeira Elétrica
OVEN 1222

Mais Espaço

12 litros • Prateleiras Removíveis • Espeto Giratório Rotisserie



Fritadeira Elétrica
INOX 1255

Design Inovador

7 litros • Cesto Removível • Detalhes em Inox



Fritadeira Elétrica
ARF 1245

Custo Benefício

4,5 litros • Cesto Removível • Termostato Ajustável



A 16ª Eletrolar Show, que será realizada de 10 a 13 de julho dentro dos princípios da sustentabilidade, inclusive com o intuito de motivar ainda mais a indústria e o varejo para as práticas ambientalmente corretas, terá uma edição especial neste ano. Os novos espaços visam ressaltar aspectos essenciais para a economia, como a energia renovável, a utilização de transporte mais limpo e a prospecção de negócios nacionais e internacionais. É o nosso compromisso, que vem acompanhado do sorteio de um carro elétrico entre os compradores. Nesta edição, indústria e varejo falam de suas expectativas para a feira.

Na matéria de capa, está o Grupo Zema, que completa 100 anos em 2023. Com 468 lojas nos estados de Minas Gerais, São Paulo, Bahia, Goiás, Espírito Santo e Mato Grosso do Sul, sua rede é a primeira a atuar prioritariamente nas cidades do interior do Brasil. É um exemplo de rede familiar que deu certo, com condutas pé no chão, como diz o CEO, Romero Zema, em entrevista exclusiva para **Eletrolar News**. No Caderno do Dia dos Pais, destacamos as novidades das categorias de gamers, aparadores, barbeadores, adegas e aquecedores, produtos de alta rentabilidade para o varejo.

Bons negócios!

The 16th Eletrolar Show, which will be held from July 10th to 13th, within the principles of sustainability, including with the aim of further motivating industry and retailers towards environmentally correct practices, will have a special edition this year. The new spaces aim to highlight essential aspects for the economy, such as renewable energy, the use of cleaner transport and prospecting for national and international business. It is our commitment, which is accompanied by the drawing of an electric car among buyers. In this edition, industry, and retail talk about their expectations for the fair.

On the cover story, is Grupo Zema, which completes 100 years in 2023. With 468 stores in the states of Minas Gerais, São Paulo, Bahia, Goiás, Espírito Santo and Mato Grosso do Sul, it's a chain of stores is the first to act primarily in cities

in the countryside of Brazil. It is an example of a successful family company, with down-to-earth conduct, as CEO Romero Zema says in an exclusive interview with **Eletrolar News**. In the Father's Day Special, we highlight the novelties in the categories of gamers, hair trimmers, shavers, wine fridges and heaters, high-profit products for retailers.



Carlos Clur

Good Business!

CEO & Publisher - Carlos Clur - clur@gruopoeletrolar.com
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
Repórter / reporter - Dilnara Titara - redacao@editoracec.com.br
Revisoras / Reviewers - Abigail Cardoso e Maria Inês Caravaggi
Fotografia / Photography - Freidy Uehara / Uehara Fotografia,
Relações Públicas - Imprensa / Public Relations - Press - Dilnara Titara e Paola Fernandez
Arte / Art - Adalton Martins, Eugenio Tomaz, Caio Henrique Machi e Veronika Fabricio Lagrutta
Gerente de Marketing Internacional / International Marketing Manager - Roberta Zogbi
Marketing e Assinaturas / Marketing and Subscriptions - Tatiana Lopes
Publicidade / Advertising - Ricardo Kühn, Cintia Araujo e Eliana Cesario
Estagiários de Publicidade / Advertising Trainees - Nicole Tietzmann e Heitor Bonan
Assistentes Comerciais / Commercial Assistants - Giselle Souza e Michele Vargas
Gerente Operacional / Operations Manager - Marcus Ferrari
Tradução / Translation - Roberta Zogbi e Nicole Tietzmann
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.gruopoeletrolar.com commercial@gruopoeletrolar.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.



 cadence

Para
conquistar
os

Pais

e os clientes



Sanduiqueira **CLICK**

Design Robusto
Botão Liga/Desliga
Chapas mais profundas

SAN400

NOVO

Cortadores de Cabelo **SIMPLE CUT E CRISTA CUT**

5 alturas
Lâminas em
aço inox

CAB181 e CAB180



Grill Elétrico **CHAPA FIRME**

180° de abertura
Acabamento Inox
1600W

GRL621



Grill Elétrico **CONSTRAST**

180° de abertura
Multiuso
1000W

GRL616



LANÇAMENTO LINHA RANCH

- > PRATICIDADE
- > EFICIÊNCIA
- > SUSTENTÁVEL
- > QUALIDADE



CHEGOU A CHURRASQUEIRA COOKTOP FISCHER PEDRAS VULCÂNICAS

Uma churrasqueira embutida especial para assados com o requinte e o sabor do defumado, projetada para oferecer o assado perfeito que você procura.



A tecnologia das pedras vulcânicas ajuda a reter e distribuir o calor de forma homogênea, garantindo melhor resultado e succulência.

Com grelha uruguaia permite o preparo de uma grande variedade de pratos, de carnes a legumes. Moderna, prática e segura, é adequada ao sistema dominó, permitindo diversas combinações com cooktops em uma mesma bancada.

Explore esse super lançamento que veio completar a linha Ranch Fischer.



FÁCIL DE USAR E LIMPAR.



GRELHAS REMOVÍVEIS EM AÇO INOXIDÁVEL.



CUBA EM AÇO ESMALTADO.



RESISTÊNCIA BLINDADA E ARTICULADA, FACILITA A LIMPEZA APOS O USO.



IDEAL PARA ÁREAS GOURMET.



PERMITE DIVERSAS COMBINAÇÕES COM COOKTOPS EM UMA MESMA BANCADA.



LINHA RANCH FISCHER

SEJA QUAL FOR O SEU
ESTILO DE CHURRASCO,
**A FISCHER TEM
A SOLUÇÃO.**

A **Linha Ranch Fischer** traz churrasqueiras com detalhes surpreendentes, mais segurança, versatilidade, praticidade e facilidade na limpeza para levar a experiência do churrasco a outro nível.

CHURRASQUEIRA
3 ESPETOS GÁS
(bancada ou embutir)

CHURRASQUEIRAS
PORTÁTEIS



CHURRASQUEIRA
5 ESPETOS GÁS
(bancada ou embutir)

CHURRASQUEIRA
3 ESPETOS ELÉTRICA
(bancada ou embutir)

CHURRASQUEIRA
COOKTOP FISCHER
**ELÉTRICA COM
PEDRAS VULCÂNICAS**



Conheça a
**Linha Ranch
completa**

Fischer

QUEM TEM,
FAZ BEM.

[fischer.oficial](https://www.instagram.com/fischer.oficial)

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

[fischer.com.br](https://www.fischer.com.br)



DFRT760



OFOR250

UM MIX IDEAL PARA CONQUISTAR PAIS E CLIENTES

E IMPULSIONAR SUAS
VENDAS NO DIA DOS PAIS



DGRL500



DGRL210



DGRL230

Os grills e fritadeiras da Oster® são a escolha certa para dar uma força aos seus lucros no Dia dos Pais. Um mix robusto que traz desempenho e multifuncionalidade para receitas de todos os tipos. São os ajudantes perfeitos para pais que amam cozinhar e valorizam a praticidade. Faça já o seu pedido.

Oster®

SINTA A DIFERENÇA!

OSTER.COM.BR

Página VERDES News

PENSE VERDE, RESPONSABILIDADE & SUSTENTABILIDADE

GreenTalk

Texto por Stephanie Kohn

ESG NO DNA

“Melhorar a vida das pessoas em casa”

ESG IN ITS DNA - improve people's lives at home

Whirlpool Bernardo Gallina

Difícil quem não associe Whirlpool à qualidade, seja pelo posicionamento inteligente de marca quando se fala de Brastemp, seja pelos produtos que compõem o quadro da companhia. Mas, ainda que a Whirlpool esteja no radar dos consumidores que buscam bons produtos, a empresa também se empenha em ser reconhecida em outras frentes. Com diversos compromissos públicos firmados, a companhia já estabeleceu e cumpriu metas ousadas de ESG, mostrando que a qualidade também pode ser vista no dia a dia de suas atividades. Para entender melhor as iniciativas de sustentabilidade, governança e meio social da empresa, **Eletrolar News** entrevistou Bernardo Gallina, vice-presidente de assuntos jurídicos, de compliance e corporativos da Whirlpool para a América Latina.

It's hard who do not associate Whirlpool with quality, either because of the smart positioning of the brand when talking about Brastemp, or because of the products that make up the company's portfolio. But even though Whirlpool is on the radar of consumers looking for good products, the company is also striving to be recognized on other fronts. With several public commitments signed, the company has already established and met bold ESG goals, showing that quality can also be seen in the day-to-day of its activities. To better understand the company's sustainability, governance and social environment initiatives, Eletrolar News interviewed Bernardo Gallina, vice president of legal, compliance and corporate affairs at Whirlpool for Latin America.



Vice-presidente de assuntos jurídicos, de compliance e corporativos da Whirlpool para a América Latina

Vice president of legal, compliance and corporate affairs at Whirlpool for Latin America

Sobre / About

Formado em Direito pela Universidade do Vale de Itajaí (SC), com especializações na Universidade Federal de São Carlos e no Instituto Paulista de Perícias e Estudos Jurídicos – IPEJ (SP), além de Executive MBA pela Fundação Dom Cabral, Bernardo Gallina está na Whirlpool há 19 anos e lidera o time Jurídico da companhia. Desde 2015, é vice-presidente de assuntos jurídicos, de compliance e corporativos da Whirlpool para a América Latina.

Graduated in Law from the University of Vale de Itajaí (SC), with specializations at the Federal University of São Carlos and the Instituto Paulista de Perícias e Estudos Jurídicos – IPEJ (SP), in addition to an Executive MBA from Fundação Dom Cabral, Bernardo Gallina is at Whirlpool for 19 years and leads the company's Legal team. Since 2015, he has been vice president of legal, compliance and corporate affairs at Whirlpool for Latin America.

Green Talk

ENTREVISTADO

Bernardo Gallina

Vice-presidente de assuntos jurídicos, de compliance e corporativos

Vice president of legal, compliance and corporate affairs

Sustentabilidade e responsabilidade socioambiental fazem parte da estratégia corporativa da companhia há mais de 60 anos

Sustainability and socio-environmental responsibility have been part of the company's corporate strategy for over 60 years



PÁGINAS VERDES – A Whirlpool atingiu, no Brasil, a meta de zero resíduos para aterro já em 2015, e seu programa de gestão hídrica alcançou a marca de 98% de recirculação de água no processo produtivo, projeto reconhecido com o primeiro lugar no Prêmio da Agência Nacional de Águas (ANA), em 2021. No ano passado, a Whirlpool converteu 100% de seu consumo em energia limpa, como eólica, solar e hidrelétrica, em suas unidades no Brasil. Na ocasião, duas de suas três fábricas (Manaus/AM e Rio Claro/SP) já alcançavam a marca, o que reforçou o compromisso global de ser Net Zero em todas as suas operações no mundo até 2030. **Sabemos que para alcançar essas metas e se comprometer com objetivos ainda mais ousados foi preciso iniciar um plano muitos anos antes. Conte como foi o início desse processo de adequação ESG e quais foram os primeiros passos aqui no Brasil?**

BERNARDO GALLINA – Na realidade, dentro da Whirlpool, já nos comprometemos com práticas ESG (ambientais, sociais e de governança) muito antes de a sigla ser criada, se tornar popular dentro das organizações e reconhecida como fator importante nos negócios. Sustentabilidade e responsabilidade socioambiental fazem parte da estratégia corporativa da companhia há mais de 60 anos, não separamos nosso negócio das comunidades onde atuamos. E seguimos evoluindo em todas as frentes, sempre alinhados à nossa visão de melhorar a vida em casa – e no planeta –, investindo em ações ligadas à comunidade e ao meio ambiente e tendo a governança como base para nossas ações. Claro que, de lá para cá, muita coisa mudou, e nós temos a preocupação de acompanhar as tendências e necessidades de mercado para nos adequar às leis, obter as certificações corretas e seguir com uma agenda robusta, que está em constante evolução. Temos marcos importantes, que terei a oportunidade de citar mais para frente, e sabemos que ainda há muito a fazer.

PV – A materialidade dentro do ESG pode ser definida como a relevância dos diferentes fatores ambientais, sociais e de governança para determinada empresa ou setor. Para alguns, essa materialidade, ou relevância, é medida pela régua da performance financeira. Ou seja, qual o tamanho do ganho ou

PÁGINAS VERDES – (Green pages) – Whirlpool achieved, in Brazil, the goal of zero waste to landfills already in 2015, and its water management program reached the mark of 98% of water recirculation in the production process, a project recognized with the first place in the (National Agency of Waters) Agência Nacional de Águas (ANA), in 2021. Last year, Whirlpool converted 100% of its consumption into clean energy, such as wind, solar and hydroelectric energy, at its units in Brazil. At the time, two of its three factories (Manaus/AM and Rio Claro/SP) had already reached the mark, which reinforced the global commitment to be Net Zero in all its operations around the world by 2030. **We know that to achieve these goals and committing to even bolder goals required starting a plan many years earlier. Tell us about the beginning of this ESG adaptation process and what were the first steps here in Brazil?**

BERNARDO GALLINA – In fact, within Whirlpool, we were already committed to ESG (environmental, social and governance) practices long before the acronym was created, became popular within organizations, and recognized as an important factor in business. Sustainability and socio-environmental responsibility have been part of the company's corporate strategy for over 60 years, we do not separate our business from the communities where we operate. And we continue to evolve on all fronts, always in line with our vision of improving life at home – and on the planet –, investing in actions linked to the community and the environment and having governance as the basis for our actions. Of course, since then, a lot has changed, and we are concerned with keeping up with market trends and needs to comply with the laws, obtain the correct certifications and continue with a robust agenda that is constantly evolving. We have important milestones, which I will have the opportunity to mention later, and we know that there is still a lot to do.

PV – Materiality within ESG can be defined as the relevance of different environmental, social and governance factors for a given company or sector. For some, this materiality, or relevance, is measured by the ruler of financial performance. That is, what is the size of the gain or loss that the management of a certain ESG factor can generate for a company. **How do you**



perda que o gerenciamento de determinado fator ESG pode gerar para uma empresa. **Como vocês avaliam a relevância das três esferas dessa sigla dentro da Whirlpool? Está certo dizer que, pela realidade do negócio, as causas ambientais acabam ganhando mais atenção?**

BG – Nossa visão, desde a fundação, é melhorar a vida das pessoas em casa, e essa visão vai desde o desenvolvimento de produtos, passando pelos métodos e processos da nossa operação. Também estamos conectados às necessidades do mundo, e essa visão inclui as relações com colaboradores, parceiros e comunidades. Como mencionei anteriormente, estamos nessa jornada há mais de 60 anos e, ao longo do tempo, sentimos na pele a importância e relevância de uma agenda robusta nas três frentes, não só pelos impactos positivos no negócio, mas também nas comunidades ao nosso redor. Por isso, falar sobre ESG, sua importância e nossas iniciativas é um dever nosso para com a sociedade.

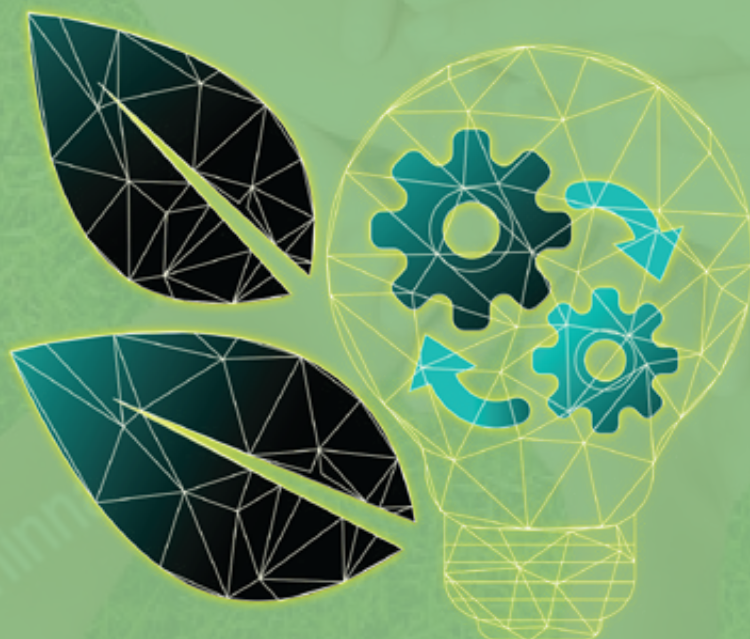
Dentro da companhia, medimos o impacto das nossas ações, e é perceptível a contribuição para um presente e um futuro melhores para as próximas gerações. Nos últimos anos, revisitamos de maneira profunda a nossa matriz de materialidade para identificar as nossas prioridades no tema ESG. Na frente ambiental, por exemplo, firmamos o compromisso de converter 100% do nosso consumo em energia limpa e certificada em todas as unidades no Brasil. Com essa ação, fortalecemos o trabalho que já vem sendo desenvolvido de redução de emissões de CO₂ e eficiência energética das nossas operações, reforçando o nosso compromisso de ser Net Zero em todas as operações no mundo até 2030.

Em social, temos o Instituto Consulado da Mulher, ação social da marca Consul, que completou 20 anos em 2022 e já auxiliou mais de 38 mil mulheres em todo o Brasil, incentivando o empreendedorismo feminino e a geração de renda. Além disso, só no ano passado, a companhia investiu mais de R\$ 7 milhões em 37 projetos alinhados aos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU, por meio de incentivos fiscais e financiamento direto, impactando mais de 200 mil pessoas.

assess the relevance of the three spheres of this acronym within Whirlpool? Is it right to say that, due to the reality of the business, environmental causes end up gaining more attention?

BG – Our vision, since our foundation, has been to improve people's lives at home, and this vision ranges from product development to the methods and processes of our operation. We are also connected to the needs of the world, and this vision includes relationships with employees, partners, and communities. As I mentioned earlier, we have been on this journey for over 60 years and, over time, we have felt firsthand the importance and relevance of a robust agenda on three fronts, not only due to the positive impacts on the business, but also on the communities around us. Therefore, talking about ESG, its importance and our initiatives is our duty to society.

Within the company, we measure the impact of our actions, and the contribution to a better present and future for the next generations is noticeable. In recent years, we have profoundly revisited our materiality matrix to identify our priorities in the ESG area.



Já em governança, entre as iniciativas, a Whirlpool realiza a Semana Global de Integridade, com o treinamento sobre ética e compliance. Outro programa realizado globalmente na Whirlpool é o Responsible Sourcing, baseado nas três esferas do ESG, que olha atentamente para além de aspectos mais tradicionais de custo, qualidade e entrega, garantindo que o tema seja de conhecimento e parte da operação de nossa rede de milhares de fornecedores.

Outro ponto importante é que os consumidores não estão apenas interessados em comprar um produto, mas também querem saber quais práticas sociais, ambientais e de governança as empresas têm. E, de acordo com uma pesquisa encomendada pela Whirlpool no ano passado, isso se comprovou: 40% dos consumidores priorizam eletrodomésticos que usam menos energia e 35%, menos carbono. Por esse motivo, desenvolvemos produtos que refletem inovações que melhoraram a vida dos nossos consumidores com atributos cada vez mais sustentáveis.

PV – Na parte social, nos últimos dois anos, a empresa apoiou 55 projetos alinhados aos ODS da ONU. Pode destacar um dos projetos de maior impacto às comunidades e seus resultados?

BG – Atuamos de perto com diversos projetos que estão alinhados aos 17 ODS, incentivando crianças, jovens e adultos em iniciativas ligadas a esporte, artes, cultura, educação, etc. Só no ano passado, apoiamos 37 projetos, em sua maioria nas cidades onde possuímos unidades fabris, que são Rio Claro (SP), Joinville (SC) e Manaus (AM), a fim de promover e engajar as comunidades locais, conscientizar e contribuir para uma sociedade e um futuro melhores.

Destaco que, de forma mais abrangente, patrocinamos o Festival Conhecendo os ODS, uma iniciativa brasileira que, ao lado de outros países da América Latina, como Argentina, Peru, Colômbia e México, apresenta cases de ações sustentáveis e resultados de pesquisas com dados que contribuem para o desenvolvimento dos 17 ODS em seus países. Na última edição, em 2022, foram mais de 43 mil participantes no evento online.

Todos esses projetos se somam à principal ação social da companhia, que é o Instituto Consulado da Mulher,

On the environmental front, for example, we signed a commitment to convert 100% of our consumption into clean, certified energy at all units in Brazil. With this action, we strengthen the work that is already being done to reduce CO2 emissions and energy efficiency in our operations, reinforcing our commitment to be Net Zero in all operations in the world by 2030.

In social terms, we have the Consulado da Mulher Institute, a social action by the Consul brand, which celebrated its 20th anniversary in 2022 and has already helped more than 38,000 women throughout Brazil, encouraging female entrepreneurship and income generation. In addition, last year alone, the company invested more than BRL 7 million in 37 projects aligned with the UN's 17 Sustainable Development Goals (SDGs), through tax incentives and direct financing, impacting more than 200,000 people.

As for governance, among the initiatives, Whirlpool holds the Global Integrity Week, with training on ethics and compliance. Another program carried out globally at Whirlpool is Responsible Sourcing, based on the three spheres of ESG, which looks closely beyond more traditional aspects of cost, quality, and delivery, ensuring that the topic is known and part of the operation of our network of thousands suppliers.

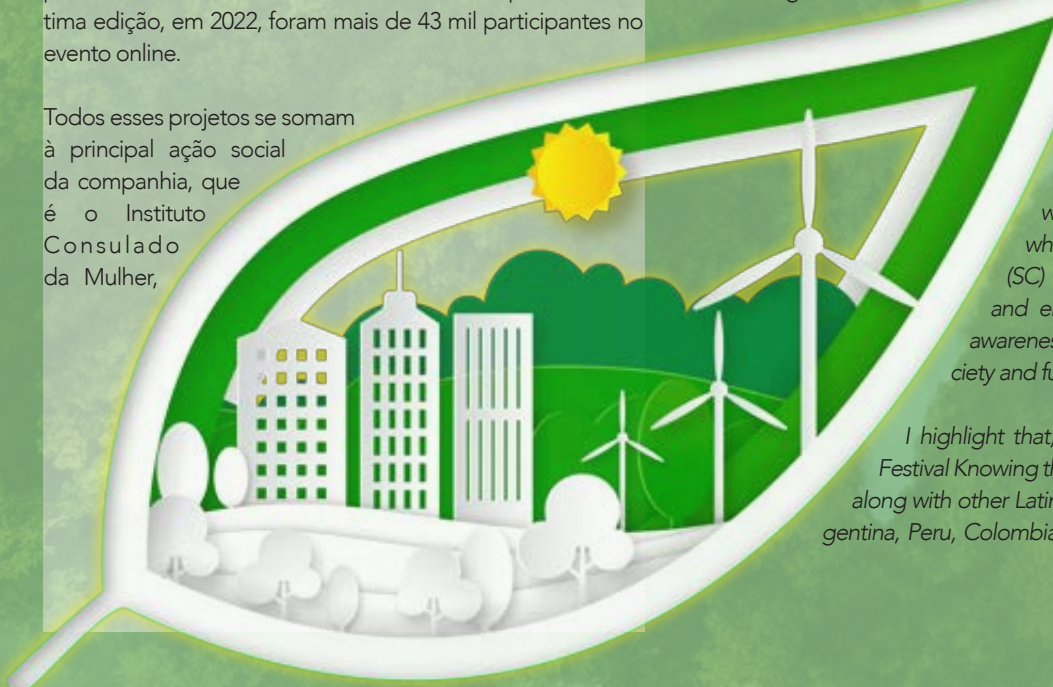
Another important point is that consumers are not only interested in buying a product, but also want to know what social, environmental and governance practices the companies have. And, according to a survey commissioned by Whirlpool last year, this has been proven: 40% of consumers prioritize appliances that use less energy and 35%, less carbon. For this reason, we develop products that reflect innovations that improve the lives of our consumers with increasingly sustainable attributes.

PV – On the social side, in the last two years, the company has supported 55 projects aligned with the UN SDGs. Can you highlight one of the projects with the greatest impact on communities and its results?

BG – We work closely with aligned with the

several projects that are 17 SDGs, encouraging children, young people and adults in initiatives related to sports, arts, culture, education, etc. Last year alone, we supported 37 projects, mostly in the cities where we have manufacturing units, which are Rio Claro (SP), Joinville (SC) and Manaus (AM), to promote and engage local communities, raise awareness and contribute for a better society and future.

I highlight that, more broadly, we sponsor the Festival Knowing the SDGs, a Brazilian initiative that, along with other Latin American countries, such as Argentina, Peru, Colombia, and Mexico, presents cases of



iniciativa da marca Consul que apoia o empreendedorismo há mais de 20 anos. São mais de 38 mil pessoas beneficiadas em todo o País, ação também alinhada aos ODS, como alcançar a equidade de gênero (ODS 5), promover o crescimento econômico inclusivo e sustentável (ODS 8) e erradicar a pobreza (ODS 1).

PV – Desde a pandemia, quando o conceito de ESG/ASG ganhou força no Brasil, assistimos a inúmeros casos de ESGwashing, a apropriação injustificada de algum tema importante dentro das causas sociais, ambientais e de governança. Muitas empresas se apropriaram de temas por meio de um teor marqueteiro e não apresentavam de fato uma justificativa para o seu posicionamento – ou o fizeram de forma superficial. Uma empresa pratica ESGwashing, por exemplo, quando seus esforços no universo verde não são proporcionais à grandeza de sua operação. Ou seja, ao anunciar investimento de R\$ 1 milhão em energias renováveis sendo que seu faturamento supera os R\$ 200 bilhões. Ou quando a participação de mulheres na organização é de 40%, mas nenhuma delas ocupa cargos de liderança. Outro exemplo é a prática de anunciar metas de redução de emissões de CO2 para daqui 30 anos sem apresentar um plano efetivo de curto e médio prazo ou um roadmap adequado de ações. **Como a Whirlpool garante que não ocorra o ESGwashing dentro de suas iniciativas?**

BG – Além do nosso legado de mais de seis décadas, que reforça nosso compromisso com as práticas muito antes de o tema se popularizar, anualmente divulgamos o relatório de sustentabilidade com o desempenho da companhia, de forma global, dentro dos três pilares, o que demonstra e garante todas as nossas iniciativas e práticas realizadas ao longo dos anos. Essa é uma das demonstrações da seriedade com a qual tratamos o tema aqui na Whirlpool. E para nos auxiliar nisso, a governança se torna extremamente importante no processo e permite toda e qualquer verificação das ações empresariais, sejam elas internas ou com parceiros estratégicos.

Ademais, certifica que nosso caminho está correto. Ao longo dos anos, estamos presentes em importantes índices globais e recebemos o reconhecimento de vários prêmios ligados ao tema ESG. Entre eles, fomos nomeados no Índice Mundial de Sustentabilidade Dow Jones (DJSI), estamos entre os Melhores Empregadores do Mundo pela Forbes, entre as Empresas Mais Admiradas pela Fortune, conquistamos o 1º lugar na categoria de Sustentabilidade e CSR do Prêmio BandNews Marcas Mais Admiradas do Brasil; fomos reconhecidos no Prêmio da Agência Nacional das Águas (ANA) em 2021, pelo nosso Programa Gestão de Água 360°, e pelo Prêmio Fritz Müller, na categoria Gestão Ambiental.

Como disse, a jornada é longa, estamos construindo um legado, sendo referência no setor, e temos a confiança de nossos colaboradores, parceiros e consumidores. Mas, de forma geral, sabemos que há ainda muito o que evoluir em prol do planeta.

sustainable actions and research results with data that contribute to the development of the 17 SDGs in their countries. In the last edition, in 2022, there were more than 43 thousand participants in the online event.

All these projects are in addition to the company's main social action, which is the Consulado da Mulher Institute, an initiative of the Consul brand that has supported entrepreneurship for over 20 years. There are more than 38,000 people benefited across the country, an action also aligned with the SDGs, such as achieving gender equity (SDG 5), promoting inclusive and sustainable economic growth (SDG 8) and eradicating poverty (SDG 1).

PV – *Since the pandemic, when the ESG concept gained strength in Brazil, we have witnessed numerous cases of ESGwashing, the unjustified appropriation of an important topic within social, environmental and governance causes. Many companies appropriated themes through marketing content and did not actually present a justification for their positioning – or did so superficially. A company practices ESGwashing, for example, when its efforts in the green universe are not proportionate to the size of its operation. That is, by announcing an investment of BRL 1 million in renewable energies, with revenues exceeding BRL 200 billion. Or when the participation of women in the organization is 40%, but none of them hold leadership positions. Another example is the practice of announcing targets for reducing CO2 emissions for 30 years from now without presenting an effective short- and medium-term plan or an adequate roadmap of actions. **How does Whirlpool ensure that ESGwashing does not occur within its initiatives?***

BG – *In addition to our legacy of more than six decades, which reinforces our commitment to practices long before the topic became popular, we annually publish a sustainability report with the company's performance, globally, within the three pillars, which demonstrates and guarantees all our initiatives and practices carried out over the years. This is one of the demonstrations of the seriousness with which we treat the subject here at Whirlpool. And to help us with that, governance becomes extremely important in the process and allows all verification of business actions, whether internal or with strategic partners.*

Also, making sure our path is correct. Over the years, we have been present in important global indices and received recognition from several awards related to the ESG theme. Among them, we were named in the Dow Jones Sustainability World Index (DJSI), we are among the World's Best Employers by Forbes, among the Most Admired Companies by Fortune, we won 1st place in the Sustainability and CSR category of the BandNews Most Admired Brands Awards from Brazil; we were recognized at the National Water Agency (ANA) Award in 2021, for our 360° Water Management Program, and the Fritz Müller Award, in the Environmental Management category.

As I said, it is a long journey, we are building a legacy, being a reference in the sector, and we have the trust of our employees, partners, and consumers. But, in general, we know that there is still a lot to evolve in favor of the planet.

PV – No tema de governança, uma das iniciativas da empresa foi a obrigatoriedade de treinamento de ética que soma mais de 20 horas. Que tipo de assunto é abordado nesses treinamentos e como vocês avaliam a eficácia dessa ação?

BG – Da sigla, muito se fala sobre o E/A e o S. Mas não podemos deixar de mencionar e ressaltar que o G, de governança, perpassa tudo. Na Whirlpool, contamos com o Programa Global de Ética e Compliance, focado em aprimorar e sustentar nossa cultura de vencer com integridade. Um pilar do nosso programa é o Manual de Integridade (Código de Ética). Além do Manual, temos, anualmente, a Semana da Integridade que, somente em 2022, somou mais de 7 horas de sessões, além das ativações presenciais e vídeos da liderança, com mais de 20 horas de treinamento obrigatório sobre ética para colaboradores. Outros treinamentos sobre proteção de informações confidenciais, respeito no local de trabalho, saúde e segurança, dentre outros, somaram mais de 4 mil participações.

Falar sobre ética e compliance é extremamente importante para manter relacionamentos transparentes dentro do ambiente corporativo, seja com colaboradores ou stakeholders, além, claro, de melhorar o clima organizacional, integrar lideranças e equipes, etc. E dentro da Whirlpool, a governança é um pilar essencial para a companhia e, por isso, costumamos dizer: “não existe jeito certo de fazer a coisa errada”, um lema que deve ser usado dentro e fora da empresa.

PV – Um dos maiores desafios das empresas focadas em construir uma cultura ESG/ASG é encontrar profissionais aptos a isso. Como vocês resolveram essa questão? Conte-nos como é a estrutura ESG dentro da Whirlpool Brasil em termos organizacionais e de times.

BG – Na Whirlpool Brasil, temos uma estrutura dedicada ao tema ESG, que tem total intersecção com as demais áreas da companhia. Entendemos que ESG precisa ser pensado em todas as frentes da empresa, seja na manufatura e processo produtivo, no marketing para criação de campanhas, entre líderes e liderados, desenvolvimento de produtos, entre outros. ESG vai muito além da sustentabilidade. É incentivar e sensibilizar nossos colaboradores e toda a equipe sobre a responsabilidade de cada um para um presente e futuro melhores. Além dos nossos conselhos e comitês, globais e regionais, temos o ESG Task Force, um grupo formado por lideranças de diversas áreas, que se reúne mensalmente para supervisionar progresso, identificar e gerenciar desafios, monitorar tendências e fornecer relatórios ao Conselho e ao Comitê de Sustentabilidade.

PV – In terms of governance, one of the company's initiatives was mandatory ethics training, which totaled more than 20 hours. **What kind of subject is addressed in these trainings and how do you evaluate the effectiveness of this action?**

BG – From the acronym, much is said about the E/A and the S. But we cannot fail to mention and emphasize that the G, for governance, permeates everything. At Whirlpool, we have a Global Ethics and Compliance Program, focused on improving and sustaining our culture of winning with integrity. A pillar of our program is the Integrity Manual (Code of Ethics). In addition to the Manual, we have an annual Integrity Week which, in 2022 alone, totaled more than 7 hours of sessions, in addition to face-to-face activations and leadership videos, with more than 20 hours of mandatory training on ethics for employees. Other trainings on protection of confidential information, respect in the workplace, health, and safety, among others, totaled more than 4 thousand participations.

Talking about ethics and compliance is extremely important to maintain transparent relationships within the corporate environment, whether with employees or stakeholders, in addition, of course, to improving the organizational climate, integrating leaders and teams, etc. And within Whirlpool, governance is an essential pillar for the company and, therefore, we often say: “there is no right way to do the wrong thing”, a motto that must be used inside and outside the company.

PV – One of the biggest challenges for companies focused on building an ESG culture is finding professionals capable of doing so. **How did you resolve this issue? Tell us about the ESG structure within Whirlpool Brasil in terms of organization and teams.**

BG – At Whirlpool Brasil, we have a structure dedicated to the ESG theme, which has total intersection with the other areas of the company. We understand that ESG needs to be thought of on all fronts of the company, whether in manufacturing and the production process, in marketing to create campaigns, between leaders and followers, product development, among others. ESG goes far beyond sustainability. It is to encourage and sensitize our employees and the entire team about the responsibility of each one for a better present and future. In addition to our global and regional boards and committees, we have the ESG Task Force, a cross-functional group of leaders that meets monthly to oversee progress, identify, and manage challenges, monitor trends, and provide reports to the Board and the Sustainability.

Criar memórias

Momentos especiais entre pais e filhos



Multifuncional e prático, o fogão **Diamante Glass** possui dois fornos, um elétrico e outro a gás, que permite o preparo de duas receitas ao mesmo tempo, sem interferência de cheiros e sabores entre elas. Os melhores momentos para quem vende e para quem usa.

Versões: 4 e 5 queimadores nas cores preto e inox.



MESA DE VIDRO



TRIPLA CHAMA



TREMPE INDIVIDUAL



FORNO AUTOLIMPANTE



TIMER SONORO



DUPLO FORNO



Aposte a câmera do celular para o QRcode ao lado e conheça o produto em Realidade Aumentada

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

Esmaltec
ELETRODOMÉSTICOS

GRUPO

GRUPO ZEMA: 100 YEARS DOWN TO EARTH
AND HAND-TO-HAND WORK

MATÉRIA DE CAPA / GRUPO ZEMA
COVER STORY / GRUPO ZEMA

por / by **Leda Cavalcanti**

zema

100 ANOS DE PÉ NO CHÃO E TRABALHO CORPO A CORPO







Em janeiro de 2023, lançamos nosso próprio marketplace com atuação nacional. Já temos alguns sellers operando, e a meta é multiplicar ainda neste ano em 100 vezes a quantidade de SKUs ativos no site, por meio das parcerias.”

“In January 2023, we launched our own marketplace with nationwide operations. We already have some sellers operating, and the goal is to multiply the number of active SKUs on the site by 100 times this year, through partnerships.”

Com **468 lojas** nos estados de Minas Gerais, São Paulo, Bahia, Goiás, Espírito Santo e Mato Grosso do Sul, e **projeção de receita de R\$ 2,47 bilhões em 2023**, o Grupo Zema, o maior a atuar prioritariamente nas cidades do interior do Brasil, comemora os seus 100 anos. A data é um marco na história do grupo mineiro sediado na cidade de Araxá (MG), conhecida por suas fontes termais e escolhida pelo imigrante italiano Domingos Zema para vivenciar sua experiência brasileira.

Bisavô de Romero Zema, o atual CEO da empresa, Domingos abriu a Casa Sport, a primeira empresa de peças, acessórios e lubrificantes para automóveis de Araxá. Atuou na locação de carros e, com espírito empreendedor, também criou o primeiro posto de combustível local e seguiu sua trajetória determinado a fazer a diferença no mercado com um atendimento exemplar. Em 1976, abriu seu braço no varejo de lojas de eletros e móveis, que se tornou o carro-chefe da empresa.

With **468 stores** in the states of Minas Gerais, São Paulo, Bahia, Goiás, Espírito Santo and Mato Grosso do Sul, **and projected revenue of BRL 2.47 billion in 2023**, Grupo Zema, the primarily largest operating in the cities of the countryside of Brazil, celebrates its 100 years. The date is a milestone in the history of the group from Minas Gerais based in the city of Araxá (MG), known for its hot springs and chosen by the Italian immigrant Domingos Zema to live his Brazilian experience.

Great-grandfather of Romero Zema, the current CEO of the company, Domingos opened Casa Sport, the first car parts, accessories, and lubricants company in Araxá. He operated in car leasing and, with an entrepreneurial spirit, also created the first local gas station and followed his path determined to make a difference in the market with exemplary service. In 1976, he opened his retail branch of electronics and furniture stores, which became the company's flagship.



Hoje, compõem o grupo a Zema Financeira, a Zema Consórcio, a Zema Seguros e uma rede de 20 concessionárias de veículos. Nesses 100 anos, com o jeito mineiro de ser, a empresa trabalhou o corpo a corpo, integrou-se à comunidade e ficou atenta às modernas formas de vendas. **“Temos condutas de gestão calcadas em dados, estratégia e pé no chão, sempre pensando em inovação e formas de melhorar a experiência dos clientes”, diz o CEO, Romero Zema,** nesta entrevista exclusiva para **Eletrolar News.**

COMO A EMPRESA AVALIA OS SEUS 100 ANOS DE ATUAÇÃO NO MERCADO?

ROMERO ZEMA – Os 100 anos do Grupo Zema são avaliados como um século de desafios, mas de muitas conquistas, principalmente em um mercado tão competitivo e desafiador. Mantivemos intacta a cultura organizacional e acreditamos que a gestão familiar passe os valores corretos para os colaboradores e para a sociedade, influenciando positivamente na economia

*Today, the group is composed by Zema Financeira, Zema Consórcio, Zema Seguros and a chain of 20 vehicle dealerships. In these 100 years, with the way of being from Minas Gerais, the company worked hand-to-hand, integrated into the community and was attentive to modern forms of sales. **“We have management practices based on data, strategy and down to earth, always thinking about innovation and ways to improve the customer experience”, says CEO, Romero Zema,** in this exclusive interview for **Eletrolar News.***

HOW DOES THE COMPANY EVALUATE ITS 100 YEARS OF EXPERIENCE IN THE MARKET?

ROMERO ZEMA – The 100 years of Grupo Zema are seen as a century of challenges, but of many achievements, especially in such a competitive and challenging market. We kept the organizational culture intact and believe that family management passes on the correct values to employees and society, positively influencing the economy of Araxá and Minas



Foto: Divulgação / Grupo Zema

de Araxá e de Minas Gerais. Temos condutas de gestão calcadas em dados, estratégia e pé no chão, mas sempre pensando em inovação e formas de melhorar a experiência dos funcionários e clientes.

É UMA VITÓRIA CHEGAR AO CENTENÁRIO?

RZ – Sim, é uma grande vitória chegar aos 100 anos de forma sólida no varejo brasileiro, com números sustentáveis de crescimento e previsões de investimento a partir de bases sólidas, que nos fazem, no presente, ter orgulho do passado, mas pensando no futuro, com a criação de um ecossistema inteligente, expansão dos canais digitais, braços fintech, e-commerce e marketplace. Já pensamos, agora, nos próximos 100 anos.

QUANTO O GRUPO CRESCER NOS ÚLTIMOS ANOS? QUAL O FATURAMENTO ESPERADO PARA 2023?

RZ – Nos últimos quatro anos, o grupo cresceu, em média, 12% ao ano. Lojas Zema para varejo apresentaram crescimento médio de 9%. **Para 2023, o grupo e as**

“Entre os desafios do varejo brasileiro, estão a complexa carga tributária, os custos operacionais altos e a concorrência desleal.”

“Among the challenges facing Brazilian retailers are the complex tax burden, high operating costs and unfair competition.”

Gerais. We have management behaviors based on data, strategy and down to earth, but always thinking about innovation and ways to improve the experience of employees and customers.

IS IT A VICTORY TO REACH THE CENTENARY?

RZ – Yes, it is a great victory to reach 100 years in such consolidated form in Brazilian retail, with sustainable growth figures and investment forecasts based on solid foundations, which make us, in the present, proud of the past, but thinking about the future, with the creation of an intelligent ecosystem, expansion of digital channels, fintech arms, e-commerce and marketplace. We are already thinking about the next 100 years now.

HOW MUCH HAS THE GROUP GROWN IN RECENT YEARS? WHAT IS THE EXPECTED REVENUE FOR 2023?

RZ – In the last four years, the group grew, on average, 12% per year. Lojas Zema (retail stores) posted an average growth of 9%. **For 2023, the group and the stores project growth of 15%, reaching a total revenue of BRL 2.47 billion.**

WHERE ARE ZEMA STORES LOCATED?

RZ – We have 468 stores, spread across six states. The branches are in the states of Minas Gerais, São Paulo, Bahia, Goiás, Espírito Santo and Mato Grosso do Sul. The average square footage of the stores is 400sqm, and all of them have the same standard.

lojas projetam crescimento de 15%, atingindo, no total, receita de R\$ 2,47 bilhões.

ONDE ESTÃO LOCALIZADAS AS LOJAS ZEMA?

RZ – Temos 468 lojas, espalhadas pelo interior de seis estados. As filiais estão nos estados de Minas Gerais, São Paulo, Bahia, Goiás, Espírito Santo e Mato Grosso do Sul. A metragem média das lojas é de 400 m², e todas têm o mesmo padrão.

SÃO TODAS LOJAS DE RUA OU HÁ TAMBÉM EM SHOPPING CENTERS?

RZ – Todas são lojas de rua. O principal motivo para isso é que a maioria das cidades onde atuamos não possui shopping center. Também avaliamos que os custos de instalação e manutenção de loja no shopping são altos.

A REDE TEM QUANTOS CENTROS DE DISTRIBUIÇÃO?

RZ – Um CD em Araxá (MG), com 28 mil m² de estocagem. Para melhorar a eficiência da distribuição do e-commerce, por exemplo, já se avalia investir em operadores logísticos em locais estratégicos como Espírito Santo, Belo Horizonte e São Paulo.

ARE THEY ALL STREET STORES OR ARE THERE ALSO SHOPPING MALLS?

RZ – They are all street stores. The main reason for this is that most cities where we operate do not have a shopping mall. We also believe that the costs of installing and maintaining a store in the mall are high.

HOW MANY DISTRIBUTION CENTERS DOES THE CHAIN HAVE?

RZ – A DC in Araxá - MG, with 28 thousand sqm of storage. To improve the efficiency of e-commerce distribution, for example, investment in logistics operators in strategic locations such as Espírito Santo, Belo Horizonte and São Paulo is already being considered.

HOW MANY EMPLOYEES DOES THE COMPANY HAVE TODAY?

RZ – The group has 5,250 employees. The retail part (Lojas Zema) has 4,650 employees. When the company started, there was only one employee.

HOW MANY AND WHICH PRODUCTS DOES THE CHAIN OFFER? WHICH ONES ARE MORE REPRESENTATIVE?

RZ – Today, we have more than 7,500 active SKUs with inventory for sales in stores and e-commerce.



A Europ Assistance cuida de você,
para que você aproveite a sua vida!

YOU LIVE WE CARE

ASSISTÊNCIA MULHER E GESTANTE

Cuidados com a saúde das mulheres, durante todas as etapas da vida.



MULHER ADULTA

Menopausa, exames preventivos,
visitas ao ginecologista.



GESTANTE

Dúvidas e orientações
sobre a gravidez.



MÃES COM BEBÊ E CRIANÇA

Amamentação, introdução
alimentar, vacinas.



ADOLESCENTE

Orientação sexual, DST,
relações sexuais.

ASSISTÊNCIA PET

Seu pet sempre seguro, são mais de 20 serviços, sejam emergenciais ou por conveniência, garantindo à ele os melhores cuidados veterinários.



ATENDIMENTO
EMERGENCIAL



ASSISTÊNCIA
MÉDICA



TRANSPORTE
EMERGENCIAL



APOIO
PSICOLÓGICO



APLICAÇÃO OU
INFORMAÇÕES
DE VACINAS

Temos essas e muitas outras soluções,
entre em contato com a gente e fique sabendo
como podemos potencializar as suas vendas.



Rita Graziano
Comercial

 **europ**
assistance
you live we care



HOJE, QUANTOS FUNCIONÁRIOS TEM A EMPRESA?

RZ – O grupo possui 5.250 colaboradores. A parte de varejo (Lojas Zema) conta com 4.650 colaboradores. Quando a empresa começou, tinha só um funcionário.

QUANTOS E QUAIS PRODUTOS OFERECE A REDE? QUAIS TÊM MAIOR REPRESENTATIVIDADE?

RZ – **Hoje, temos, mais de 7.500 SKUs ativos e com estoque para vendas nas lojas e no e-commerce.**

Temos linha branca pesada, portáteis, eletrônicos, televisores, telefonia geral, brinquedos, pneus e climatização, além da linha de moda, com roupas masculinas, femininas, calçados e perfumes importados. **A linha branca pesada, os celulares e os móveis têm a maior representatividade nas vendas.**

O QUE DIFERENCIA A ZEMA EM SEU MERCADO DE ATUAÇÃO?

RZ – O grande diferencial é a expertise em atuar em cidades menores, onde nos especializamos na prestação de serviços de qualidade para esses clientes. Nossas

*We have heavy white goods, small appliances, electronics, televisions, general telephony, toys, tires, and air conditioning, in addition to the fashion line, with men's and women's clothing, footwear and imported perfumes. **The heavy white line, cell phones and furniture have the greatest representation in sales.***

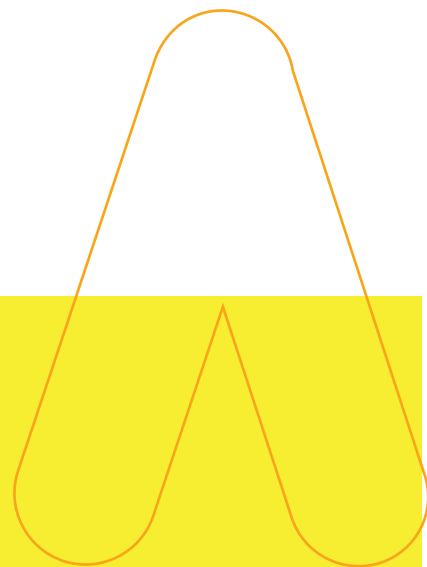
WHAT DIFFERENTIATES ZEMA IN ITS MARKET?

***RZ** – The great differential is the expertise in operating in smaller cities, where we specialize in providing quality services to these clients. Our stores have an adequate structure and a customized team for this niche market. We have our own credit card, with eye-to-eye credit analysis, using as a basis, in addition to national credit bureaus, the customer's relationship with the store, his experience with local commerce and criteria that are often not considered or visible for traditional credit policies applied in large centers.*



Nos últimos três anos, abrimos 35 filiais. Em 2023, a expectativa é de oito lojas em regiões onde a marca é conhecida, mantendo crescimento orgânico e dentro do perfil de cidades em que já atuamos.”

“In the last three years, we opened 35 branches. In 2023, the expectation is for eight stores in regions where the brand is known, maintaining organic growth and within the profile of cities where we already operate.”



· NOVA PARABÓLICA DIGITAL ·

VIVENSIS TV SAT



Eu confio
e recomendo
a qualidade
da marca
VIVENSIS!



de **+80** canais gratuitos ao vivo!

Prepare sua loja para receber a demanda de 16 milhões* de domicílios que irão precisar atualizar o sistema de recepção de sinal de TV para a NOVA PARABÓLICA DIGITAL.

Vem crescer com quem tem mais de 27 anos de mercado e é especialista em tecnologia via satélite!

📷📘🌐 vivensis 📄 www.vivensis.com.br

*Fonte: PNAD/IBGE 2022



MATÉRIA DE CAPA - COVER STORY

lojas possuem estrutura adequada e equipe customizada para esse nicho de mercado. Temos crediário próprio, com análise de crédito “olho no olho”, usando como base, além de birôs de crédito nacionais, o relacionamento do cliente com a loja, a experiência dele com o comércio local e critérios que muitas vezes não são considerados ou visíveis para políticas de crédito tradicionais e aplicadas em grandes centros.

ATENDER BEM É UMA TRADIÇÃO?

RZ – Nosso atendimento é qualificado para prestar o melhor serviço para o cliente, desde a abordagem da compra até a entrega. **A loja Zema se tornou, em muitas cidades, uma referência e porta de entrada de clientes na “bancaização”. Para muitos clientes, somos o primeiro e único crediário que eles possuem no mercado.** Na oferta de crédito pessoal e consignado, por meio da Zema Financeira nas lojas, conseguimos levar mais essa facilidade. Ofertamos crédito com atendimento e ambiente agradável e amigoso de uma loja de varejo.

COMO O SENHOR AVALIA A ATUAÇÃO DO VAREJO BRASILEIRO?

RZ – O varejo brasileiro tem passado por uma constante transformação, mais ágil e desafiadora a cada ano. Antes, os ciclos de mudanças eram mais longos, ocor-

IS GOOD SERVICE A TRADITION?

RZ – Our service is qualified to provide the best service to the customer, from the purchase approach to delivery. **The Zema store has become, in many cities, a reference point and gateway for customers in “banking”. For many customers, we are the first and only installment plan they have on the market.** In the offer of personal and payroll loans, through Zema Financeira in stores, we were able to take this facility even further. We offer credit with service and the pleasant and friendly environment of a retail store.

HOW DO YOU EVALUATE THE PERFORMANCE OF BRAZILIAN RETAIL?

RZ – Brazilian retail has been undergoing constant transformation, becoming more agile and challenging every year. Before, the change cycles were longer, taking place in decades, then in years, and now in months. Retail changes accompany customers’ buying behavior, they dictate the market and where retailers need to move, and this behavior has been changing steadily and rapidly. **It is challenging to be a retailer in a country of continental size, with cultural differences, with a complex tax burden, with logistical and dynamic operating costs.**



É uma grande vitória chegar aos 100 anos de forma sólida no varejo brasileiro, com números sustentáveis de crescimento e previsões de investimento a partir de bases sólidas.”

“It is a great victory to reach 100 years in such consolidated form in Brazilian retail, with sustainable growth figures and investment forecasts based on solid foundations.”



Som é sobrevivência.

HBA

GANHE VANTAGEM COM A LINHA GAMER JBL QUANTUM.



Com anos de desenvolvimento, combinamos elementos de alta precisão com software inovador para colocar você no centro da ação. Garanta um som extremamente fiel e envolvente, que revela todos os detalhes do mundo que te rodeia.

Confira abaixo alguns modelos e experimente ter o melhor aliado para dar vida aos seus jogos. Prepare-se para vencer.

JBL Quantum 910 Wireless



JBL Quantum Stream



JBL Quantum TWS



SAIBA MAIS





riam em décadas, depois em anos e, agora, em meses. As mudanças do varejo acompanham o comportamento de compra dos clientes, eles ditam o mercado e para onde os varejistas precisam se movimentar, e esse comportamento tem mudado de forma constante e rápida. **É desafiador ser varejista em um país de tamanho continental, com diferenças culturais, com carga tributária complexa, com custo logístico e de operação dinâmico.**

QUAIS SÃO OS MAIORES DESAFIOS DO VAREJO BRASILEIRO?

RZ – Podemos citar a complexa carga tributária, os custos operacionais altos e a concorrência desleal. Fazemos de tudo, internamente, para amenizar esses efeitos com estratégia, valor agregado e muito trabalho.

NA ZEMA, OS MAIORES RECURSOS SÃO DIRIGIDOS PARA QUAIS ÁREAS?

RZ – Sem dúvida, a área de tecnologia da informação (TI) tem demandado muito investimento, principalmente para acompanhar as mudanças tecnológicas e oferecer aos clientes uma melhor experiência de compra. A empresa investiu alto na troca do seu ERP para a melhor tecnologia de armazenamento e processamento, também no front das lojas e no processo de vendas. Além disso, teve alto investimento para operacionalizar seu e-commerce, e integrá-lo com multicanalidade com as lojas, com estoque e check-out integrados.

WHAT ARE THE BIGGEST CHALLENGES FOR BRAZILIAN RETAIL?

RZ – We can mention the complex tax burden, high operating costs, and unfair competition. We do everything internally to mitigate these effects with strategy, added value and hard work.

AT ZEMA, WHICH AREAS ARE MOST RESOURCES DIRECTED TOWARDS?

RZ – Undoubtedly, the information technology (IT) area has demanded a lot of investment, mainly to keep up with technological changes and offer customers a better shopping experience. The company invested heavily in switching from its ERP to the best storage and processing technology, also at the front of stores and in the sales process. In addition, it had a high investment to operationalize its e-commerce, and integrate it with multichannel with the stores, with integrated inventory and check-out.

ARE THERE PLANS TO EXPAND THE NUMBER OF STORES AND ENTER NEW CITIES?

RZ – In the last three years, the company opened 35 branches. In 2023, the expectation is for eight stores in regions where the brand is known, maintaining organic growth and within the profile of cities where we already operate.

HOW DOES THE COMPANY DEAL WITH E-COMMERCE?

RZ – Zema's e-commerce has been in existence for three years, and today represents 10% of total revenue. We believe that e-commerce is a very important

Experiência além das expectativas

FUJITSU | AIRSTAGE



Sustentabilidade é Airstage. Airstage é Fujitsu.

Airstage é a nova marca global de produtos da Fujitsu
que chega ao mercado com ainda
mais tecnologia, sustentabilidade e inovação.



Em breve mais
novidades!



Sustentável



Econômico



Leve e Elegante



fujitsu-general.com/br



/company/fujitsugeneraldobrasil



/fujitsugeneraldobrasil



Fujitsu General do Brasil



Foto: Divulgação / Grupo Zema

HÁ PLANOS PARA AMPLIAR O NÚMERO DE LOJAS E ENTRAR EM NOVAS CIDADES?

RZ – A empresa abriu, nos últimos três anos, 35 filiais. Em 2023, a expectativa é de oito lojas em regiões onde a marca é conhecida, mantendo crescimento orgânico e dentro do perfil de cidades em que já atuamos.

COMO A EMPRESA LIDA COM O E-COMMERCE?

RZ – **O e-commerce da Zema tem três anos de existência, representa hoje 10% do faturamento total.**

Acreditamos que o e-commerce é um canal de suma importância, principalmente para a manutenção das vendas a médio e longo prazo, uma vez que as novas gerações possuem um comportamento de compra digital, em que a pesquisa, a decisão e a compra passam pelo online.

ISSO TRAZ UM NOVO DESAFIO?

RZ – O grande desafio é integrar os canais, online e físico. Queremos cada vez mais oferecer ao cliente a multicanalidade, estar disponíveis com a melhor expe-

channel, mainly for maintaining sales in the medium and long term, since the new generations have a digital purchase behavior, in which research, decision and purchase go through the online.

DOES THIS BRING A NEW CHALLENGE?

RZ – The big challenge is to integrate the channels, online and physical. We want more and more to offer the customer multichannel, to be available with the best possible experience wherever and however he wants, whether on the website, in the store, on phone sales, and allow him to travel through them in a unique way and without interruptions.

HOW IS THE PERFORMANCE IN LOGISTICS?

RZ – Today, we operate throughout the country, we have already delivered at least one product to more than 3,650 cities, from North to South. We have outsourced logistics operators, who carry out this distribution, and 40% of sales are with the option for the customer to pick up the product at a nearby store,

Escolha EOS e amplie os seus negócios.



Veja como ser um revendedor EOS.

A EOS tem o portfólio mais completo para aquecer as vendas da sua loja no inverno.

Há mais de 15 anos atendendo o mercado de refrigeração comercial, a EOS se consolida no mercado Brasileiro, passando a oferecer também **solução completa na linha de eletrodomésticos.**

São mais de 300 skus para atender nossos revendedores com compromisso de qualidade e rentabilidade para o seu negócio.



Visite o estande da EOS na Eletrolar Show entre os dias 10 a 13 de julho e conheça todo o mix de produtos.

EOS.

MATÉRIA DE CAPA - COVER STORY

riência possível onde e como ele quiser, seja no site, na loja, no televidas, e permitir que trafegue por eles de forma única e sem rupturas.

COMO É A ATUAÇÃO EM LOGÍSTICA?

RZ – Hoje, atuamos em todo o País, já fizemos a entrega de pelo menos um produto em mais de 3.650 municípios, de Norte a Sul. Temos operadores logísticos terceirizados, que fazem essa distribuição, e 40% das vendas são com a opção de o cliente retirar o produto na loja próxima, o que reduz o custo logístico, potencializa novos negócios e o omnichannel.

E SOBRE O MARKETPLACE, O QUE O SENHOR PENSA?

RZ – Atuamos em marketplace out, nos maiores do País, e em janeiro de 2023 lançamos nosso próprio marketplace com atuação nacional. Já temos alguns sellers operando, e a meta é multiplicar ainda neste ano em 100 vezes a quantidade de SKUs ativos no site, por meio das parcerias.

O ANO DE 2023 SERÁ DE INVESTIMENTOS? QUAL É A EXPECTATIVA DA EMPRESA?

RZ – O ano começou desafiador, com taxa de juros alta, que corrói o poder de compra dos clientes, principalmente das classes C e D, que são os principais das nossas lojas. Por isso, teremos uma certa cautela nos investimentos, que serão feitos à medida que o cenário for se desenhando. Hoje, temos uma estrutura enxuta, mas muito bem construída e

which reduces logistical costs, boosts new business and omnichannel.

AND ABOUT THE MARKETPLACE, WHAT DO YOU THINK?

RZ – We operate in marketplace out, in the largest in the country, and in January 2023 we launched our own marketplace with nationwide operations. We already have some sellers operating, and the goal is to multiply the number of active SKUs on the site by 100 times this year, through partnerships.

WILL 2023 BE A YEAR OF INVESTMENTS? WHAT IS THE COMPANY'S EXPECTATION?

RZ – The year started challenging, with high interest rates, which erode the purchasing power of customers, mainly from classes C and D, which are the main ones in our stores. Therefore, we will be cautious in investments, which will be made as the scenario develops. Today, we have a lean structure, but very well built and prepared to spend moments of controlled investments and more directed towards the maintenance of the operation.

IN RECENT YEARS, WHAT HAVE BEEN THE MAIN CHANGES IN CONSUMER BEHAVIOR?

RZ – Undoubtedly, the customer's buying journey has changed, especially after the pandemic. This transformation came more slowly, already accompanying the new generations, who are more connected with the online world and, for the most part, prioritize searches



Nos últimos quatro anos, o grupo cresceu na média de 12%/ano. Lojas Zema para varejo apresentaram crescimento médio de 9%. Para 2023, o grupo e as lojas projetam crescimento de 15%, atingindo, no total, receita de R\$ 2,47 bilhões.”

“Over the past four years, the group has grown by an average of 12%/year. Lojas Zema retail stores posted an average growth of 9%. For 2023, the group and the stores project growth of 15%, reaching, in total, revenue of BRL 2.47 billion.”

Aumenta até
o volume das
suas vendas.

Letron

A linha de Caixas de Som Letron vem com um design moderno e alta potência para garantir diversão no volume máximo e grandes oportunidades para o seu negócio.



111,5cm

2200W



36,5cm

200W



30cm

60W



72cm

1200W



Conexão
Bluetooth



Controle
Remoto



Iluminação
LED



Entrada
USB

Acesse leonorab2b.com.br
ou fale com nossos
representantes comerciais.

GRUPO
LEONORA



Acompanhe nossos
conteúdos
nas mídias sociais.

@mundoletron



Foto: Divulgação / Grupo Zema

preparada para passar momentos de investimentos controlados e mais direcionados para a manutenção da operação.

NOS ÚLTIMOS ANOS, QUAIS FORAM AS PRINCIPAIS MUDANÇAS NO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR?

RZ – Sem dúvida, a jornada de compra do cliente mudou, principalmente após a pandemia. Essa transformação vinha de forma mais lenta, já acompanhando as novas gerações, que estão mais conectadas com o mundo online e, na sua maioria, priorizam pesquisas e compra por sites. Mas, com o advento da pandemia e as limitações impostas para compras nas lojas físicas, a transformação se acelerou, e muito.

O NÚMERO DE CLIENTES DIMINUIU?

RZ – Hoje, apesar do crescimento nas vendas das lojas físicas, o fluxo de clientes caiu. Isso porque o cliente procura a loja já com uma jornada feita, de pesquisa, consulta de preço, comparação e avaliação de produto. E, atualmente, ele trafega por todos os canais, consulta no site e compra na loja, ou vice e versa. Cada vez menos, existe a jornada de antes, de o cliente sair de loja em loja comparando preço. Quando ele chega à loja, já tem conhecimento do produto e muitas vezes vem com a decisão já tomada. Por isso,

and purchases through websites. But, with the advent of the pandemic and the limitations imposed on purchases in physical stores, the transformation has accelerated, and a lot.

HAS THE NUMBER OF CUSTOMERS DECREASED?

RZ – Today, despite the growth in sales at physical stores, the flow of customers has dropped. This is because the customer comes to the store after already having completed a journey of research, price consultation, comparison, and product evaluation. And, currently, it travels through all channels, checking on the website and buying in the store, or vice versa. Less and less, there is the same journey as before, where the customer goes from store to store comparing prices. When he arrives at the store, he is already aware of the product and often comes with the decision already made. Therefore, service today is even more essential, because the consultant has less flow and needs to be more assertive in converting the sale.



Temos mais de 7.500 SKUs ativos e com estoque para vendas nas lojas e no e-commerce, incluindo linha branca pesada, portáteis, eletrônicos, televisores, telefonia geral, brinquedos, pneus e climatização. Linha branca, celulares e móveis têm a maior representatividade nas vendas.”

“We have more than 7,500 active SKUs in stock for sales in stores and e-commerce, including heavy white goods, small appliances, electronics, televisions, general telephony, toys, tires and air conditioning. White goods, cell phones and furniture have the greatest representation in sales.”

o atendimento, hoje, é ainda mais essencial, porque o consultor tem menos fluxo e precisa ser mais assertivo na conversão da venda.

QUAL SERÁ O FUTURO DO VAREJO BRASILEIRO? ONLINE OU FÍSICO?

RZ – O futuro é a integração dos canais. Não acreditamos que um substitua o outro. Por isso, temos que estar integrados e oferecer para o cliente experiência única em todos os canais, sem gerar atrito. A prestação de serviço passará a ser cada vez mais o diferencial, a entrega rápida na casa do cliente, ou a disponibilidade do produto na loja e, quando necessário, uma troca e atendimento personalizado.

COMO A ZEMA VAI COMEMORAR OS SEUS 100 ANOS?

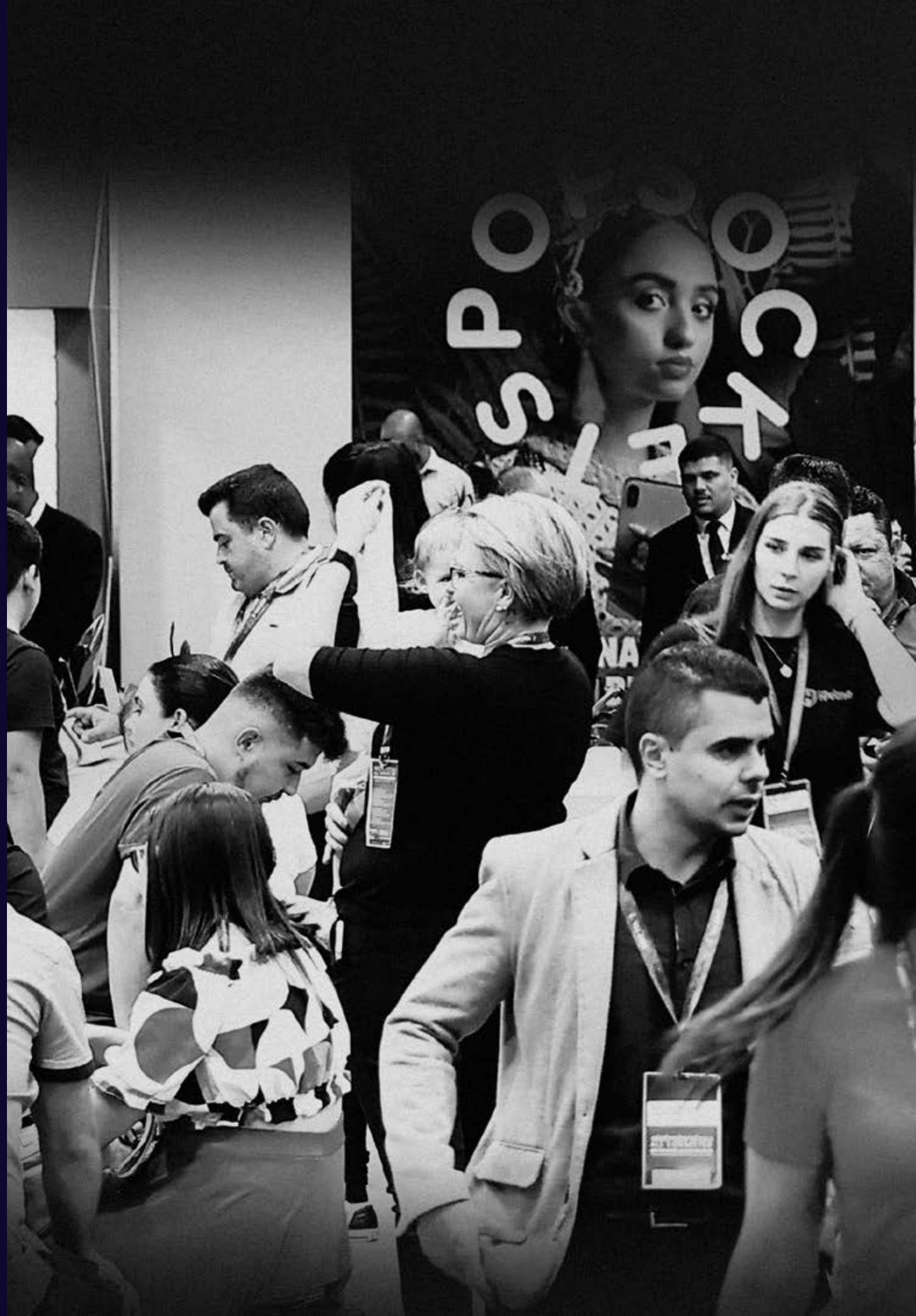
RZ – Teremos várias ações para este ano do centenário e dividimos essa comemoração em eventos com os colaboradores, com a comunidade, com todos os parceiros e com os clientes. Promoveremos convenção com os mais de 5.200 colaboradores, shows festivos para a comunidade e evento comemorativo com todos os fornecedores e parceiros que contribuem para o dia a dia da empresa e ajudaram a chegarmos a essa data especial, além de várias campanhas promocionais para os clientes durante todo o ano. ■■

WHAT WILL BE THE FUTURE OF BRAZILIAN RETAIL? ONLINE OR PHYSICAL?

RZ – The future is channel integration. We do not believe that one replaces the other. Therefore, we must be integrated and offer the customer a unique experience in all channels, without generating friction. The provision of service will increasingly become the differential, fast delivery to the customer's home, or the availability of the product in the store and, when necessary, an exchange and personalized service.

HOW WILL ZEMA CELEBRATE ITS 100 YEARS?

RZ – We will have several actions for this centenary year, and we divide this celebration into events with employees, with the community, with all partners and with customers. We will promote a convention with more than 5,200 employees, festive shows for the community and a commemorative event with all suppliers and partners who contribute to the day-to-day business of the company and supported us reach this special date, in addition to various promotional campaigns for customers during all year. ■■



NOVOS ESPAÇOS
ESPECIAIS NA

16ª

NEW SPECIAL AREAS AT THE
16TH ELETROLAR SHOW

EF



Sucesso absoluto na edição de 2022, os espaços especiais da Eletrolar Show, que geram boas oportunidades de negócios, estão com muitas novidades em 2023. Entre os destaques, estão a Arena Comex By Maersk e a Arena e-commerce.

Absolute success in the 2022 edition of the fair, the special arenas, which generate good business opportunities, have many new features in 2023. Among the highlights are the Comex Arena By Maersk and the E-commerce Arena.

ARENA COMEX BY MAERSK COMEX ARENA BY MAERSK

Imprescindível para a economia de um país, o comex, abreviatura do termo comércio exterior, terá um espaço exclusivo na Eletrolar Show 2023. Especialistas abordarão questões tributárias, administrativas, financeiras, comerciais, aduaneiras, estudos de mercado, tendências e cases de negócios na atividade que movimenta a balança comercial de um país e o torna muito mais próspero. Serão três dias de summit.

Essential for a country's economy, comex, an abbreviation of the term foreign trade, in Portuguese, will have an exclusive space at Eletrolar Show 2023. Specialists will address tax, administrative, financial, commercial, customs, market studies, trends and business cases in the activity that moves the trade balance of a country and makes it much more prosperous. There will be three days of summit.



NEW BRANDS MAKE AN APPEARANCE AT THE 16TH ELETROLAR SHOW

NOVAS MARCAS MARCAM PRESENÇA NA 16ª ELETROLAR SHOW

BRASTEMP

Consul



MAERSK

**infra
commerce**



VIVENSIS
Care technology

CICLO CAIRU
O máximo em duas rodas.

KONKA

XT RACER

ARENA E-COMMERCE

E-COMMERCE ARENA

Área de atualização sobre os rumos e as tendências do e-commerce em 2023, cujas expectativas são muito positivas devido ao marketing e às novas estratégias de vendas e de distribuição. O alinhamento das tecnologias contribui para os bons resultados do e-commerce. Manter-se a par do comportamento do consumo é essencial, bem como a personalização. Estudos mostram que 47% dos consumidores já comparam pelo Instagram.

Area for updates on the directions and trends of e-commerce in 2023, whose expectations are very positive due to marketing and new sales and distribution strategies. The alignment of technologies contributes to the good results of e-commerce. Keeping track of consumer behavior is essential, as is personalization. Studies show that 47% of consumers already shop on Instagram.



16ª ES



ARENA CRYPTO

CRYPTO ARENA

Com a evolução da parte regulatória, este é um ano positivo para as criptomoedas, avaliam os especialistas. O Brasil é um dos cinco maiores mercados do mundo de criptomoedas. Em 2021, as operações atingiram R\$ 200,7 bilhões, o dobro do ano anterior. A distribuidora Brazil Electronics, que participa pela segunda vez como expositora, trará as marcas Trezor e Mileto Tech.

With the evolution of the regulatory part, this is a positive year for cryptocurrencies, according to experts. Brazil is one of the five largest cryptocurrency markets in the world. In 2021, operations reached BRL 200.7 billion, double the previous year. The distributor Brazil Electronics, which participates for the second time as an exhibitor, will bring the brands Trezor and Mileto Tech.


Grupo
eletrolar
MULTIMÍDIA B2B

**FIQUE POR DENTRO
DAS PRINCIPAIS
NOVIDADES DO SETOR**

Siga-nos nas redes sociais

 /eletrolarshow

 /eletrolarshow

 /grupoeletrolar

 @eletrolarshow

 @eletrolarshow



COMERCIAL: +55 11 3197-4949 • COMERCIAL@GRUPOELETROLAR.COM • GRUPOELETROLAR.COM

Conecte-se ao
nosso linkedin

eletrolarshow

ALL CONNECTED

CONEXÕES CADA VEZ MAIS IMPORTANTES

DE 10 A 13 DE JULHO DE 2023 - DAS 13H ÀS 21H

TRANSAMERICA EXPO CENTER | SÃO PAULO - SP - BRASIL

SORTEIA UM CARRO ELÉTRICO

**VISITANTE COMPRADOR,
ESTA É A SUA CHANCE DE GANHAR
UM CARRO ELÉTRICO!**

www.eletrolarshow.com.br

PARTICIPE

eletrolarshow

ALL CONNECTED

CONEXÕES CADA VEZ MAIS IMPORTANTES

2023

DE 10 A 13 DE JULHO DE 2023 - DAS 13H ÀS 21H
TRANSAMERICA EXPO CENTER | SÃO PAULO - SP - BRASIL

Você quer ganhar um carro elétrico?

SUA VISITA PODE VALER UM CARRO ZERO!

Então não perca a chance **de participar do sorteio que acontecerá durante a Eletrolar Show 2023!**

Descubra como **concorrer!**

Acesse o site da

#ES2023

eletrolarshow.com.br

Faça a sua

Inscrição

credenciamento online

Visite a feira de

10 - 13 julho

no Transamerica Expo

Retire a sua

Credencial

no credenciamento

Realize suas

Reuniões

não se esqueça de
carimbar sua credencial

Entregue sua

Credencial

até o dia 13 de julho
na saída da feira

Fique atento ao

Sorteio dia 13

às 20h00 na ES2023
20h15 divulgação no site

**Venha conhecer
presencialmente as
tecnologias, tendências,
novas marcas, produtos
e os executivos do setor.**

Conectando você com a

MOBILIDADE ELÉTRICA

O carro elétrico é o mais novo eletrônico entre as novidades do universo de produtos da Eletrolar Show. Está é mais uma iniciativa para promover a sustentabilidade no Brasil.



Processo n - 2023/02519 - aguardando aprovação pelo SPCP/MF



ACESSE O QR CODE E
FAÇA O SEU
CREDENCIAMENTO

SUA CHANCE DE
GANHAR UM
CARRO ELÉTRICO
ZERO KM,
durante o evento!

*Imagem meramente ilustrativa



O ENCONTRO DO MERCADO BRASILEIRO

2023

JANTAR EXCLUSIVO

HOMENAGEM AO VAREJO

PRESENÇA DOS PRINCIPAIS LÍDERES DA INDÚSTRIA E DO VAREJO

LOCAL

VILLA BISUTTI

BERRINI

DATA

11 / JULHO

HORÁRIO

20:00 H



Contato
+55 11 3197 4949

comercial@grupoletrolar.com.br



EXPECTATIVAS DA INDÚSTRIA E DO VAREJO

Mais de 2 mil lançamentos, 700 marcas, 10 mil produtos e representantes de 30 mil pontos de venda na 16ª edição da Eletrolar Show.

INDUSTRY AND RETAIL EXPECTATIONS

More than 2 thousand launches, 700 brands, 10 thousand products and representatives of 30 thousand points of sale in the 16th edition of Eletrolar Show.

Novidades, tendências, relacionamentos e negócios. Essa é a síntese do que oferece a Eletrolar Show, a maior feira B2B da América Latina de eletroeletrônicos, eletrodomésticos, celulares, tecnologia e UD, que será realizada de 10 a 13 de julho, no Transamerica Expo Center, em São Paulo. O mais importante ponto de encontro da indústria e do varejo chega à sua 16ª edição.

Nesta Preview, indústria e varejo destacam a importância da feira para as decisões estratégicas e o relacionamento mais estreito entre ambas as partes. O networking que a Eletrolar Show propicia é destacado por todos e considerado fundamental, porque possibilita a conversa sobre temas importantes, como as perspectivas de mercado. Neste ano, uma atração extra será o sorteio de um carro elétrico entre os compradores.

News, trends, relationships, and business. This is the synthesis of what Eletrolar Show, the largest B2B fair in Latin America for consumer electronics, home appliances, cell phones, technology, and household, to be held from July 10th to 13th, at the Transamerica Expo Center, in São Paulo. The most important meeting point for industry and retail reaches its 16th edition.

In this Preview, industry and retail highlight the fair's importance for strategic decisions and closer relationships between both parties. The networking that Eletrolar Show provides is highlighted by everyone and considered fundamental, because it allows conversation about important topics, such as market perspectives. This year, an extra attraction will be the giveaway of an electric car among buyers.

Preview 2023

O QUE A INDÚSTRIA BUSCA NA ES

What the industry looks for in ES



9H

"Participamos pela segunda vez da Eletrolar Show e esperamos encontrar atacadistas que revendam nossa marca. Em produtos, destacamos o **smartwatch**, relógio inteligente, compatível com Android e iOS. Entre seus muitos atributos, estão o monitor de batimentos cardíacos e o contador de passos."

He Qiu, CEO

"We participated for the second time at the Eletrolar Show and we hope to find wholesalers who resell our brand. In products, we highlight the **smartwatch**, compatible with Android and iOS. Among its many features are the heart rate monitor and step counter."

He Qiu, CEO

ART TECHNOLOGY

"Nossa expectativa é cativar todo tipo de varejista, do pequeno ao de maior porte, nossos produtos atendem à demanda de ambos. A feira faz parte da nossa estratégia, sabemos que o público do evento integra o nicho que queremos atender. Estar no meio de grandes marcas, mostrando os nossos produtos, é uma meta alcançada. Nossos principais destaques são a **linha de computadores all-in-one**, com tela curva de 24" Full HD, design incrível e inúmeras configurações, e as **placas-mãe**, que possuem rede giga 10/100/1000 e entradas para SSD M2.NVMe. Atendem diferentes tipos de clientes porque têm soquetes de gerações diversas."

Miller Tadeu do Nascimento, diretor

"Our expectation is to captivate all types of retailers, from small to large, our products meet the demand of both. The fair is part of our strategy, we know that the public of the event is part of the niche we want to serve. Being around of big brands, showing our products, is a goal achieved. Our main highlights are the **line of all-in-one computers**, with a 24" Full HD curved screen, incredible design and countless configurations, and the **motherboards**, which have a 10/100/1000 giga network and M2 SSD slots. NVMe. They serve different types of customers because they have sockets from different generations."

Miller Tadeu do Nascimento, director





ALMEIDA CRUZ

“Esperamos encontrar um varejo focado no presente, mas com visão de futuro. Que entenda a importância da parceria e disposto a ter um relacionamento duradouro. A feira agrega muita visibilidade e proporciona contatos que talvez nunca ocorressem por outros meios. Sabemos de sua força. Hoje, nosso principal foco está na **máquina de películas Hidrogel AC-10x**, que tem revolucionado a maneira como são vendidas as películas no mercado. Ela corta milhares de modelos na hora, tem software embarcado, fácil operação, insumos de qualidade e preços competitivos.”

João Nascimento, diretor-executivo

“We hope to find a retailer focused on the present, but with a vision of the future. Who understands the importance of partnership and willing to have a lasting relationship. The fair adds a lot of visibility and provides contacts that might never occur by other means. We know of your strength. Today, our focus is on the **AC-10x Hydrogel film machine**, which has revolutionized the way films are sold in the market. It cuts thousands of models on the fly, has embedded software, easy operation, quality inputs and competitive prices.”

João Nascimento, executive director

AIWA

“A marca tem posicionamento premium. O encontro com o mercado varejista é propício para mapear e construir relações que potencializem nossa estratégia. A AIWA teve sua comunicação oficial ao mercado brasileiro na Eletrolar Show de 2022, tamanha é a importância da feira. Em 2023, estamos ampliando nosso portfólio na linha de áudio. Nossos destaques são o **Partybox AWS-PB-01**, com 200 W de potência em 2 woofers de 8”, sistema de luzes RGB (6 modos) e bateria de até 15 horas; **Speakers portáteis**; e **AWS-SP-01**, com 20 W de potência, até 15 horas de bateria, luzes RGB (6 modos) e proteção contra água (IPX).”

Giovanni M. Cardoso, fundador do Grupo MK

“The brand has premium positioning. Meeting with the retail market is conducive to mapping and building relationships that enhance our strategy. AIWA had its official announcement to the Brazilian market at the 2022 Eletrolar Show, such is the importance of the fair. In 2023, we are expanding our portfolio in the audio line. Our highlights are the **Partybox AWS-PB-01**, with 200 W of power in 2 8” woofers, RGB lighting system (6 modes) and battery life of up to 15 hours; **Portable speakers**; and **AWS-SP-01**, with 20 W of power, up to 15 hours of battery life, RGB lights (6 modes) and water protection (IPX).”

Giovanni M. Cardoso, founder of Grupo MK



2023



ATLAS SISTEMAS ANTIFURTO

“Esperamos encontrar um varejo bem diversificado. Nosso foco de negócio é atingir redes de mercado com as antenas antifurto, lojas de eletrônicos com os displays e, principalmente, as que vendem smartphones, pois nossa expertise está na proteção e exposição desse item. O objetivo da Atlas sempre foi solucionar as dores do varejista que quer expor seu produto aos clientes, mas sem deixar de lado a segurança e a experiência da degustação. Para nós, a feira é o evento mais importante do ano, tanto que, em 2023, aumentamos o espaço e o investimento. As **antenas AM** são o nosso principal lançamento. Outro é o cadeado eletrônico para Apple Watch.”

Enori Emmert, diretor comercial

*“We expect to find a well-diversified retail. Our business focus is to reach market chains with anti-theft antennas, electronics stores with displays and, mainly, those that sell smartphones, as our expertise is in the protection and exposure of this item. Atlas' objective has always been to solve the pain of retailers who want to expose their products to customers, but without ignoring safety and the tasting experience. For us, the fair is the most important event of the year, so much so that, in 2023, we increased the space and investment. **AM antennas** are our main launch. Another is the Apple Watch electronic padlock.”*

Enori Emmert, commercial director

B-MAX

“Na Eletrolar Show de 2023, esperamos nos encontrar com clientes atacadistas. A feira faz parte da estratégia de negócios da nossa empresa, e o networking que proporciona é muito importante. Dentre nossos produtos, destacamos dois, o **difusor** e a **lanterna**.”

Jennifer Zheng, sócia

*“At the 2023 Eletrolar Show, we hope to meet with wholesale customers. The fair is part of our company's business strategy, and the networking it provides is very important. Among our products, we highlight two, the **diffuser** and the **flashlight**.”*

Jennifer Zheng, partner

B-MAX®



belmicro

BEL MICRO

“Visamos a marketplaces, lojas de departamento e magazines. Será uma grande oportunidade de trazer pela primeira vez ao mercado a dimensão da Bel Micro como distribuidora, varejista e forte indústria de eletrônicos. A possibilidade de nos conectarmos com novos parceiros e compradores, encontrar espaços para cross branding e demonstrar a qualidade dos produtos é o foco principal do networking. A **HQ screen**, uma de nossas principais marcas, tem telas com tecnologias de ponta a preços justos. A **HQ frameless, de 65”**, é uma tela com design exclusivo e preço até 20% mais baixo que o do mercado.”

Iris Ramadas, head de marketing

“We target marketplaces, department stores and magazines. It will be a great opportunity to bring Bel Micro's dimension as a distributor, retailer, and strong electronics industry to the market for the first time. The possibility of connecting with new partners and buyers, finding spaces for cross branding, and demonstrating product quality is the focus of networking. **HQ screen**, one of our main brands, has screens with cutting-edge technologies at fair prices. The **HQ frameless 65”**, is a screen with an exclusive design and a price up to 20% lower than the market.”

Iris Ramadas, head of marketing

BENQ

“Esperamos encontrar um varejo focado em produtos de bom valor agregado e que entregam a melhor experiência ao usuário, principalmente em monitores e projetores. Nosso objetivo é mostrar ao lojista, na prática, os produtos de alto desempenho e qualidade que a BenQ oferece e seus diferenciais. Buscamos captar o maior número de leads de revendas e varejistas. Nossos destaques são os **monitores de alta performance** que entregam o real 1 ms, com sua tecnologia exclusiva DyAc, os mais utilizados pelos pro-players, e os projetores com a melhor garantia do mercado.”

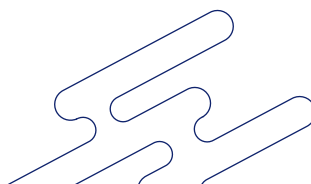
Lucas Lima, gerente de produto

“We expect to find a retailer focused on value-added products that deliver the best user experience, especially in monitors and projectors. Our goal is to show the shopkeeper, in practice, the high performance and quality products that BenQ offers and its differentials. We seek to capture the largest number of leads from resellers and retailers. Our highlights are the **high-performance monitors** that deliver real 1ms, with their exclusive DyAc technology, the most used by pro-players, and the projectors with the best guarantee on the market.”

Lucas Lima, product manager



2023



BOMBER

“Esperamos encontrar varejistas de diferentes tamanhos e segmentos, desde pequenas lojas independentes até grandes redes. Estamos interessados em fazer contato com empresas que possam se beneficiar de nossos produtos e soluções em áudio, e com as que buscam diferenciação. A feira é uma oportunidade única para estarmos em contato direto com clientes, parceiros e profissionais do mercado, apresentando produtos e soluções. Buscamos desenvolver um trabalho focado no varejo físico regional. Nossos destaques serão as caixas de som **Beatbox 1400**, com potência de 160 W RMS, e a portátil **Bomberbox 2**.”

Gustavo Meyer, coordenador comercial

*“We expect to find retailers of different sizes and segments, from small independent stores to large chains. We are interested in contacting companies that can benefit from our audio products and solutions, and with those that seek differentiation. The fair is a unique opportunity for us to be in direct contact with customers, partners, and market professionals, presenting products and solutions. We seek to develop work focused on regional physical retail. Our highlights will be the **Beatbox 1400** speakers, with 160 W RMS power, and the portable **Bomberbox 2**.”*

Gustavo Meyer, commercial coordinator



BRANCO MOTORES

“Como somos uma empresa de equipamentos para uso externo, focada em jardinagem e pequenos cultivos, visamos ao varejo desse segmento e aos que buscam diversificação. Temos 87 anos de história, e mais de um terço do nosso faturamento vem de lançamentos. Estamos ampliando o portfólio, e a feira, para nós, tem importância singular, algumas de nossas categorias têm total sinergia com ela. O olho no olho tem valor inestimável. A Branco busca parcerias de longa duração. Nosso destaque é a marca **Branco Casa e Jardim**, destinada aos cuidados de jardinagem. Também estaremos presentes com **geradores de energia**.”

Juliano Silva, CEO

*“As we are an equipment company for outdoor use, focused on gardening and cultivation, we target small retailers in this segment and those seeking diversification. We have 87 years of history and more than a third of our revenue comes from launches. We are expanding the portfolio, and the fair, for us, is of singular importance, some of our categories have total synergy with it. The eye-to-eye is priceless. Branco seeks long-term partnerships. Our highlight is the brand **Branco Casa e Jardim**, aimed at gardening care. We will also be present with **power generators**.”*

Juliano Silva, CEO

BRASLAR

"Na Eletrolar Show, esperamos encontrar diferentes varejos, tanto para a Braslar quanto para a centenária Geral, de fogões a lenha, e novos parceiros. Visamos engajar as marcas e aumentar as vendas no segundo semestre. Somos um dos 10 maiores fabricantes de fogões do País, e estar no evento nos dará novas oportunidades. Temos o melhor custo-benefício do mercado. Na Eletrolar Show, faremos um **super lançamento na linha de refrigeração Braslar**, que se destaca pela estética, materiais duráveis e acabamento. Lançaremos, também, o **modelo de fogão Fênix**, com mesa de vidro, trempes de arame e puxadores de aço."

Maria Angélica Bueno, gerente de marketing

*"At the Eletrolar Show, we hope to find different retailers, both for Braslar and for the centenary Geral, of wood stoves, and new partners. We aim to engage brands and increase sales in the second half of the year. We are one of the 10 largest stove manufacturers in the country, and we will be at the event for new opportunities. We have the best cost-benefit on the market. At the Eletrolar Show, we will make a **super launch in the Braslar refrigeration line**, which stands out for its aesthetics, durable materials and finishing. We will also launch the **Fênix stove model**, with a glass table, wire trivets and steel handles."*

Maria Angélica Bueno, marketing manager



bright

BRIGHT

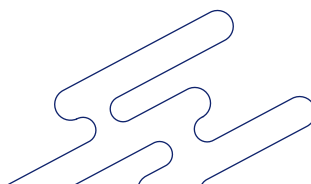
"Esperamos encontrar grandes redes do varejo tradicional, home centers, distribuidores e mercado capilar. A Bright está em forte momento de rampagem, e é necessário, cada vez mais, estarmos atentos ao reforço do branding e do networking. Já participei de outras edições da feira por uma empresa pela qual passei e sei que são gerados grandes negócios e prospecção. Entre nossos destaques, estão **fones de ouvido Bluetooth para gamers**, cuja principal característica é eliminar o delay no áudio, e o monitor curvo para gamer com 164 hertz e 27".

Antônio Carvalho Junior, diretor comercial

*"We expect to find large traditional retail chains, home centers, distributors, and the capillary market. Bright is in a strong moment of ramping, and it is increasingly necessary to be attentive to strengthening branding and networking. I have already participated in other editions of the fair for a company I worked with, and I know that great business and prospecting are generated. Among our highlights are **Bluetooth headphones for gamers**, whose main feature is to eliminate audio delay, and the curved monitor for gamers with 164 hertz and 27".*

Antônio Carvalho Junior, commercial director

2023





COLLI BIKE

“Esperamos encontrar diversos varejistas de grande, médio e pequeno porte, visto que é uma feira onde é possível apresentar produtos para atender todos os segmentos. A feira é fundamental como estratégia da nossa empresa, pois expomos produtos que muitos conheciam apenas nos catálogos. Com o contato pessoal, podemos, cada vez mais, oferecer o produto de acordo com a necessidade de cada cliente. Destaque para a nossa **bicicleta Colli Atalanta, aro 29 aero**, com freio a disco, câmbio dianteiro e traseiro Shimano Tourney TZ500 e 21 velocidades. Outro destaque é a **bicicleta Colli Alluri** alumínio, aro 29 com blocagem e 24 velocidades.”

Fernando Caciatore, gerente comercial de vendas

*“We hope to find several large, medium, and small retailers, since it is a fair where it is possible to present products to serve all segments. The fair is fundamental to our company's strategy, as we exhibit products that many only knew about in our catalogues. With personal contact, we can increasingly offer the product according to the needs of each customer. Highlight for our **Colli Atalanta bicycle, rim 29 aero**, with disc brake, front and rear derailleur Shimano Tourney TZ500 and 21 speeds. Another highlight is the **Colli Alluri** aluminum bicycle, 29-rim with blocking and 24 speeds.”*

Fernando Caciatore, commercial sales manager

DANX IMPORTADORA

“Esperamos encontrar um varejo que esteja buscando produtos de qualidade, apresentação, garantia e bom custo-benefício. A Eletrolar Show nos permite estar mais próximos dos nossos clientes, e esse feedback é muito importante para termos certeza de que estamos no caminho certo. É valiosíssimo esse contato tão próximo, quando falamos de negócios e compartilhamos experiências com empresários de todo o Brasil. Queremos surpreender os nossos clientes que estão à espera de **novos lançamentos** para o segundo semestre.”

Jean Cunha, gerente comercial

*“We hope to find a retailer that is looking for quality products, presentation, guarantee and good value for money. Eletrolar Show allows us to be closer to our customers, and this feedback is very important for us to be sure that we are on the right path. This close contact is invaluable when we talk about business and share experiences with entrepreneurs from all over Brazil. We want to surprise our customers who are waiting for **new launches** for the second half.”*

Jean Cunha, commercial manager

DANX



DAPON

“Esperamos encontrar compradores e parceiros de todo o País para ampliarmos nossa participação no mercado. A feira promove o encontro com novos parceiros e nos possibilita apresentar nossos produtos de forma dinâmica, a fim de gerar novos negócios. Esse networking tem grande valor. A Dapon é responsável pelos estandes das marcas **Baseus**, com destaque para os **carregadores portáteis magnéticos com tecnologia MagSafe** para acoplamento e carregamento sem fio nos novos iPhones; **QCT**, com seus **smartwatches** (o modelo GTC S1 tem 70 modos esportivos e 24h de monitoramento de pressão arterial); **Ugreen**, com **carregadores e adaptadores**; e **Havit**, especializada em **games**.”

Marcelo Tavares, diretor administrativo

“We hope to find buyers and partners from all over the country to expand our market share. The fair promotes the meeting with new partners and allows us to present our products in a dynamic way, to generate new business. This networking has great value. Dapon is responsible for the booths of the **Baseus** brands, highlighting the **portable magnetic chargers with Mag-Safe technology** for coupling and wireless charging in the new iPhones; **QCT**, with its smartwatches (the GTC S1 model has 70 sports modes and 24h blood pressure monitoring); **Ugreen**, with chargers and adapters; and **Havit**, specialized in games.”

Marcelo Tavares, managing director

DAYS BRASIL

“Esperamos encontrar o varejo que atua com produtos de tecnologia. A captação de clientes na feira é essencial. O networking é muito valioso, pois as conexões que são feitas no evento abrem portas para um comércio próspero. Entre nossos destaques, o **Gimbal Hohem M6** é um estabilizador profissional de smartphone de três eixos, ideal para vloggers, streamers e cineastas que desejam criar conteúdo suave e estável. Tem luz de preenchimento magnético integrada a um sensor de visão AI, que oferece rastreamento de rosto e objeto durante o dia ou à noite. Outro destaque: **fone de ouvido A889BL**.”

Simone Xiang, gerente

“We hope to find retailers that sell technology products. Capturing customers at the fair is essential. Networking is very valuable, as the connections that are made at the event open doors to thriving trade. Among our highlights, the **Gimbal Hohem M6** is a professional 3-axis smartphone stabilizer ideal for vloggers, streamers and filmmakers who want to create smooth and stable content. It has magnetic fill light integrated with an AI vision sensor, which offers face and object tracking day or night. Another highlight: **Headset A889BL**.”

Simone Xiang, manager



DEVIA

“Conceituada e bem estabelecida como é a Eletrolar Show, esperamos encontrar o que há de mais inovador e tecnológico em vários segmentos. Graças ao grande e qualificado público que a feira atrai, é de suma importância para a Devia estar presente. Sempre há a possibilidade de networking com gestores e detentores de outras marcas, possibilitando prever tendências de mercado, conhecer modelos de gestão, captar possíveis parceiros e trocar experiências. Teremos o foco em nossos produtos premium, **máquinas de películas e acessórios como carregadores TIPO C**, com proteção contra curto-circuito, superaquecimento e sobrecarga.”

Daniela Ayres, CEO

*“Renowned and well-established as Eletrolar Show is, we hope to find the most innovative and technological features in various segments. Thanks to the large and qualified public that the fair attracts, it is extremely important for Devia to be present. There is always the possibility of networking with managers and owners of other brands, making it possible to predict market trends, learn about management models, attract potential partners, and exchange experiences. We will focus on our premium products, **film machines and accessories like TYPE C chargers** with protection against short circuit, overheating and overload.”*

Daniela Ayres, CEO



ECOODA

“As varejistas de eletrônicos, incluindo grandes lojas de departamentos, de informática e eletrônicos online, podem ser atraídas à feira para conhecerem novos produtos. A Eletrolar Show é um meio para mostrarmos os produtos e serviços da marca Ecooda, vermos o trabalho da concorrência, fazemos conexões que podem ser valiosas para os negócios futuros e encontrarmos novos fornecedores. Destacamos dois **carregadores de celular**: o **ECOODA-ZY225**, com 50 W de potência e dupla porta USB-C, e o **ECOODA-ZY 110-V**, que tem reconhecimento inteligente e é três vezes mais rápido que o tradicional.”

Ye Yi, CEO

*“Electronics retailers, including large department stores, computer stores and e-commerce, may be drawn to the fair to learn about new products. The Eletrolar Show is a way for us to show Ecooda brand products and services, see the competition's work, make connections that may be valuable for future business and find new suppliers. We highlight two **cell phone chargers**: the **ECOODA-ZY225**, with 50 W of power and dual USB-C port, and the **ECOODA-ZY 110-V**, which has intelligent recognition and is three times faster than the traditional one.”*

Ye Yi, CEO

EKAZA

“Esperamos encontrar os principais varejos, o online, lojas de construção e lar centers. Acreditamos que o cliente final, por mais que veja os produtos na internet, quer visualizá-los e senti-los para decidir a compra. A Eletrolar Show é um dos nossos principais pontos para divulgar lançamentos e posicionar a marca. Em 2023, o foco é ampliar a **linha de interruptores com protocolo ZIGBEE**, em tamanhos de caixa de passagem 4x4. A **linha de segurança cresceu e tem kits residenciais** com sensores e central de controle de alarme.”

Weijie Dong, CEO

*“We expect to find the main retailers, the online ones and home centers. We believe that the customer, no matter how much he sees the products on the internet, he wants to touch and experience to decide the purchasing. Eletrolar Show is one of our main points to publicize launches and positioning the brand. In 2023, the focus is on expanding the **line of switches with ZIGBEE protocol**, in 4x4 junction box sizes. **The security line has grown and has residential kits** with sensors and alarm control center.”*

Weijie Dong, CEO



EOS

“Estamos certos de encontrar grandes e pequenas revendas. A situação econômica do País, com altas taxas de juros e restrição de crédito, abre espaço para que ambos os canais procurem parceiros alternativos e aumento do portfólio de venda. A feira faz parte do plano de expansão da marca EOS em uma unidade de negócio independente do Grupo Frigelar. Buscamos bons parceiros para abrir revendas por todo o País. Apresentaremos a nova linha de **ar-condicionado split Inverter** nas capacidades de 9.000 BTU Frio até 36.000 BTU Quente e Frio. E a **air fryer** dual zone digital, novo conceito do produto, com duas zonas de cocção independentes ou uma grande com 9 litros.”

Mauricio Mota, gerente nacional de venda externa

*“We are sure to find large and small resellers. The country's economic situation, with high interest rates and credit restrictions, makes room for both channels to seek alternative partners and increase the sales portfolio. The fair is part of the expansion plan of the EOS brand into an independent business unit of the Frigelar Group. We are looking for good partners to open resellers throughout the country. We will present the new **Inverter split air conditioning line** in capacities from 9,000 BTU Cold to 36,000 BTU Hot and Cold. And the digital dual zone **air fryer**, a new product concept, with two independent cooking zones or a large one with 9 liters.”*

Mauricio Mota, national manager of external sales

2023

EVOLUT

“Nosso foco está nas revendas de informática, mas acreditamos muito no potencial de categorias como lojas de móveis, magazines e outras, porque temos um mix completo. Em nosso plano de expansão, a Eletrolar Show se torna crucial para o crescimento dos negócios em todo o Brasil. A aproximação que os quatro dias de evento trazem, com os clientes e com as empresas que nos apresentam seus serviços, é muito importante. Acreditamos no poder do relacionamento e do olho no olho. Além de todos os itens de nossa **linha gamer**, que vai chegar com novidades, vamos apresentar a nova linha de **smart home**.”

André Nakasugui, diretor comercial

*“Our focus is on computer resellers, but we strongly believe in the potential of categories such as furniture stores, department stores and others, because we have a complete mix. In our expansion plan, Eletrolar Show becomes crucial for business growth throughout Brazil. The approach that the four days of the event bring to customers and companies that present their services to us is very important. We believe in the power of relationships and eye contact. In addition to all the items in our **gamer line**, which will come with new features, we will present the new **smart home** line.”*

André Nakasugui, commercial director



GOLDENTEC

“A Goldentec é uma marca com portfólio diversificado e soluções que atendem a diferentes necessidades e públicos. Elencamos a Eletrolar Show como uma das feiras mais importantes, por sua visibilidade e abrangência nacional. Será uma ótima oportunidade de apresentar nossa linha de beleza e bem-estar, para a qual destinamos 20% do nosso investimento. Destacamos a **linha GT Gamer**, com amplo mix de acessórios e PCs de alta performance; a **linha de áudio**, que tem de caixas de som Bluetooth de pequeno porte até as amplificadas; e a **linha de eletros**, que, embora nova, vem tendo grande relevância, principalmente com a chegada das novas air fryers da marca.”

Olívio Mont'Alverne, COO

*“Goldentec is a brand with a diversified portfolio and solutions that meet different needs and audiences. We list the Eletrolar Show as one of the most important fairs, due to its visibility and national scope. It will be a great opportunity to present our beauty and well-being line, to which we allocate 20% of our investment. We highlight the **GT Gamer line**, with a wide mix of accessories and high-performance PCs; the **audio line**, which ranges from small Bluetooth speakers to amplified ones; and the **appliances line**, which, although new, has been of great importance, especially with the arrival of the brand's new air fryers.”*

Olívio Mont'Alverne, COO



GORILA SHIELD

“Esperamos encontrar empresas que comercializam smartphones, tablets e notebooks, entre outros eletrônicos e acessórios para esses dispositivos, como fones de ouvido, capas e películas de proteção. A feira é uma oportunidade importante para aumentarmos a visibilidade, realizarmos networking, identificarmos leads e acompanharmos as tendências do mercado. Nosso destaque é a máquina para corte de películas, a Film Express. Faz mais de 20 mil modelos e cortes em até 30 segundos. Apresentaremos, ainda, a mais nova linha ECOO de acessórios tecnológicos amigos do meio ambiente, produzidos com fibra de trigo e ABS reciclado biodegradável.”

Isabel Silva, gerente comercial

“We hope to find companies that sell smartphones, tablets, and notebooks, among other electronics and accessories for these devices, such as headphones, covers and protective films. The fair is an important opportunity for us to increase visibility, networking, identify leads and follow market trends. Our highlight is the film cutting machine, the Film Express. It makes more than 20,000 models and cuts in up to 30 seconds. We will also present the newest ECOO line of environmentally friendly technological accessories, produced with wheat fiber and biodegradable recycled ABS.”

Isabel Silva, commercial manager



GRUPO TECHNOS

“Esperamos um varejo diverso e multidisciplinar, com um propósito comum: buscar conhecimento, fazer ótimos negócios e criar novas conexões. A feira é um pilar estratégico importante. Temos dois grandes destaques: **smartwatches Technos Connect Max**, com duas pulseiras e bateria que dura até 10 dias; e **Mormaii Life GPS**, o maior lançamento de 2023. O GPS integrado torna desnecessário sair com o celular para fazer a atividade. Ultraleve, tem full touch, é resistente à água até 50 m e sua bateria pode chegar a 12 dias. Traz a opção de mais de 10 esportes. Possibilita o reconhecimento automático da atividade no caso de corrida e caminhada.”

Juliana Favoreto, gerente de marketing

*“We expect a diverse and multidisciplinary retail, with a common purpose: to seek knowledge, do great business and create new connections. The fair is an important strategic pillar. We have two great highlights: **Smartwatches Technos Connect Max**, with two bracelets and battery that lasts up to 10 days; and **Mormaii Life GPS**, the biggest launch of 2023. The integrated GPS makes it unnecessary to take your cell phone out to do the activity. Ultralight, has full Touch, is water resistant up to 50 m and its battery can reach 12 days. It brings the option of more than 10 kinds of sports. Enables automatic recognition of activity in the case of running and walking.”*

Juliana Favoreto, marketing manager

2023

GRUPO WOLI

"Nossa expectativa é encontrar um varejista moderno, conectado e ávido por melhores resultados operacionais por meio da comercialização de produtos digitais. A Eletrolar Show reúne grandes varejistas com esse perfil. Por isso, a nossa decisão de participar. Ter decisores reunidos e abertos a novos negócios é extremamente valioso. Nossa empresa é focada em soluções digitais ao varejo, e a **Wolihub** é uma plataforma com várias oportunidades de negócios, como o 'raspou, ganhou', solução de raspadinha digital que pode ser utilizada comercialmente (para o público externo) e como incentivo (público interno)."

Wagner Oliveira, CEO

"Our expectation is to find a modern retailer, connected and eager for better operational results through the commercialization of digital products. The Eletrolar Show brings together large retailers with this profile. Therefore, our decision to participate. Having decision makers together and open to new business is extremely valuable. Our company is focused on digital retail solutions, and **Wolihub** is a platform with several business opportunities, such as 'scraped, won', a digital scratch card solution that can be used commercially (for the external public) and as an incentive (public internal)."

Wagner Oliveira, CEO



händz

HÄNDZ

"Espero encontrar um varejo consciente, buscando produtos de qualidade e, principalmente, focando no cliente final. A feira se tornou mais um canal dentro da estratégia da nossa empresa. Investimos em formas de fortalecimento de marca, geração e qualificação de leads e na criação e manutenção de relacionamento com os nossos clientes. A feira faz parte de tudo isso. O valor do networking é imensurável, pois nem sempre é focado na geração de negócios, ele passa muito pelo relacionamento, e o fechamento é consequência, não o foco. Lançaremos **produtos feitos com novos tipos de matérias-primas.**"

Rodrigo Lacerda André, diretor

"I hope to find a conscious retailer, looking for quality products and, mainly, focusing on the final customer. The fair has become one more channel within our company's strategy. We invest in ways to strengthen the brand, generate, and qualify leads and create and maintain relationships with our customers. The fair is part of all this. The value of networking is immeasurable, as it is not always focused on generating business, it involves a lot in the relationship, and closing is a consequence, not the focus. We will launch **products made with new types of raw materials.**"

Rodrigo Lacerda André, diretor

HEAD

“Na feira, que faz parte de nossa estratégia de negócios, esperamos compradores dos grandes home centers e retails. Em produtos, com a marca Head, apresentaremos nossa **nova linha VR Training**, com conectividade Bluetooth. Permite ao usuário se conectar com os principais apps do mercado (Kinomap, Fullgaz, Swift) e treinar, pedalar e correr nas melhores paisagens do mundo, no conforto de sua sala de estar.”

Patricio Verardo, sales representative

*“At the fair, which is part of our business strategy, we expect buyers from large home centers and retails. In products, with the Head brand, we will present our new **VR Training line**, with Bluetooth connectivity. It allows the user to connect with the main apps on the market (Kinomap, Fullgaz, Swift) and train, cycle and run in the best landscapes in the world, in the comfort of their living room.”*

Patricio Verardo, sales representative



HPRIME

“Estamos otimistas com o cenário atual. Entendemos que as principais tendências estão relacionadas ao aumento do comércio eletrônico e à integração com a tecnologia. Logo, o varejo físico terá que oferecer experiências que incentivem o cliente a voltar. Estamos prontos para atender a essa necessidade. A Eletrolar Show está em nosso planejamento estratégico anual. Como marca referência em proteção para dispositivos móveis, faz todo o sentido a HPrime estar na maior feira do segmento. Nossos destaques são as soluções para a linha Apple, com produtos inovadores, e a coleção Collab com a especialista em artigos de couro premium Nordweg, que apresenta oito acessórios Tech and Protect.”

Felipe Almeida, diretor comercial

“We are optimistic about the current scenario. We understand that the main trends are related to the increase of e-commerce and integration with technology. Soon, physical retailers will have to offer experiences that encourage customers to come back. We are ready to meet this need. Eletrolar Show is part of our annual strategic plan. As a reference brand in protection for mobile devices, it makes perfect sense for HPrime to be at the largest fair in the segment. Our highlights are the solutions for Apple line, with innovative products, and the Collab collection with premium leather goods specialist Nordweg, which features eight accessories Tech and Protect.”

Felipe Almeida, commercial director

2023



KHOSTAR

“Nosso objetivo, na Eletrolar Show, é ter contato com atacadistas, varejistas, marketplaces, lojas e hipermercados. Esta é a primeira participação da Khostar na feira, e estamos muito motivados para apresentar nossos produtos e conquistar novos clientes no mercado de smartwatches. O principal deles é o **smartwatch Ultra à prova d'água**. Investimos muito em pesquisa e desenvolvimento para criar produtos de alta qualidade e funcionalidade. Estamos confiantes, acreditamos que nossos smartwatches são uma excelente escolha para quem procura o melhor em tecnologia wearable.”

Steven Hsieh, gerente-geral

“Our objective, at Eletrolar Show, is to have contact with wholesalers, retailers, marketplaces, stores, and hypermarkets. This is Khostar's first participation in the fair, and we are very excited to present our products and conquer new customers in the smartwatch market. The main one is the **Ultra waterproof smartwatch**. We invest a lot in research and development to create products of high quality and functionality. We are confident, we believe that our smartwatches are an excellent choice for those looking for the best in wearable technology.”

Steven Hsieh, general manager

IWILL

“Acreditamos no poder de centralização de negócios que a Eletrolar Show promove. Esperamos encontrar variados nichos de empresas voltadas à tecnologia. Planejamos lançamentos e estratégias de networking, trazendo possibilidades de grandes negócios. Temos lançamentos em todas as linhas, com novas tecnologias e lindo design. Destaque para o **Flow ANC, fone de ouvido TWS** com tecnologia de cancelamento de ruído e modo de transparência. Tem até 10 horas de reprodução contínua, baixos acentuados e estéreo 360°. É livre de fios e possui controle completo diretamente no fone para o usuário escutar músicas com apenas um toque.”

Jeferson Ferrão, CEO

“We believe in the business centralization power that Eletrolar Show promotes. We expect to find varied niches of technology-oriented companies. We plan launches and networking strategies, bringing possibilities for great business. We have launches in all lines, with new technologies and beautiful design. Highlight for **Flow ANC, TWS headset** with noise cancellation technology and transparency mode. It has up to 10 hours of continuous playback, accentuated bass and 360° stereo. It's wire-free and has complete control right on the user's ear so you can listen to music with just one tap.”

Jeferson Ferrão, CEO





ITATIAIA

“Participar da Eletrolar Show é a certeza de estar em contato com nossos clientes em um ambiente estruturado e personalizado. Acreditamos que teremos ótimas oportunidades de negócios com clientes em potencial. A feira é um ótimo espaço para expor nossos lançamentos, mostrar seus diferenciais e gerar negócios. Estamos focados em trazer novidades em fogões, cooktops e eletroportáteis com tecnologia. Destaque para a **air fryer Midi Itatiaia**, com painel digital, 6 funções pré-programadas e cesto antiaderente removível, e para a **panela de pressão elétrica Midi Itatiaia**, com capacidade de 5 litros e 8 dispositivos de segurança.”

Michel Moura, head de marketing

*“Participating at the Eletrolar Show is the certainty of being in contact with our customers in a protected and personalized environment. We believe we have great business opportunities with potential customers. The fair is a great space to exhibit our launches, show our differentials and generate business. We are focused on bringing innovations in stoves, cooktops, and small appliances with technology. Highlight for the **Midi Itatiaia air fryer**, with digital panel, 6 pre-programmed functions and removable non-stick basket, and for the **Midi Itatiaia electric pressure cooker**, with 5 liters capacity and 8 safety devices.”*

Michel Moura, head of marketing



KAIDI

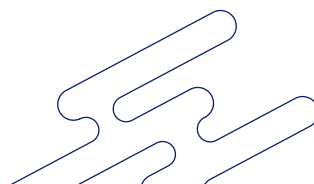
“A expectativa é encontrar varejistas que buscam expandir sua atuação e novas tendências. O networking da feira gera inúmeras oportunidades, como parcerias comerciais, colaborações em projetos, novos clientes ou fornecedores. É uma fonte valiosa de desenvolvimento, possibilita a troca de ideias e experiências. Nosso principal lançamento é o **fone de ouvido sem fio TWS (True Wireless), modelo KD-771**. Intra-auricular, tem botão de controle touch e estojo de recarga que permite de duas a três cargas completas. Propicia cerca de 5 horas de música ou 3 horas de conversação (volume a 80%). Distância de alcance: de 10 a 12 m.”

Estela Lai, gerente comercial

*“The expectation is to find retailers looking to expand their operations and new trends. The fair's networking generates numerous opportunities, such as commercial partnerships, project collaborations, new customers, or suppliers. It is a valuable source of development, enabling the exchange of ideas and experiences. Our main release is the **TWS (True Wireless) wireless headset, model KD-771**. In-ear, it has a touch control button and a charging case that allows two to three full charges. Provides about 5 hours of music or 3 hours of conversation (volume at 80%). Reach distance: from 10 to 12 m.”*

Estela Lai, commercial manager

2023



LEHMOX

"Estaremos na Eletrolar Show pela segunda vez como expositores. Nosso objetivo é encontrar diversos tipos de varejo, inclusive outlets. O networking que a feira propicia tem muito valor, e esperamos ampliar os contatos com os varejistas, bem como difundir mais a marca. Apresentaremos, como destaques, **câmera, fone de ouvido, cabos e carregadores.**"

Rosângela Ticeu Lima, gerente

"We will be at Eletrolar Show for the second time as exhibitors. Our goal is to find different types of retail, including outlets. The networking that the fair provides is very valuable, and we hope to expand contacts with retailers, as well as to spread the brand further. We will feature, as highlights, **camera, headset, cables and chargers.**"

Rosângela Ticeu Lima, manager



LETRON

"Esperamos encontrar grandes redes varejistas e varejo especializado da área de eletrônicos. Somos reconhecidos pela forte aproximação com os lojistas, distribuidores, atacadistas e redes no ramo de papelaria e escritório. Com a marca Letron, queremos traçar o mesmo caminho junto ao público B2B de eletrônicos. Nossa expectativa é grande, sabemos que o público de compradores e key accounts da feira é primordial para a visibilidade da marca, produtos e futuros negócios. Nesta primeira participação, teremos alguns best sellers, como a **caixa de som portátil Dance LED Azul**, com controle remoto multimídia 2.000 W."

Bruno Astolfi, gerente de marketing

"We hope to find large retail chains and specialized retailers in the electronics area. We are recognized for our close relationship with retailers, distributors, wholesalers, and chains in the stationery and office sector. With the Letron brand, we want to follow the same path with the electronics B2B public. Our expectation is high, we know that the public of buyers and key accounts at the fair is essential for the visibility of the brand, products, and future business. In this first participation, we will have some best sellers, such as the **Dance LED Azul portable speaker**, with 2,000 W multimedia remote control."

Bruno Astolfi, marketing manager

LUCKY AMAZÔNIA

“Na Eletrolar Show, esperamos estabelecer parcerias, bem como fazer maior divulgação da marca Lucky Amazônia, que já está há anos no mercado. O networking que a feira propicia é importante porque estamos querendo ampliar a nossa rede de contatos e, também, a troca de experiências. Vamos expor o **inversor de energia** para sistemas solares com aplicação, também, em motorhome, e lançaremos o **power bank** para recarregar celulares e notebooks.”

Sandy Jin, diretora

*“At Eletrolar Show, we hope to establish partnerships, as well as to promote the Lucky Amazônia brand, which has been on the market for years. The networking that the fair provides is important because we want to expand our network of contacts and the exchange of experiences. We are going to exhibit the **energy inverter** for solar systems with application, also, in motorhomes, and we will launch the **power bank** to recharge cell phones and notebooks.”*

Sandy Jin, director

Lucky®
Amazonia



MAERSK

MAERSK

“Esperamos encontrar empresas envolvidas na produção, distribuição e venda de eletrônicos e eletrodomésticos no Brasil e na América Latina, como fabricantes, fornecedores e varejistas. Um de nossos principais objetivos é conectar e simplificar a cadeia de fornecimento dos clientes. A indústria eletrônica de consumo enfrentou muitos desafios nos últimos anos, e isso fez as empresas repensarem suas estratégias logísticas. A logística deixou de ser tarefa operacional para se tornar função estratégica. Vamos nos concentrar, principalmente, na relevância e nos benefícios e soluções da logística integrada, com destaque para a **crescente importância da visibilidade de ponta a ponta e aumento da resiliência da cadeia de suprimentos.**”

Carolina Aristizábal,
marketing activation manager Latin America

*“We hope to find companies involved in the production, distribution and sale of electronics and home appliances in Brazil and Latin America, such as manufacturers, suppliers, and retailers. One of our main goals is to connect and simplify our customers' supply chain. The consumer electronics industry has faced many challenges in recent years, and this has made companies rethink their logistical strategies. Logistics ceased to be an operational task to become a strategic function. We will primarily focus on the relevance and benefits and solutions of integrated logistics, with an emphasis on the **growing importance of end-to-end visibility and increased supply chain resilience.**”*

Carolina Aristizábal,
marketing activation manager Latin America

2023

MOX | DOTCELL

“Nosso foco é atender lojistas de todos os portes, bem como as grandes redes de todo o País. A Eletrolar Show é a feira mais importante do setor, quando temos a oportunidade de conversar com os clientes cara a cara, crescer com eles, prospectar novos e trocar ideias. Além da linha de carregadores de pilhas e de pilhas recarregáveis, em que a MOX é líder de mercado, vamos expor novas linhas de headphones, earphones, balanças digitais e carregadores para celulares. Destaque para as **caixas de som da nossa marca MOX**. O modelo MO-S730 tem qualidade e acabamento únicos e função TWS. Permite conectar duas caixas ao mesmo tempo.”

Hassan Ali Abdallah, presidente e CEO

*“Our focus is to serve retailers of all sizes, as well as large chains across the country. Eletrolar Show is the most important fair in the sector, when we have the opportunity to talk to customers face-to-face, grow with them, prospect new ones and exchange ideas. In addition to the line of battery and rechargeable battery chargers, in which MOX is the market leader, we will be exhibiting new lines of headphones, earphones, digital scales and cell phone chargers. Highlight for the **speakers of our brand MOX**. The MO-S730 model has unique quality and workmanship and TWS function. Allows you to connect two boxes at the same time.”*

Hassan Ali Abdallah, president, and CEO



MARKET UNION GROUP

“A empresa, representada no País pela Wedo Brazil, espera encontrar na feira lojas de departamento, utilidades e e-commerces. Com base no nosso plano de expansão na distribuição, a feira faz parte de nossa estratégia de negócios. Estamos iniciando as operações no Brasil, e o valor do networking é alto. Em produtos, destacamos a **air fryer com dois cestos**. Ela prepara dois alimentos simultaneamente.”

Fabio Semedo, CEO da Wedo Brazil

*“The company, represented in the country by Wedo Brazil, expects to find department stores, households, and e-commerce stores at the fair. Based on our distribution expansion plan, the fair is part of our business strategy. We are starting operations in Brazil, and the value of networking is high. In products, we highlight **the air fryer with two baskets**. It prepares two foods simultaneously.”*

Fabio Semedo, CEO at Wedo Brazil

MIMO STYLE E ZIPPY TOYS

“É nosso primeiro ano na feira, e esperamos encontrar empresas de e-commerce. Temos duas marcas. A Mimo Style é de utensílios domésticos, e apresentaremos nossas maiores novidades no ano. São **cinco modelos de churrasqueiras**, sendo dois de carrinho e três de embutir, todas a gás, não fazem fumaça. A marca Zippy Toys é voltada aos brinquedos. Temos **mais de 21 modelos de carrinhos elétricos**, a grande maioria licenciados, que se diferenciam por carros e motos de marcas como BMW, Audi e Toyota. Neste ano, são um sucesso de vendas.”

Rafael Ferreira, marketing

*“It is our first year at the fair, and we hope to meet e-commerce companies. We have two brands. Mimo Style is about domestic utensils, and we will present our biggest novelties in the year. There are **five models of grills**, two for carts and three for built-in, all gas-fired, smoke-free. The Zippy Toys brand is focused on toys. We have **more than 21 models of electric carts**, the vast majority licensed, which are distinguished by cars and motorcycles from brands such as BMW, Audi, and Toyota. This year, they are a sales success.”*

Rafael Ferreira, marketing



mimo® style



MONDIAL

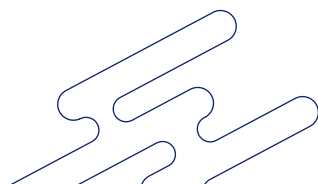
“O nosso negócio tem uma estratégia de venda ampla, atinge consumidores de diferentes classes sociais. Trabalhamos com varejistas de vários perfis para acessar esses públicos. E esses varejistas estarão na feira. Participamos da Eletrolar Show desde a sua primeira edição, ela faz parte do nosso calendário. É nessa feira que estreitamos, pessoalmente e ainda mais, o relacionamento com os nossos clientes, mostramos os lançamentos e o portfólio. Um destaque é a **air fryer forno Mondial**, com capacidade de 12 litros, duas assadeiras e cesto de 5 litros. Outro foco é a **air fryer dupla** 8 litros, que prepara duas receitas simultaneamente, com temperaturas e tempos diferentes em cada cesto. É a única do mercado com dois cestos removíveis.”

Giovanni Marins Cardoso, fundador do Grupo MK

*“Our business has a broad sales strategy, reaching consumers from different social classes. We work with retailers of various profiles to access this audience. And these retailers will be at the fair. We have participated at the Eletrolar Show since its first edition, it is part of our calendar. It is at this fair that we strengthen, personally and even more, the relationship with our customers, we show the launches and the portfolio. A highlight is the **Mondial oven air fryer**, with a 12-liters capacity, two baking trays and a 5-liter basket. Another focus is the 8-liter **double air fryer**, which prepares two recipes simultaneously, with different temperatures and times in each basket. It is the only one on the market with two removable baskets.”*

Giovanni Marins Cardoso, founder of Grupo MK

2023





NEW UP!

"A expectativa é encontrar um varejo otimista e comprador para o segundo semestre. Além dos varejos em que atuamos, miramos home centers e atacadistas, entre outros parceiros. Estamos focados em entender as demandas do mercado, a posição da concorrência, a criação e o fortalecimento de negócios. Esperamos que o valor agregado do networking seja alto, visto que a feira é uma excelente vitrine para os nossos produtos. Destacamos dois purificadores de água: o **Slim Filter**, não elétrico, com cinco etapas de filtragem, e o **Glass 2.0**, com design elegante, frente de vidro e sete níveis de temperatura."

Danilo A. Tetzner, gerente comercial

"The expectation is to find an optimistic and buyer retail for the second semester. In addition to the retailers in which we operate, we target home centers and wholesalers, among other partners. We are focused on understanding market demands, the position of the competition, creating and strengthening businesses. We hope that the added value of networking will be high, as the fair is an excellent showcase for our products. We highlight two water purifiers: the **Slim Filter**, non-electric, with five filtering stages, and the **Glass 2.0**, with an elegant design, glass front and seven temperature levels."

Danilo A. Tetzner, commercial manager

NEWMAQ

"Espero um varejo que tenha a necessidade intrínseca de quebrar paradigmas e buscar o inusitado para se manter e/ou alavancar as vendas. É tempo de fomentar novas propostas e novas formas de gerar sell out. A feira é o ponto focal de um país com dimensões continentais. Proporciona o tempo necessário para alinhar estratégias em conjunto com os nossos clientes. O valor do networking é imensurável. Nosso destaque, na feira, é o **tanquinho de 20,5 kg** de capacidade, o maior do mercado. Tem grande dispenser, tampa transparente e sistema contra manchas, diferenciais que só essa lavadora semiautomática possui."

Denis Fornari, gerente nacional de exportação, vendas e marketing

"I expect a retail that has the intrinsic need to break paradigms and seek the unusual to maintain and/or leverage sales. It is time to encourage new proposals and new ways to generate sell out. The fair is the focal point of a country with continental dimensions. It provides the necessary time to align strategies together with our clients. The value of networking is immeasurable. Our highlight at the fair is the **20.5 kg capacity washing tank**, the largest on the market. It has a large dispenser, transparent lid and anti-stain system, differentials that only this semi-automatic washing machine has."

Denis Fornari, export, sales and marketing manager





NOVA DIGITAL

“Pelo segundo ano consecutivo, estamos na Eletrolar Show e esperamos ter ainda mais visibilidade e sucesso que na edição de 2022, ano em que nossa empresa deu um grande salto em vendas e novos clientes. Participar da feira nos proporciona contato mais próximo com clientes fiéis à marca e a aproximação com novos. Em 2023, queremos expandir mais a marca no mercado de automação residencial e disseminar a tecnologia dos nossos produtos. Um dos destaques na feira será o lançamento do **interruptor touch inteligente Wi-Fi**, com 8 botões, design sofisticado e acabamento em vidro temperado.”

Natalye Farias, gerente de marketing

“For the second consecutive year, we are at the Eletrolar Show and we hope to have even more visibility and success than in the 2022 edition, the year in which our company took a big leap in sales and new customers. Participating in the fair provides us with closer contact with customers who are loyal to the brand and closer to new ones. In 2023, we want to further expand the brand in the home automation market and disseminate the technology of our products. One of the highlights at the fair will be the launch of the **smart Wi-Fi touch switch**, with 8 buttons, sophisticated design, and tempered glass finish.”

Natalye Farias, marketing manager

PAY MOBI

“Em nosso primeiro ano na feira, esperamos encontrar varejistas de smartphones, eletroeletrônicos e móveis que tenham financiamento próprio e financeiras que forneçam crédito direto ao consumidor em lojas de varejo. Nossos serviços atendem os varejos que vendem smartphones Android e que buscam segurança para seus estoques, vendas e clientes. São três plataformas: **Paymobi**, para a venda de smartphones (Android Samsung); **Mobi Safe**, para controle do estoque; e **Mobi Cob**, de cobrança, além do **cadeado digital**, serviço focado na proteção de smartphones Samsung.”

Samuel Belo, co-founder

“In our first year at the show, we expect to find smartphone, consumer electronics and mobile retailers who have self-financing and finance companies that provide direct-to-consumer credit at retail stores. Our services serve retailers that sell Android smartphones and seek security for their inventory, sales, and customers. There are three platforms: **Paymobi**, for selling smartphones (Android Samsung); **Mobi Safe**, for inventory control; and **Mobi Cob**, for billing, in addition to the **digital padlock**, a service focused on protecting Samsung smartphones.”

Samuel Belo, co-founder



2023



PEINING

"Nossa expectativa na Eletrolar Show 2023 é encontrar varejistas que atuam com eletrônicos, telecom e acessórios para celular. Com o networking que a feira oferece, esperamos conhecer novos fornecedores e ter a oportunidade de potenciais negócios. Em nosso espaço, apresentaremos **acessórios para celular**, carregadores, fones, cabos e caixas de som com alta qualidade e resistência à água."

Danilo Goes, diretor comercial

"Our expectation at Eletrolar Show 2023 is to find retailers that work with electronics, telecom, and cell phone accessories. With the networking that the fair offers, we hope to meet new suppliers and have the opportunity for potential business. In our space, we will present **cell phone accessories**, chargers, headphones, cables and speakers with high quality and water resistance."

Danilo Goes, commercial director

PITZI

"A feira é um ambiente promissor para encontrarmos diversos tipos de varejistas, incluindo os de eletrônicos, que são o nosso foco e o core da Pitzi. A Eletrolar Show proporciona visibilidade e reconhecimento da marca, além da construção de relacionamentos e geração de contatos qualificados. É o maior evento B2B de eletrônicos, concentra diversos players importantes e traz as tendências do segmento. Nosso principal produto é a **proteção para celulares**. Hoje, trabalhamos com três tipos de proteção: de tela, de acidentes e completa, que cobre, inclusive, roubo e furto."

Tatiany Martins, diretora comercial

"The fair is a promising environment for us to find different types of retailers, including electronics, which are our focus and Pitzi's core. Eletrolar Show provides brand visibility and recognition, in addition to building relationships and generating qualified contacts. It is the biggest B2B electronics event, brings together several important players and brings the trends in the segment. Our main product is **cell phone protection**. Today, we work with three types of protection: screen, accident and complete, which even covers robbery and theft."

Tatiany Martins, commercial director





PRODIGEE/ALLCELL

“Esperamos encontrar pequenos e médios empresários do ramo de telefonia e oportunidades de networking. Participar da feira pode aumentar a visibilidade da nossa marca, levando a um aumento nas vendas. Visando atender à demanda do mercado por produtos premium, a AllCell firmou parceria com a Prodigee Internacional para ser sua distribuidora exclusiva no Brasil. Os produtos são feitos com material inovador, como o policarbonato, e têm design e tecnologia Magsafe. Os **cabos da linha Energize**, homologados pela Apple, têm selo MFI e combinam taxa de transferência de dados e carregamento ultrarrápido.”

Alexandre Pereira, gerente atacado

*“We hope to find small and medium businessmen in the telephony business and networking opportunities. Participating in the fair can increase our brand visibility, leading to an increase in sales. Aiming to meet the market demand for premium products, AllCell entered into a partnership with Prodigee Internacional to be its exclusive distributor in Brazil. The products are made with innovative material, such as polycarbonate, and have Magsafe design and technology. The **Energize line cables**, approved by Apple, have the MFI seal and combine data transfer rate and ultra-fast charging.”*

Alexandre Pereira, wholesale manager

SAFELL

“Na Eletrolar Show de 2023, esperamos encontrar compradores dos grandes home centers e de eletroeletrônicos. A feira é parte de nossa estratégia de negócios. Apresentaremos, como destaque, uma nova linha com a **marca Safewell de cofres de segurança**. É a **E68**, com luz interna, prateleira e entrada USB. Na **linha Lock Alarm** de cadeados com alarme, vamos expor seis modelos exclusivos no Brasil.”

Marcos B. Sassón, diretor comercial

*“At the 2023 Eletrolar Show, we hope to find buyers from large home centers and electronics. The fair is part of our business strategy. We will present, as a highlight, a new line with the **Safewell brand of security safes**. It's the **E68**, with internal light, shelf, and USB port. In the **Lock Alarm line** of padlocks with an alarm, we are going to exhibit six exclusive models in Brazil.”*

Marcos B. Sassón, commercial director

Safewell

2023



SUDU

"Nossa expectativa é encontrar todos os tipos de tecnologias relacionadas ao lar e ao bem-estar da sociedade. A Eletrolar Show faz parte da nossa estratégia de negócios porque trabalhamos com produtos sustentáveis e visamos à expansão e à prospecção de clientes. Em produtos, **nossos destaques são scooters elétricas e itens de automação residencial.**"

Glauco Chang, diretor

*"Our expectation is to find all kinds of technologies related to the home and the well-being of the society. The Eletrolar Show is part of our business strategy because we work with sustainable products and aim to expand and prospect customers. In products, **our highlights are electric scooters and home automation items.**"*

Glauco Chang, director

SHINKA

"Esperamos, na Eletrolar Show, encontrar novos clientes para revenderem nossos produtos. A feira faz parte da nossa estratégia de negócios devido à importância, para o nosso ramo, dos clientes selecionados. Apresentaremos **adaptadores para áudio e vídeo** de diversos tipos, como Type-c para HDMI ou VGA e, também, headphones gamers."

Tiago Wu, diretor

*"We hope, at the Eletrolar Show, to find new customers to resell our products. The fair is part of our business strategy due to the importance of selected customers for our industry. We will present **audio and video adapters** of different types, such as Type-c for HDMI or VGA, and gamer headphones."*

Tiago Wu, director



SOMECO

“Nossa expectativa é reencontrar os principais agentes do varejo nacional e regional atuantes nos canais físico e online. A Eletrolar Show entrou no calendário de vendas e marketing da Someco há anos e faz parte da nossa estratégia comercial. Ela dá a oportunidade de restabelecer contatos, fortalecer acordos e identificar nichos com alto potencial de crescimento. A **Telefunken** levará sua nova linha de air fryers, com capacidade de 4 a 5 litros e recursos digitais. No caso da **Blaupunkt**, o destaque é o kit de ferramentas Powerkit 800, com 183 peças, incluindo parafusadeira e furadeira elétrica 12 V com torque máximo de 15 N/m.”

Marcelo Palacios, diretor-geral

*“Our expectation is to meet again the main national and regional retail agents operating in the physical and online channels. Eletrolar Show is part of Someco's sales and marketing calendar and of its commercial strategy. It gives the opportunity to reestablish contacts, strengthen agreements and identify niches with high growth potential. **Telefunken** will bring its new line of air fryers, with a capacity of 4 to 5 liters and digital features. In the case of **Blaupunkt**, the highlight is the Powerkit 800 tool kit, with 183 pieces, including a screwdriver and a 12 V electric drill with a maximum torque of 15 N/m.”*

Marcelo Palacios, general director



SEMP TCL

“Esperamos encontrar a indústria e compradores do varejo nacional de todos os portes e da América Latina. É uma ótima chance de conhecer novos parceiros. A Eletrolar Show é uma excelente oportunidade de estratégia de negócio e de expansão do networking. Dá maior visibilidade ao portfólio e às apostas para o mercado brasileiro. Os participantes terão contato com os produtos do nosso line up 2023 e com os que ainda serão lançados. Há novidades em TVs, soundbar, condicionadores de ar e na categoria de linha branca, na qual entramos neste ano. Em ar-condicionado, o destaque é o **modelo Piso-Teto**, cujo sistema tem a tecnologia 100% DC Inverter (no modelo 55.000 BTU/h) e modo ECO, com níveis baixíssimos de consumo de energia e ruído. Em TVs, é grande a aceitação dos Mini LED, especialidade da SEMP TCL. A **TCL QLED Mini LED TV 4K C845**, disponível em 65” e 75”, é o destaque.”

Maximiliano Dominguez, diretor de engenharia e produto

*“We hope to find industry and national retail buyers of all sizes and from Latin America. It's a great chance to meet new partners. Eletrolar Show is an excellent opportunity for business strategy and networking expansion. It gives greater visibility to the portfolio and bets for the Brazilian market. Participants will have contact with the products in our 2023 line up and with those yet to be launched. There are innovations in TVs, soundbars, air conditioners and in the white goods category, which we entered this year. In air conditioning, the highlight is the Floor-to-ceiling model, whose system has 100% DC Inverter technology (in the model 55,000 BTU/h) and ECO mode, with very low levels of energy consumption and noise. In TVs, the acceptance of Mini LEDs, SEMP TCL's specialty, is great. The **TCL QLED Mini LED TV 4K C845**, available in 65" and 75", is the highlight.”*

Maximiliano Dominguez, engineering, and product director

2023

SUMMERLAND

“A Eletrolar Show possibilita o contato com todo o mercado varejista, de compradores de grandes redes e magazines a pequenos lojistas que buscam novidades para o seu negócio. Essa é a nossa quarta participação. É uma grande vitrine, que permite estreitar o relacionamento e conquistar novos clientes. Concentra pessoas de diferentes localidades com a finalidade de conhecer as novas tendências do mercado e fazer bons negócios. Para esta edição, contaremos com a **atualização da linha de máquinas recortadoras de películas e skins personalizadas da Rock Space.**”

Hicham A. Hamze, diretor

*“The Eletrolar Show makes contact with the entire retail market possible, since buyers from large chains and department stores to small shopkeepers looking for news for their business. This is our fourth participation. It is a great showcase, which allows you to strengthen the relationship and win new customers. It brings together people from different locations to learn about new market trends and do good business. For this edition, we will have an **update of the Rock Space’s line of film and skin cutting machines.**”*

Hicham A. Hamze, director



SUZAN

SUZAN PEÇAS

“Na feira, que faz parte da nossa estratégia de negócios, temos como objetivo encontrar atacadistas e distribuidores. Participamos pela primeira vez e apresentaremos **trempe (grelhas de fogões)** que vão atender às montadoras da linha branca. Na Eletrolar Show, vamos expor, também, tacho esmaltado para fritadeira, muito utilizado para alimentos.”

Mario Campos Petroski, diretor

*“At the fair, which is part of our business strategy, we aim to find wholesalers and distributors. We participated for the first time and we will present **trivets (stove grills)** that will serve white line assemblers. At Eletrolar Show, we are also going to exhibit an enamelled frying pan, which is widely used for food.”*

Mario Campos Petroski, director





TS SHARA

“A Eletrolar Show é uma grande vitrine. Esperamos criar laços com o varejo residencial e reforçar nossa liderança no fornecimento de equipamentos de proteção de energia crítica nos segmentos de baixa e média potência. Apresentaremos nossas soluções para os mercados residencial e home office. Destaque para a **linha de no-break UPS Mini**, já disponibilizada na potência de 700 VA. O produto é fabricado com tecnologia SMD, que permite a diminuição do tamanho dos componentes sem alterar suas funções. Tem bateria interna de 5 Ah e seis tomadas de saída protegidas com filtro de linha integrado e forma de onda semisenoidal. Disponível em monovolt (115 V) e bivolt automático (115 V/220 V).”

Pedro Al Shara, CEO

*“The Eletrolar Show is a great showcase. We expect to create ties with residential retailers and reinforce our leadership in the supply of critical energy protection equipment in the low and medium power segments. We will present our solutions for the residential and home office markets. Highlight for the **Mini-UPS line**, already available in the power of 700 VA. The product is manufactured using SMD technology, which allows components to be reduced without changing their functions. It has an internal 5 Ah battery and six protected output sockets with integrated power strip and semi-sine waveform. Available in monovolt (115 V) and automatic bivolt (115 V/220 V).”*

Pedro Al Shara, CEO

TECTOY

“A TecToy vai apresentar aos revendedores smartphones, notebooks, mini PC, tablets, games, wearables e acessórios, mostrando que podem ser uma forma de viabilizar as vendas por diversos canais e aumentar a renda do negócio. Além disso, terá informações sobre as novas verticais de negócio da empresa, automação comercial e meios de pagamento, imprescindíveis para quem deseja se destacar no mercado 4.0. Na feira, a aproximação com o cliente é singular, ele pode conhecer e entender de perto as funcionalidades e a eficiência dos produtos. Nosso destaque será a **linha Pense Bem Informática**, com o **Pense Bem Notebook**, que vem com o Windows 11 Home embarcado, e o **Pense Bem Tablet**, com teclado e caneta.”

Tiago Cabral, chief sales officer (CSO)

*“TecToy will present smartphones, notebooks, mini-PCs, tablets, games, wearables, and accessories to resellers, showing that they can be a way to make sales possible via different channels and increase business income. In addition, you will have information about the company's new business verticals, commercial automation and means of payment, essential for those who want to stand out in the 4.0 market. At the fair, the approach with the customer is unique, he can get to know and understand closely the functionalities and efficiency of the products. Our highlight will be the **Pense Bem Informática line**, with the **Pense Bem Notebook**, which comes with Windows 11 Home on board, and the **Pense Bem Tablet**, with a keyboard and pen.”*

Tiago Cabral, chief sales officer (CSO)

TECTOY

2023



VENTISOL/AGRATTO

"Pela amplitude de nossa rede logística e a velocidade do processo fabril, conseguimos atender todos os tipos de varejo, desde os pequenos, com uma loja, até os grandes players do mercado nacional. Nossa intenção é encontrar novos clientes parceiros que busquem ter uma marca sólida em suas prateleiras. O networking é uma das bases para o planejamento estratégico, nos permite entender se nossos produtos atendem o mercado e quais serão as próximas necessidades do varejo. A **Ventisol** está forte em climatização. Vamos expor a linha completa de climatizadores nacionais CLIN de 8, 16, 35, 60 e 80 litros, e ventiladores de teto Inverter."

Moisés Botelho, gerente de marketing

"Due to the breadth of our logistics network and the speed of the manufacturing process, we can serve all types of retailers, from small ones, with one store, to large players in the domestic market. Our intention is to find new partner customers who are looking to have a solid brand on their shelves. Networking is one of the bases for strategic planning, it allows us to understand whether our products meet the needs of the market and what the next retail needs will be. **Ventisol** is strong in air conditioning. We will be exhibiting the complete line of national CLIN air conditioners of 8, 16, 35, 60 and 80 liters, and Inverter ceiling fans."

Moisés Botelho, marketing manager

VENTTOS ELECTRONICS

"Buscamos varejistas interessados em se destacar da concorrência pela estratégia de desenvolvimento de marcas próprias. Há uma tendência no mercado de preencher nichos não atendidos, bem como substituir produtos que não trazem a margem mínima. A Venttos desenvolve negócios OEM, fabricando bens intermediários e finais em Manaus (AM). A feira é um ótimo lugar de encontro de empresários que querem aumentar suas fronteiras de networking e negócios. **Em produtos, destacamos motherboards, câmeras e DVR CFTV, sistemas de áudio e vídeo e ar-condicionado.**"

Luciano Benitah Barros, CEO

"We are looking for retailers interested in standing out from the competition through the strategy of developing their own brands. There is a tendency in the market to fill unserved niches, as well as to replace products that do not bring the minimum margin. Venttos develops OEM business, manufacturing intermediate and final goods in Manaus (AM). The fair is a great meeting place for businessmen who want to expand their networking and business frontiers. **In products, we highlight motherboards, cameras and DVR CFTV, audio and video systems and air conditioning.**"

Luciano Benitah Barros, CEO

Venttos
Electronics

VIVENSIS



VIA GLOBAL

“É nossa primeira participação na Eletrolar Show, e temos a expectativa de encontrar redes de lojas que atuam com eletrodomésticos e móveis. O networking que ocorre na feira tem um valor inestimável, pois a visibilidade da nossa marca junto ao público-alvo da empresa favorecerá demais a expansão dos nossos negócios. Entre os destaques da Via Global, estão serviços como garantia estendida/seguro contra roubo, furto e quebra de celulares.”

Marcelo Freitas, sócio-diretor

“It is our first participation in the Eletrolar Show, and we expect to find chain stores that work with home appliances and furniture. The networking that takes place at the fair is invaluable, as the visibility of our brand with the company's target audience will greatly favor the expansion of our business. Among the highlights of Via Global are services such as extended warranties/insurance against theft and breakage of cell phones.”

Marcelo Freitas, managing partner

“Queremos encontrar os amigos do setor de tecnologia responsáveis pela área de compras das principais redes de varejo e outros pequenos e médios varejistas, representando a nossa presença em mais de 20 mil pontos de venda. A feira é a melhor estratégia para apresentar nossas novas unidades de negócios e lançar produtos. O networking é a melhor parte. Reencontrar amigos e conhecer pessoas é do que eu mais gosto. Um de nossos destaques é o **VX10**, carro-chefe da linha VIVENSIS TV SAT que, devido ao desligamento das parabólicas, tem tido alta procura. É compatível com o sistema SAT HD regional, banda Ku e banda C, para TVs de tubo, telas planas e smart. Outro é a **cadeira gamer Viper Pro da linha Mamba**. Toda a linha tem homologação do INMETRO e a conformidade NR17 de ergonomia.”

Yvan Cabral, sócio-fundador

*“We want to meet friends from the technology sector responsible for the purchasing area of the main retail chains and other small and medium-sized retailers, representing our presence in more than 20,000 points of sale. The fair is the best strategy to present our new business units and launch products. Networking is the best part. Meeting friends and meeting people is what I like the most. One of our highlights is the **VX10**, the flagship of the VIVENSIS TV SAT line which, due to the shutdown of the satellite dishes, has been in high demand. It is compatible with the regional SAT HD system, Ku band and C band, for tube TVs, flat screens and smart TVs. Another is the **Viper Pro gamer chair from the Mamba line**. The entire line has INMETRO approval and NR17 ergonomics compliance.”*

Yvan Cabral, founding partner



2023

XT RACER

“Por ser um evento com foco em lançamentos e tendências, esperamos encontrar variedade de varejistas e oportunidades de negócios em diferentes categorias. A feira promove um ambiente propício para a criação de parcerias comerciais estratégicas. Um de nossos destaques é a **mesa gamer e escritório XT Tracer Space Two**, com design futurista, para gamers e profissionais que buscam aliar estética e funcionalidade. Tem duas opções de acomodação para a CPU: no espaço lateral e no nicho inferior. Outro é a **cadeira gamer e escritório XT Racer Platinun W Style**. Suporta até 120 kg e é indicada para usuários com até 1,90 m de altura.”

Agnaldo Valentim, gerente-geral

*“Due to be an event focused on launches and trends, we expect to find a variety of retailers and business opportunities in different categories. The fair promotes an environment conducive to the creation of strategic commercial partnerships. One of our highlights is the **XT Tracer Space Two gamer table and office**, with a futuristic design, for gamers and professionals who seek to combine aesthetics and functionality. It has two accommodation options for the CPU: in the side space and in the lower niche. Another is the **XT Racer Platinun W Style gaming and office chair**. Supports up to 120 kg and is suitable for users up to 1.90 m tall.”*

Agnaldo Valentim, general manager



WAVEONE

“Esperamos a participação de grandes varejos B2C, distribuidores de médio e grande porte B2B e apaixonados por áudio e tecnologia. A WaveOne faz 13 anos em 2023 e é uma marca consolidada no mercado residencial de luxo. Apresentaremos a nova linha plug and play (WaveOne Life) com soundbars, caixas de som Bluetooth, fones de ouvido (com fio e Bluetooth), caixas de som torre e a linha de fones de ouvido gamer. Destaque para a **soundbar Pacific Ocean 2.1** e para o novo **fone de ouvido WF100**. Com a demonstração dos nossos produtos, criaremos uma aproximação com grandes varejistas e, assim, já nos preparamos para o fechamento de grandes negócios.”

Davi Pereira, coordenador de marketing

*“We expect the participation of large B2C retailers, medium and large B2B distributors and those passionate about audio and technology. WaveOne celebrates its 13th anniversary in 2023 and is a consolidated brand in the luxury residential market. We will introduce the new plug and play line (WaveOne Life) with soundbars, Bluetooth speakers, headphones (wired and Bluetooth), tower speakers and the gamer headphones line. The **Pacific Ocean 2.1** soundbar and the new **WF100 headset** stand out. With the demonstration of our products, we will create an approximation with large retailers and, thus, we are already preparing to close big deals.”*

Davi Pereira, marketing coordinator

X-ONE BRASIL

“A Eletrolar Show sempre foi um evento importante no segmento de bens de consumo, e o varejo está ávido por encontros presenciais para estreitar relações comerciais, buscar inovações e conectividade com produtos da mais alta qualidade. Será extremamente proveitoso estar com nossos clientes. A feira é uma porta de entrada para a geração de novos negócios, visibilidade da marca e apresentação de novidades e tendências. A cada ano intensificamos os investimentos em ações na feira. **Todos os nossos lançamentos de 2023 estarão na Eletrolar Show para divulgarmos sua qualidade, tecnologia e interatividade.**”

Breno França, CEO

*“The Eletrolar Show has always been an important event in the consumer goods segment, and retailers are eager for face-to-face meetings to strengthen commercial relationships, seek innovations and connectivity with the highest quality products. It will be extremely fruitful to be with our customers. The fair is a gateway to the generation of new business, brand visibility and presentation of news and trends. Each year we intensify investments in actions at the fair. **All of our launches in 2023 will be at the Eletrolar Show to promote their quality, technology and interactivity.**”*

Breno França, CEO



WHIRLPOOL

BRASTEMP

Consul

“A expectativa da Whirlpool é bastante positiva, pois a feira é um importante evento do setor de eletrodomésticos, onde vamos expor os produtos das marcas da companhia e soluções inovadoras. Temos a expectativa de selar novas parcerias e contatos comerciais para fortalecer ainda mais nossa participação no mercado. Apresentaremos as principais categorias das marcas Brastemp e Consul, incluindo as de linha branca e os destaques em produtos que oferecem maior eficiência energética e praticidade. Entre os diferenciais, estão o design, a qualidade e durabilidade dos materiais utilizados e a garantia de excelente desempenho. Teremos uma exposição exclusiva para cada marca, com a apresentação de eletrodomésticos e informações detalhadas sobre as features e benefícios que oferecem. Junto a isso traremos, também, a solução de assinatura dos purificadores de água para o público B2B.”

Whirlpool, dona das marcas Brastemp e Consul

“Whirlpool's expectation is very positive, as the fair is an important event in the home appliances sector, where we will exhibit the company's brand products and innovative solutions. We look forward to sealing new partnerships and commercial contacts to further strengthen our market share. We will present the main categories of the Brastemp and Consul brands, including white goods and highlights in products that offer greater energy efficiency and practicality. Among the differentials are the design, quality and durability of the materials used and the guarantee of excellent performance. We will have an exclusive exhibition for each brand, with the presentation of home appliances and detailed information about the features and benefits they offer. Along with this, we will also bring the signature solution for water purifiers to the B2B public.”

Whirlpool, owner of the brands Brastemp and Consul

2023

XZONE

“Nossa marca está focada no universo gamer, é o terceiro ano que participamos da feira, e esperamos encontrar tanto varejistas especializados como generalistas. A Eletrolar Show nos proporciona a oportunidade de apresentar o nosso portfólio e os lançamentos, bem como de ampliar o relacionamento com clientes de todo o Brasil e do exterior, principalmente da América Latina. É um momento muito importante para a XZone. Nossos produtos, certamente, irão proporcionar melhoria na experiência dos gamers.”

John Zak, diretor comercial

“Our brand is focused on the gamer universe, it is the third year that we participate in the fair, and we hope to find both specialized and generalist retailers. The Eletrolar Show provides us with the opportunity to present our portfolio and launches, as well as to expand the relationship with customers from all over Brazil and abroad, mainly in Latin America. It is a very important moment for XZone. Our products will certainly improve the experience for gamers.”

John Zak, commercial director



YGGY

“Buscamos encontrar um público bastante qualificado, com representantes de lojas físicas do Brasil todo, que atuem dentro de shoppings centers, centros comerciais, galerias e supermercados. A feira é a melhor maneira de estreitar as relações comerciais com os parceiros, de apresentar a nossa marca, produtos e missão, de firmar novas parcerias e de aumentar a nossa presença no cenário nacional. Entre nossos destaques estão o **fone de ouvido Bluetooth YGGYBUDS**, com a tecnologia TWS e proteção contra água IPX6, e o **carregador wireless de mesa YGGY FLOW CHARGER 15 W**, que tem o corpo produzido com bambu.”

Nicolas Galvão, CEO

*“We seek to find a highly qualified audience, with representatives from physical stores throughout Brazil, who operate in shopping malls, commercial centers, galleries and supermarkets. The fair is the best way to strengthen commercial relations with partners, to present our brand, products and mission, to establish new partnerships and to increase our presence on the national scene. Among our highlights are the **YGGY-BUDS Bluetooth headset**, with TWS technology and IPX6 water protection, and the **YGGY FLOW CHARGER 15 W tabletop wireless charger**, which has a bamboo body.”*

Nicolas Galvão, CEO

VEJA O QUE O VAREJO ESPERA ENCONTRAR NA ES

See what retail expects to find at ES

ARMAZÉM PARAÍBA

"Na Eletrolar Show, iremos procurar a linha marrom (áudio, vídeo e complementos), a linha branca (refrigerador, fogão, lavadora, forno, etc.) e portáteis (todas as categorias). A feira faz parte da nossa estratégia de negócios, e o networking que propicia é muito importante. Acreditamos que, em 2023, o nosso time terá sete pessoas, o mesmo número que veio no ano passado. Em relação ao sorteio do carro elétrico, acho uma ótima ideia."

Ana Paula Rios, compradora

"At Eletrolar Show, we will look for the brown line (audio, video, and accessories), the white line (refrigerator, stove, washing machine, oven, etc.) and small appliances (all categories). The fair is part of our business strategy, and the networking it provides is very important. We believe that, in 2023, our team will have seven people, the same number as last year. Regarding the electric car giveaway, I think it's a great idea."

Ana Paula Rios, buyer



Sucesso em qualquer lugar



GRUPO ZEMA

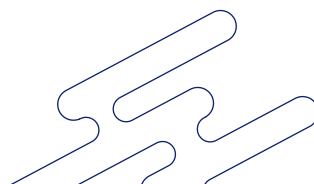
"Trabalhamos com eletros, eletrônicos, celulares e portáteis. A feira faz parte de nossa estratégia de negócios e, geralmente, participamos com uma equipe de três ou quatro pessoas. Para mim, o networking que ocorre na Eletrolar Show é muito importante, pois nesses momentos discutimos sobre o varejo em geral, economia e possibilidades de correção de rota, que é, neste momento, ponto importante na operação. Quanto ao sorteio, ele é sempre bem-vindo."

Juliano Oliveira, diretor-geral

"We work with large and small appliances, consumer electronics, cell phones and laptops. The fair is part of our business strategy, and we usually participate with a team of three or four people. For me, the networking that takes place at the Eletrolar Show is very important, because at these moments we discuss retail in general, the economy and possibilities for route correction, which is, at this moment, an important point in the operation. As for the giveaway, it is always welcome."

Juliano Oliveira, general director

2023



GRUPO ZENIR

"As linhas de eletros e celulares estão entre as nossas prioridades de busca de ofertas e compras no evento. Já participamos há bastante tempo da Eletrolar Show e, desta vez, teremos um time de quatro pessoas. É sempre muito bom participar da feira para realizar negócios, estreitar relacionamentos e rever amigos e parceiros. Quanto ao sorteio do carro elétrico, achei um grande atrativo e diferencial para o evento."

Alan Oliveira, diretor

"The lines of electronics and cell phones are among our priorities in the search for offers and purchases at the event. We have already participated in the Eletrolar Show for a long time and, this time, we will have a team of four people. It is always great to participate in the fair to do business, strengthen relationships and see friends and partners. As for the electric car giveaway, I found it to be a great attraction and differential for the event."

Alan Oliveira, director



HAVAN

"A Havan participa todos os anos da Eletrolar Show e busca sempre por novidades em todas as categorias de eletros. É a única feira do segmento

no Brasil em que temos a oportunidade de procurar novidades e fornecedores, bem como trocar experiências. Devo participar com mais sete compradores. Não fechamos negócios diretamente na feira, mas ela nos ajuda na tomada de decisão de forma eficiente."

Maiquel Ludwig, gerente de compras

"Havan participates at the Eletrolar Show every year and is always looking for news in all home appliances and consumer electronics categories. It is the only fair in the segment in Brazil where we can look for news and suppliers, as well as exchange experiences. I must participate with seven other buyers. We don't close deals directly at the fair, but it helps us make decisions efficiently."

Maiquel Ludwig, purchasing manager

LOJAS CEM

“Lojas Cem tem foco nas categorias de linha branca, linha marrom, telefonia e tecnologia. A Eletrolar Show é muito importante para as decisões estratégicas e para o planejamento de compras da empresa.

Nossos compradores e diretores sempre marcam presença nesse evento de grande prestígio para o varejo brasileiro. Além de revermos parceiros comerciais de longa data, o evento é útil para fazermos novos contatos, que sempre podem proporcionar grandes benefícios e aprendizados para a companhia.”

José Domingos Alves, supervisor-geral

“Lojas Cem focuses on the white line, brown line, telephony and technology categories. The Eletrolar Show is very important for the company's strategic decisions and purchase planning. Our buyers and directors are always present at this highly prestigious event for Brazilian retail. In addition to reviewing longtime commercial partners, the event is useful for making new contacts, which can always provide great benefits and learning for the company.”

José Domingos Alves, general supervisor



LOJAS CERTEL

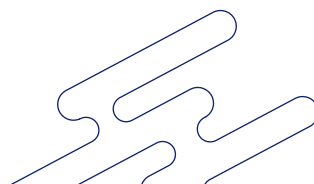
“O alvo da empresa está nas linhas branca e marrom, em eletroportáteis e em telefonia. Costumamos estar presentes com mais de três profissionais. Para nós, é de suma importância a possibilidade de participação,

pois a feira oportuniza acesso e conhecimento sobre tendências de mercado. Assim, podemos tomar decisões de compra baseadas nas categorias e nos segmentos em que o mercado esteja apostando, o que nos permite ser ainda mais assertivos na busca de resultados para a operação. Quanto ao sorteio do carro elétrico, acreditamos que benefícios oferecidos são sempre um atrativo.”

Júlio César de Assis, coordenador de compras

“The company's target is in the white and brown lines, small appliances, and telephony. We tend to be present with more than three professionals. For us, the possibility of participation is extremely important, as the fair provides access and knowledge about market trends. Thus, we can make purchase decisions based on the categories and segments on which the market is betting, which allows us to be even more assertive in the search for results for the operation. As for the electric car giveaway, we believe that the benefits offered are always attractive.”

Júlio César de Assis, purchasing coordinator



LOJAS DONA DO LAR

"Na Eletrolar Show, nosso foco está em eletrodomésticos, eletrônicos, celulares, eletroportáteis e móveis. O networking que ocorre na feira é uma oportunidade única de encontrar profissionais ligados à indústria e ao varejo do Brasil, de trocar experiências e fazer negócios. Nossa equipe terá quatro pessoas. Quanto ao sorteio do carro elétrico, é uma excelente ideia. Vou ganhar, se Deus quiser."

José de Souza Martins, gerente de compras

"At Eletrolar Show, our focus is home appliances, electronics, cell phones, small appliances, and furniture. The networking that takes place at the fair is a unique opportunity to meet professionals linked to industry and retail in Brazil, to exchange experiences and do business. Our team will have four people. As for the electric car giveaway, it's an excellent idea. I will win, if it is God's will.

José de Souza Martins, purchasing manager



Móveis e Eletros

MAGAZAN

MAGAZAN

"Na Eletrolar Show, a Magazan, empresa do Grupo Líder, vai procurar por eletrodomésticos, celulares e acessórios. O networking que a feira proporciona é muito importante para o desenvolvimento de novos fornecedores. Por isso, ela é parte da nossa estratégia de negócios. A equipe da empresa terá três pessoas. E concorrer ao sorteio de um carro elétrico é uma boa ideia."

João Augusto Rodrigues, diretor de compras

"At the Eletrolar Show, Magazan, the Grupo Líder company, will look for home appliances, cell phones and accessories. The networking that the fair provides is very important for the development of new suppliers. Therefore, it is part of our business strategy. The company's team will have three people. And taking part in the giveaway of an electric car is a good idea."

João Augusto Rodrigues, purchasing director

Millena
móveis e eletro ●●●●●●

MILLENA MÓVEIS E ELETRO

"Na Eletrolar Show, vamos procurar produtos das linhas branca e marrom, de telefonia e portáteis. A feira traz muitas novidades para o mercado. Nossa equipe será formada por compradores dessas categorias, os diretores de compras e comercial e o presidente da empresa. No total, deverão ser cinco pessoas. O networking na feira é fundamental para o varejo. Torna as relações mais calorosas e mostra perspectivas de mercado. O sorteio do carro elétrico é uma maravilha, um sonho que pode ser realizado na Eletrolar Show em 2023."

Maryllya do Carmo Lima da Silva Andrade,
compradora de linha branca e portáteis

"At the Eletrolar Show, we are going to look for white and brown line products, telephony, and laptops. The fair brings many novelties to the market. Our team will be made up of buyers from these categories, the purchasing and commercial directors and the company's president. In total, there should be five people. Networking at the fair is essential for retail. It makes relations warmer and shows market prospects. The electric car giveaway is a marvel, a dream that can be realized at the Eletrolar Show in 2023."

Maryllya do Carmo Lima da Silva Andrade,
purchaser of white line and laptops

MULTILOJA

"Somos uma rede de varejo de móveis e eletrodomésticos e trabalhamos com toda a linha branca e marrom e com portáteis, informática, celulares e smartphones. Esses produtos são o nosso foco. A Eletrolar Show é importante para ver tendências, novidades de mercado e fazer networking com todos os fabricantes e revendas de outras regiões do País. É importante também para que se possa fazer uma avaliação geral, corrigir rotas e adotar medidas em cima dos temas abordados no evento."

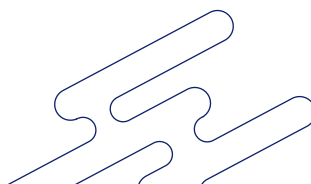
Geraldo Gonçalves, diretor-superintendente

"We are a retail chain of furniture and home appliances, and we work with the entire white and brown line and with small appliances, computers, cell phones and smartphones. These products are our focus. The Eletrolar Show is important for seeing trends, market news and networking with all manufacturers and resellers from other regions of the country. It is also important to make a general assessment, correct routes and adopt measures based on the topics discussed at the event."

Geraldo Gonçalves, superintendent director



2023



VIA



SCHUMANN

"Buscamos produtos das linhas branca e marrom, com foco em telas, telefonia, cuidados pessoais e linha gamer, em especial consoles. Há tempos, temos a Eletrolar Show como balança de perspectivas para o segundo semestre.

Traçamos estratégias e reatamos parcerias com base nas tratativas da feira. É um momento para a efetivação de negócios e a troca de experiências. Estamos atentos às tendências que corroboram o momento do mercado atual. Por isso, o networking da feira é superimportante, haja vista a troca de experiências com ótimos profissionais que atuam em todas as regiões do País."

Sérgio Bittencourt, diretor comercial

"We are looking for white and brown line products, focusing on screens, telephony, personal care, and the gamer line, especially consoles. For some time now, we have had the Eletrolar Show as a balance of perspectives for the second half of the year.

We draw up strategies and renew partnerships based on the negotiations at the fair. It is a moment for doing business and exchanging experiences. We are attentive to the trends that corroborate the moment of the current market. Therefore, networking at the fair is super important, given the exchange of experiences with great professionals who work in all regions of the country."

Sérgio Bittencourt, commercial director

"A Via, dona das marcas Casas Bahia, Ponto e Extra.com.br, reconhece na Eletrolar Show 2023 uma das grandes iniciativas para que a indústria apresente seus produtos, lançamentos e tendências ao varejo, em especial do setor de eletroeletrônicos.

Entendemos que atuar em um cenário tão competitivo como o do varejo exige que nossas marcas estejam sempre conectadas aos parceiros da indústria, o que possibilita oferecer produtos e experiências cada vez mais inovadoras aos clientes, que estão no centro do nosso negócio. Certamente, o time da Via vai estar presente acompanhando todas as novidades."

Abel Ornelas Vieira, vice-presidente comercial e de operações (COO)

"Via, owner of the brands Casas Bahia, Ponto and Extra.com.br, recognizes the Eletrolar Show 2023 as one of the great initiatives for the industry to present its products, launches and trends to retailers, especially in the electronics sector.

We understand that operating in a scenario as competitive as retail requires that our brands are always connected to industry partners, which makes it possible to offer increasingly innovative products and experiences to customers, who are at the heart of our business. Certainly, Via's team will be present following all the news."

Abel Ornelas Vieira, vice president of commercial and operations (COO)



CADERNO

DIA DOS PAIS

FATHER'S DAY SPECIAL



98 APARADORES E BARBEADORES

OPÇÕES DE PRESENTES INTELIGENTES

HAIR TRIMMERS AND SHAVERS – SMART GIFT OPTIONS

108 PRODUTOS GAMER

VENDAS DA CATEGORIA CRESCEM COM A IA

GAMER PRODUCTS – CATEGORY SALES GROW WITH AI

122 ADEGAS

DATAS ESPECIAIS INCENTIVAM O BRINDE AO VINHO

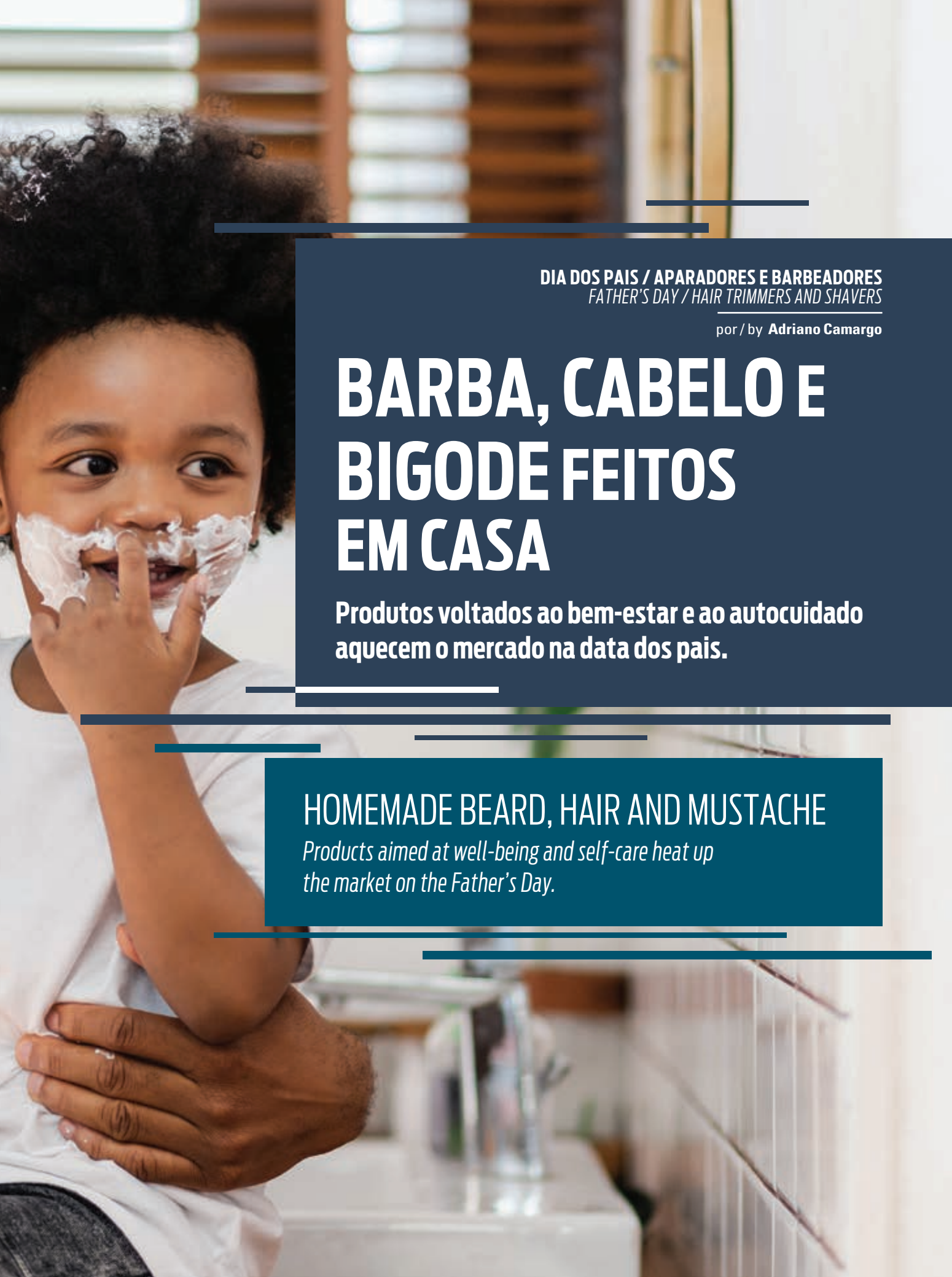
WINE FRIDGES – SPECIAL DATES ENCOURAGE THE TOAST TO WINE

132 AQUECEDORES

SÍMBOLO DE CARINHO NOS DIAS MAIS FRIOS

HEATERS – SYMBOL OF AFFECTION ON THE COLDEST DAYS





DIA DOS PAIS / APARADORES E BARBEADORES
FATHER'S DAY / HAIR TRIMMERS AND SHAVERS

por / by **Adriano Camargo**

BARBA, CABELO E BIGODE FEITOS EM CASA

**Produtos voltados ao bem-estar e ao autocuidado
aquecem o mercado na data dos pais.**

HOMEMADE BEARD, HAIR AND MUSTACHE

*Products aimed at well-being and self-care heat up
the market on the Father's Day.*

A escolha de um barbeador como presente para o Dia dos Pais é uma opção inteligente e bastante significativa. Um número crescente de homens está adotando uma rotina de se barbear em casa, em vez de frequentar um salão profissional.

Pesquisa da GfK indica que 61% dos homens se barbeiam em casa regularmente e 29% deles disseram que barbeiam seus pelos faciais diariamente. Cerca de 80% dos entrevistados afirmaram que esse tipo de produto proporciona um barbear mais confortável do que o manual.

"Barbeadores e aparadores têm tido bom desempenho de vendas na data. O Dia dos Pais vem ganhando espaço no varejo, e os eletroportáteis e produtos de cuidados pessoais estão no topo da lista de presentes", afirma **Milene Borges, diretora de mercado da Mallory**.

CONFORTO ACIMA DE TUDO

Na pesquisa, 60% dos entrevistados afirmaram que o barbeador elétrico é mais prático e fácil de utilizar do que o manual. "O autocuidado ganhou espaço e relevância na rotina do consumidor nos últimos anos.

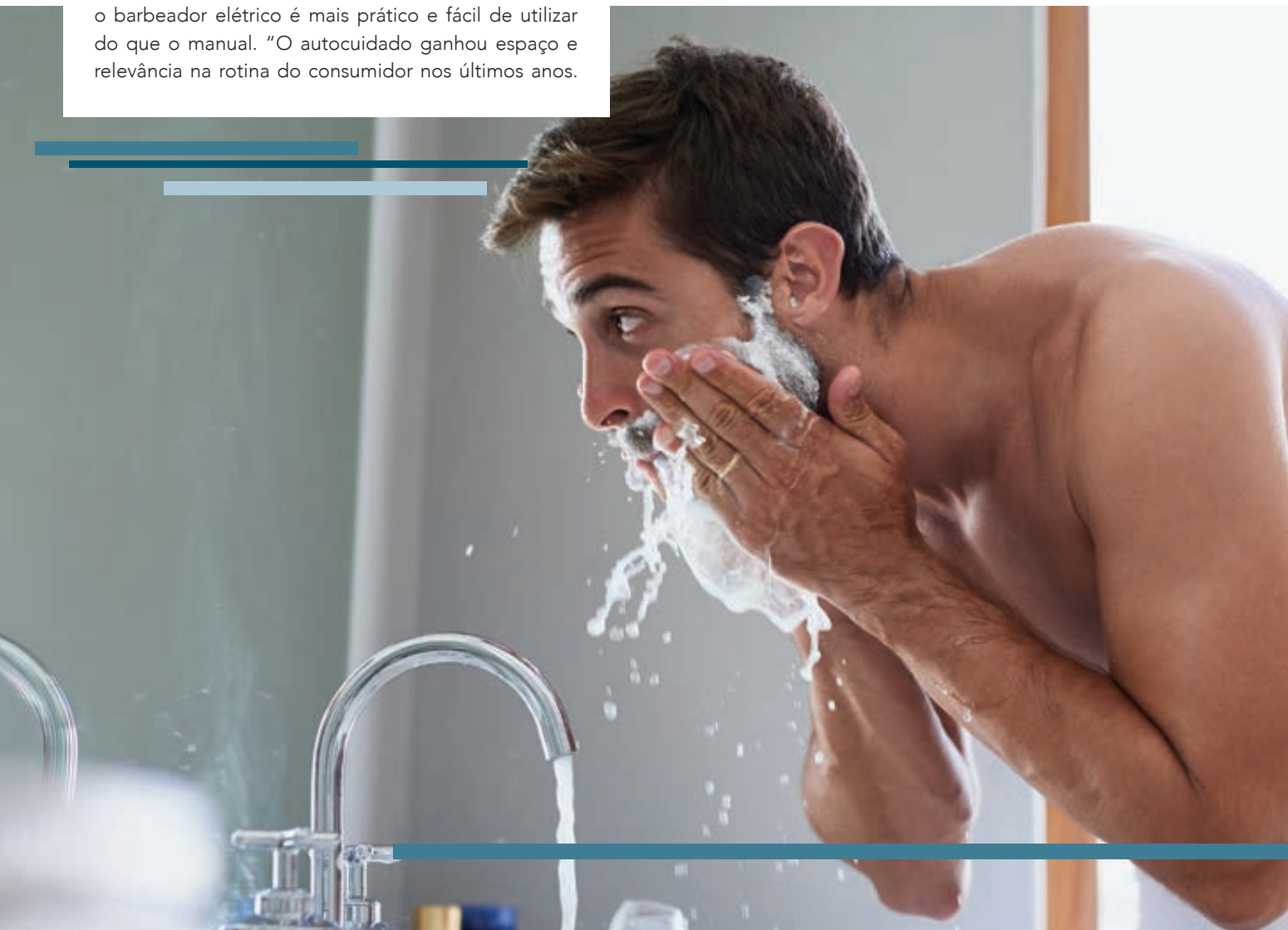
Choosing a shaver as a gift for Father's Day is a smart and meaningful choice. A growing number of men are adopting a routine of shaving at home instead of going to a professional salon.

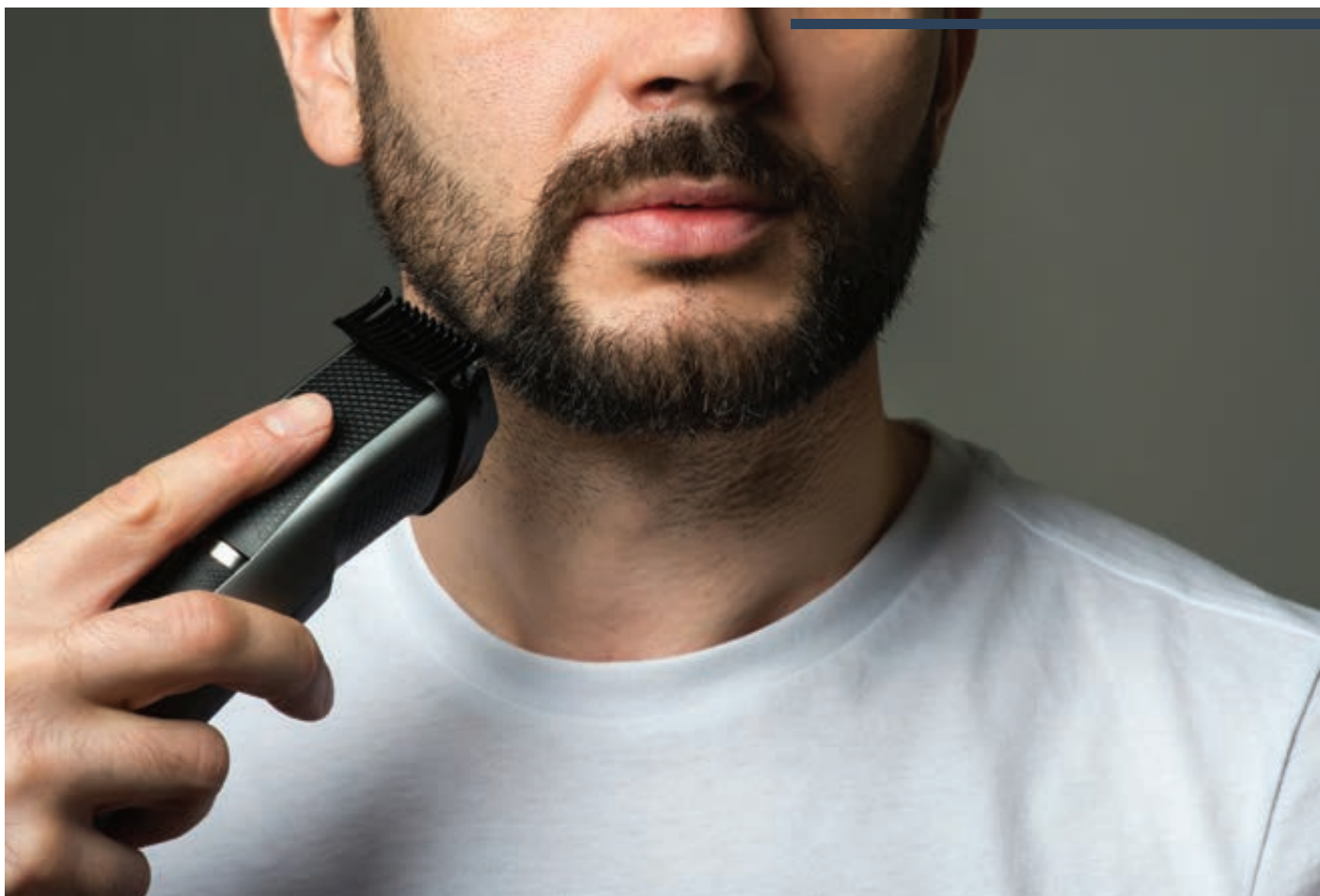
Research by GfK indicates that 61% of men shave at home regularly and 29% of them said they shave their facial hair daily. About 80% of respondents said that this type of product provides a more comfortable shave than manual shaving.

"Shavers and hair trimmers have had good sales performance on the date. Father's Day has been gaining space in retail, and small appliances and personal care products are at the top of the gift list", says **Milene Borges, market director at Mallory**.

COMFORT ABOVE ALL

In the survey, 60% of respondents said that the electric shaver is more practical and easier to use than the





Mesmo com uma desaceleração do mercado de cuidados masculinos, enxergamos uma crescente de vendas, principalmente quando olhamos para os últimos dois anos”, diz **Flávia Almeida, gerente de marketing da Philips Cuidados Pessoais.**

O estudo apontou, também, que cerca de 80% dos homens classificam o produto como mais confortável. “O Dia dos Pais é uma data que aquece o mercado, pois há aumento na procura de produtos voltados ao cuidado e ao bem-estar para presentear”, diz **Caio Cavalheiro Madeira Marques, gerente-geral de produtos da Panasonic do Brasil.**

Outra vantagem dos barbeadores elétricos é a economia. Embora o investimento inicial seja mais elevado do que a compra de lâminas para barbear, no longo prazo o barbeador elétrico é mais econômico, pois a durabilidade do produto é maior e não é preciso substituir as lâminas com frequência. O produto também é mais sustentável, não gerando resíduos como as lâminas descartáveis. Veja, a seguir, as opções para a data.

manual one. “Self-care has gained space and relevance in the consumer’s routine in recent years. Even with a slowdown in the male care market, we see an increase in sales, especially when we look at the last two years”, says **Flávia Almeida, marketing manager at Philips Cuidados Pessoais.**

The study also pointed out that about 80% of men classify the product as more comfortable. “Father’s Day is a date that heats up the market, as there is an increase in demand for products aimed at care and well-being to give as a gift”, says **Caio Cavalheiro Madeira Marques, general manager of products at Panasonic do Brasil.**

Another advantage of electric shavers is the economy. Although the initial investment is higher than buying razor blades, in the long term the electric shaver is more economical, as the product lasts longer and there is no need to replace the blades frequently. The product is also more sustainable, not generating waste like disposable blades. See below for date options.

PHILIPS

O **barbeador elétrico Philips S1121/41** tem lâminas autoafiáveis, com cabeças flexíveis que seguem os contornos faciais, e pode ser utilizado no seco ou no molhado. Possui um sistema com 27 lâminas ComfortCut e design de cabeça arredondada e macia, que se movimenta em diferentes direções para melhor performance.

Com tecnologia exclusiva, o **aparador e raspador Philips OneBlade** é indicado para todos os tamanhos de barba e pode ser utilizado no seco ou no molhado. Sua lâmina se move 200 vezes por segundo. Tem sistema duplo de proteção, revestimento deslizante, pontas arredondadas que protegem a pele mesmo em áreas sensíveis, três pentes de 1 mm, 3 mm e 5 mm, e cabeça flexível que acompanha os contornos do rosto.



Barbeador elétrico autoafiável e à prova d'água Philips S1121/41
 Philips S1121/41 Waterproof Self-Sharpening Electric Shaver

Preço sugerido em 17/04/2023: R\$ 279,90.

Suggested price on 4/17/2023: BRL 279.90.

The **Philips S1121/41 electric shaver** has self-sharpening blades with flexible heads that follow facial contours and can be used dry or wet. It has a system with 27 ComfortCut blades and a rounded and soft head design, which move in different directions for better performance.

With exclusive technology, the **Philips OneBlade trimmer and shaver** is suitable for all beard sizes and can be used dry or wet. Your blade moves 200 times per second. It has a double protection system, sliding coating, rounded ends that protect the skin even in sensitive areas, three combs of 1 mm, 3 mm, and 5 mm, and flexible head that follows the contours of the face.



Aparador e raspador Philips OneBlade
 Philips OneBlade trimmer and shaver

Preço sugerido em 17/04/2023: R\$ 244,74.

Suggested price on 04/17/2023: BRL 244.74.

MONDIAL

Seu **barbeador elétrico Power Shave Mondial bivolt BE-02** tem três lâminas duplas de inox e cabeças de corte flexíveis. O aparelho possui aparador de costeleta, que também aparas barbas mais longas, e bateria de recarregamento rápido com luz indicadora. Com um ano de garantia, vem com nécessaire, capa protetora, escova de limpeza e carregador.

O aparador de pelos Super Groom 11 bivolt BG-05 tem várias funções: aparador de cabelo com cinco pentes de corte, aparador de barba e bigode, aparador de pelos para nariz e orelha, aparador de precisão e microbarbeador. Possui lâminas de inox, bateria recarregável, com duração de 90 minutos, e um ano de garantia.



Barbeador elétrico Power Shave Mondial Bivolt BE-02
Electric shaver Power Shave Mondial Bivolt BE-02

Preço sugerido em 17/04/2023: R\$ 199,90.

Suggested price on 04/17/2023: BRL 199.90.

Its **electric shaver Power Shave Mondial Bivolt BE-02 shaver** has three double stainless-steel blades and flexible shaving heads. The device has sideburn trimmer, which also trims longer beards, and quick recharge battery with indicator light. With a one-year warranty, it comes with a toiletry bag, protective cover, cleaning brush and charger.

The **bivolt hair trimmer BG-05 Super Groom 11** has several functions: hair trimmer with five cutting combs, beard and mustache trimmer, nose and ear hair trimmer, precision trimmer and micro shaver. It has stainless steel blades, rechargeable battery, lasting 90 minutes, and one year warranty.



Aparador de pelos Mondial Super Groom 11 BG-05
Mondial bivolt hair trimmer BG-05 Super Groom 11

Preço sugerido em 17/04/2023: R\$ 229,90.

Suggested price on 04/17/2023: BRL 229.90.

MALLORY

O barbeador Mallory Sensitive Derma Care é para peles sensíveis, graças ao seu sistema Contour Flex 4D, com três cabeças articuladas e lâminas duplas que se adaptam ao rosto e não irritam a pele. Pode ser usado na pele seca ou molhada e durante o banho. Sua bateria é recarregável e tem até 60 minutos de autonomia.

Mais um produto da marca, o aparador e cortador de cabelos Smart Power Mallory tem motor de alta performance (10 W) e design ergonômico. Suas lâminas são de aço e cromo. É acompanhado por nove acessórios para cortar e aparar.

The Mallory Sensitive Derma Care shaver is for sensitive skin, thanks to its Contour Flex 4D system, with three articulated heads and double blades that adapt to the face and do not irritate the skin. Can be used on dry or wet skin and while showering. Its battery is rechargeable and has up to 60 minutes of autonomy.

Another brand product, the Smart Power Mallory hair trimmer and clipper has a high-performance motor (10 W) and ergonomic design. Its blades are steel and chrome. It is accompanied by nine attachments for cutting and trimming.



Barbeador Mallory Sensitive Derma Care
Mallory Sensitive Derma Care Shaver

Preço sugerido em 17/04/2023: R\$ 219,00.
Suggested price on 04/17/2023: BRL 219.00.



Aparador e cortador de cabelos Smart Power Mallory
Smart Power Mallory hair trimmer and clipper

Preço sugerido em 17/04/2023: R\$ 79,99.
Suggested price on 04/17/2023: BRL 79.99.

PANASONIC DO BRASIL

Destaca o **aparador V-Razor ER-GK80-S572**, que remove os pelos do corpo com segurança. Tem lâminas com extremidades e intervalos estreitos de 2 mm, cinco níveis de ajuste de pente e formato anatômico, que possibilita o uso em regiões de difícil acesso, como axilas, áreas íntimas e com curvas.

O produto é indicado, principalmente, para pais que praticam algum tipo de esporte. Vem com pente que permite a escolha de comprimentos maiores para o corte dos pelos e pode ser utilizado, também, durante o banho. Funciona com bateria recarregável.

Highlights the **V-Razor ER-GK80-S572 trimmer**, which safely removes body hair. It has blades with narrow ends and intervals of 2 mm, five levels of comb adjustment and anatomical shape, which allows the use in regions of difficult access, such as armpits, intimate areas and with curves.

The product is indicated, mainly, for parents who practice some kind of sport. It comes with a comb that allows you to choose longer lengths for cutting the hair and can also be used during the shower. Runs on rechargeable battery.



Aparador de pelos corporais Panasonic V-Razor ER-GK80-S572
Panasonic Body Hair Trimmer V-Razor ER-GK80-S572

Preço sugerido em 17/04/2023: R\$ 499,00.

Suggested price on 4/17/2023: BRL 499.00.

CADENCE

A máquina de cortar cabelo Cadence Simple Cut

possui 9 W de potência, lâminas de aço inox e regulagem de cinco níveis de altura. Tem alavanca de ajuste fino e alça para pendurar. Com design ergonômico, vem com quatro pentes de altura (3 mm, 6 mm, 9 mm e 12 mm), escova de limpeza e óleo lubrificante.

Destaca, também, a máquina de cortar cabelo Cadence Crista Cut,

com 7 W de potência, lâminas de aço inox e regulagem de cinco níveis de altura. Tem design ergonômico e exclusivo. Vem com acessórios: quatro pentes de altura (3 mm, 6 mm, 9 mm e 12 mm), escova de limpeza e óleo lubrificante. ■■

The hair clipper Cadence Simple Cut has 9 W of power, stainless steel blades and five levels of height adjustment. It has a fine adjustment lever and a hanging strap. With ergonomic design, it comes with four height combs (3 mm, 6 mm, 9 mm, and 12 mm), cleaning brush and lubricating oil.

Also highlights the hair clipper Cadence Crista Cut, with 7 W of power, stainless steel blades and five levels of height adjustment. It has ergonomic and unique design. Comes with accessories: four height combs (3 mm, 6 mm, 9 mm, and 12 mm), cleaning brush and lubricating oil. ■■



Máquina de cortar cabelo Cadence Simple Cut CAB181

Hair clipper Cadence Simple Cut CAB181

Preço sugerido em 17/04/2023: R\$ 69,90.

Suggested price on 04/17/2023: BRL 69.90.



Máquina de cortar cabelo Cadence Crista Cut CAB180

Hair clipper Cadence Crista Cut CAB180

Preço sugerido em 17/04/2023: R\$ 74,90.

Suggested price on 04/17/2023: BRL 74.90.



LIGHTING SHOW

SÃO PAULO, BRASIL

LIGHT UP YOUR BUSINESS

DE 10 A 13 DE JULHO DE 2023
TRANSAMERICA EXPO CENTER SÃO PAULO, BRASIL

O Lighting Show é uma oportunidade para a indústria e o varejo encontrarem novos produtos, inovações e marcas internacionais.

Seja um Expositor!

PERFIL DO VISITANTE

Categorias de **exposição**

Varejo, Importadores e Distribuidores, Indústria, Atacado,
Lojas de Departamento, E-Commerce e Marketplaces

Público **qualificado**

Gerentes de Produto · Diretores
Proprietários · CEOs · Representantes de Vendas
Supervisores · Imprensa · Representantes de Serviço

Faça parte!

www.lightingshow.com

EVENTOS
PARALELOS:

electrolashow
ALL CONNECTED

**LATIN AMERICAN
ELECTRONICS**
International Trade Show

**LATIN AMERICAN
HOUSEWARES**

Contato:
+55 11 3197-4949
comercial@grupeeletrolar.com.br



GAMES: DIVERSÃO PARA PAIS E FILHOS

Com a ajuda da inteligência artificial, a categoria cresce. No primeiro trimestre de 2023, as vendas de consoles aumentaram em 23% em unidades e em 25% em valor. Já o conjunto da categoria, que inclui também mouses, teclados, headsets e PCs, cresceu 17% em unidades e 17% em valor.

GAMES: FUN FOR PARENTS AND CHILDREN

With the support of artificial intelligence, the category grows. In the first quarter of 2023, console sales increased by 23% in units and 25% in value. The set of the category, which also includes mice, keyboards, headsets and PCs, grew 17% in units and 17% in value.



O Dia dos Pais é uma das datas comemorativas mais importantes do mercado, movimentando milhões de reais em vendas todos os anos. Como de costume, os filhos procuram o presente perfeito para agradar aos pais – e até dividir com eles, uma vez que boa parte é fã de games. É uma grande oportunidade para o varejo.

“Vimos que o mercado gamer ganhou muito mais visibilidade nos últimos anos, principalmente com a pandemia, gerando um aumento exponencial na busca por produtos que atendam às expectativas”, diz **Thiago César, diretor de marketing da divisão de consumer electronics da Samsung Brasil.**

Pesquisa realizada pela GfK mostra que a categoria de produtos gamers tem sido uma das mais procuradas nos últimos anos. No primeiro trimestre de 2023, as vendas de consoles aumentaram em 23% em unidades e em 25% em valor. Já o conjunto da categoria, que inclui também mouses, teclados, headsets e PCs, cresceu 17% em unidades e 17% em valor.

“Com o crescente interesse por tecnologia, a expectativa é que o mercado continue aquecido com uma gama de produtos à disposição dos consumidores, inclusive aqueles que buscam por qualidade e praticidade auxiliadas por inteligência artificial (IA)”, diz

Father's Day is one of the most important commemorative dates in the market, moving millions of Brazilian reais in sales every year. As usual, children are looking for the perfect gift to please their parents – and even share with them, since most of them are game fans. It's a huge opportunity for retail.

“We saw that the gamer market gained much more visibility in recent years, especially with the pandemic, generating an exponential increase in the search for products that meet expectations”, says **Thiago César, marketing director of the consumer electronics division at Samsung Brazil.**

Research carried out by GfK shows that the category of gamer products has been one of the most sought after in recent years. In the first quarter of 2023, sales



Roberto Barboza, vice-presidente de vendas da LG Electronics do Brasil.

TECNOLOGIA X VENDAS

A busca por jogos e produtos, conforme os indicadores, deve continuar alta. “O mercado de hardware tem sido marcado por uma série de tendências, incluindo a crescente demanda por tecnologias de inteligência artificial e de dispositivos de Internet das Coisas (IoT). As estimativas indicam que o setor seguirá crescendo nos próximos anos, movimentando mais de US\$ 70 bilhões já em 2023”, conta **Alexandre Gerardo, diretor-geral da Acer do Brasil.**

Em 2022, as vendas de produtos gamers atingiram faturamento de R\$ 6,5 bilhões, conforme a GfK. “Presenciamos uma explosão no mercado durante a pandemia e,

of consoles grew 17% in units, and video games, 23% over the same period last year. In value, 17% and 25% respectively.

“With the growing interest in technology, the expectation is that the market will remain heated with a range of products available to consumers, including those looking for quality and practicality supported by artificial intelligence (AI)”, says **Roberto Barboza, vice president of sales at LG Electronics do Brasil.**

TECHNOLOGY X SALES

The search for games and products, according to the indicators, should remain high. “The hardware market has been marked by several trends, including the growing demand for artificial intelligence technologies and Internet of Things (IoT) devices. Estimates indicate that the sector will continue to grow in the coming years, moving more than US\$ 70 billion already in 2023”, says **Alexandre Gerardo, general director at Acer do Brasil.**

In 2022, sales of gamer products reached BRL 6.5 billion, according to GfK. “We witnessed an explosion in the market during the pandemic and now, a certain accommodation in some categories of the gamer seg-



agora, uma certa acomodação em algumas categorias do segmento gamer, o que é natural”, afirma **Luciano Sasso, vice-presidente de vendas e marketing da unidade de negócios consumer audio da Harman na América do Sul, detentora da marca JBL.**

“Embora seja esperado que o mercado se estabilize nos níveis pré-pandemia, datas sazonais, como o Dia dos Pais, a Black Friday e o Natal, tendem a alavancar as vendas de dispositivos no segundo semestre do ano”, afirma **Luiz Sakuma, diretor de produtos da Lenovo.**

Na pandemia, o segmento de games tornou-se uma das principais formas de entretenimento. “Nós entendemos que o mercado ainda passa por alguns ajustes econômicos, mas estamos otimistas. Prevemos lançamentos e seguimos acompanhando as tendências”, diz **Francimar da Silva, diretor comercial do Grupo Rio Branco, que detém as marcas Dazz e Maxprint.**

A Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABComm) estima crescimento de 15% no faturamento deste ano em relação a 2022. Consoles, jogos, acessórios e cadeiras gamers estão entre os produtos mais procurados. Veja a seguir, algumas opções para o Dia dos Pais.

*ment, which is natural”, says **Luciano Sasso, vice president of sales and marketing of the consumer audio business unit at Harman in South America, owner of the JBL brand.***

*“Although the market is expected to stabilize at pre-pandemic levels, seasonal dates, such as Father's Day, Black Friday and Christmas, tend to leverage device sales in the second half of the year”, says **Luiz Sakuma, product director at Lenovo.***

*In the pandemic, the gaming segment has become one of the main forms of entertainment. “We understand that the market is still going through some economic adjustments, but we are optimistic. We predict launches and follow the trends”, says **Francimar da Silva, commercial director at Grupo Rio Branco, which owns the Dazz and Maxprint brands.***

The Brazilian Electronic Commerce Association (ABComm) estimates a 15% growth in revenue this year compared to 2022. Consoles, games, accessories, and gaming chairs are among the most popular products. See below for some options for Father's Day.



LG

A linha LG OLED evo TV atende aos pais que buscam tecnologia de ponta para jogos, devido à tela com pixels que se autoiluminam para alcançar o preto puro e reproduzir cores perfeitas com contraste infinito, o que garante uma experiência cinematográfica em casa.

O aparelho atende aos que prezam design e lifestyle. A linha tem televisores de 42", que é a menor OLED do mundo, até 83", com alta qualidade de imagem. Presente em todos os produtos, a plataforma de inteligência artificial LG ThinQ permite controlar os aparelhos à distância por meio do aplicativo para smartphones, além de controle de voz pelo Google Assistente e Alexa.

*The **LG OLED evo TV line** caters to parents looking for cutting-edge technology for games, due to the screen with pixels that self-illuminate to achieve pure black and reproduce perfect colors with infinite contrast, which guarantees a cinematic experience at home.*

The device caters to those who value design and lifestyle. The line has 42" televisions, which is the smallest OLED in the world, up to 83", with high image quality. Present in all products, the LG ThinQ artificial intelligence platform allows remote control of devices through the smartphone application, as well as voice control through Google Assistant and Alexa.



LG OLED evo TV

Preço sugerido em 17/04/2023: a partir de R\$ 5.499,00.

Suggested price on 04/17/2023: from BRL 5,499.00.



Roberto Barboza,
vice-presidente de vendas
da LG Electronics do Brasil
*vice president of sales at LG
Electronics do Brasil*

ACER

O notebook gamer Predator Helios 300 PH315-54-70LH tem processador Intel i7 de 11ª geração e placa de vídeo NVIDIA GeForce RTX™ 3070 com 8 GB GDDR6 e proporciona gráficos com Ray Tracing. A tecnologia Max-Q utiliza todo o poder da Inteligência Artificial para oferecer alto desempenho em notebooks mais finos, sem perda da mobilidade. O produto vem com 16 GB de RAM, SSD de 512 GB e tela de 15,6”.

Mais um destaque é o notebook gamer Predator Triton 300 SE OLED PT314-52s-71AR, com tela OLED. Possui processador Intel Core i7 12700H da 12ª geração, placa gráfica GeForce RTX™ 3060 com 6 GB de memória GDDR6 e 1 TB SSD NVMe PCIe 4.0 x4. Esse notebook foi projetado para permitir ao usuário jogar em qualquer lugar.

The notebook gamer Predator Helios 300 PH315-54-70LH features an 11th generation Intel i7 processor and NVIDIA GeForce RTX™ 3070 graphics with 8 GB GDDR6 and provides Ray Traced graphics. Max-Q technology harnesses the full power of Artificial Intelligence to deliver high performance in thinner notebooks, without losing mobility. The product comes with 16 GB of RAM, 512 GB SSD and 15.6” screen.

Another highlight is the notebook gamer Predator Triton 300 SE OLED PT314-52s-71AR, with an OLED screen. It features a 12th generation Intel Core i7 12700H processor, GeForce® RTX 3060 graphics with 6GB of GDDR6 memory and 1TB NVMe PCIe 4.0 x4 SSD. This notebook was designed to allow the user to play games anywhere.



Notebook gamer Predator Helios 300 PH315-54-70LH
Gamer notebook Predator Helios 300 PH315-54-70LH
Preço sugerido em 17/04/2023: R\$ 10.099,00.
Suggested price on 04/17/2023: BRL 10,099.00.



Notebook gamer Predator Triton 300 SE OLED PT314-52s-71AR
Gamer notebook Predator Triton 300 SE OLED PT314-52s-71AR
Preço sugerido em 17/04/2023: R\$ 12.399,00.
Suggested price on 04/17/2023: BRL 12,399.00.



Alexandre Gerardo,
diretor-geral da Acer do Brasil
general director at Acer do Brasil

LENOVO

Seu **notebook Lenovo Legion 5i** é equipado para jogos que exigem alto desempenho da máquina e alta capacidade de processamento. Vem com processadores Intel Core de 12ª geração e GPU NVIDIA GeForce RTX™ 3060. A tela é de 15,6" FHD com taxa de atualização de 144 Hz. Conta com Inteligência Artificial, para otimizar o processamento de acordo com o jogo executado, e resfriamento exclusivo, com mais área de exaustão.

Com processadores AMD Ryzen 5000 H-Series, o **IdeaPad Gaming 3i Gen 6** dispõe de placas gráficas NVIDIA GeForce RTX™ Série 30. O equipamento oferece ótimo desempenho e performance em várias tarefas, destaca a empresa.

Your **Lenovo Legion 5i notebook** is equipped for games that demand high machine performance and high processing power. It comes with 12th generation Intel Core processors and NVIDIA GeForce RTX 3060 GPU. The screen is 15.6" FHD with 144 Hz refresh rate. It has Artificial Intelligence, to optimize processing according to the game played, and exclusive cooling, with more exhaustion area.

With AMD Ryzen 5000 H-Series processors, the **IdeaPad Gaming 3i Gen 6** features NVIDIA GeForce RTX 30 Series graphics cards. The equipment offers great performance in various tasks, highlights the company.



Lenovo Legion 5i

Preço sugerido em 17/04/2023: a partir de R\$ 9.679,99.
Suggested price on 04/17/2023: from BRL 9,679.99.



Luiz Sakuma,
diretor de produtos da Lenovo
product director at Lenovo



Lenovo IdeaPad Gaming 3i

Preço sugerido em 17/04/2023: a partir de R\$ 5.279,99.
Suggested price on 04/17/2023: from BRL 5,279.99.

SAMSUNG

A Samsung Neo QLED Gaming TV QN90 foi o primeiro modelo de TV inteiramente dedicado ao público gamer lançado pela marca no Brasil. Com versões de 43 a 65 polegadas e painéis nativos de 120 Hz a 144 Hz, todas com tela Super Ultra-wide e menu de jogos, a TV conta com recursos para a melhor experiência possível nas partidas, tanto no console como em um PC de última geração, com Freesync Premium Pro, quatro portas HDMI 2.1 e exclusivos 10 anos de garantia contra burn-in.

O monitor Odyssey OLED G8 conta com tela OLED de 34 polegadas equipada com processador Neo Quantum para imagens cheias de brilho e contraste, além do incrível tempo de resposta de 0,1 milissegundo, taxa de atualização de 175 Hz, acesso ao streaming de jogos Samsung Gaming Hub e acabamento em metal Premium com iluminação Core Lighting+.

The Samsung Neo QLED Gaming TV QN90 was the first TV model entirely dedicated to the gamer audience launched by the brand in Brazil. With versions from 43 to 65 inches and native panels from 120 Hz to 144 Hz, all with Super Ultra-wide screen and game menu, the TV has resources for the best possible experience in games, both on the console and on a PC of latest generation with Freesync Premium Pro, four HDMI 2.1 ports and an exclusive 10-year burn-in warranty.

The Odyssey OLED G8 monitor features a 34-inch OLED screen equipped with a Neo Quantum processor for images full of brightness and contrast, in addition to an incredible 0.1 millisecond response time, 175 Hz refresh rate, access to Samsung game streaming Gaming Hub and Premium Metal Finish with Core Lighting+ lighting.



TV Neo QLED Gaming TV QN90
Neo QLED Gaming TV QN90

Preço sugerido em 17/04/2023: R\$ 9.052,55 (65 polegadas).
Suggested price on 04/17/2023: BRL 9,052.55 (65 inches).



Thiago César,
diretor de marketing da divisão de
consumer electronics da Samsung Brasil
*marketing director of the consumer
electronics division at Samsung Brazil*

Monitor Odyssey OLED G8
Monitor Odyssey OLED G8

Preço sugerido em 17/04/2023: R\$ 12.049,00 (34).
Suggested price on 04/17/2023: BRL 12,049.00 (34).



XZONE

Seu **headset gamer XZone GHS-04** pesa só 0,56 kg e tem espumas com revestimento interno que auxiliam no isolamento acústico. Possui drivers de 50 mm, iluminação LED RGB, microfone flexível e removível e conexões P2/P3 (Plug USB e um 3,5 mm, com adaptador de 2 plugs de 3,5 mm). Conta com o recurso de Virtual Sound Surround 7.1. Seu cabo tem 2 m de comprimento.

A cadeira gamer Premium Vermelha XZone CGR-03-R

possui espuma injetada de alta densidade e design ergonômico. Tem almofadas para a lombar e pescoço e apoio para o braço com ajuste de altura e posição. Seu encosto reclinável, com estofamento de couro sintético PU, pode ser ajustado até 180°. A altura do assento é ajustável com molas a gás, suportando até 135 kg.

Your **headset gamer XZone GHS-04** weighs only 0.56 kg and has foam with an internal coating that support with acoustic isolation. It has 50 mm drivers, RGB LED lighting, flexible and detachable microphone and P2/P3 connections (USB plug and a 3.5 mm, with adapter of 2 plug of 3.5 mm). It has Virtual Sound Surround 7.1 feature. Its cable is 2 m long.

The **XZone Premium Gamer Red Chair CGR-03-R** features high-density injected foam and ergonomic design. It has lumbar and neck pillows and arm support with height and position adjustment. Its reclining backrest, upholstered in PU synthetic leather, can be adjusted up to 180°. Seat height is adjustable with gas springs, supporting up to 135 kg.



Headset gamer XZone GHS-04

Preço sugerido em 17/04/2023: R\$ 329,90.

Suggested price on 04/17/2023: BRL 329.90.



Cadeira gamer Premium Vermelha XZone CGR-03-R
XZone Premium Gamer Red Chair CGR-03-R

Preço sugerido em 17/04/2023: R\$ 1.349,90.

Suggested price on 04/17/2023: R\$ 1,349.90.

DAZZ

A marca destaca o **controle Xbox Series** com 16 botões, sendo dois programáveis na parte traseira. É compatível com Xbox Series S/X, Xbox One, PC e tem dois motores internos para dupla vibração, entrada de áudio 3,5 mm e 2,10 cm de cabo.

Outro produto é o **volante Force Driving**, que atende a diversas plataformas, como PS5 (por retrocompatibilidade), PS4, PS3, PC, Xbox One e Xbox 360. Confortável, dá maior sensação de realidade graças aos pedais e ao acelerador analógico. Tem feedback de vibração dupla e seis botões para personalização.



Controle Xbox Series
Xbox Series Controller

Preço sugerido em 17/04/2023: R\$ 349,90.

Suggested price on 04/17/2023: BRL 349.90.

The brand highlights the **Xbox Series controller** with 16 buttons, two of which are programmable on the back. It is compatible with Xbox Series S/X, Xbox One, PC and has two internal motors for dual vibration, 3.5 mm audio jack and 2.10 cm of cable.

Another product is the **Force Driving steering wheel**, which caters to several platforms, such as PS5 (for backwards compatibility), PS4, PS3, PC, Xbox One and Xbox 360. Comfortable, it gives a greater sense of reality thanks to the pedals and the analog accelerator. It has dual vibration feedback and six buttons for customization.



Volante Force Driving
Force Driving steering wheel

Preço sugerido em 17/04/2023: R\$ 699,90.

Suggested price on 04/17/2023: BRL 699.90.



Francimar da Silva,
diretor comercial do Grupo
Rio Branco, que detém as marcas Dazz e Maxprint
*commercial director at Grupo Rio Branco, which owns the
Dazz and Maxprint brands*

MAXPRINT

A mochila **Boarding**, na cor cinza, possui três compartimentos espaçosos e um total de oito divisórias organizadoras internas. Além disso, tem bolso lateral opcional, compartimento para guardar as alças e usá-la como maleta e um mecanismo para carregar o celular.

Para uso em escritório ou home office, a **cadeira Office Matarazzo** possui superfície em malha, encosto e apoio de braço fixo em plástico. Confortável e prática, tem pistão classe 3 e mecanismo borboleta. Suporta até 120 kg e sua garantia é de seis meses.

The **Boarding backpack**, in gray, has three spacious compartments and a total of eight internal organizing dividers. In addition, it has an optional side pocket, a compartment to store the straps and use it as a briefcase and a mechanism to charge your cell phone.

For office or home office use, the **Office Matarazzo Chair** has a mesh surface, backrest and fixed armrest in plastic. Comfortable and practical, it has a class 3 piston and butterfly mechanism. Supports up to 120 kg and its warranty is six months.



Mochila Boarding
Boarding Backpack

Preço sugerido em 17/04/2023: R\$ 239,90.

Suggested price on 04/17/2023: BRL 239.90.



Cadeira Office Matarazzo
Matarazzo Office Chair

Preço sugerido em 17/04/2023: R\$ 695,90.

Suggested price on 04/17/2023: BRL 695.90.

HARMAN

O **JBL Quantum 910** é o mais recente lançamento da marca. Tem dupla conexão sem fio, autonomia de bateria de até 42 horas e possibilidade de continuar em uso enquanto carrega. Possui conexão de baixa latência Wi-Fi de 2,4 GHz, Bluetooth 5.2, áudio espacial duplo e Head Tracking integrado para uma experiência de jogo imersiva. Conta com microfone Flip-up-to-mute, unidirecional, com supressão de ruído e tecnologia de cancelamento de eco.

Mais um destaque é o **JBL Quantum TWS**, livre de fios e com cancelamento de ruído adaptativo. Oferece até 24 horas de som combinado (até 8 horas de duração da bateria e até 16 horas no estojo de carregamento), classificação IPX4 e é resistente à água. Com conexão sem fio 2,4 GHz de baixa latência e sem delay, se conecta com todas as fontes via Bluetooth e com dispositivos compatíveis com o dongle USB-C incluído, além do JBL QuantumENGINE no PC. ■■

*The **JBL Quantum 910** is the brand's latest release. It has a dual wireless connection, battery life of up to 42 hours and the ability to continue using it while charging. It features 2.4GHz Wi-Fi low latency connection, Bluetooth 5.2, dual spatial audio, and built-in Head Tracking for an immersive gaming experience. Features a Flip-up-to-mute, unidirectional microphone with noise suppression and echo cancellation technology.*

*Another highlight is the wire-free **JBL Quantum TWS** with adaptive noise cancellation. It offers up to 24 hours of combined sound (up to 8 hours of battery life and up to 16 hours in the charging case), IPX4 rating and is water resistant. With 2.4GHz wireless connection of low-latency, lag-free, it connects to all sources via Bluetooth and compatible devices with the included USB-C dongle, plus the JBL QuantumENGINE on the PC. ■■*



JBL Quantum 910
JBL Quantum 910

Preço sugerido em 17/04/2023: R\$ 1.699,00.
Suggested price on 04/17/2023: BRL 1,699.00.



JBL Quantum TWS
JBL Quantum TWS

Preço sugerido em 17/04/2023: R\$ 1.099,00.
Suggested price on 04/17/2023: BRL 1,099.00.



Luciano Sasso,

vice-presidente de vendas e marketing da unidade de negócios consumer audio da Harman na América do Sul, detentora da marca JBL
vice president of sales and marketing of the consumer audio business unit at Harman in South America, owner of the JBL brand

G+ ELECTRONICS HOME • Argentina

A FEIRA DE NEGÓCIOS B2B MAIS
IMPORTANTE DA ARGENTINA



2023 | 17 a 19 DE JULHO

Centro Costa Salguero, Buenos Aires



Registre-se
como visitante



Registre-se
como expositor





DIA DOS PAIS / ADEGAS
FATHER'S DAY / WINE FRIDGES

por / by Dilnara Titara

ADEGAS: DATAS SAZONAIS INCENTIVAM AS VENDAS

Além de manterem a temperatura ideal do vinho, essencial para uma boa degustação, os produtos agregam design ao ambiente e sempre são muito procurados na data dos pais.

WINE FRIDGES: SEASONAL DATES ENCOURAGE SALES

In addition to maintaining the ideal temperature of the wine, which is essential for a good tasting, the products add design to the environment and are always in great demand on Father's Day.

São muitos os atributos das adegas. Eles, inclusive, vão além do sistema de refrigeração. Trazem ao ambiente design, sofisticação e a oportunidade de degustar o vinho em condições adequadas de temperatura, umidade e luminosidade, mantendo intactas as propriedades da bebida. O varejo desempenha um papel fundamental nas vendas da categoria e oferta várias opções para atender às necessidades de cada consumidor.

Tradicionalmente datas sazonais, como o Dia dos Pais, são oportunidades para presentear com produtos relacionados ao universo de bebidas, como vinhos. Nesse sentido, as adegas se apresentam como excelente opção, diz Gabriel Barbieri Silva, diretor de marketing da Whirlpool Corporation, que detém as marcas Brastemp e Consul. **"O brasileiro aprecia vinhos em diversos momentos, e isso fortalece a procura pela adega. Nossa expectativa é bastante positiva."**

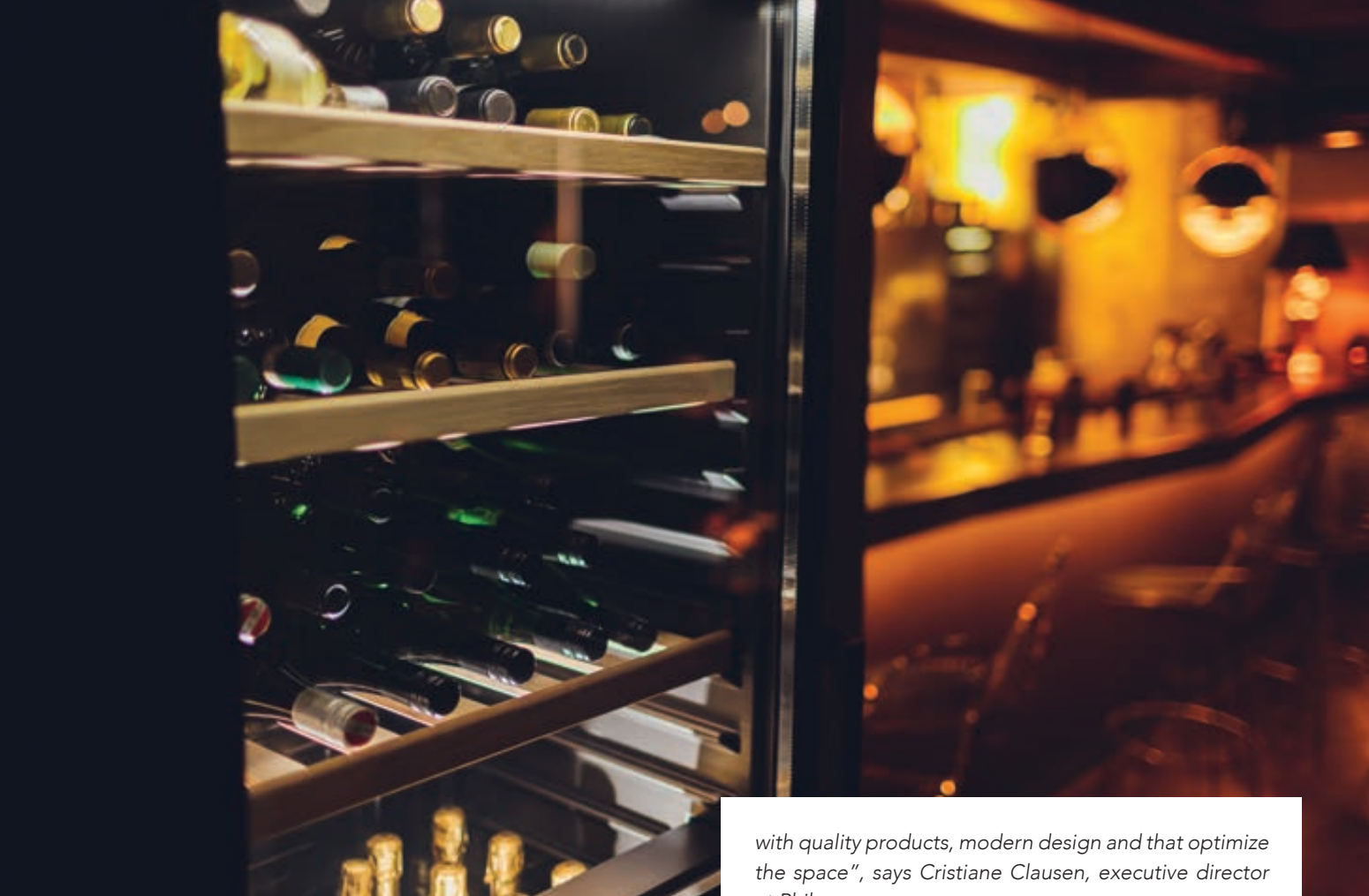
O conhecimento dos brasileiros sobre vinhos e a proximidade do inverno incentivam a busca pela categoria de adegas. **"As expectativas de vendas são altas, visto que o vinho ganha, a cada dia, mais fãs.** São procuradas, também, por quem está equipando a casa com produtos de qualidade, design moderno e que otimizem o espaço", diz Cristiane Clausen, diretora-executiva da Philco.

There are many attributes of wine fridges. They even go beyond the cooling system. They bring design, sophistication, and the opportunity to taste the wine in the right conditions of temperature, humidity and light, keeping the drink's properties intact. Retail plays a key role in category sales and offers multiple options to meet the needs of each consumer.

Traditionally, seasonal dates, such as Father's Day, are opportunities to present products related to the universe of beverages, such as wine coolers. In this sense, wine fridges are an excellent option, says Gabriel Barbieri Silva, marketing director at Whirlpool Corporation, which owns the Brastemp and Consul brands. **"Brazilians appreciate wines at different times, and this strengthens the demand for the wine fridges. Our expectation is quite positive."**

The knowledge of Brazilians about wines and the proximity of winter encourages the search for the category of wine coolers. **"Sales expectations are high, as the wine gains more fans every day.** They are also sought after by those who are equipping their homes





VENDAS EM ASCENSÃO

No primeiro trimestre de 2023, a Midea cresceu três dígitos na categoria de adegas na comparação com o mesmo período de 2022, conta Bruno Tomaz, gerente de marketing de produto da empresa. **"Estamos otimistas com o aumento das vendas para este ano. As datas sazonais colaboram muito. Esperamos manter o crescimento de, pelo menos, dois dígitos."**

Adegas são perfeitas para inspirar momentos gastronômicos junto da família e dos amigos. Não só organizam os rótulos como transformam visualmente o ambiente, destaca Marina Heinzen, gerente de marketing da Suggar. **"Acreditamos que a procura será boa para a data. O clima ameno também pode impulsionar as vendas. Nossa expectativa é de crescimento de 20% nas vendas em relação ao mesmo período do ano passado."**

O fato é que o mercado brasileiro de vinhos está crescendo e registrando maior procura por rótulos de alta qualidade. Por isso, a adega, para muitos, torna-se um xodó, um hobby a ser exercido nos momentos com familiares e amigos. Veja, a seguir, as boas opções do mercado.

with quality products, modern design and that optimize the space", says Cristiane Clausen, executive director at Philco.

SALES ON THE RISE

In the first quarter of 2023, Midea grew three digits in the wine cooler category compared to the same period in 2022, says Bruno Tomaz, the company's product marketing manager. **"We are optimistic about the increase in sales for this year. Seasonal dates help a lot. We expect to maintain at least double-digit growth."**

Wine fridges are perfect for inspiring gastronomic moments with family and friends. Not only do they organize the labels, but they also visually transform the environment, points out Marina Heinzen, Suggar's marketing manager. **"We believe that demand will be good for the date. The mild climate can also boost sales. Our expectation is for a 20% growth in sales compared to the same period last year."**

The fact is that the Brazilian wine market is growing and registering a greater demand for high quality labels. For this reason, the wine fridge, for many, becomes a favorite, a hobby to be exercised in moments with family and friends. See, below, the good options on the market.

MIDEA

O modelo **adega Midea 34 garrafas** tem pequenos emissores de luz, especialmente para não danificar as características originais do vinho, vidro transparente para facilitar a visualização da parte interna, iluminação de LED branco e acabamento lateral de inox. Conta, também, com painel touch com controle de temperatura, trava-painel, baixo nível de ruído e gás refrigerante ecologicamente correto.

A **adega 24 garrafas**, com estilo sofisticado, possui baixo ruído, gás refrigerante ecologicamente correto e pequenos emissores de luz elaborados para não danificar as características do vinho. Vem com vidro transparente para facilitar a visualização da parte interna, iluminação de LED branco, acabamento de inox, moderno painel touch com controle de temperatura e trava-painel.

*The model **34-Bottle Wine Fridge Midea** has small light emitters, especially to not damage the original characteristics of the wine, transparent glass to facilitate the visualization of the internal part, white LED lighting and stainless-steel lateral finish. It also has a touch panel with temperature control, panel lock, low noise level and ecologically correct refrigerant gas.*

*The **24-Bottle Wine Fridge**, with a sophisticated style, has low noise, ecologically correct refrigerant gas and small light emitters designed to not damage the characteristics of the wine. Comes with transparent glass to facilitate the visualization of the internal part, white LED lighting, stainless-steel finishing, modern touch panel with temperature control and panel lock.*



Adega Midea 34 garrafas
34-Bottle Wine Fridge Midea

Preço sugerido em 11/04/2023: R\$ 2.399,00.

Suggested price on 04/11/2023: BRL 2,399.00.



Adega Midea 24 garrafas
24-Bottle Wine Fridge

Preço sugerido em 18/04/2023: R\$ 2.099,00.

Suggested price on 04/18/2023: BRL 2,099.00



Bruno Tomaz,
gerente de marketing de
produto da Midea
product marketing manager
at Midea

BRASTEMP

A **adega Brastemp (BZC12BE)** possui capacidade de armazenamento para 12 garrafas e painel de controle digital com touch sensor, que permite regular a temperatura sem precisar abrir a porta. Tem iluminação interna de LED, temperatura entre 12°C e 18°C, e sistema de refrigeração eletrônico. Compacta e moderna, conta com design All Black.

Outro destaque é a **adega Brastemp Dual Zone (BZB33BE)** com capacidade para 33 garrafas. A tecnologia Dual Zone permite armazenar diferentes tipos de vinho em dois compartimentos com controle individual de temperatura. Possui painel eletrônico touch, prateleiras com acabamento de madeira, puxador metálico e portas de vidro triplo.

The **Brastemp Wine Fridge (BZC12BE)** has storage capacity for 12 bottles and a digital control panel with touch sensor, which allows you to regulate the temperature without having to open the door. It has internal LED lighting, internal temperature between 12°C and 18°C, and electronic cooling system. Compact and modern, it has an All-Black design.

Another highlight is the **Brastemp Dual Zone Wine Fridge (BZB33BE)** with capacity for 33 bottles. Dual Zone technology allows you to store different types of wine in two compartments with individual temperature control. It has an electronic touch panel, shelves with a wood finishing, metal handles and triple glass doors.

Adega Brastemp (BZC12BE)
Brastemp Wine Fridge (BZC12BE)

Preço sugerido em 11/04/2023: cerca de R\$ 1.149,00.

Suggested price on 04/11/2023: around BRL 1,149.00.



Adega Brastemp Dual Zone (BZB33BE)
Brastemp Dual Zone Wine Fridge (BZB33BE)

Preço sugerido em 11/04/2023: R\$ 3.409,00.

Suggested price on 04/11/2023: BRL 3,409.00.



Gabriel Barbieri Silva,
diretor de marketing da
Whirlpool Corporation
*marketing director at
Whirlpool Corporation*

ELECTROLUX

Destaca a **adega Electrolux 29 garrafas com Dual Zone WDF29**. Possui duas zonas de refrigeração independentes e estabilidade de temperatura. Mantém os vinhos de cada zona entre 5°C e 18°C. Pode ser controlada pelo painel digital e tem a função Bloqueio, que evita alterações nas configurações escolhidas. Tem iluminação de LED interna, que permite visualizar os vinhos sem abrir a porta, e utiliza gás de refrigeração ecológico, que tem menor impacto ambiental.

A marca inclui, também, a **adega Electrolux 24 garrafas**. Com estabilidade de temperatura, preserva os vinhos entre 5°C e 18°C. Para ajustar, é preciso um toque no painel digital. Conta com a função Bloqueio e iluminação de LED interna. Permite visualizar os rótulos sem abrir a porta.

The Electrolux 29-bottle wine fridge with Dual Zone WDF29 stands out. It has two independent refrigeration zones and temperature stability. Keeps wines from each zone between 5°C and 18°C. It can be controlled by the digital panel and has the Lock function, which prevents changes in the chosen settings. It has internal LED lighting, which allows you to view the wines without opening the door, and uses ecological refrigeration gas, which has less environmental impact.

The brand also includes the Electrolux 24-bottle wine fridge. With temperature stability, it preserves wines between 5°C and 18°C. To adjust, you need to touch the digital panel. It has a Lock function and internal LED lighting. Allows you to view the labels without opening the door.



Adega Electrolux 29 garrafas com Dual Zone WDF29
Electrolux 29-bottle wine fridge with Dual Zone WDF29
Preço sugerido em 26/04/2023: R\$ 3.999,00.
Suggested price on 04/26/2023: BRL 3,999.00.



Adega Electrolux 24 garrafas
Electrolux 24-bottle wine fridge
Preço sugerido em 26/04/2023: R\$ 2.599,00.
Suggested price on 04/26/2023: BRL 2,599.00.

PHILCO

Destaca a **adega PAD8E bivolt**, com capacidade para oito garrafas e controle de temperatura em display digital de 10°C a 18°C. Tem prateleiras de aço inox, deslizantes e reguláveis, para facilitar o manuseio das garrafas. Outro modelo é a adega PAD12E bivolt com as mesmas características, porém com capacidade para 12 garrafas e um pouco mais alta.

Outro modelo é a **adega PAD16E bivolt**, que tem capacidade para 16 garrafas e controle de temperatura de 12°C a 18°C. Possui um sistema termoelétrico que mantém a temperatura estável com menos ruído e vibração. Todos os modelos são bivolt, silenciosos e econômicos, e têm porta com vidro duplo e acabamento espelhado.

The **bivolt wine fridge PAD8E** stands out, with capacity for eight bottles and temperature control on a digital display from 10°C to 18°C. It has stainless steel shelves, sliding and adjustable, to facilitate the handling of the bottles. Another model is the bivolt wine fridge PAD12E with the same characteristics, but with a capacity for 12 bottles and a little higher.

Another model is the **bivolt wine fridge PAD16E**, which has capacity for 16 bottles and temperature control from 12°C to 18°C. It has a thermoelectric system that keeps the temperature stable with less noise and vibration. All models are bivolt, silent and economical, and have a double-glazed door with a mirrored finish.



Adega PAD8E bivolt
Bivolt Wine Fridge PAD8E



Cristiane Clausen,
diretora-executiva da Philco
executive direct at Philco



Adega PAD16E bivolt
Bivolt Wine Fridge PAD16E

SUGGAR

A **adega Toulouse** é compacta por fora e espaçosa por dentro. Tem prateleiras cromadas removíveis, que comportam até 29 garrafas. É supersilenciosa e utiliza o sistema de refrigeração por compressor para deixar as bebidas na temperatura ideal. Conta, também, com painel digital externo para controlar a temperatura e iluminação interna de LED, para não alterar as propriedades dos rótulos.

Para vinhos e champagnes, a **adega Lyon** tem capacidade para até 13 garrafas. Pequena e compacta, não ocupa muito espaço. Também é supersilenciosa e utiliza o sistema de refrigeração por compressor, que deixa as bebidas na temperatura ideal. Para controle da temperatura, conta com painel digital externo e iluminação interna de LED, que também facilita a visualização das garrafas. ■■

Toulouse Wine Fridge is compact on the outside and spacious on the inside. It has removable chrome shelves that hold up to 29 bottles. It is super silent and uses a compressor cooling system to keep drinks at the ideal temperature. It also has an external digital panel to control the temperature and internal LED lighting, to not change the properties of the labels.

For wines and champagnes, **Lyon Wine Fridge** has capacity for up to 13 bottles. Small and compact, it doesn't take up much space. It is also super silent and uses a compressor cooling system, which leaves drinks at the ideal temperature. For temperature control, it has an external digital panel and internal LED lighting, which also facilitates the visualization of the bottles. ■■



Adega Climatizada Toulouse 29 garrafas
Toulouse 29-bottle climate-controlled wine fridge
Preço sugerido em 14/04/2023: R\$ 2.399,00.
Suggested price on 04/14/2023: BRL 2,399.00..



Adega Climatizada Lyon 13 garrafas
Lyon 13-bottle climate-controlled wine
Preço sugerido em 17/04/2023: R\$ 1.899,00.
Suggested price on 04/17/2023: BRL 1,899.00.



Marina Heinzen,
gerente de marketing da Suggar
marketing manager at Suggar

eletrolarshow

ALL CONNECTED

CONEXÕES CADA VEZ MAIS IMPORTANTES

2023

DE 10 A 13 DE JULHO DE 2023 - DAS 13H ÀS 21H
TRANSAMERICA EXPO CENTER | SÃO PAULO - SP - BRASIL

PARTICIPE DA MAIOR FEIRA DE NEGÓCIOS ENTRE A INDÚSTRIA E O VAREJO DE ELETROS, CELULARES, INTERNET DAS COISAS, GAMER, MOBILIDADE E TI DA AMÉRICA LATINA!



**PRESENÇA DE
VAREJISTAS
DE TODO O BRASIL**

**MAIOR
SHOWROOM
DE TODO O SETOR**

**4 DIAS DE
NEGÓCIOS
E OPORTUNIDADES**

**Venha conhecer presencialmente as
tecnologias, tendências, novas marcas,
produtos e os executivos do setor.**

ACESSE NOSSO SITE E FAÇA SEU

CRENCIAMENTO

ELETROLARSHOW.COM.BR

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

EVENTOS
PARALELOS:

**LATIN
AMERICAN
ELECTRONICS**
International Trade Show

**LATIN
AMERICAN
HOUSEWARES**
International Trade Show

**LIGHTING
SHOW**
SÃO PAULO, BRASIL

Contato:
+55 11 3197-4949
comercial@grupoeletrolar.com.br



Escaneie o QRcode
e se torne um expositor



DIA DOS PAIS / AQUECEDORES
FATHER'S DAY / HEATERS

por / by Adriano Camargo

AQUECEDORES ELÉTRICOS MANTÊM O MERCADO QUENTE

Temperaturas mais baixas colaboram com a categoria e com as vendas no varejo.

ELECTRIC HEATERS KEEP
THE MARKET WARM

Lower temperatures help with category and retail sales.



Com a proximidade do inverno, a categoria de aquecedores elétricos traz boas opções para presentear no Dia dos Pais. Com o clima frio, ter um aquecedor em casa pode ser a solução ideal, aquecendo, inclusive, as vendas do varejo. Segundo dados da empresa de pesquisa de mercado Nielsen, o mercado de aquecedores elétricos tem crescido significativamente nos últimos anos, tornando esses produtos cada vez mais populares entre os consumidores.

De acordo com a Nielsen, o mercado global de aquecedores elétricos deve crescer a uma taxa anual de 5,5% até 2028, impulsionado pela crescente demanda por aparelhos portáteis, eficientes e ecologicamente corretos. A pesquisa também indica que o aumento do preço dos combustíveis e o crescente número de casas e edifícios com isolamento térmico inadequado estão entre os principais fatores que impulsionam o crescimento do mercado desses produtos.

With the approach of winter, the category of electric heaters brings good options to present on Father's Day. With the cold weather, having a heater at home can be an ideal solution, even heating retail sales. According to data from the market research company Nielsen, the electric heater market has grown significantly in recent years, making these products increasingly popular with consumers.

According to Nielsen, the global electric heater market is expected to grow at an annual rate of 5.5% through 2028, driven by growing demand for portable, efficient, and environmentally friendly appliances. The survey also indicates that rising fuel prices and the growing number of houses and buildings with inadequate ther-

Os meses de inverno são os mais fortes para o mercado de aquecedores elétricos, e o aumento na demanda pode ser significativo no Dia dos Pais.

The winter months are the strongest for the electric heater market, and the increase in demand can be significant around Father's Day.



Os meses de inverno são os mais fortes para o mercado de aquecedores elétricos, e o aumento na demanda pode ser significativo no Dia dos Pais. “Nas baixas temperaturas, os consumidores buscam mais conforto e aconchego, seja na sala da casa, no quarto, escritório ou qualquer ambiente, com produtos práticos”, diz **Cristiane Clausen, diretora-executiva da Philco.**

DEMANDA AUMENTA

O aumento na demanda por aquecedor portátil, que oferece a vantagem de ser facilmente transportado de um ambiente para outro, é um indicador do interesse do público por soluções práticas e eficazes sem comprometer a mobilidade. As empresas estão atentas ao fato.

Mais um fator importante é que o mercado tem se adaptado às necessidades dos consumidores. Hoje, há diversos tipos de aquecedores elétricos, desde modelos básicos até os inteligentes, que podem ser controlados por meio de aplicativos de smartphone. Confira algumas opções das empresas para a data.

mal insulation are among the main factors driving the growth of the market for these products.

*The winter months are the strongest for the electric heater market, and the increase in demand can be significant around Father's Day. “At low temperatures, consumers seek more comfort and warmth, whether in the living room, bedroom, office or any environment, with practical products”, says **Cristiane Clausen, executive director at Philco.***

DEMAND INCREASES

The increase in demand for portable heaters, which offer the advantage of being easily transported from one environment to another, is an indicator of the public's interest in practical and effective solutions without compromising mobility. Companies are aware of the fact.

One more important factor is that the market has adapted to the needs of consumers. Today, there are several types of electric heaters, from basic models to smart ones, which can be controlled through smartphone applications. Check out some company options for the date.



BRITÂNIA

O aquecedor Britânia AB1100N possui três níveis de potência, sendo um para ventilação e dois para aquecimento (750 W e 1.500 W). Conta com alça para auxiliar o transporte e manuseio, e cordão elétrico de 1,40 m de comprimento, com dispositivo que desliga o aparelho em caso de superaquecimento.

Mais um destaque, o aquecedor BAQ1720B possui 1.500 W de potência e três níveis de temperatura (600 W, 900 W e 1.500 W). Tem aquecimento a óleo, que não resseca o ar, e suas aletas onduladas auxiliam na dispersão do calor. Conta com proteção contra sobreaquecimento e tombamento e tem rodinhas para movimentação.

The Britânia heater AB1100N has three power levels, one for ventilation and two for heating (750 W and 1,500 W). It has a handle to help transport and handling, and an electric cord 1.40 m long, with a device that turns the heater off in case of overheating.

Another highlight, the heater BAQ1720B has 1,500 W of power and three temperature levels (600 W, 900 W and 1500 W). It has oil heating, which does not dry out the air, and its wavy fins help disperse heat. It has protection against overheating and overturning and has wheels for movement.



Aquecedor Britânia AB1100N
Britânia heater AB1100N

Preço sugerido em 17/04/2023: R\$ 199,00.

Suggested price on 04/17/2023: BRL 199.00.



Aquecedor Britânia BAQ1720B
Britânia heater BAQ1720B

Preço sugerido em 17/04/2023: R\$ 699,00.

Suggested price on 04/17/2023: BRL 699.00.

MONDIAL

Aparelho 3 em 1, o aquecedor de ar Mondial A-08

aquece, circula e desumidifica o ar. O aparelho tem dois níveis de aquecimento e 1.500 W de potência, com controle de temperatura por termostato. Possui sistema triplo de segurança, com protetor térmico e grade protetora, que evita o contato direto com o sistema de aquecimento. Leve e portátil, conta com alça para transporte.

O aquecedor halógeno Mondial Confort Air A-15

aquece e desumidifica o ar. O aparelho possui dois botões de temperatura, cada um com 450 W de potência, totalizando 900 W, e baixo nível de ruído. Equipado com sistema de desligamento automático em caso de queda, garante maior segurança e proteção.



Aquecedor de ar Mondial A-08
Mondial air heater A-08

Preço sugerido em 17/04/2023: R\$ 199,90.

Suggested price on 04/17/2023: BRL 199.90.

A 3-in-1 device, the Mondial air heater A-08 heats, circulates, and dehumidifies the air. The device has two heating levels and 1,500 W of power, with thermostat temperature control. It has a triple security system, with thermal protector and protective grid, which prevents direct contact with the heating system. Lightweight and portable, it has a carry handle.

The Mondial halogen heater Confort Air A-15 heats and dehumidifies the air. The device has two temperature buttons, each with 450 W of power, totaling 900 W, and low noise level. Equipped with an automatic shutdown system in case of a fall, it guarantees greater safety and protection.

Aquecedor halógeno Mondial Confort Air
Mondial halogen heater Confort Air

Preço sugerido em 17/04/2023: R\$ 289,90.

Suggested price on 04/17/2023: BRL 289.90.



VENTISOL

Portátil e leve, **o aquecedor elétrico halógeno Ventisol** possui três níveis de aquecimento, com três lâmpadas halógenas e potência máxima de 1.200 W, grade de proteção para evitar acidentes e uma base estável, além de alça que facilita o transporte.

O aquecedor elétrico quartzo Ventisol foi projetado para espaços compactos. Com dois níveis de aquecimento e potência máxima de 800 W, tem dois tubos de quartzo, com acionamento independente, e duas opções de potência. Possui grade de segurança e dispositivo contra quedas. ■■

Portable and light, **the Ventisol halogen electric heater** has three heating levels, with three halogen lamps and a maximum power of 1,200 W, a protective grid to prevent accidents and a stable base, in addition to a handle that facilitates transport.

The Ventisol quartz electric heater was designed for compact spaces. With two heating levels and a maximum power of 800 W, it has two quartz tubes, with independent activation, and two power options. It has a safety grid and device against falls. ■■



Aquecedor elétrico halógeno Ventisol
Ventisol halogen electric heater

Preço sugerido em 17/04/2023: R\$ 198,90.

Suggested price on 04/17/2023: BRL 198.90.




Aquecedor elétrico quartzo Ventisol
Ventisol quartz electric heater

Preço sugerido em 17/04/2023: R\$ 129,90.


Suggested price on 04/17/2023: R\$ 129.90.

Por que o UNICEF é o parceiro ideal para a agenda ESG da sua empresa?

O Fundo das Nações Unidas para a Infância, o UNICEF, é a organização líder pela garantia dos direitos das crianças e atua há mais de 70 anos no Brasil. Junto a empresas e fundações corporativas brasileiras e mundiais, unimos forças para alcançar os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável e transformar o presente de milhares de crianças e adolescentes para atingirem seu máximo potencial.

 **TOP 10** no ranking de organizações sociais internacionais mais transparentes;¹

 **94%** da população nacional reconhece o valor da marca UNICEF;²

 **Capilaridade nacional: atuação em todo o território.**

“Acredito que à medida que mais empresas e pessoas se comprometem com a sustentabilidade em todas as suas formas, temos mais chances de avançarmos com a redução das desigualdades. O saneamento é parte fundamental desse processo. Temos orgulho de sermos parceiros do UNICEF na agenda ESG, conciliando o desenvolvimento econômico, o compromisso social e políticas públicas. Promover a educação e um futuro melhor para nossas crianças é uma responsabilidade de todos nós.

Teresa Vernaglia, CEO da BRK Ambiental



Saiba mais sobre parcerias corporativas no UNICEF pelo QRCode ao lado. Se preferir, escreva para parcerias@unicef.org.

FUJITSU GENERAL DO BRASIL: 43 ANOS NO MERCADO BRASILEIRO DE AR-CONDICIONADO

Empresa reforça sua presença no Brasil com o lançamento de nova marca global de produtos e olhando para um futuro cada vez mais sustentável.

FUJITSU GENERAL DO BRASIL: 43 YEARS
IN THE BRAZILIAN AIR CONDITIONING MARKET

The company reinforces its presence in Brazil with the launch of a new global brand of products and looking towards an increasingly sustainable future.



AKIHIDE SAYAMA,
PRESIDENTE DA FUJITSU GENERAL DO BRASIL
PRESIDENT OF FUJITSU GENERAL OF BRAZIL

A Fujitsu General do Brasil, multinacional japonesa, comemora 43 anos no mercado brasileiro de ar-condicionado com o compromisso de aprimorar os produtos e oferecer opções eficientes e sustentáveis. A empresa foi fundada em 1936, no Japão, e faz parte do Grupo Fujitsu, uma das maiores companhias mundiais de engenharia eletrônica.

Após 24 anos de mercado, a Fujitsu iniciou a fabricação em série do seu primeiro ar-condicionado. Desde então, tem desenvolvido sistemas de refrigeração de ambientes. No Brasil, foi pioneira em oferecer a tec-

Fujitsu General do Brasil, a Japanese multinational, celebrates 43 years in the Brazilian air conditioning market with a commitment to improving products and offering efficient and sustainable options. The company was founded in 1936, in Japan, and is part of the Fujitsu Group, one of the world's largest electronic engineering companies.

After 24 years in the market, Fujitsu began the mass production of its first air conditioner. Since then, it has been developing environment cooling systems. In Brazil, it was a pioneer in offering Inverter technology – desig-

nologia Inverter – destinada para quem busca a climatização do ambiente com menor consumo de energia, tanto em espaços corporativos como em residenciais.

OBJETIVOS PARA O PAÍS

Uma novidade da empresa em 2023 será o lançamento da marca global Airstage, que designará toda a linha de produtos na cor azul-esverdeada, representando inovação, tecnologia e sustentabilidade. “O objetivo é reforçar a nossa filosofia corporativa ‘Vivendo juntos pelo nosso futuro’, comprometendo-nos e contribuindo com a sociedade na implantação de um futuro ainda mais sustentável e melhor para esta e para as futuras gerações”, ressalta Akihide Sayama, presidente da Fujitsu General do Brasil.

“Nos próximos anos, continuaremos lançando produtos com inovações tecnológicas nas categorias residencial e comercial leve. Desde 2022, trabalhamos com soluções de climatização mais ecológicas. Os novos produtos, que contam com gás R-32, são menos agressivos ao meio ambiente e mais eficientes, economizando energia e minimizando o impacto ambiental. O gás refrigerante R-32 não agride a camada de ozônio e tem baixo impacto no aquecimento global”, explica o presidente.

Com o setor oferecendo soluções de climatização cada vez mais ecológicas e com elevada performance na eficiência energética em prol do meio ambiente, a empresa, atenta ao movimento do mercado de inovação, destaca que os equipamentos Teto e Cassete com R-32, lançados recentemente, são prova disso. O gás refrigerante R-32 é ideal para quem busca uma opção de refrigeração eficiente e sustentável. Vale destacar que o modelo Teto 24 mil BTU/h conta com o Selo Procel Ouro.

ned for those seeking climate control with lower energy consumption, both in corporate and residential spaces.

GOALS FOR THE COUNTRY

A new feature for the company in 2023 will be the launch of the Airstage global brand, which will designate the entire product line in blue-green color, representing innovation, technology and sustainability. “The objective is to reinforce its corporate philosophy ‘Living together for our future’, committing itself and contributing to society in the implementation of an even more sustainable and better future for this and future generations”, emphasizes Akihide Sayama, president of Fujitsu General of Brazil.

“In the coming years, we will continue to launch products with technological innovations in the residential and light commercial categories. Since 2022, we have been working with more ecological HVAC solutions. The new products, which use R-32 gas, are less harmful to the environment and more efficient, saving energy and minimizing the environmental impact. The R-32 refrigerant gas does not harm the ozone layer and has a low impact on global warming”, explains the president.

With the sector offering air conditioning solutions that are increasingly ecological and with high performance in terms of energy efficiency in favor of the environment, the company, attentive to the movement of the innovation market, points out that the Ceiling and Cassette equipment with R-32, recently launched, are proof of that. R-32 refrigerant gas is ideal for anyone looking for an efficient and sustainable refrigeration option. It is worth mentioning that the Ceiling 24,000 BTU/h model has the Procel Ouro Seal.

THE FUTURE OF THE COMPANY

HFor more than four decades in the Brazilian market, the company knows its challenges. However, he un-



Queremos oferecer a melhor experiência possível aos consumidores, mantendo o reconhecimento pela qualidade e inovação na tecnologia de nossos produtos, mas sobretudo com práticas sustentáveis para um crescimento responsável.”

“We want to offer the best possible experience to consumers, maintaining recognition for the quality and innovation in the technology of our products, but above all with sustainable practices for responsible growth.”



O FUTURO DA EMPRESA

Há mais de quatro décadas no mercado brasileiro, a empresa sabe dos seus desafios. Entretanto entende que ele é muito promissor por suas características climáticas, população e renda. **"Sabemos que a taxa de uso do ar-condicionado no Brasil ainda é muito baixa se comparada com outros países como China ou Japão, mas há um grande potencial a ser explorado. O crescimento econômico do País tem ampliado a classe média, que pode investir em produtos de melhor qualidade e tecnologia avançada"**, pontua Akihide.

O presidente reforça e destaca que, nos próximos 10 anos, a empresa continuará a investir em produtos e soluções para ampliar o conforto térmico. "Queremos oferecer a melhor experiência possível aos consumidores, mantendo o reconhecimento pela qualidade e inovação na tecnologia de nossos produtos, mas sobretudo com práticas sustentáveis para um crescimento responsável."

A Fujitsu General do Brasil tem consciência da sua responsabilidade social e ambiental e vive uma constante busca para minimizar seus impactos no meio ambiente. Por isso, o conceito ESG é uma questão que a empresa observa com muita atenção para os próximos anos. "Este é um assunto primordial para todo o negócio", finaliza o presidente da Fujitsu General do Brasil, Akihide Sayama. ■■

derstands that it is very promising due to its climatic characteristics, population, and income. "We know that the rate of use of air conditioning in Brazil is still very low compared to other countries like China or Japan, but there is great potential to be explored. The country's economic growth has expanded the middle class, which can invest in better quality products and advanced technology", points out Akihide.

The president reinforces and highlights that, in the next 10 years, the company will continue to invest in products and solutions to increase thermal comfort. "We want to offer the best possible experience to consumers, maintaining recognition for the quality and innovation in the technology of our products, but above all with sustainable practices for responsible growth."

Fujitsu General do Brasil is aware of its social and environmental responsibility and is constantly seeking to minimize its impacts on the environment. Therefore, the ESG concept is an issue that the company is watching very closely for the coming years. "This is a fundamental matter for the entire business", concludes the president of Fujitsu General do Brasil, Akihide Sayama. ■■

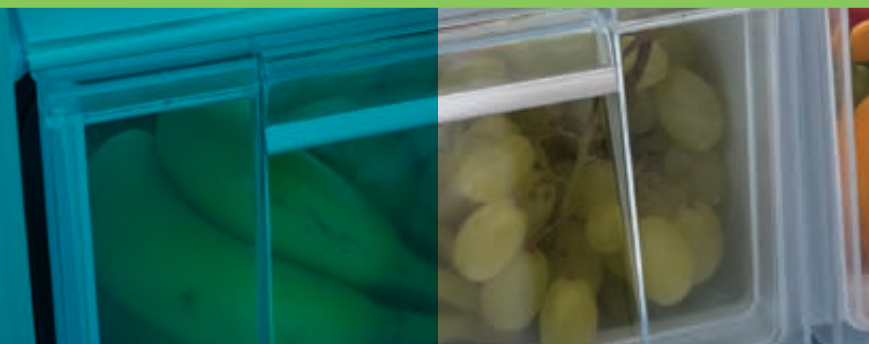
DOSSIÊ
DOSSIER

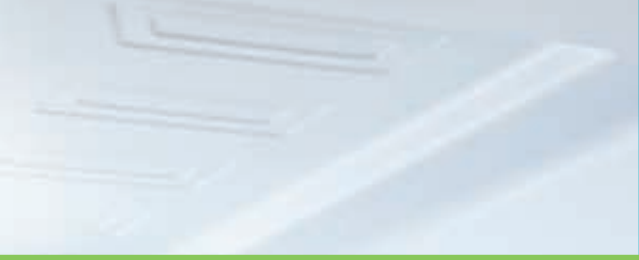
REFRIGERADORES

REFRIGERATORS

Cada vez mais modernos e com conectividade, os novos refrigeradores facilitam o dia a dia e são dotados de tecnologias que visam à sustentabilidade. Atendem às diversas necessidades de capacidade e espaço dentro da cozinha e, com design diferenciado, fazem parte da decoração. Neste **Dossiê**, são apresentadas opções que dão rentabilidade ao varejo.

*Increasingly modern and with connectivity, the new refrigerators make everyday life easier and are equipped with technologies aimed at sustainability. They meet the different needs of capacity and space inside the kitchen and, with a different design, are part of the decoration. In this **Dossier**, options that bring profitability to retail are presented.*







Preço sugerido em 11/04/2023: R\$ 5.299,00.

Suggested price on 04/11/2023: BRL 5,299.00.

MIDEA

REFRIGERADOR SIDE BY SIDE 442L SIDE BY SIDE REFRIGERATOR 442L

O refrigerador é o produto inteligente da marca no Brasil. Conta com motor Inverter e classificação A+++. Compacto, tem 83 cm de largura e grande espaço interno. Possui painel touch, prateleiras de vidro, dupla gaveta de frutas, freezer de 176 litros e conectividade via aplicativo para o controle à distância. É compatível com Alexa e Google Home. Vem, ainda, com a função Turbo tanto no freezer como na geladeira, trava de segurança para crianças e Ice Twister para abastecer e remover os cubos de gelo com facilidade.

The refrigerator is the brand's smart product in Brazil. It has an Inverter engine and an A+++ rating. Compact, it is 83 cm wide and has a large internal space. It has a touch panel, glass shelves, a double fruit drawer, a 176-liter freezer and connectivity via an app for remote control. It is compatible with Alexa and Google Home. It also comes with a Turbo function for both the freezer and the fridge, a child safety lock and an Ice Twister to easily fill and remove ice cubes.

PHILCO

REFRIGERADOR RF535ID SIDE BY SIDE 434L REFRIGERATOR RF535ID SIDE BY SIDE 434L

Tem prateleiras de vidro temperado, iluminação interna de LED, porta de aço com tratamento anticorrosão e capacidade total de 434 litros. A tecnologia Smart Cooling distribui de maneira uniforme a temperatura em todo o gabinete do refrigerador e no freezer. Tem tecnologia Smart Sensor, com sensores que detectam e evitam que ocorra qualquer queda de temperatura, melhorando em até 20% o resfriamento do freezer. Frost Free, vem com dispenser de água com 2,5 litros de capacidade, display digital, controle de temperatura do freezer e congelador e classificação energética A+++. Disponível em 127 V e 220 V.

It has tempered glass shelves, internal LED lighting, steel door with anti-corrosion treatment and a total capacity of 434 liters. Smart Cooling technology evenly distributes temperature throughout the refrigerator cabinet and freezer. It has Smart Sensor technology, with sensors that detect and prevent any temperature drop, improving freezer cooling by up to 20%. Frost Free, comes with a 2.5-liter water dispenser, digital display, freezer and cold storage temperature control and A+++ energy rating. Available in 127V and 220V.



BRASTEMP

REFRIGERADOR BRO85

REFRIGERATOR BRO85

O modelo French Door BRO85, de 554 litros, tem tecnologias como o Carbon AirFilter, que filtra o ar e neutraliza odores. Possui painel eletrônico Touch Black e iluminação em LED que, combinada às Infinity Shelves, prateleiras de vidro temperado com borda infinita, melhora a visibilidade dos alimentos. Conta, também, com a tecnologia Inverter, que proporciona economia de energia de até 30%, sem comprometer a temperatura e a preservação dos alimentos. Tem acabamento que protege a geladeira da ferrugem e corrosão, e três anos de garantia.

The French Door BRO85 model, with a 554-liter capacity, has technologies such as the Carbon AirFilter, which filters the air and neutralizes odors. It has a Touch Black electronic panel and LED lighting that, combined with the Infinity Shelves, tempered glass shelves with an infinite edge, improves the visibility of food. It also features Inverter technology, which provides energy savings of up to 30%, without compromising the temperature and preservation of food. It has a finish that protects the fridge from rust and corrosion, and a three-year warranty.



Preço sugerido em 11/04/2023: R\$ 6.699,00.

Suggested price on 04/11/2023: BRL 6,699.00.



Preço sugerido em 11/04/2023: R\$ 3.899,00.

Suggested price on 04/11/2023: BRL 3,899.00.

CONSUL

REFRIGERADOR CRM56HK

REFRIGERATOR CRM56HK

Produto Frost Free de 450 litros, conta com o Espaço Flex, que proporciona maior flexibilidade e capacidade para organizar os itens. Isso inclui desde compartimentos da porta à prateleira Flex no freezer, sendo possível arrumar o espaço de três modos diferentes. A geladeira também tem um espaço para armazenar as frutas. O filtro anti-odor tira o "gosto de geladeira" da água e avisa quando é preciso trocá-lo. Esse modelo está disponível em inox e na cor branca.

Frost Free product of 450 liters, has the Flex Space, which provides greater flexibility and capacity to organize items. This includes everything from compartments in the door to the Flex shelf in the freezer, and you can arrange the space in three different ways. The refrigerator also has space to store the fruits. The anti-odor filter takes the "fridge taste" out of the water and advises you when it needs to be changed. This model is available in stainless steel and in white color.



Preço sugerido em 11/04/2023: R\$ 7.109,00.

Suggested price on 04/11/2023: BRL 7,109.00.

ELECTROLUX

GELADEIRA ELECTROLUX INVERSE INVERTER COM FRESH&FLEX 488L INOX LOOK (IB55S) *ELECTROLUX INVERSE INVERTER REFRIGERATOR WITH FRESH&FLEX 488L INOX LOOK (IB55S)*

Sua gaveta Fresh&Flex permite ajustar a temperatura para a preservação ideal de alimentos e bebidas e manter o frescor de frutas e vegetais por mais tempo. Possui, também, a gaveta HortiNatura. Na função Meat & Fish, mantém 99% das proteínas das carnes e conserva por mais tempo a maciez e os sabores originais. A tecnologia exclusiva AutoSense estende em 30% a vida útil dos alimentos. Produz gelo com IceMax. O sistema FastAdapt e as prateleiras retráteis possibilitam 80 configurações internas para armazenar alimentos de diferentes tamanhos. A tecnologia Inverter economiza até 42% de energia.

Its Fresh&Flex drawer allows you to adjust the temperature for optimal preservation of food and beverages and to keep fruits and vegetables fresh for longer. It also has the HortiNatura (fresh vegetables) drawer. In the Meat & Fish function, it retains 99% of the proteins in the meat and preserves its tenderness and original flavors for a longer time. Exclusive AutoSense technology extends food shelf life by 30%. Make ice with IceMax. The FastAdapt system and retractable shelves allow for 80 internal configurations to store food of different sizes. Inverter technology saves up to 42% energy.

SAMSUNG

GELADEIRA FAMILY HUB™ SIDE BY SIDE *FAMILY HUB™ SIDE BY SIDE REFRIGERATOR*

Com capacidade de 585 litros, tem uma tela integrada para utilizar o View Inside, recurso que permite ver o interior do refrigerador sem abrir a porta. Também é possível conectar o smartphone e assistir a vídeos usando o aplicativo SmartView. Acompanha um soundbar de 25 W. O painel da geladeira permite controlar outros itens inteligentes da casa – por exemplo, ligar ou desligar a TV e gerenciar a lava e seca e o ar-condicionado WindFree através do aplicativo SmartThings. Com ele, também dá para checar e alterar a temperatura da geladeira, receber avisos de porta aberta, usar funções especiais e solicitar serviços de manutenção.

With a capacity of 585 liters, it has an integrated screen to use the View Inside, a resource that allows you to see inside of the refrigerator without opening the door. You can also connect your smartphone and watch videos using the SmartView app. It comes with a 25 W soundbar. The refrigerator panel allows you to control other smart items in the house – for example, turning the TV on or off, managing the washer and dryer and the WindFree air conditioner through the SmartThings app. With it, you can also check and change the temperature of the fridge, receive open door warnings, use special functions, and request maintenance services.



Preço sugerido em 11/04/2023: R\$ 20.899,05.

Suggested price on 04/11/2023: BRL 20,899.05.



Preço sugerido em 14/04/2023: R\$ 6.999,00.

Suggested price on 04/14/2023: BRL 6,999.00.

PANASONIC GELADEIRA BB53D STAR WARS REFRIGERATOR BB53D STAR WARS

Com design exclusivo, tem classificação A+++ na tabela de eficiência energética do Inmetro. Proporciona economia de mais de 36%. Tem tecnologia Inverter e preserva os nutrientes dos alimentos com a gaveta Fresh Zone com Vitamin Power. Ela potencializa as vitaminas C e D por meio de luzes LED especiais. O Climate Control controla automaticamente a umidade dentro do gavetão. Vem com a tecnologia Smartsense, que monitora o uso da geladeira no dia a dia para que funcione de acordo com a rotina da casa e economize energia através de sensores de abertura de portas, luminosidade (interna e externa) e temperatura.

With an exclusive design, it has an A+++ rating in the Inmetro energy efficiency table. Provides savings of more than 36%. It has Inverter technology and preserves food nutrients with the Fresh Zone drawer with Vitamin Power. It boosts vitamins C and D through special LED lights. Climate Control automatically controls the humidity inside the drawer. It comes with Smartsense technology, which monitors the use of the refrigerator on a daily basis so that it works according to the household routine and saves energy through sensors for opening doors, light (internal and external) and temperature.

LG

GELADEIRA SMART LG SIDE BY SIDE INSTAVIEW™ CRAFT ICE™ UVNANO™ SMART REFRIGERATOR LG SIDE BY SIDE INSTAVIEW™ CRAFT ICE™ UVNANO™

O modelo door-in-door tem compressor linear Inverter, que economiza energia, e a exclusiva tecnologia Bocal UVnano, que elimina até 99,99% das impurezas. Dispõe de água e gelo na porta, filtro HygieneFresh+™ e gavetas com controle de umidade. O LinearCooling™ conserva melhor o sabor dos alimentos. Tem resfriamento rápido (DoorCooling+™), conectividade Wi-Fi com LG ThinQ® e tecnologia InstaView Door-in-Door, que permite fácil acesso ao interior do produto. Bastam dois toques para ver os itens antes de abrir a porta. Possui máquina Craft Ice™ para fazer gelos em esfera, que demoram a derreter.

The door-in-door model has an Inverter linear compressor, which saves energy, and the exclusive Nozzle UVnano technology, which eliminates up to 99.99% of impurities. It has water and ice in the door, HygieneFresh+™ filter and drawers with humidity control. LinearCooling™ better preserves the taste of food. It has fast cooling (DoorCooling+™), Wi-Fi connectivity with LG ThinQ® and InstaView Door-in-Door technology, which allows easy access to the interior of the product. It only takes two taps to see the items before opening the door. It has a Craft Ice™ machine to make sphere ice, which takes a long time to melt.

Preço sugerido em 12/04/2023: R\$ 16.999,00.

Suggested price on 04/12/2023: BRL 16,999.00.



ESMALTEC

REFRIGERADOR RCD34 BLACK

REFRIGERATOR RCD34 BLACK

O modelo tem duas portas, capacidade total de 276 litros e congelador de 55 litros. Contém dreno no congelador, que remove fluídos na região interna, iluminação na lateral, prateleiras internas removíveis e puxadores ergonômicos. Os pés são elevados com niveladores. Tem classificação A em eficiência energética, resultando em mais economia, e vem com acessórios, como porta-ovos, forma de gelo e gaxeta push in com borracha removível. Disponível em 127 V e 220 V.

The model has two doors, a 276-liter total capacity and 55-liter freezer capacity. Contains freezer drain, which removes fluids in the internal region, lighting on the side, removable internal shelves, and ergonomic handles. The feet are raised with levelers. It is rated A for energy efficiency, resulting in more savings, and comes with accessories such as an egg holder, ice tray and push-in gasket with removable rubber. Available in 127V and 220V.



Preço sugerido em 11/04/2023: R\$ 2.599,00.
Suggested price on 04/11/2023: BRL 2,599.00.

LATIN AMERICAN HOUSEWARES

10 a 13 de julho de 2023 | São Paulo, Brasil

As últimas novidades em utilidades domésticas, presentes, produtos sazonais, decoração e design.

FAÇA PARTE!

A plataforma ideal para apresentar seus produtos e serviços em 2023.

www.latinamericanhousewares.com

Durante a feira, expositores e compradores terão a oportunidade de fazer negócios e networking, de apresentar novos produtos e aumentar as vendas.



CENSO VAI TRAÇAR O CENÁRIO DE NEGÓCIOS EM TIC PARA 2023

CENSUS WILL DRAW THE BUSINESS SCENARIO IN ICT FOR 2023

IVAIR RODRIGUES

DIRETOR DE ESTUDOS E PESQUISAS DA IT DATA, PARCEIRA DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA DISTRIBUIÇÃO DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO (ABRADISTI)

DIRECTOR OF STUDIES AND RESEARCH AT IT DATA, PARTNER OF THE BRAZILIAN ASSOCIATION OF INFORMATION TECHNOLOGY DISTRIBUTION (ABRADISTI)



Foto: Divulgação

A Abradisti realiza, há 12 anos, a maior pesquisa junto às revendas de informática no Brasil. Nesse período, verificamos diversas mudanças no setor. Muitas delas desistiram de querer competir com o canal varejista e vender produtos comoditizados. Com o aumento da importância de TI nos negócios das empresas, as revendas priorizaram atender o mercado corporativo.

São muitas oportunidades para esse canal: o contínuo crescimento do uso de cloud computing, as questões de segurança e LGPD que as organizações estão enfrentando, e a inteligência artificial, que é o principal projeto de TI identificado pela IT Data nas grandes e médias empresas neste ano. Em 2022, apenas 3% das companhias tinham algum projeto em relação a 5G. Esse percentual quintuplicou em 2023.

Com tantas oportunidades, as revendas estão ampliando seu leque de produtos e serviços para atender a essa demanda. Na pesquisa de 2022, realizada junto a 1.026 revendas, 41% delas pretendiam contratar funcionários, 27% estavam buscando atender clientes de maior porte e de outras localidades e 80% estavam investindo em capacitação técnica.

A pesquisa de 2023 está em andamento. Contamos com os resultados para que os distribuidores possam conhecer ainda mais as revendas e como ajudá-las em seus negócios. ■■

A BRADISTI has carried out, for 12 years, the largest survey among computer resellers in Brazil. During this period, we saw several changes in the sector. Many of them have given up wanting to compete with the retail channel and sell commoditized products. With the increasing importance of IT in companies' businesses, resellers prioritized serving the corporate market.

There are many opportunities for this channel: the continuous growth in the use of cloud computing, the security and LGPD issues that organizations are facing, and artificial intelligence, which is the main IT project identified by IT Data in large and medium-sized companies in this year. In 2022, only 3% of companies had a 5G project. This percentage quintupled in 2023.

With so many opportunities, resellers are expanding their range of products and services to meet this demand. In the 2022 survey, carried out with 1,026 resellers, 41% of them intended to hire employees, 27% were seeking to serve larger customers and those from other locations, and 80% were investing in technical training.

The 2023 survey is ongoing. We rely on the results so that distributors can learn even more about resellers and how to help them in their business. ■■

TENDÊNCIA DE CRESCIMENTO DA CATEGORIA DE ELETROELETRÔNICOS EM 2023 EXIGE INOVAÇÕES NO PÓS-VENDAS

GROWTH TREND IN THE ELECTRONICS CATEGORY IN 2023 REQUIRES AFTER-SALES INNOVATIONS

WAGNER GATTO

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

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



Foto: Arquivo

O mercado de produtos eletroeletrônicos cresce a passos largos no Brasil e deve avançar nos próximos anos. Acompanhar tendências e inovar constantemente são escolhas decisivas para as empresas se diferenciarem da concorrência e chegarem ao próximo nível. Apostar no diferencial de pós-vendas é, sem dúvida, uma receita de sucesso.

Sabe-se que os consumidores, ao decidirem comprar eletroeletrônicos, principalmente os de maior valor agregado, se preocupam, e muito, em como será o pós-venda. Na realidade, esse é um diferencial relevante no momento da compra.

Levando em conta esse crescimento, a Abrasa está se organizando para preparar os prestadores de serviços de forma a não só acompanharem a demanda como a criarem ferramentas de informática, como aplicativos para tornar a experiência do consumidor, quando houver a necessidade de um serviço, mais simples, rápida e eficiente.

O objetivo é minimizar a burocracia na hora de agendar um atendimento ou até mesmo a ida a um serviço autorizado. Facilitar a interação com os consumidores e tornar mais simples os agendamentos é uma meta a ser buscada em 2023. ■■

The consumer electronics and home appliances market grows fast in Brazil and should advance in the coming years. Following trends and constantly innovating are decisive choices for companies to differentiate themselves from the competition and reach the next level. Betting on post-sales differential is, without a doubt, a recipe for success.

It is known that consumers, when deciding to buy electronics, especially those with higher added value, are very concerned about how the after-sales service will be. This is a relevant differential at the time of purchase.

Taking this growth into account, Abrasa is organizing itself to prepare service providers in order not only to keep up with demand but also to create IT tools, such as applications to make the consumer's experience, when there is a need for a service, simpler, fast, and efficient.

The goal is to minimize bureaucracy when scheduling an appointment or even going to an authorized service. Facilitating interaction with consumers and making appointments simpler is a goal to be pursued in 2023. ■■

QUAL A IMPORTÂNCIA DAS PARCERIAS PARA O SISTEMA DE LOGÍSTICA REVERSA?

WHAT IS THE IMPORTANCE OF PARTNERSHIPS FOR THE REVERSE LOGISTICS SYSTEM?

HELEN BRITO

GERENTE DE RELAÇÕES INSTITUCIONAIS DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE RECICLAGEM DE ELETROELETRÔNICOS E ELETRODOMÉSTICOS (ABREE)

MANAGER OF INSTITUTIONAL RELATIONS OF THE BRAZILIAN ASSOCIATION OF ELECTRONICS AND HOME APPLIANCES RECYCLING (ABREE)



Foto: Divulgação

Para a realização do processo de logística reversa de eletroeletrônicos e eletrodomésticos, é essencial contar com a colaboração dos principais elos da cadeia produtiva desses equipamentos. Por isso, o trabalho desenvolvido pelas entidades gestoras é estratégico. As associações viabilizam, por meio de parceria com municípios, empresas varejistas e prestadores de serviços, o recebimento dos produtos pós-consumo e a realização da destinação final ambientalmente correta, contribuindo para a preservação do meio ambiente.

Amparados pela legislação, por meio do Decreto Federal nº 10.240/2020, que estabelece a responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos e sua destinação final ambientalmente adequada, fabricantes, importadores, distribuidores e comerciantes unem esforços para disseminar informações sobre a reciclagem e a logística reversa dos produtos pós-consumo. Trabalhar a comunicação de forma conjunta é o segredo para a conscientização do consumidor final, que também tem a responsabilidade compartilhada, segundo a legislação.

Dessa forma, fica claro que, para o bom funcionamento dessa cadeia produtiva, é necessário agir para a construção de parcerias com as empresas envolvidas, uma vez que a execução desse serviço é muito mais eficaz com a presença de todos os agentes do ecossistema. O trabalho conjunto possibilita ter abrangência maior com a aplicação interna nas corporações parceiras, além da conscientização do consumidor final. ■■

To carry out the reverse logistics process for electronics and home appliances, it is essential to have the collaboration of the main links in the production chain for this equipment. Therefore, the work developed by the managing entities is strategic. The associations make it possible, through partnerships with municipalities, retailers, and service providers, to receive post-consumer products and carry out the environmentally correct final disposal, contributing to the preservation of the environment.

Supported by legislation, through Federal Decree No. 10,240/2020, which establishes shared responsibility for the life cycle of products and their environmentally sound destination, manufacturers, importers, distributors and traders join efforts to disseminate information on recycling and logistics reverse of post-consumer products. Working communication together is the secret to raising awareness among the final consumer, who also has shared responsibility, according to the legislation.

Thus, for the proper functioning of this production chain, it is necessary to act to build partnerships with the companies involved, since the execution of this service is much more effective with the presence of all agents of the ecosystem. The joint work makes it possible to have a greater scope with the internal application in the partner corporations, in addition to the awareness of the final consumer. ■■

A NEOINDUSTRIALIZAÇÃO

A NEO-INDUSTRIALIZAÇÃO

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

*EXECUTIVE PRESIDENT OF THE NATIONAL ASSOCIATION OF
MANUFACTURERS OF ELECTRONICS PRODUCTS (ELETROS)*



Foto: Divulgação

A retomada do crescimento econômico passa pela reindustrialização ou a neoindustrialização do País, como o atual governo federal define o processo de fomento e valorização do setor produtivo. Uma nação com indústria forte é uma nação com mais riqueza, empregos de qualidade, protagonista dos seus destinos e participante da liderança econômica global.

O Brasil vive um momento desafiador, mas repleto de oportunidades. A indústria responde por 22% do PIB nacional e tem condições plenas de crescer e atuar com relevância ainda maior nas exportações, nos investimentos em PD&I e na irradiação do desenvolvimento.

Com o anúncio da reativação do Conselho Nacional de Desenvolvimento Industrial (CNDI), que ficará sob o comando do vice-presidente e ministro do MDIC, Geraldo Alckmin, acreditamos que a construção e a realização de ações que fortaleçam a indústria brasileira possam acontecer no tempo certo, imediatamente. Este tem que ser o fórum nascedouro de pensamentos e caminhos práticos da neoindustrialização.

Temos que aproveitar que o novo Arcabouço Fiscal e a Reforma Tributária estão em discussão no Congresso Nacional para que possamos equilibrar as contas públicas, simplificar os processos tributários e corrigir eventuais distorções, considerando as especificidades setoriais e regionais de um Brasil continental.

Nesse contexto, a Eletros tem mantido uma agenda institucional dinâmica para ampliar ainda mais a competitividade do setor eletroeletrônico. Estamos levando aos tomadores de decisão sugestões e propostas de valorização da indústria brasileira, que terão como resultados mais emprego, renda, divisas e o justo desenvolvimento econômico e social. ■■

The resumption of economic growth involves re-industrialization or neo-industrialization of the country, as the current federal government defines the process of promoting and valuing the productive sector. A nation with a strong industry is a nation with more wealth, quality jobs, protagonist of its destinies and participant in global economic leadership.

Brazil is going through a challenging time, but full of opportunities. The industry accounts for 22% of the national GDP and has full conditions to grow and act with even greater relevance in exports, investments in RD&I and in the irradiation of development.

With the announcement of the reactivation of the National Council for Industrial Development (CNDI), which will be under the command of the vice-president and minister of the MDIC, Geraldo Alckmin, we believe that the construction and implementation of actions that strengthen the Brazilian industry can happen at the right time, immediately. This must be the birthplace of thoughts and practical ways of neo-industrialization.

We must take advantage of the fact that the new Fiscal Framework and the Tax Reform are under discussion in the National Congress so that we can balance public accounts, simplify tax processes and correct any distortions, considering the sectoral and regional specificities of a continental Brazil.

In this context, Eletros has maintained a dynamic institutional agenda to further increase the competitiveness of the electronics sector. We are taking decision makers to suggestions and proposals for valuing Brazilian industry, which will result in more jobs, income, foreign exchange, and fair economic and social development. ■■

TENDÊNCIAS DE MERCADO: INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NO COMÉRCIO

MARKET TRENDS:
ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN TRADE

KELLY CARVALHO

**ASSESSORA ECONÔMICA DA FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE BENS,
SERVIÇOS E TURISMO DO ESTADO DE SÃO PAULO (FECOMERCIO SP)**

*ECONOMIC ADVISOR OF THE FEDERATION OF TRADE IN GOODS, SERVICES AND
TOURISM OF THE STATE OF SÃO PAULO (FECOMERCIO SP)*



Foto: Divulgação

A Inteligência Artificial (IA), como o ChatGPT, tem transformado o mundo dos negócios. As empresas que não acompanharem as tendências podem ter sua sobrevivência comprometida.

Dentre as principais tendências para o varejo, estão a personalização da jornada de compra para o consumidor. Com base em dados de compras e comportamentos, a tecnologia pode ser mais assertiva ao recomendar produtos relevantes, com oferta de promoções personalizadas e fornecimento de suporte. Para facilitar a comunicação do consumidor com a empresa, os chatbots podem responder a perguntas em tempo real e melhorar a sua experiência, sem deixar de lado o atendimento humanizado.

A automação de processos repetitivos é outra importante funcionalidade, inclusive no que diz respeito ao gerenciamento de estoque de acordo com a previsão de vendas e à prevenção de prejuízos financeiros. Além disso, a IA permite que as empresas consigam analisar grandes quantidades de dados de vendas, comportamento do cliente e tendências de mercado. Tudo isso é muito útil na tomada de decisão de forma estratégica com relação a preços, estoques e estratégias de marketing, entre outros.

Sem contar o reconhecimento por voz e imagem, mediante a IA conversacional, que poderá ajudar no processamento de informações ao permitir que os clientes encontrem o que procuram de forma cada vez mais natural e intuitiva, como é o caso das assistentes pessoais Alexa e Siri.

São inúmeras as possibilidades. À medida que a tecnologia avança, novas aplicações continuarão a surgir. No Brasil, espera-se uma regulamentação que proporcione segurança jurídica aos usuários e estimule o uso da tecnologia pela sociedade. ■■

Artificial Intelligence (AI) like ChatGPT has been transforming the business world. Companies that do not keep up with trends may have their survival compromised.

Among the main trends for retailers are the personalization of the purchase journey for the consumer. Based on purchase and behavior data, technology can be more assertive in recommending relevant products, offering personalized promotions, and providing support. To facilitate consumer communication with the company, chatbots can answer questions in real time and improve their experience, without leaving aside humanized service.

The automation of repetitive processes is another important feature, including inventory management according to sales forecasts and the prevention of financial losses. In addition, AI allows companies to be able to analyze large amounts of data on sales, customer behavior and market trends. All this is very useful in making strategic decisions regarding prices, inventories, and marketing strategies, among others.

Not to mention voice and image recognition, through conversational AI, which can support with information processing by allowing customers to find what they are looking for in an increasingly natural and intuitive way, as is the case with personal assistants Alexa and Siri.

The possibilities are countless. As technology advances, new applications will continue to emerge. In Brazil, regulation is expected to provide legal certainty to users and encourage the use of technology by society. ■■

CONTINUAR É PRECISO

CONTINUE IS NECESSARY

ADEMIR BRESCANSIN
GERENTE-EXECUTIVO DA GREEN ELETRON
EXECUTIVE MANAGER AT GREEN ELETRON



Foto: Divulgação

Sempre trago aqui temas relacionados à logística reversa e à reciclagem, que fazem parte do que chamamos de ESG. Mais especificamente ligados aos eletroeletrônicos e pilhas, setor desenvolvido pela Green Eletron, entidade gestora da qual sou gerente-executivo.

Hoje, estou aqui para lembrar que os desafios aumentaram, mais uma vez. Em 2019, o Acordo Setorial trouxe metas progressivas para fabricantes, importadores, distribuidores e comerciantes. Se em 2021 o objetivo era garantir a reciclagem de 1% em peso do que foi comercializado em 2018, e em 2022, 3%, neste ano devemos atingir 6%. A meta dobra a cada ano.

O percentual parece pequeno, mas não é. E, para alcançar o resultado, nossa única opção é unir forças. Felizmente tenho boas expectativas, pois vejo interesse crescente em toda a sociedade. Mas não podemos parar, porque em 2025 a meta será 17%!

Também é imprescindível ampliar a educação ambiental. Então peço que acessem e reverberem o que o Movimento Eletrônico Não é Lixo tem feito, principalmente no Instagram. Afinal, para recuperar itens em desuso a população deve levá-los ao local correto.

Cada peça é crucial nos resultados que temos conquistado, em parceria com o varejo, que disponibiliza seus espaços, e com os associados, que contribuem com o sistema como um todo. Convido vocês para que se juntem a nós para, além de cumprir a lei, garantirmos um futuro saudável para as próximas gerações. ■■

I always bring up themes related to reverse logistics and recycling, which are part of what we call ESG. More specifically related to electronics and batteries, a sector developed by Green Eletron, the managing entity of which I am the executive manager.

Today, I'm here to remind you that the challenges have risen, yet again. In 2019, the Sectoral Agreement brought progressive targets for manufacturers, importers, distributors, and shopkeepers. If in 2021 the objective was to guarantee the recycling of 1% by weight of what was sold in 2018, and in 2022, 3%, this year we should reach 6%. The goal doubles every year.

The percentage seems small, but it is not. And to achieve the result, our only option is to join forces. Fortunately, I have good expectations, as I see growing interest across society. But we cannot stop, because in 2025 the target will be 17%!

It is also essential to expand environmental education. So I ask you to access and reverberate what the (Movimento Eletrônico Não é Lixo) Electronic Movement is Not Trash has been doing, especially on Instagram. After all, to recover unused items, the population must take them to the correct place.

Each piece is crucial to the results we have achieved, in partnership with retailers, who make their spaces available, and with members associates, who contribute to the system. I invite you to join us to, in addition to complying with the law, guarantee a healthy future for the next generations. ■■

eletrocompras

PLATAFORMA B2B



**Uma plataforma online exclusiva
para profissionais do setor
de bens duráveis.**

Perfeita para a indústria e o varejo

Fornecedores vendem diretamente ao
pequeno varejo, aumentando a agilidade
no fechamento de negócios



**Plataforma simples
e fácil de utilizar**



Apoio:

eletrobank

eletrocompras

PLATAFORMA B2B



Oferece ao pequeno varejista
suporte ativo nas compras
feitas direto da indústria.



Um novo canal de vendas com
negociações preestabelecidas,
protegendo a rentabilidade
da indústria e do varejo.



 eletrocompras.com

 contato@eletrocompras.com.br

eletrolarshow

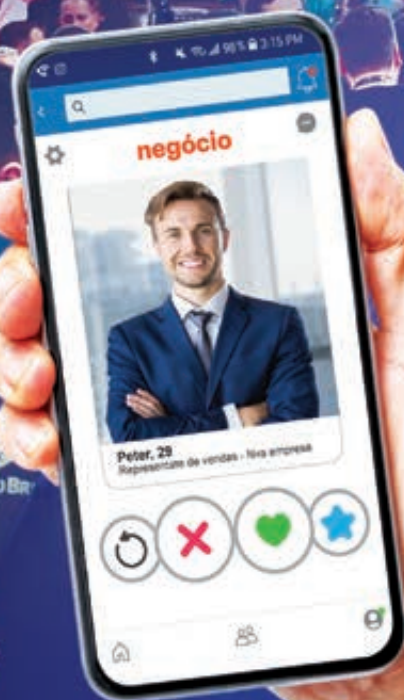
ALL CONNECTED

CONEXÕES CADA VEZ MAIS IMPORTANTES

2023

PARTICIPE DA MAIOR FEIRA DE NEGÓCIOS ENTRE A INDÚSTRIA E O VAREJO DE ELETROS, CELULARES, INTERNET DAS COISAS, GAMER, MOBILIDADE E TI DA AMÉRICA LATINA!

**GRANDES NEGÓCIOS
NÃO SE FECHAM COM
APENAS UM CLIQUE.**



Conheça presencialmente as tecnologias, tendências, novas marcas, produtos e os executivos do setor.

DE 10 A 13 DE JULHO DE 2023 - DAS 13H ÀS 21H

TRANSAMERICA EXPO CENTER | SÃO PAULO - SP - BRASIL



SORTEIO DE UM CARRO ELÉTRICO

Saiba mais em: www.eletrolarshow.com.br

Processo nº 2023/02519 aguardando aprovação pelo SCPC/MF. Promoção válida apenas para visitantes compradores da feira Eletrolar Show 2023. Para mais informações, consulte o regulamento completo em eletrolarshow.com.br/regulamento.

EVENTOS
PARALELOS:

**LATIN AMERICAN
ELECTRONICS**
International Trade Show

**LATIN AMERICAN
HOUSEWARES**
International Trade Show

**LIGHTING
SHOW**
SÃO PAULO, BRASIL

Contato:
+55 11 3197-4949
comercial@grupeeletrolar.com.br



Escaneie o QRcode
e se torne um expositor