

# ELETROLAR

# NEWS

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

EDITORA  
C&C

## 16<sup>a</sup> COBERTURA DA ELETROLAR SHOW

LANÇAMENTOS NACIONAIS E  
INTERNACIONAIS, ÁREAS  
ESPECIAIS, EVENTO  
PRESIDENTES E COMPRADORES

COVERAGE OF THE 16<sup>th</sup> ELETROLAR  
SHOW - NATIONAL AND  
INTERNATIONAL LAUNCHES,  
SPECIAL ARENAS, EVENT  
PRESIDENTS AND BUYERS

## DOSSIÊ VERÃO AR-CONDICIONADO E VENTILAÇÃO NOVIDADES NAS DUAS CATEGORIAS

SUMMER DOSSIER / AIR CONDITIONING  
AND VENTILATION NOVELTIES IN  
TWO CATEGORIES

## ENTREVISTA EXCLUSIVA LOJAS COLOMBO

Carlos Eduardo Colombo, presidente  
“PREVEMOS FATURAMENTO  
DE R\$ 2,6 BI EM 2023.”

EXCLUSIVE INTERVIEW / CARLOS EDUARDO COLOMBO, PRESIDENT  
“WE FORECAST BRL 2.6 BILLION IN 2023.”



Aponte a câmera  
do seu celular e  
acesse o site.



**Panasonic****LANÇAMENTO MÁQUINA DE LAVAR**

# F170

## BRANCA

### EVITA O DESPERDÍCIO COM EFICIÊNCIA E INTELIGÊNCIA

PARA QUEM TEM MUITA ROUPA PARA LAVAR E POUCO ESPAÇO EM CASA, A **NOVA 17KG BRANCA PANASONIC** É IDEAL. E ISSO COM O **MENOR CONSUMO DE ÁGUA\*** DA CATEGORIA, **ECONOMIZANDO 19 LITROS POR LAVAGEM!**

**GARANTA A SUA EM:** [LOJA.PANASONIC.COM.BR](https://loja.panasonic.com.br)

 [PANASONIC.BR](https://www.facebook.com/PANASONIC.BR)  [@PANASONICBRASIL](https://www.instagram.com/PANASONICBRASIL)

\*Comparando consumo de água das máquinas de lavar da mesma capacidade (em kg), segundo tabela Inmetro de consumo/eficiência energética para máquinas de lavar automáticas com abertura superior (top load), edição 2019 de 27/09/2021.

Air Fryer Oven  
**BRITANIA**,  
a original.



Acesse e saiba mais:



# A praticidade que todo mundo procura!

**TRÊS PRATELEIRAS**

**4 EM 1: FRITA, ASSA, REAQUECE E DESIDRATA**

**CAPACIDADE DE 12 LITROS**

**ACOMPANHA CESTO ANTIADERENTE**

**PAINEL DIGITAL**

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

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

**BRITANIA**  
Para Britaniar sua vida

Linha de áudio

**XTREM**

**Sinta a batida.**



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

Imagens meramente ilustrativas.

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

# Novos produtos de áudio que proporcionam uma experiência sonora única!



Bateria de longa duração



Potência entre 40W e 650W



Novo sistema Bluetooth



Flash Lights: mais cor e modernidade

Acesse e saiba mais :



**Philco**  
TEM COISAS QUE SO A PHILCO FAZ PRA VOCE.

# A família de Air Fryer continua crescendo.



Além dos modelos que você já conhece de 3,5L a 8 litros agora temos a **Air Fryer Forno** com 12 litros e a **Air Fryer Dupla**.

# Mondial



Existe um modelo  
de Air Fryer Mondial  
perfeito para você.

**MONDIAL**  
ELETRODOMÉSTICOS

# aiwa

JAPANESE TECHNOLOGY SINCE 1951

# UM VERDADEIRO



  @aiwabr

# SHOW DE SOM E IMAGEM.

“Essa marca está na minha vida e também na minha história. **Agora sou a nova embaixadora Aiwa.**”



SABRINA SATO  
NOVA EMBAIXADORA AIWA.

# SUMÁRIO

EDITION 156

SUMMARY

ELETROLAR NEWS

EDIÇÃO 156

## MATÉRIA DE CAPA

pág. **34** *Entrevista exclusiva*  
**LOJAS COLOMBO**

*Carlos Eduardo Colombo, presidente*

*“Reinvestimos todos os resultados na operação, e isso nos garante crescimento sustentável.”*

*COVER STORY / EXCLUSIVE INTERVIEW*

*LOJAS COLOMBO*

*“We reinvest all results in the operation, and this guarantees us sustainable growth.”*

*Carlos Eduardo Colombo, president*

**EDITORIAL** ..... 18

**16ª ELETROLAR SHOW / COBERTURA**  
**EXPOSITORES, LANÇAMENTOS E PRODUTOS**  
16<sup>TH</sup> ELETROLAR SHOW / COVERAGE  
*EXHIBITORS, LAUNCHES AND PRODUCTS* ..... 52

**EVENTO PRESIDENTES**  
**HOMENAGEM AOS VAREJISTAS**  
PRESIDENTS EVENT  
*TRIBUTE TO RETAILERS* ..... 136

**ESPAÇOS ESPECIAIS**  
SPECIAL ARENAS  
*CASA INTELIGENTE / SMART HOME* ..... 150  
*ARENA COMEX BY MAERSK / COMEX ARENA BY MAERSK* ..... 160  
*ARENA E-COMMERCE / E-COMMERCE ARENA* ..... 164

## O VAREJO NA ES

**NOVAS TECNOLOGIAS GANHAM OS COMPRADORES**  
RETAIL IN ES

*NEW TECHNOLOGIES WIN BUYERS* ..... 170

## LATIN AMERICAN ELECTRONICS E LATIN AMERICAN HOUSEWARES / COBERTURA

LATIN AMERICAN ELECTRONICS & LATIN AMERICAN  
HOUSEWARES 2023 COVERAGE ..... 178

## 3ª ELETRONICS HOME

**MAIS DE 300 MARCAS NA FEIRA DA ARGENTINA**  
3<sup>RD</sup> ELECTRONICS HOME

*MORE THAN 300 BRANDS AT THE FAIR*  
*IN ARGENTINA* ..... 188

## TEMPORADA DE VERÃO / DOSSIÊ DUPLO

**OPÇÕES EM APARELHOS DE AR-CONDICIONADO E  
VENTILADORES**

SUMMER SEASON / DOUBLE DOSSIER  
*OPTIONS IN AIR CONDITIONERS AND FANS* ..... 194

## ARTIGOS – ARTICLES

**ABRADISTI** ..... 205

**ABREE** ..... 206

**ELETROS** ..... 207

**FECOMERCIO SP** ..... 208

**GREEN ELETRON** ..... 209

**SUFRAMA** ..... 212

# Linha de caixas

# amplificadas Mondial.

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



weonne

   /mondialbr

**MONDIAL**  
ELETRODOMÉSTICOS



**POSITIVO**

CASA INTELIGENTE

**Você pode ter  
uma vida mais  
conectada e  
inteligente.  
Experimente.**



# Já conferiu as novidades?



## Smart Interruptor Wi-Fi

Transforme a lâmpada convencional em inteligente, controle remotamente e crie cenas para a sua rotina.



## Smart Fita LED RGB 2ª Geração

Viva experiências personalizadas com as 16 milhões de cores!



## Smart Câmera Externa

Você e sua casa em segurança. Acompanha cartão de memória, possui imagens em Full HD e tem compatibilidade com gravadores (Onvif)!

Nascemos para trazer **soluções inteligentes** que proporcionam uma experiência única e personalizada de automação residencial **para todos os brasileiros**. Estamos aqui para **melhorar** e **otimizar** a sua rotina!



Escaneie o **QR Code** e descubra nossas soluções



  /positivocasainteligente

POWERED BY  
**POSITIVO**  
TECNOLOGIA

A revolução em

# portabilidade sonora

Com 600W de potência, a Bagvox é a combinação perfeita de estilo e qualidade. Suas duas alças ergonômicas permitem que você leve a festa para onde quiser. Se prepare para ser o centro das atenções com a Bagvox e eleve suas experiências sonoras no verão 2024.



2 WOOFER DE 6,5"



BATERIA DE 4H



FUNÇÃO  
POWER BANK

ACA 600

# BagVox



ACA 2000  
**PARTY VOX**  
PRIME



Uma caixa de som para ninguém ficar parado: PartyVox. O som ideal para animar o seu verão. São impressionantes 2000W de potência e um incrível show de LED que vai transformar sua festa na sensação do verão!



@AMVOX



@AMVOX



AMVOXBRASIL



COMPANY/AMVOX



AMVOX.COM.BR

**Amvox**

**A** cada ano, a Eletrolar Show se fortalece e reafirma a sua importância para os segmentos de eletrodomésticos, eletroeletrônicos e tecnologia e para a geração de mais negócios entre a indústria e o varejo. Compartilho esse sucesso com todos os expositores, visitantes, compradores, palestrantes e demais profissionais que deram a sua colaboração para a feira ser cada vez mais eficiente e produtiva. Neste ano, a Eletrolar Show bateu recordes: recebeu 32 mil visitantes e 1.500 marcas no espaço de 33 mil m<sup>2</sup>. A cobertura está nas páginas desta revista. Em 2024, estaremos juntos na 17ª feira, que será realizada de 15 a 18 de julho. Esperamos você!

Nesta edição, a matéria de capa destaca a trajetória de Lojas Colombo, a maior rede de eletrodomésticos do Sul do Brasil. Em entrevista exclusiva, o presidente Carlos Eduardo Colombo fala sobre o atual momento de expansão da empresa, da projeção de faturamento de R\$ 2,6 bilhões ante os R\$ 2,3 bilhões registrados no ano passado e da expectativa de crescimento acima de 10% em relação a 2022. E, como o varejo se prepara para as compras de verão, trazemos um Dossiê duplo, com as novidades de duas categorias de alta rentabilidade na estação: aparelhos de ar-condicionado e ventiladores.

Bons negócios!

**E**ach year, Eletrolar Show grows stronger and reaffirms its importance for the home appliances, electronics, and technology segments and for generating more business between industry and retail. I share this success with all the exhibitors, visitors, buyers, speakers, and other professionals who collaborated to make the fair increasingly efficient and productive. This year, the Eletrolar Show broke records: it received 32,000 visitors and 1,500 brands in the 33,000 sqm space. Coverage is in the pages of this magazine. In 2024, we will be together on the 17<sup>th</sup> edition of the show, which will be held from the 15<sup>th</sup> to 18<sup>th</sup> of July. We wait for you!

In this edition, the cover story highlights the trajectory of Lojas Colombo, the largest electronics-furniture chain in Southern Brazil. In an exclusive interview, the president Carlos Eduardo Colombo talks about the company's current expansion, projected revenues of BRL 2.6 billion compared to BRL 2.3 billion registered last year and the expectation of growth above 10 % in relation to 2022. And, as retailers prepare for summer purchases, we bring you a Double Dossier, with the novelties of two highly profitable categories in the season: air conditioners and fans.



**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 Calvacanti  
(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) 3197 4949  
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.



· 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](http://www.vivensis.com.br)

\*Fonte: PNAD/IBGE 2022



**GEQ**

Grupo  
Edson Queiroz

Um produto **Esmaltec**  
*para cada estilo*





Refrigerador RCD38 Inox.



Geláguia EGCQF HE Inox.

Fotos meramente ilustrativas. Esmaltec



Fogão Diamante Glass 5Q Inox.

## Um mix de produtos do seu jeito!

- Qualidade e design inovador;
- Modernidade e elegância ao ambiente;
- Facilidade e praticidade para limpar;
- Opções incríveis para quem usa e para quem vende!



Aponte a câmera do celular para o QRcode e conheça os produtos em Realidade Aumentada.

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


**Esmaltec**  
ELETRODOMÉSTICOS

## Por que o UNICEF pode ser o parceiro 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;<sup>1</sup>

 **94%** da população nacional reconhece o valor da marca UNICEF;<sup>2</sup>

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

“ Uma das grandes paixões que tenho são os jovens brasileiros. É por isso que eu trabalho de mãos dadas com organizações sociais de relevância, como o UNICEF, para que crianças e adolescentes tenham acesso à educação e a oportunidades do primeiro emprego. A P&G e parceira do UNICEF há mais de 15 anos e vemos um claro valor agregado no impacto com escala, na associação de duas marcas que querem somar para multiplicar o progresso nas comunidades que mais precisam. 🙌 ”

**Juliana Azevedo - Presidente da P&G para América Latina**



Saiba mais sobre parcerias corporativas no UNICEF pelo QRCode ao lado. Se preferir, escreva para [parcerias@unicef.org](mailto:parcerias@unicef.org).

# Página VERDE News

PENSE VERDE, RESPONSABILIDADE & SUSTENTABILIDADE

## GreenTalk

Por Stephanie Kohn

### TCL SEMP

### "A meta é um futuro mais verde"

TCL SEMP: THE GOAL IS A GREENER FUTURE

### TCL SEMP

### Maximiliano Dominguez



**Diretor de engenharia, qualidade e produto da TCL SEMP**

*Director of engineering, quality, and product at TCL SEMP*

#### Sobre /About

Maximiliano Dominguez, diretor de engenharia, qualidade e produto da TCL SEMP, também lidera o Departamento de SGI da empresa. Tem mais de 25 anos de experiência em multinacionais dos segmentos de bens de consumo, eletroeletrônicos e automotivo, com expertise em operações, inovação, mercado B2B e B2C e planejamento estratégico. Formado em Engenharia Mecânica, pelo Centro Universitário FEI, com MBA em Gestão de Projetos e Negócios, pela USP, e Programa de Desenvolvimento Gerencial, pela Fundação Dom Cabral, tem experiência internacional na Ásia. Entre 1994 e 2023, participou de feiras nacionais e internacionais com foco no desenvolvimento e fortalecimento do relacionamento com fornecedores.

*Maximiliano Dominguez, director of engineering, quality, and product at TCL SEMP, also leads the company's SGI Department. He has more than 25 years of experience in multinational companies in the consumer goods, electronics, and automotive sectors, with expertise in operations, innovation, B2B and B2C markets and strategic planning. Graduated in Mechanical Engineering, from Centro Universitário FEI, with an MBA in Project and Business Management, from USP, and Management Development Program, from Fundação Dom Cabral, he has international experience in Asia. Between 1994 and 2023, he participated in national and international fairs with a focus on developing and strengthening relationships with suppliers.*

Na TCL SEMP, os princípios ESG norteiam as atividades internas e externas, mapeamento de planos de ação de sustentabilidade e implementação de iniciativas com foco em questões ambientais, sociais e de governança, de forma que esteja, sempre, em conformidade com as leis e os regulamentos, ofertando produtos e inovação tecnológica, serviços ao usuário, segurança no trabalho, operação mais verde, desenvolvimento de talentos e formação de equipes, além de compras responsáveis.

Globalmente, na frente ambiental, traçou metas, entre elas o compromisso de atingir o pico de carbono até 2030 e a neutralidade do carbono em operação até 2050, colaborando para a construção de um ecossistema industrial sustentável. Além disso, conta com a #TCLGreen, uma campanha que integra o conceito ESG em todos os aspectos do negócio da empresa.

No Brasil, os princípios ESG também se aplicam às operações como um todo e fazem parte da estratégia de negócio e do compromisso da empresa com a Política do Aterro Zero, monitoramentos com base em indicadores como o Índice de Reutilização e Reciclagem de Resíduos, assim como a busca constante por minimizar impactos no meio ambiente.

E, na frente social, busca a implementação de ações que fomentem o esporte e a educação, e que promovam o sentimento de pertencimento dos colaboradores. Em governança, tem uma estrutura formada por grupos de trabalho locais e comitês executivos e estratégicos, envolvendo as áreas, unidades produtivas e a alta direção para a tomada de decisões responsáveis, garantia de transparência e prevenção de conflitos de interesses.

*At TCL SEMP, ESG principles guide internal and external activities, mapping of sustainability action plans and implementation of initiatives focused on environmental, social and governance issues, so that it is always in compliance with laws and regulations offering products and technological innovation, user services, workplace safety, greener operation, talent development and team building, in addition to responsible purchasing.*

*Globally, on the environmental front, it outlined goals, including the commitment to reach the carbon peak by 2030 and carbon neutrality in operation by 2050, collaborating to build a sustainable industrial ecosystem. In addition, it has #TCLGreen, a campaign that integrates the ESG concept into all aspects of the company's business.*

*In Brazil, the ESG principles also apply to operations as a whole and are part of the business strategy and the company's commitment to the Política do Aterro Zero (Zero Landfill Policy), monitoring based on indicators such as the Waste Reuse and Recycling Index, as well as the constant search for minimizing impacts on the environment.*

*And, on the social front, it seeks to implement actions that encourage sports and education, and that promote the employees' sense of belonging. In terms of governance, it has a structure made up of local working groups and executive and strategic committees, involving the areas, production units and top management to make responsible decisions, guarantee transparency and prevent conflicts of interest.*

# Green Talk

## ENTREVISTADO

### Maximiliano Dominguez

Diretor de engenharia, qualidade e produto da TCL SEMP

*Director of engineering, quality, and product at TCL SEMP*

*"...buscamos minimizar nosso impacto no meio ambiente e no uso de recursos naturais da empresa..."*

*"we seek to minimize our impact on the environment and the use of natural resources"*



**PÁGINAS VERDES – Como a TCL SEMP integra critérios ESG em sua estratégia de negócios e na tomada de decisões?**

**MAXIMILIANO DOMINGUEZ** – Globalmente, a TCL está ciente da importância e urgência de lidar com as questões climáticas e ambientais no mercado de tecnologia. Foi pensando nisso e de acordo com a agenda global 2030 da ONU, plano para atingirmos um mundo melhor para todos os povos e nações, que integramos nossas iniciativas ao conceito #TCLGreen. É uma campanha que integra o conceito ESG em todos os aspectos do negócio da empresa, colocando questões ambientais, sociais e de governança no centro da nossa estratégia, focando na criação e maximização do valor econômico, social e ambiental a longo prazo.

No Brasil, os critérios ESG fazem parte da nossa estratégia de negócio, com iniciativas para proteção ambiental, dos direitos e interesses dos funcionários, saúde e segurança, além da participação e desenvolvimento da nossa comunidade interna, visando, também, reduzir o impacto ambiental e promover um processo fabril mais sustentável. Para que esses critérios de fato façam parte do processo de tomada de decisões, a TCL SEMP conta com um Comitê de Sustentabilidade, liderado pelo time que fica na nossa fábrica em Manaus (AM), e que está integrado à estrutura de engenharia e produto da empresa, garantindo, assim, um alinhamento das estratégias.

**PV – Quais as principais metas e compromissos em relação ao tema ESG?**

**MD** – Defendemos o conceito de desenvolvimento sustentável e o integramos à prática de desenvolvimento corporativo. Temos o compromisso com a Política do Aterro Zero, através da elaboração de ações internas que envolvem o engajamento do público com a causa ambiental e a destinação adequada de nossos resíduos. Também nos tornamos consumidores de energia limpa provinda de fonte sustentável.

Seguimos os requisitos legais sobre a emissão de gases de escape e gases de efeito estufa, emissão de efluentes e geração de resíduos perigosos e não perigosos. Com isso, buscamos minimizar nosso impacto no meio ambiente e no uso de recursos naturais, estabelecendo um sólido sistema interno de gestão ambiental, com base na norma NBR ISO 14001, que nos permite aplicá-la a uma gama completa de setores, escopos e atividades de negócios.

Além disso, em 2021, a TCL estabeleceu globalmente um modelo de financiamento de cadeia de suprimentos verdes e, recentemente, anunciou seu compromisso de neutralidade do carbono nas operações até 2050, buscando desenvolvimento de produto sustentável, crescimento ecologicamente correto e ecologia inclusiva.

**PÁGINAS VERDES (Green Pages) – How does TCL SEMP integrate ESG criteria into its business strategy and decision-making?**

**MAXIMILIANO DOMINGUEZ** - Globally, TCL is aware of the importance and urgency of dealing with climate and environmental issues in the technology market. It was with this in mind and in line with the UN's 2030 global agenda, a plan to achieve a better world for all peoples and nations, that we integrated our initiatives into the #TCLGreen concept. It is a campaign that integrates the ESG concept into all aspects of the company's business, placing environmental, social and governance issues at the center of our strategy, focusing on creating and maximizing long-term economic, social, and environmental value.

In Brazil, the ESG criteria are part of our business strategy, with initiatives for environmental protection, employee rights and interests, health, and safety, in addition to the participation and development of our internal community, also aiming to reduce the environmental impact and promote a more sustainable manufacturing process. So that these criteria are part of the decision-making process, TCL SEMP has a Sustainability Committee, led by the team that is based at our factory in Manaus (AM), and which is integrated into the engineering and product structure of company, thus ensuring an alignment of strategies.

**PV – What are the main goals and commitments in relation to the ESG theme?**

**MD** – We defend the concept of sustainable development and integrate it into the practice of corporate development. We are committed to the Política do Aterro Zero (Zero Landfill Policy), through the development of internal actions that involve public engagement with the environmental cause and the proper disposal of our waste. We have also become consumers of clean energy from a sustainable source.

We follow the legal requirements on the emission of exhaust gases and greenhouse gases, emission of effluents and generation of hazardous and non-hazardous waste. With this, we seek to minimize our impact on the environment and the use of natural resources, establishing a solid internal environmental management system, based on the NBR ISO 14001 standard, which allows us to apply it to a complete range of sectors, scopes and activities of business.

Additionally, in 2021, TCL established a green supply chain finance model globally and recently announced its commitment to carbon neutral operations by 2050, pursuing sustainable product development, green growth, and inclusive ecology.

In this sense, TCL SEMP, aligned with TCL's global objectives, aims to make its commitments and environmental actions the central points of the strategy in the dialogue with its main stakeholders, so that it can play a useful and effective role in the preservation of the planet. The company has a global sustainability platform, with goals to be achieved by



Nesse sentido, a TCL SEMP, alinhada com os objetivos globais da TCL, visa fazer de seus compromissos e ações ambientais os pontos centrais da estratégia na interlocução com seus principais stakeholders, para que possa desempenhar um papel útil e eficaz na preservação do planeta. A companhia possui uma plataforma global de sustentabilidade, com metas a serem atingidas até 2025: (I) redução de 18% em emissões de gases de efeito estufa, (II) redução de 27% no consumo de água, (III) redução de 13% no consumo de energia, (IV) redução de 70% no consumo de gás natural e (V) redução de 10% no consumo de EPS.

A SEMP e a TCL, juntas, oferecem produtos que atendem ou excedem as principais regulamentações ambientais e que são energeticamente eficientes. Continuaremos a aprimorar a supervisão do processo de fabricação para remover substâncias perigosas, manter os minerais de conflito fora da cadeia de suprimentos, priorizar o uso das embalagens ambientalmente sustentáveis, aumentar o volume e melhorar a qualidade dos programas de gerenciamento de resíduos e reciclagem de eletroeletrônicos e nos manter como integrantes da Associação Brasileira de Reciclagem de Eletroeletrônicos e Eletrodomésticos (ABREE).

**PV – Quais são as práticas de gestão ambiental adotadas pela TCL SEMP para minimizar seu impacto ambiental e promover a sustentabilidade?**

**MD** – Criamos iniciativas para minimizar o impacto ambiental das nossas operações em todo o ciclo produtivo: do desenvolvimento de produtos, a partir do incentivo ao uso de matéria-prima reciclada e criação de itens duráveis, à responsabilidade pós-consumo dos produtos e seu adequado tratamento ambiental.

No ecossistema de produtos, fomos premiados nas principais feiras do segmento, como a CES. Entre os destaques da edição de 2023, nossa TV C845 QLED Mini LED é fabricada com tecnologia de ponta, que reduz os impactos em toda a cadeia produtiva de seus componentes. Em condicionadores de ar, mostramos soluções com R-32, fluido que reduz drasticamente os impactos ambientais associados ao aquecimento global, além de uma linha de refrigeradores do tipo Inverter, com mais eficiência energética, e máquinas de lavar roupas com baixíssimo consumo de água.

Além disso, todas as TVs da TCL contam com recursos, como o modo econômico, que incentivam os consumidores a usarem os produtos de maneira mais sustentável, reduzindo o consumo de energia. Nos smartphones, o recurso smart charging melhora a eficiência energética e retarda o envelhecimento da bateria, ajustando de forma inteligente o padrão de carregamento de acordo com os hábitos do usuário.

Na gestão de resíduos, investimos na busca de alternativas inovadoras aos materiais tradicionais das embalagens, com uso de papel reciclável, certificados pelo Forest Stewardship Council

2025: (I) 18% reduction in greenhouse gas emissions, (II) 27% reduction in water consumption, (III) reduction of 13 % in energy consumption, (IV) 70% reduction in natural gas consumption and (V) 10% reduction in EPS consumption.

SEMP and TCL together offer products that meet or exceed key environmental regulations and are energy efficient. We will continue to improve oversight of the manufacturing process to remove hazardous substances, keep conflict minerals out of the supply chain, prioritize the use of environmentally sustainable packaging, increase volume, and improve the quality of electronics waste management and recycling programs and keep us as members of the Brazilian Association of Recycling of Electronics and Household Appliances (ABREE).

**PV – What are the environmental management practices adopted by TCL SEMP to minimize its environmental impact and promote sustainability?**

**MD** – We create initiatives to minimize the environmental impact of our operations throughout the entire production cycle: from product development, from encouraging the use of recycled raw materials and creating durable items, to post-consumption responsibility for products and their appropriate use. environmental treatment.

In the product ecosystem, we were awarded at the main fairs in the segment, such as CES. Among the highlights of the 2023 edition, our C845 QLED Mini LED TV is manufactured using state-of-the-art technology, which reduces impacts on the entire production chain of its components. In air conditioners, we showed solutions with R-32, a fluid that drastically reduces the environmental impacts associated with global warming, in addition to a line of inverter-type refrigerators, with more energy efficiency, and washing machines with very low water consumption. In addition, all TCL TVs have features, such as eco-mode, that encourage consumers to use products in a more sustainable way, reducing energy consumption. On smartphones, the smart charging feature improves energy efficiency and slows down battery aging by intelligently adjusting the charging pattern according to user habits.

In waste management, we invest in the search for innovative alternatives to traditional packaging materials, using recyclable paper, certified by the Forest Stewardship Council (FSC), in addition to recyclable plastic components in ABS. At our two plants in Brazil, we adhere to the NBR ISO 14001 standard, in which we undertake to comply with a series of legislation and environmental controls to minimize environmental impacts through monitoring and analysis of domestic effluents, atmospheric emissions, external noise and potability of the water for human consumption.

There are also initiatives aimed at reducing the size of packaging and paper consumption in printed manuals. Other initiatives linked to the logistics area also contribute to reducing the carbon footprint, such as reducing the weight and volume of products, optimizing their quantity

(FSC), além de componentes plásticos recicláveis em ABS. Em nossas duas fábricas no Brasil, aderimos à norma NBR ISO 14001, na qual nos comprometemos a cumprir uma série de legislações e controles ambientais para minimizar os impactos ambientais por meio de monitoramento e análise de efluentes domésticos, emissões atmosféricas, ruído externo e potabilidade da água para consumo humano.

Há iniciativas, também, no intuito de reduzir o tamanho das embalagens e o consumo de papel em manuais impressos. Outras iniciativas ligadas à área logística também contribuem para a redução da pegada de carbono, como a diminuição do peso e volume dos produtos, otimizando a quantidade deles nos contêineres e, conseqüentemente, reduzindo as emissões de gases de efeito estufa, geradas no transporte de mercadorias.

**PV – Quais são os mecanismos de governança corporativa implementados para garantir a transparência, a prestação de contas e a proteção dos interesses de seus acionistas?**

**MD** – A governança corporativa é essencial na mitigação de riscos e implementação das boas práticas de compliance. A qualidade da governança é determinante para a tomada de decisões responsáveis, garantia de transparência e prevenção de conflitos de interesses. A partir disso, para assegurar o alcance dos objetivos de negócio e estar alinhada com as melhores práticas de governança corporativa, a TCL SEMP estabeleceu diversos comitês internos, em que são avaliados e gerenciados todos os aspectos relacionados ao negócio. O grupo mantém alto nível de transparência corporativa, assim como interações frequentes com acionistas e mídia por meio de diferentes canais, para garantir que os acionistas possam obter informações abrangentes em tempo hábil e de forma transparente.

**PV – Quais os indicadores e métricas utilizados pela empresa para monitorar e relatar seu desempenho em relação aos critérios ESG?**

**MD** – A TCL SEMP segue rigorosamente as leis e os regulamentos nacionais. A fim de minimizar os impactos no meio ambiente, estabelecemos um robusto sistema interno de gestão ambiental, com base na ISO 14001, onde foram definidos os indicadores para o gerenciamento de resíduos e redução no consumo de água e energia, objetivos estes correlacionados aos ODS 7 e 13 da ONU. Em 2022, por exemplo, implementamos uma melhoria em nosso processo, reutilizando dois dos nossos principais resíduos – o que nos ajudou a aumentar nosso desempenho no indicador de gerenciamento de resíduos. Mensalmente, ele atinge a média de 99% de resíduos reciclados ou reutilizados.

Alinhados à diversidade, equidade e inclusão (ODS 5), estipulamos horas de treinamento por pessoa (Man Hour Training) como indicador a ser cumprido anualmente, com o principal objetivo de estimular o desenvolvimento interno. Com isso, nos comprometemos a gerar conhecimento a todos de forma igualitária, podendo ser treinamentos profissionalizantes ou de conscientização.

**PV – Quais os desafios que a empresa enfrenta na incorporação dos princípios ESG em suas operações e como lida com eles?**

**MD** – Nosso principal desafio tem sido encontrar um engajamento sólido para que possamos endereçar os princípios ESG de forma ampla, com a atenção e adesão adequadas. Para superar esse obstáculo, investimos em comunicação constante, reforçando a importância dos esforços de sustentabilidade. Ainda em 2023, praticaremos vigorosamente a missão “Construir um futuro sustentável e conectado com tecnologia avançada”, aderindo às iniciativas #TCLGreen. Com isso, vamos seguir focados em destacar os pontos positivos das nossas ações e a prioridade da empresa em alcançar, junto com seus colaboradores e toda a cadeia de valor, um futuro mais verde.

in containers and, consequently, reducing greenhouse gas emissions generated in the transport of goods.

**PV – How does TCL SEMP encourage its suppliers and partners to ensure they are aligned with ESG principles?**

**MD** – We assume responsible governance as an important corporate belief. We build a sustainable supply chain and cooperate with our business partners to establish a shared future for green development. TCL SEMP has clear compliance policies in relation to its entire supply chain. It thus guarantees the alignment of its entire supply chain with its principles and values, these internal policy requirements being mandatory in the selection of commercial partners.

**PV – What are the corporate governance mechanisms implemented to guarantee transparency, accountability, and protection of the interests of its shareholders?**

**MD** – Corporate governance is essential in mitigating risks and implementing good compliance practices. The quality of governance is crucial for making responsible decisions, ensuring transparency, and preventing conflicts of interest. From this, to ensure the achievement of business objectives and to be aligned with the best corporate governance practices, TCL SEMP established several internal committees, in which all aspects related to the business are evaluated and managed. The group maintains a high level of corporate transparency, as well as frequent interactions with shareholders and the media through different channels, to ensure that shareholders can obtain comprehensive information in a timely and transparent manner.

**PV – What indicators and metrics does the company use to monitor and report its performance in relation to ESG criteria?**

**MD** – TCL SEMP strictly follows national laws and regulations. To minimize impacts on the environment, we have established a robust internal environmental management system, based on ISO 14001, where indicators for waste management and reduction in water and energy consumption were defined, objectives that are correlated to SDG 7 and 13 from the UN. In 2022, for example, we implemented an improvement in our process, reusing two of our main waste – which helped us to increase our performance in the waste management indicator. Monthly, it reaches an average of 99% recycled or reused waste. Aligned with diversity, equity, and inclusion (ODS 5), we stipulate hours of training per person (Man Hour Training) as an indicator to be met annually, with the main objective of stimulating internal development. With this, we are committed to generating knowledge for everyone equally, which may be professional training or awareness training.

**PV – What challenges does the company face in incorporating ESG principles into its operations and how does it deal with them?**

**MD** – Our main challenge has been to find solid engagement so that we can broadly address the ESG principles, with adequate attention and adherence. To overcome this obstacle, we invest in constant communication, reinforcing the importance of sustainability efforts. Also in 2023, we will vigorously practice the mission “Building a sustainable and connected future with advanced technology”, adhering to the #TCLGreen initiatives. With this, we will remain focused on highlighting the positive points of our actions and the company's priority in achieving, together with its employees and the entire value chain, a greener future.

 cadence

sim.pli.fi.que

# Modernizar sem complicar

Modernize o mix,  
simplifique as vendas.



Saiba  
mais:



**Sanducheira**  
(click)

**80% + espaço.\***  
Com botão  
Liga/Desliga

SAN400



**Liquidificador**  
**H⚡T 2,5L**

Com Copo  
Medidor **120 ml**  
**1/2 xícara**

LIQ200

\* Em comparação com o modelo anterior.

EXPLORE SUA  
COZINHA COM AS  
**MÚLTIPLAS CORES**  
DA **LINHA INFINITY**

LINHA  
INFINITY



INFINITAS  
**POSSIBILIDADES**  
DE MOMENTOS,  
DE INSPIRAÇÃO  
E DE **VOCÊ.**



FORNO ELÉTRICO  
INFINITY DE  
EMBURIR 50L  
COM AIR FRYER



#### COM AIR FRYER

- AIR CONVECTION TURBO:** ASSE DOIS PRATOS SIMULTANEAMENTE SEM MISTURAR OS SABORES.
- REVESTIMENTO INTERNO EM **EASYCLEAN**.
- 4 OPÇÕES DE CORES:** SPECIAL WHITE, BLACK, CINZA EIGER E INOX.

FORNO ELÉTRICO  
82L COM AIR  
FRYER



#### COM AIR FRYER

- GRATINADOR:** PARA GARANTIR UM COZIMENTO POR COMPLETO.
- CAPACIDADE AMPLIADA | 82 LITROS:** MAIS ESPAÇO E TECNOLOGIA PARA CRIAR SUAS RECEITAS.
- AUTOPROGRAMAÇÃO:** SUAS RECEITAS PRONTAS NO HORÁRIO DESEJADO.

MICRO-ONDAS  
INFINITY DE  
EMBURIR 25L  
COM DOURADOR



- COZIMENTO COMBINADO.**
- 6 FUNÇÕES,** COMPLETO EM BELEZA E FUNCIONALIDADE.
- 4 OPÇÕES DE CORES** PARA VOCÊ ESCOLHER: SPECIAL WHITE, BLACK, CINZA EIGER E INOX.

COOKTOP 5Q  
TC INFINITY GÁS



- TRIPLA CHAMA** COM 3.700W.
- TREMPÉS EM **FERRO FUNDIDO**.
- QUEIMADORES ITALIANOS DE **ALTA EFICIÊNCIA E DURABILIDADE**.

COIFA DE PAREDE  
INFINITY 90CM  
DIGITAL TOUCH



- 3 VELOCIDADES** DE SUÇÃO.
- DUPLA AÇÃO** DE FILTRAGEM.
- POSSIBILIDADE DE INSTALAÇÃO **DEPURADOR OU EXAUSTOR**.

**Fischer**

QUEM TEM,  
FAZ BEM.



# VER PARA CRER: CONHEÇA AS TECNOLOGIAS QUE SÓ A LG TEM

*Com campanha global, LG promove experimentação de produtos que gera fidelização à marca.*

Com o objetivo de destacar as tecnologias exclusivas da marca e gerar experimentação dos produtos, a **LG Electronics** lançou recentemente no Brasil a **Campanha Ver para Crer**, que já é sucesso na América Latina. A ideia é mostrar que, uma vez que o cliente vê e usa os produtos que só a LG tem, ele se apaixona e vira um consumidor fiel. A comunicação é orientada para a experiência do cliente, o que tem ganhado os consumidores na prática.

“A Campanha Ver para Crer é um convite para que os consumidores experimentem os produtos LG e comprovem a mais alta tecnologia, inovação e conectividade, com as características que só a LG tem”, explica **Sonah Lee**, head de Marketing Corporativo da LG do Brasil.

Com forte DNA ligado à inovação, a LG também disponibiliza o aplicativo ThinQ, uma plataforma exclusiva de inteligência artificial, que traz conectividade de forma fácil e tangível para todos. O uso da tecnologia facilita o dia a dia dos clientes e proporciona mais bem-estar e tempo para curtir com quem mais importa.





A LG disponibiliza uma seleção de produtos com as mais avançadas tecnologias, como:

PRODUTOS	PRINCIPAIS TECNOLOGIAS	BENEFÍCIOS
TV OLED	Pixels que se autoiluminam	Seu mundo mais brilhante.
	Design Ultraslim	Cores Perfeitas.
	OLED 10 anos	Leve o design a outro nível.
Geladeira Instaview	Instaview™	Número 1 em TV OLED pelos últimos 10 anos.
	Craft Ice	Toque duas vezes e veja o interior da geladeira sem a necessidade de abrir a porta, economizando energia.
	UV Nano™	Gelo em esferas que derretem lentamente. Toda a sofisticação de um bar no conforto da sua casa.
Geladeira Top Freezer	Door Cooling™	Garantia de água pura de verdade à disposição.
WashTower	Formato inovador	Resfriamento rápido e uniforme, inclusive na porta.
	Inteligência artificial AIDD	Lavadora e secadora em formato de torre para ganho de espaço e tempo.
Styler	Sistema de tratamento de roupas com vapor	Define o melhor padrão de lavagem e protege suas roupas.
		Higieniza suas roupas, eliminando 99,9% dos alérgenos e bactérias.
		Elimina cheiros e deixa suas roupas como novas.
		Seque delicadamente itens que requerem cuidados especiais, sem criar rugas ou danos, economizando tempo e dinheiro.

Entre os destaques do portfólio, estão as TVs OLED, como a nova **LG OLED evo G3**, com a tecnologia Brightness Booster Max, que garante 70% mais brilho, design mais fino de toda a linha e montagem nivelada na parede; a **geladeira Smart LG Side by Side InstaView Craft Ice UVnano**, com painel que se ilumina

com duas batidas e máquina embutida para fazer gelo esférico; a **LG WashTower**, lavadora e secadora de roupas vertical com formato inovador e acabamento em aço escovado; e o **LG Styler**, um closet inteligente, que atua como um sistema de cuidados para roupas. Mais informações no site [www.lg.com.br](http://www.lg.com.br).



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



lgdobrasil



lg-business-solutions-brasil

# LOJAS COLOMBO: GOOD SERVICE IS THE FOUNDER'S LEGACY

EXPANDING IN THE FOUR STATES WHERE IT OPERATES, THE CHAIN REINVESTS ALL RESULTS IN THE OPERATION AND ENSURES SUSTAINABLE GROWTH.



**Equipe do Centro de Distribuição em Nova Santa Rita (RS)**  
*Team at the Distribution Center in Nova Santa Rita (RS)*

por / by Leda Cavalcanti

# LOJAS COLOMBO: BOM ATENDIMENTO É LEGADO DO FUNDADOR

*EM EXPANSÃO NOS QUATRO ESTADOS ONDE ATUA, REDE REINVESTE TODOS OS  
RESULTADOS NA OPERAÇÃO E GARANTE CRESCIMENTO SUSTENTÁVEL.*





**Trabalhamos para entregar um preço justo, que faça sentido para todos os envolvidos. Essa é a única forma de manter a saúde financeira do negócio e gerar resultado de ganha/ganha.”**

*“We work to deliver a fair price that makes sense for everyone involved. This is the only way to maintain the financial health of the business and generate win/win results.”*



**EDUARDO COLOMBO,**  
PRESIDENTE DA LOJAS COLOMBO  
PRESIDENTE AT LOJAS COLOMBO



Um pequeno estabelecimento na cidade de Farroupilha (RS), onde Adelino Raymundo Colombo comercializava e consertava eletrodomésticos, foi o embrião da rede. Era o ano de 1959, e a chegada da televisão ao Brasil foi um marco que desenvolveu o varejo local e abriu espaço para novos negócios. Adelino optou por levar os primeiros aparelhos até a casa do possível comprador, um trabalho porta a porta, que lhe possibilitou, inclusive, ampliar o portfólio de sua loja, ao qual agregou refrigeradores, rádios e máquinas de costura.

Foi um precursor do atendimento personalizado, percebeu que era um diferencial para o negócio e fez dele um compromisso que foi assumido por milhares de colaboradores que participaram da trajetória de Lojas Colombo, a **maior rede varejista do Sul do Brasil, com 304 lojas nos estados do Rio Grande do Sul, Paraná, Santa Catarina e Mato Grosso do Sul. Sua previsão de faturamento, em 2023, é de R\$ 2,6 bilhões, ante os R\$ 2,3 bilhões registrados em 2022.**

A small establishment in the city of Farroupilha (RS), where Adelino Raymundo Colombo sold and repaired home appliances, was the beginning of the chain. It was 1959, and the arrival of television in Brazil was a milestone that developed local retail and opened space for new businesses. Adelino opted to take the first devices to the potential buyer's house, a door-to-door job, which even enabled him to expand his store's portfolio, to which he added refrigerators, radios and sewing machines.

He was a forerunner of personalized service, he realized that it was a differential for the business and made it a commitment that was assumed by thousands of employees who participated in the trajectory of Lojas Colombo, **the largest retail chain in the south of Brazil, with 304 stores in the states of Rio Grande do Sul, Paraná, Santa Catarina, and Mato Grosso do Sul. Its billing forecast, in 2023, is BRL 2.6 billion, compared to the BRL 2.3 billion registered in 2022.**





Com crescimento médio anual acima de 10%, Lojas Colombo S.A. tem mais de 4.200 colaboradores e integra o grupo do qual também fazem parte a Crediare S.A. – Crédito, Financiamento e Investimento, a Farroupilha Administradora de Consórcios Ltda. e a Colombo Motors. “Somos uma marca consolidada, construída sobre pilares que nos conferem a confiança do consumidor. Temos atendimento diferenciado, retroalimentado pela busca permanente de melhores experiências para os nossos clientes e colaboradores”, diz o **presidente Carlos Eduardo Colombo**, nesta entrevista para **Eletrolar News**.

#### COMO O SENHOR AVALIA OS 64 ANOS DE ATUAÇÃO DE LOJAS COLOMBO?

**CARLOS EDUARDO COLOMBO** – Somos a maior rede de eletrodomésticos do Sul do Brasil, conquista que nos orgulha e motiva a construir as próximas décadas. Entretanto, temos humildade para compreender que não somos melhores, nosso mercado conta com players muito competentes, e isso fortalece o varejo brasileiro. Participar desse ambiente de concorrência nos impulsiona a evoluir sempre, mediante o compromisso de manter nossa cultura e trabalhar para o desenvolvimento social e econômico de nossas comunidades.

*With an average annual growth of over 10%, Lojas Colombo S.A. has more than 4,200 employees and is part of a group that also includes Crediare S.A. – Crédito, Financiamento e Investimento, Farroupilha Administração de Consórcios Ltda., and Colombo Motors. “We are a consolidated brand, built on pillars that give us consumer confidence. We have a differentiated service, backed by the permanent search for better experiences for our customers and employees”, says **president Carlos Eduardo Colombo**, in this interview for **Eletrolar News**.*

#### HOW DO YOU EVALUATE THE 64 YEARS OF OPERATION OF LOJAS COLOMBO?

**CARLOS EDUARDO COLOMBO** – We are the largest electronics-furniture retail chain in Southern Brazil, an achievement that makes us proud and motivates us to build in the coming decades. However, we are humbled to understand that we are not better, our market has very competent players, and this strengthens Brazilian retail. Participating in this competitive environment drives us to always evolve, through the commitment to maintain our culture and work for the social and economic development of our communities.

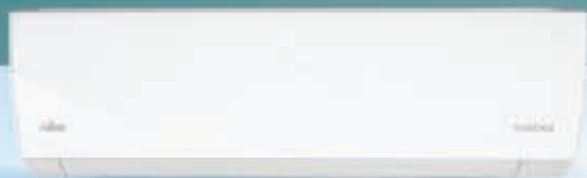
# FUJITSU

# AIRSTAGE

É OFICIAL

## Chegou a era Airstage!

A evolução chegou. A linha Airstage oferece maior eficiência e sustentabilidade para que sua casa ou empresa tenha muito mais conforto e economia sem agredir o meio ambiente.



### Airstage é Fujitsu



Sustentável



Econômico



Leve e Elegante



[fujitsu-general.com/br](https://fujitsu-general.com/br)



[/company/fujitsugeneraldobrasil](https://company/fujitsugeneraldobrasil)



[/fujitsugeneraldobrasil](https://fujitsugeneraldobrasil)



Fujitsu General do Brasil

## MATÉRIA DE CAPA - COVER STORY

### QUAL DÉCADA FOI FUNDAMENTAL PARA A REDE?

**CEC** – Os anos 1970 marcaram um dos momentos importantes para a empresa, com investimentos em crédito ao consumidor, o que ampliou a acessibilidade aos produtos desejados pelos clientes e expandiu a operação pelo interior do Rio Grande do Sul. Na década seguinte, a empresa conquistou definitivamente o coração dos gaúchos, com a chegada a Porto Alegre. Embalada pela grande aceitação, ampliou mercados, avançando pelos limites dos estados de Santa Catarina e Paraná.

### QUANDO COMEÇOU O PROCESSO DE NACIONALIZAÇÃO DA MARCA?

**CEC** – **Em 1999, com o lançamento do e-commerce. Pioneiro na região, o [www.colombo.com.br](http://www.colombo.com.br) tornou-se um aliado na conveniência, facilidade e satisfação do cliente.** Para o negócio, um importante instrumento para fortalecimento da presença e reconhecimento da marca junto a outros públicos, ainda não atendidos pela estrutura física disponível. Durante todo o período, Lojas Colombo foi se adaptando às exigências do mercado e trabalhando para oferecer novas soluções aos seus consumidores.

“Em logística, contamos hoje com 180 caminhões próprios e centenas de parceiros, que realizam mais de 161 mil entregas/mês. Também estamos iniciando a operação no maior parque logístico do Rio Grande do Sul, em Nova Santa Rita, numa área superior a 30 mil m<sup>2</sup>.”

*“In logistics, we currently have 180 own trucks and hundreds of partners, who carry out more than 161,000 deliveries/month. We are also starting operations in the largest logistics center in Rio Grande do Sul, in Nova Santa Rita, in an area of over 30,000 sqm.”*



### WHICH DECADE WAS PIVOTAL FOR THE NETWORK?

**CEC** – The 1970s marked one of the most important moments for the company, with investments in consumer credit, which increased accessibility to the products desired by customers and expanded operations throughout the interior of Rio Grande do Sul. In the next decade the chain conquers the heart of the “gauchos”, with the arrival in Porto Alegre. Packed by the great acceptance, it expanded markets, advancing along the borders of the states of Santa Catarina and Paraná.

### WHEN DID THE BRAND NATIONALIZATION PROCESS BEGIN?

**CEC** – In 1999, with the launch of e-commerce. A pioneer in the region, [www.colombo.com.br](http://www.colombo.com.br) has become an ally in terms of convenience, ease, and customer satisfaction. For the business, an important instrument for strengthening the brand’s presence and



Centro de Distribuição de Lojas Colombo em Nova Santa Rita (RS)  
Lojas Colombo's distribution center in Nova Santa Rita (RS)

#### COMO É A ESTRUTURA DE LOJAS COLOMBO?

**CEC** – Nossa empresa segue o legado do fundador, mantendo sua característica familiar. Os investidores são membros da família, pertencem à segunda geração. A gestão do negócio, entretanto, segue os preceitos de governança corporativa, com conselho de administração formado por profissionais de mercado, especializados em varejo. Nossa diretoria executiva tem profissionais de carreira forjada no dia a dia e nas particularidades do segmento. **Como presidente, detenho a responsabilidade de perpetuar os valores herdados e preservar a solidez da empresa, cumprindo a missão deixada por meu avô.**

#### COMO O SENHOR DEFINE A IDENTIDADE DA REDE?

**CEC** – **A identidade de Lojas Colombo está intimamente ligada aos exemplos de simplicidade, humildade e preocupação com a experiência de nosso**

*recognition among other audiences, not yet served by the available physical structure. Throughout the period, Lojas Colombo was adapting to market demands and working to offer new solutions to its consumers.*

#### HOW IS THE STRUCTURE OF LOJAS COLOMBO?

**CEC** – Our company follows the legacy of the founder, maintaining its family characteristics. Investors are family members; they belong to the second generation. Business management, however, follows the precepts of corporate governance, with a board of directors made up of market professionals, specialized in retail. Our executive board has career professionals forged in the day-to-day and in the particularities of the segment. **As president, I am responsible for perpetuating the inherited values and preserving the solidity of the company, fulfilling the mission left by my grandfather.**



Filial de Lojas Colombo em Farroupilha (RS)  
Lojas Colombo's branch in Farroupilha (RS)

**cliente. Por isso, criei o método que chamamos de HSB, uma referência a esses valores e ao nosso jeito de fazer o que é básico, porém entregando excelência.** O bom trabalho deriva de fórmulas simples, e é isso que perseguimos com a mesma constância e convicção dos primeiros anos. Aos 64 anos, podemos afirmar que somos muito mais do que uma empresa familiar, somos todos uma grande família, cada dia mais unida pelo mesmo propósito.

#### A REDE ATUA EM LOJAS DE RUA E EM SHOPPINGS?

**CEC** – Atualmente, temos 304 lojas nos estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná e Mato Grosso do Sul. Contamos com dois centros de distribuição, em Curitiba (PR) e Nova Santa Rita (RS), além de cinco depósitos. Nossa sede continua em Farroupilha (RS). Temos lojas em shoppings, porém, em sua maioria, nossas unidades estão localizadas em ruas de grandes centros e de concentração do varejo no interior.

#### EM TERMOS DE LOJAS, QUAL É A VOCAÇÃO DA REDE?

**CEC** – **Somos uma empresa que investe e acredita nas pessoas. Por isso, o formato de lojas de vizinhança se revelou nossa vocação.** Estamos sempre buscando formas de estar mais próximos de nosso público, e isso nos impulsiona a expandir a presença físi-

#### HOW DO YOU DEFINE THE IDENTITY OF THE NETWORK?

**CEC** – **Lojas Colombo's identity is closely linked to examples of simplicity, humility, and concern for our customer's experience. Therefore, I created the method we call HSB, a reference to these values and our way of doing what is basic but delivering excellence.** Good work derives from simple formulas, and that is what we pursue with the same constancy and conviction as in the early years. At 64 years old, we can say that we are much more than a family business, we are all one big family, each day more united by the same purpose.

#### DOES THE CHAIN OPERATE IN STREET STORES AND SHOPPING MALLS?

**CEC** – Currently, we have 304 stores in the states of Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná, and Mato Grosso do Sul. We have two distribution centers, in Curitiba (PR) and Nova Santa Rita (RS), in addition to five warehouses. Our headquarters are still in Farroupilha (RS). We have stores in shopping malls, however, most of our units are in streets in large centers and with retail concentration in the countryside.

# LINHA OCEAN



**Produzida com plásticos retirados dos oceanos.**



**1.**  
O coletivo #tide realiza a coleta dos resíduos plásticos dos oceanos.



**2.**  
Os resíduos são lavados e separados antes de serem triturados em flocos.



**3.**  
Em seguida são encaminhados para a Swiss University onde o resíduo é tratado e transformado em matéria-prima.



**4.**  
O resultado é um material forte, limpo, confiável e 100% reciclado.



Compre online [www.leonorab2b.com.br](http://www.leonorab2b.com.br)  
ou com nossos Representantes Comerciais.

## MATÉRIA DE CAPA - COVER STORY

ca, visando a comunidades mais afastadas dos grandes conglomerados urbanos. É, também, o nosso jeito de beneficiar cidades onde as opções são limitadas. Levamos opções através de nosso mix amplo, condições e formas de pagamento acessíveis, preço justo e o melhor atendimento.

### TODAS TÊM O MESMO PADRÃO?

**CEC** – Nossas lojas têm tamanho médio de 600 m<sup>2</sup> de exposição e seguem um padrão que respeita as particularidades do mercado local e as necessidades dos clientes. O layout é desenvolvido de forma a valorizar os produtos, com a maior racionalização de espaços, sem perder a ambientação e a reprodução de ambientes inspiradores. Temos lojas em cidades de todos os portes, desde capitais e regiões metropolitanas até o interior dos estados.

### QUAIS PRODUTOS OFERECEM?

**CEC** – Somos, essencialmente, uma rede de eletrodomésticos, eletrônicos e móveis, porém, com a adoção do marketplace, ampliamos significativamente o portfólio e passamos a oferecer brinquedos, perfumaria, produtos automotivos, cama, mesa e banho, entre outros. São mais de 100 mil itens que podem ser encontrados nas lojas ou num simples clique. Em representatividade, os eletrodomésticos estão em primeiro lugar, seguidos por móveis e eletrônicos.

### QUAL É O PESO DAS VENDAS NO CANAL ONLINE?

**CEC** – Colocamos no ar o Colombo.com.br em 1999, época em que o comércio eletrônico ainda engatinhava. O pioneirismo nos fez desbravar o novo canal, suplantar barreiras e aprender com as experiências diárias. Graças a isso, nossa maturidade digital chegou cedo, e **o canal tornou-se relevante para a empresa, atingindo uma representatividade que supera os 20% do faturamento.** Aliado importante durante a pandemia, o e-commerce representou e representa oportunidades, inclusive com a operação de marketplace. Os produtos mais vendidos são eletrodomésticos e móveis, a exemplo das vendas gerais da rede.

### A REDE ESPERA QUAL FATURAMENTO PARA 2023?

**CEC** – Neste ano, deveremos atingir R\$ 2,6 bilhões. Em 2022, o faturamento foi de R\$ 2,3 bilhões.

### É IMPORTANTE PARA A REDE TER FINANCIAMENTO PRÓPRIO?

**CEC** – Temos nossa própria financeira, a Crediare, que torna acessível o crédito aos nossos clientes. Nosso crediário é flexível, compondo parcelas e valores de



### IN TERMS OF STORES, WHAT IS THE CHAIN'S VOCATION?

**CEC** – We are a company that invests and believes in people. That's why the format of neighborhood stores proved to be our vocation. We are always looking for ways to be closer to our audience, and this drives us to expand our physical presence, targeting communities further away from large urban conglomerates. It is also our way of benefiting cities where options are limited. We take options through our wide mix, affordable conditions and payment methods, fair price, and the best service.

### DO THEY ALL HAVE THE SAME PATTERN?

**CEC** – Our stores have an average size of 600 sqm of exposure and follow a standard that respects the particu-



Centro administrativo de Lojas Colombo, em Farroupilha (RS)  
Lojas Colombo's headquarter, in Farroupilha (RS)

acordo com a necessidade individual e as preferências do consumidor. Entendemos que garantir esse acesso é decisivo para fortalecer as relações.

#### **QUAL É O DIFERENCIAL DA COLOMBO?**

**CEC** – Somos uma marca consolidada, construída sobre pilares que nos conferem a confiança do consumidor. Temos um atendimento diferenciado, retroalimentado pela permanente busca de melhores experiências para os nossos clientes e colaboradores. Somos atuantes junto às comunidades que nos acolhem, participamos ativamente do desenvolvimento socioeconômico e, acima de tudo, acreditamos na transparência como fomentadora de relacionamentos duradouros.

*larities of the local market and the needs of customers. The layout is developed in such a way as to value the products, with the greatest rationalization of spaces, without losing the atmosphere and the reproduction of inspiring environments. We have stores in cities of all sizes, from city capitals and metropolitan areas to the interior of the states.*

#### **WHAT PRODUCTS DO THEY OFFER?**

**CEC** – We are, essentially, a chain of home appliances, electronics, and furniture, however, with the adoption of the marketplace, we have significantly expanded the portfolio and now offer toys, perfumery, automotive products, bed, table and bath, among others. There are more than 100,000 items that can be found in stores

### A CHAMADA GUERRA DE PREÇOS É IMPORTANTE PARA AS VENDAS?

**CEC** – Nosso foco é atender na íntegra e com fluidez às expectativas e aspirações de nossos clientes. Isso de um jeito simples e ágil, pois entendemos que é isso que o consumidor espera. Fazer o básico com excelência promove aproximação e gera credibilidade. Tudo isso neutraliza os efeitos de uma possível guerra de preços, especialmente porque **trabalhamos para entregar um preço justo, que faça sentido para todos os envolvidos. Essa é a única forma de manter a saúde financeira do negócio e gerar resultado de ganha/ganha.**

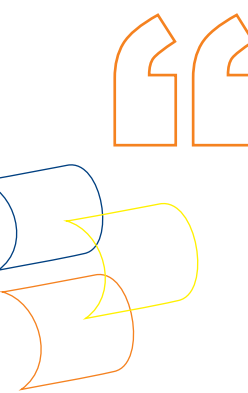
### A MULTICANALIDADE É ESSENCIAL?

**CEC** – Os novos comportamentos e as crescentes exigências dos consumidores, mais informados e ex-

or in a simple click. In representation, home appliances are in first place, followed by furniture and electronics.

### WHAT IS THE IMPORTANCE OF SALES IN THE ONLINE CHANNEL?

**CEC** – We launched Colombo.com.br in 1999, a time when electronic commerce was still in its infancy. The pioneer spirit made us explore the new channel, overcome barriers, and learn from daily experiences. Thanks to this, our digital maturity arrived early, **and the channel became relevant for the company, reaching a representativeness that exceeds 20% of revenue.** An important ally during the pandemic, e-commerce represented and still represents opportunities, including the marketplace operation. The best-selling products are home appliances and furniture, following the example of the chain's general sales.



**Somos a maior rede de eletrodomésticos do Sul do Brasil, conquista que nos orgulha e motiva a construir as próximas décadas. Entretanto, temos humildade para compreender que não somos melhores, nosso mercado conta com players muito competentes, e isso fortalece o varejo brasileiro.”**

*“We are the largest electronics-furniture retail chain in the South of Basil, an achievement that makes us proud and motivates us to build in the coming decades. However, we have the humility to understand that we are not better, our market has very competent players and this strengthens Brazilian retail.”*

postos à escassez de tempo, fazem com que o varejo avance no sentido de oferecer conveniência e facilidades. A multicanalidade corrobora esse novo cenário, tornando-se indispensável. Oferecer produtos e serviços sem se limitar a espaços físicos e horários confere um grau de competitividade ao varejista e atende às expectativas dos clientes. Na Lojas Colombo, o processo de transformação foi bastante natural, seguindo o ritmo dessas expectativas e os investimentos em modernização, necessários para o desenvolvimento do negócio. Avançamos no processo de omnicanalidade, conectando os diversos canais para proporcionar a conversão da experiência.

**Com isso, nosso cliente se beneficia com a compra online e a retirada dos produtos no ponto de venda mais próximo, em até duas horas. Esse é um exemplo de como a facilidade ganha espaço diante da multicanalidade.**

### WHAT REVENUE DOES THE CHAIN EXPECT FOR 2023?

**CEC** – This year, we should reach BRL 2.6 billion. In 2022, revenue was BRL 2.3 billion.

### IS IT IMPORTANT FOR THE NETWORK TO HAVE ITS OWN FUNDING?

**CEC** – We have our own finance company, Crediare, which makes credit accessible to our customers. Our credit card is flexible, composing installments and amounts according to individual needs and consumer preferences. We understand that ensuring this access is crucial to strengthening relationships.

### WHAT IS THE DIFFERENTIAL OF COLOMBO?

**CEC** – We are a consolidated brand, built on pillars that give us consumer confidence. We have a differentiated service, backed by the permanent search for better experiences for our customers and employees. We

Lançamento

harman **kardon**  
by HARMAN

# AURA STUDIO 4

Sonoridade deslumbrante.



A caixa de som **Aura Studio 4** combina componentes fundamentais para uma experiência fascinante: design sofisticado, **potência** incomparável e **efeitos** luminosos envolventes. O poderoso **subwoofer de 5,25** integrado reproduz o som via **Bluetooth em 360 graus**, preenchendo todo o ambiente. Para tornar a sonoridade ainda mais atraente, o ritmo é sincronizado com um **espetáculo luminoso**. Um elemento de destaque para todos os espaços.

Saiba mais sobre o lançamento no site oficial da Harman Kardon.



Assinatura Sonora  
Harman Kardon



Design Icônico  
Harman Kardon



Efeito de iluminação  
paramétrico em forma  
de diamante



Sincronia de  
luz com a  
batida da música

  [harmankardonbrasil](https://www.harmankardonbrasil.com.br)  
[harmankardon.com.br](https://www.harmankardon.com.br)

“O último trimestre sempre apresenta resultados decisivos para o varejo, especialmente do nosso segmento, e isso deve se repetir em 2023. Estamos nos preparando com abastecimento, estruturas e processos, visando crescimento superior a 10% em relação ao ano passado.”

*“The last quarter always presents decisive results for retail, especially in our segment, and this should be repeated in 2023. We are preparing ourselves with supply, structures, and processes, aiming for growth of more than 10% compared to last year.”*

#### HÁ PROJETOS PARA ABRIR LOJAS EM OUTROS ESTADOS?

**CEC – Estamos num momento de plena expansão nos estados onde já temos lojas.** Em março deste ano, chegamos ao estado do Mato Grosso do Sul, onde inauguramos duas lojas: Eldorado e Mundo Novo. Trata-se de um mercado novo, e temos grandes expectativas. Além disso, temos ainda bastante espaço para avançar no Sul. Em agosto último, abrimos lojas em São João do Ivaí e Andirá (PR) e em Serafina Corrêa (RS).

#### COMO A COLOMBO ATUA EM LOGÍSTICA?

**CEC – Fizemos grandes investimentos no processo logístico nos últimos anos, modernizando frota, ampliando CDs e aplicando ferramentas de gestão. Contamos, hoje, com 180 caminhões próprios e centenas de parceiros, que realizam mais de 161 mil entregas/mês. Para aprimorar e agilizar as entregas, estamos iniciando a operação no maior parque logístico do Rio Grande do Sul, em Nova Santa Rita, numa área superior a 30 mil m<sup>2</sup>.** Além da concepção moderna, o parque oferece fluidez no acesso de caminhões, segurança e tecnologia voltada para o transporte.

#### HOJE, É DIFÍCIL FIDELIZAR O CONSUMIDOR?

**CEC –** Apostamos na qualidade do atendimento, no relacionamento, na personalização e no respeito às

are active in the communities that host us, we actively participate in socioeconomic development, and, above all, we believe in transparency as a driver of lasting relationships.

#### IS THE SO-CALLED PRICE WAR IMPORTANT FOR SALES?

**CEC –** Our focus is to meet the expectations and aspirations of our customers fully and smoothly. This in a simple and agile way, because we understand that this is what the consumer expects. Doing the basics with excellence promotes rapprochement and generates credibility. All of this neutralizes the effects of a possible price war, especially as we **work to deliver a fair price that makes sense for everyone involved. This is the only way to maintain the financial health of the business and generate win/win results.**

#### IS MULTICHANNEL ESSENTIAL?

**CEC –** The new behaviors and the growing demands of consumers, who are more informed and exposed to the shortage of time, make retail advance towards offering convenience and facilities. Multichannel corroborates this new scenario, making it indispensable. Offering products and services without being limited to physical spaces and hours gives the retailer a degree of competitiveness and meets customer expectations. At Lojas Colombo, the transformation process was quite natural, following the rhythm of these expectations and the investments in modernization, necessary for the development of the business. We made progress in the omnichannel process, connecting the different channels to provide the conversion of the experience. **As a result, our customers benefit from purchasing online and picking up products at the nearest point of sale, within two hours. This is an example of how ease gains space in the face of multichannel.**

#### ARE THERE PLANS TO OPEN STORES IN OTHER STATES?

**CEC –** We are in a moment of full expansion in the states where we already have stores. In March of this year, we arrived in the state of Mato Grosso do Sul, where we opened two stores: Eldorado and Mundo Novo. This is a new market, and we have high expectations. In addition, we still have plenty of room to advance in the South. Last August, we opened stores in São João do Ivaí and Andirá (PR) and in Serafina Corrêa (RS).



**Viva sua estação favorita o ano inteiro**  
 com o novo lançamento de EOS



Surpreenda-se com

**EOS**



Quente e frio



Potência de 9 a 36 mil BTUs



Serpentina em cobre



Reduz até 70% do consumo de energia elétrica



Possibilidade de controle por apps

necessidades e aspirações de cada cliente. Oferecemos a possibilidade de escolha de canais e formas de comprar, entendendo que essa complementaridade é decisiva na jornada do consumidor.

### QUAL SUA AVALIAÇÃO SOBRE O ATUAL MOMENTO DO VAREJO?

**CEC** – O varejo é muito sensível às instabilidades do mercado, e o momento é desafiador. A retração na confiança, endividamento e incertezas na economia freiam o consumo e, como consequência, represam os investimentos. O varejo brasileiro é bastante resiliente, e essa característica é fundamental para superar adversidades. Entendo que uma nova fase está se iniciando, trazendo boas oportunidades. **Como maior empregador brasileiro, o varejo é um motor da economia, e essa posição seguirá sendo ocupada por ele, mesmo vivenciando as consequências da alta tributação e da concorrência com o mercado internacional.**

### O ANO DE 2024 SERÁ DE INVESTIMENTOS? EM QUAIS ÁREAS?

**CEC** – Planejamos seguir investindo da forma como, historicamente, fizemos. Nossa empresa reinveste todos os resultados na operação, e isso nos garante crescimento sustentável. Estamos sempre mapeando as áreas que requerem atenção e, nos últimos anos, temos feito investimentos importantes que, embora pulverizados, canalizam valores mais expressivos para logística e TI, garantindo assim ações voltadas para melhor atendimento aos nossos clientes.

### HOW DOES COLOMBO OPERATE IN LOGISTICS?

**CEC** – We have made large investments in the logistics process in recent years, modernizing the fleet, expanding DCs and applying management tools. **Today, we have 180 own trucks and hundreds of partners, who carry out more than 161,000 deliveries per month. To improve and speed up deliveries, we are starting operations in the largest logistics park in Rio Grande do Sul, in Nova Santa Rita, in an area of over 30,000 sqm. In addition to the modern design, the center offers fluid access for trucks, security and technology focused on transportation.**

### IS IT DIFFICULT TO RETAIN THE CONSUMER TODAY?

**CEC** – We are committed to quality service, relationships, personalization and respect for the needs and aspirations of each client. We offer the possibility of choosing channels and ways of buying, understanding that this complementarity is decisive in the consumer's journey.



FRITADEIRAS OSTER®

# AUMENTE SUAS VENDAS COM UM MIX GIGANTE DE POSSIBILIDADES.



## UM MIX COMPLETO, COM TUDO QUE SEUS CLIENTES PROCURAM.

Das mais compactas às mais espaçosas, as fritadeiras da Oster® são as mais desejadas por consumidores de todos os tipos de perfil. Com alto desempenho, tecnologia de ponta e um bellissimo design, elas têm tudo para conquistar seus clientes e aumentar suas vendas.

**Faça já seu pedido!**

[OSTER.COM.BR](http://OSTER.COM.BR)

# Oster®

SINTA A DIFERENÇA!

“Como maior empregador brasileiro, o varejo é um motor da economia, e essa posição seguirá sendo ocupada por ele, mesmo vivenciando as consequências da alta tributação e da concorrência com o mercado internacional.”

*“As the largest Brazilian employer, the retailer is an engine of the economy, and this position will continue to be occupied by it, even experiencing the consequences of high taxation and competition with the international market.”*

#### QUAL É SUA EXPECTATIVA PARA ESTE FINAL DE ANO?

**CEC** – Somos otimistas quanto às vendas. O último trimestre sempre apresenta resultados decisivos para o varejo, especialmente do nosso segmento, e isso deve se repetir em 2023. **Estamos nos preparando com abastecimento, estruturas e processos, visando a um crescimento superior a 10% em relação ao ano passado.** Apostamos nos produtos voltados para tecnologia, sempre muito procurados na Black Friday, mas não nos esquecemos de que as pessoas associam o fim de ano com renovação, e a casa é o refúgio, por isso móveis e decoração terão espaço de destaque.

#### A COLOMBO TEM AÇÕES QUE VISAM À SUSTENTABILIDADE?

**CEC** – Nossas ações acontecem em todas as frentes. Entendemos o negócio e sua continuidade com toda a sua função social (geração de empregos e renda), o bem-estar dos colaboradores, as necessidades dos clientes, os benefícios para as comunidades e os impactos ambientais. Todos recebem atenção, com planos voltados para cada um dos temas, desdobrados em práticas que miram o futuro e a segurança das novas gerações. Como exemplo, podemos citar a governança corporativa, comitês de inclusão social, de meio ambiente, de saúde, ações de doação e incentivo ao trabalho voluntário, entre outros. ■■

#### HOW DO YOU EVALUATE THE CURRENT RETAIL SITUATION?

**CEC** – Retail is very sensitive to market instabilities, and the moment is challenging. The retraction in confidence, indebtedness and uncertainties in the economy put a brake on consumption and, therefore, hold back investments. Brazilian retail is very resilient, and this characteristic is essential to overcome adversity. I understand that a new phase is starting, bringing good opportunities. **As the largest Brazilian employer, the retailer is an engine of the economy, and this position will continue to be occupied by it, even experiencing the consequences of high taxation and competition with the international market.**

#### WILL 2024 BE A YEAR OF INVESTMENTS? IN WHICH AREAS?

**CEC** – We plan to continue investing in the way we have historically done. Our company reinvests all results in the operation, and this guarantees us sustainable growth. We are always mapping the areas that require attention and, in recent years, we have made important investments that, although fragmented, narrow to a more expressive values into logistics and IT, thus guaranteeing actions aimed at better serving our customers.

#### WHAT IS YOUR EXPECTATION FOR THIS END OF YEAR?

**CEC** – We are optimistic about sales. The last quarter always presents decisive results for retail, especially in our segment, and this should be repeated in 2023. **We are preparing ourselves with supply, structures, and processes, aiming at a growth of more than 10% compared to last year.** We bet on technology-oriented products, which are always in great demand on Black Friday, but we have not forgotten that people associate the end of the year with renovation, and the home is the refuge, so furniture and decor will have a prominent place.

#### DOES COLOMBO HAVE ACTIONS AIMED AT SUSTAINABILITY?

**CEC** – Our actions take place on all fronts. We understand the business and its continuity with all its social function (job and income generation), employee well-being, customer needs, benefits for communities and environmental impacts. Everyone receives attention, with plans focused on each of the themes, unfolded in practices that aim at the future and the safety of the new generations. As an example, we can mention corporate governance, social inclusion, environment and health committees, donation actions and incentives for volunteer work, among others. ■■

# A PIONEIRA EM ASSISTÊNCIA VIAGEM NO MUNDO, AGORA NO BRASIL!



Descubra o mundo com o seguro  
viagem da Europ Assistance.

*Do estresse ao alívio a qualquer  
hora, em qualquer lugar!*



**Europ Assistance**, cuidamos de você.

## SEGURO VIAGEM

Suas viagens com mais tranquilidade e comodidade. Estamos à disposição para prestar assistência durante suas viagens.



DESPESAS  
MÉDICAS



TRASLADO  
MÉDICO



AUXÍLIO ESTRAVIO  
DE BAGAGEM



HOSPEDAGEM  
CONVALESCENÇA



DESPESAS  
ODONTOLÓGICAS

Temos essas e muitas outras  
soluções, acesse nosso site e  
fique sabendo como podemos  
complementar sua viagem.



 **europ  
assistance**  
*you live we care*



Cobertura / Coverage: Dilnara Titara, Ylka de Amorim Teixeira, Leda Cavalcanti, Margareth Aparecida Vicente, Maurício dos Santos Chiotti, Raphel Piccardi Calles e Rebecca Almeida Vettore Carvalho.  
Fotos / Photos: Beto Assem, Freddy Uehara, Kazuo Kakhara, Thiago Henrique da Silva, Thiego Gomes e Vinicius Stasolla.

# 16ª ELETROLAR SHOW BATE RECORDE DE VISITANTES, EMPRESAS, MARCAS E PRODUTOS

Os números da feira foram superlativos. Recebeu mais de 32 mil visitantes e acima de 600 expositores, e abriu espaço para 1.500 marcas e 10 mil produtos.

16<sup>TH</sup> ELETROLAR SHOW BEATS RECORD OF VISITORS,  
COMPANIES, BRANDS AND PRODUCTS

*The numbers of the fair were superlative. It received over 32,000 visitors, over 600 exhibitors and opened space for 1,500 brands and 10,000 products.*



**A** Eletrolar Show reforça a sua importância no setor de eletros a cada ano. Em 2023, superou todas as metas. Mostrou a vitalidade e o potencial da indústria eletrônica na América Latina e consolidou o Brasil como um ator importante no cenário internacional. A próxima edição já está marcada. Será de **15 a 18 de julho de 2024**, no Transamerica Expo Center, em São Paulo.

Neste ano, a feira teve a participação de mais de **600 expositores, 1.500 marcas e um número superior a 10 mil produtos**. Ocupou espaço de 33 mil m<sup>2</sup> para apresentar as novidades, de 10 a 13 de julho último, incluindo as da Latin American Electronics e da Latin American Housewares, que expuseram produtos eletroeletrônicos e da categoria de utilidades domésticas.

**T**he Eletrolar Show reinforces its importance in the electronics sector every year. In 2023, it exceeded all goals. It showed the vitality and potential of the electronics industry in Latin America and consolidated Brazil as an important player on the international scene. The next edition is already scheduled. It will take place from **July 15<sup>th</sup> to 18<sup>th</sup>, 2024**, at the Transamerica Expo Center, in São Paulo.

This year, the fair had the participation of more than **600 exhibitors, 1,500 brands and over 10,000 products**. It occupied a space of **33,000 sqm** to present the novelties, from the 10<sup>th</sup> to 13<sup>th</sup> of last July, including those from Latin American Electronics and Latin American Housewares, which presented home appliances and consumer electronics products and from the household category.

Na abertura da feira, em entrevista coletiva, Carlos Clur, presidente do Grupo Eletrolar, destacou o impulso que as novas tecnologias trazem ao mercado e como as empresas se adaptam para atender à demanda. "O 5G está estimulando as vendas de celulares e a indústria móvel", disse. Afirmou, também, que acredita neste semestre. "Com o incentivo do 13º salário, as férias de final de ano e as compras de Natal, o mercado manterá seu crescimento."

Os seis primeiros meses deste ano registraram resultados positivos para a indústria nacional de eletroeletrônicos, que cresceu 13% em vendas ante o mesmo período do ano passado. "Se o segundo semestre se mantiver dentro da média histórica de desempenho do segmento, podemos prever um crescimento anual entre 4% e 6% em relação a 2022", disse o presidente-executivo da Eletros, José Jorge do Nascimento Jr.

Espaços especiais também foram destaques na feira, em 2023. A Casa Inteligente demonstrou a importância da conectividade no mundo atual. A Arena Comex by Maersk apresentou palestras sobre a moderna logística e sua importância para os negócios. E a Arena E-Commerce atualizou as tendências, tecnologias e avanços do setor. Nas páginas seguintes, o leitor acompanha a cobertura da 16ª Eletrolar Show. ■■

*At the opening of the fair, in a press conference, Carlos Clur, president of Grupo Eletrolar, highlighted the impulse that new technologies bring to the market and how companies adapt to meet demand. "5G is driving handset sales and the mobile industry," he said. He also stated that he believes in this semester. "With the incentive of the 13th salary, the year-end holidays and Christmas shopping, the market will maintain its growth."*

*The first six months of this year registered positive results for the national electronics industry, which grew 13% in sales compared to the same period last year. "If the second semester remains within the historical average of performance of the segment, we can foresee an annual growth between 4% and 6% in relation to 2022", said the executive president of Eletros, José Jorge do Nascimento Jr.*

*Special spaces were also highlighted at the fair, in 2023. The Smart House demonstrated the importance of connectivity in today's world. The Comex by Maersk Arena presented lectures on modern logistics and its importance for business. And E-Commerce Arena updated the trends, technologies, and advances of the sector. On the following pages, the reader follows the coverage of the 16th Eletrolar Show. ■■*





## TCL SEMP: IMAGENS QUE VALEM MUITO

Marca lançou diversos modelos de TVs, monitores para gamers e aparelhos de ar-condicionado.

### TCL SEMP: IMAGES THAT WORTH A LOT

*The brand launched several models of TVs, monitors for gamers and air conditioners.*

Empenhada em trazer inovação e tecnologia de ponta, a TCL SEMP tem a Eletrolar Show como uma de suas principais vitrines para clientes. "Nossos convidados tiveram a oportunidade de ter a experiência dos produtos antes de chegarem às lojas e se certificarem da qualidade daquilo que comercializarão", disse **Maximiliano Dominguez, diretor de engenharia e produto da TCL SEMP**.

A empresa expôs **suas novas TVs com tecnologia de mini LED e QLED**, dentre elas o **modelo C845, de 65" e 75"**, com imagem aprimorada. "Elas possuem 5.300 zonas de controle, que entregam uma imagem perfeita, e a parceria com a marca Onkyo fornece uma experiência de áudio excepcional", contou Maximiliano. Apostou, também, nos **monitores para o mundo gamer, com tamanhos de 27" e 32"**, nas versões **curva e flat**. "Eles equilibram custo e benefício para atender às necessidades dos gamers", afirmou o diretor.

Muitos outros lançamentos foram apresentados na feira pela TCL SEMP. Destaque para o **aparelho de ar-condicionado Multi Split, que reúne de duas a quatro evaporadoras em um mesmo condensador**. A marca também anunciou que até o final deste ano chegarão, na categoria de linha branca, seus refrigeradores e a máquina de lavar e secar. ■■

Committed to bringing innovation and cutting-edge technology, TCL SEMP has the Eletrolar Show as one of its main showcases for customers. "Our guests had the opportunity to experience the products before arriving at the stores and make sure of the quality of what they will sell", said **Maximiliano Dominguez, director of engineering and product TCL SEMP**.



**MAXIMILIANO DOMINGUEZ,  
DIRETOR DE ENGENHARIA E  
PRODUTO DA TCL SEMP**  
DIRECTOR OF ENGINEERING AND  
PRODUCT AT TCL SEMP

The company exhibited its **new TVs with mini-LED and QLED technology**, including the **C845 model, 65" and 75"**, with improved image. "They have 5,300 control zones, which deliver a perfect image, and the partnership with the Onkyo brand provides an exceptional audio experience", said Maximiliano. He also bet on **monitors for the gamer world, with sizes of 27" and 32"**, in **curved and flat versions**. "They balance cost and benefit to meet the needs of gamers," said the director.

Many other launches were presented at the fair by TCL SEMP. A highlight is the **Multi Split air conditioning unit, which combines two to four evaporators in the same condenser**. The brand also announced that by the end of this year, its refrigerators and wash and dryer machine will arrive in the white goods category. ■■



# MONDIAL ELETRODOMÉSTICOS FEZ 36 LANÇAMENTOS

Apresentou novidades em air fryer, liquidificador, cuidados pessoais e ventilação.

*MONDIAL ELETRODOMESTICOS MADE 36 LAUNCHES*

*It presented novelties in air fryer, blender, personal care, and ventilation.*

A empresa está com grandes planos, contou **Giovanni M. Cardoso, cofundador do Grupo MK, ao qual pertence a marca Mondial.**

“Estamos construindo novo centro logístico no nosso complexo fabril em Conceição do Jacuípe (BA), que será inaugurado em 2024, ampliando em 5.000 m<sup>2</sup> a área de produção. O centro de distribuição passará dos atuais 34 mil m<sup>2</sup> para 91 mil m<sup>2</sup>. Neste semestre, esperamos crescer 56% nas vendas, em unidades. Nos primeiros seis meses do ano, esse crescimento foi de 30%.”

Na feira, lançou a **air fryer forno Mondial, de 12 litros, com forno elétrico**, painel digital e 10 funções pré-programadas. Também lançou a **air fryer dupla, com dois cestos removíveis**, posicionados lado a lado. Prepara duas receitas com tempos e temperaturas diferentes, e que podem ser programadas para ficar prontas ao mesmo tempo. Outra novidade foi o **liquidificador com jarra de vidro L-1400**, potência de 1.400 W e 12 velocidades.

Em cuidados pessoais, a **linha Qu4tro Elementos by Juliette**, com secador de cabelos, escova secadora, modelador de cachos e prancha alisadora, foi desenvolvida em tom degradê. Denominada **linha Colors**, tem tons em azul e rosa. E mais a **linha Infra Red**, com secador, escova secadora e prancha alisadora, e o ventilador **Super Turbo Crystal VTX-40**. “Recebemos quase 90% dos nossos maiores clientes na feira”, disse Giovanni. ■■

The company has big plans, said **Giovanni M. Cardoso, co-founder of Grupo MK, to which the Mondial brand belongs.** “We are building a new logistics center at our manufacturing complex in Conceição do Jacuípe (BA), which will be inaugurated in 2024, expanding the production area by 5,000 sqm. The distribution center will expand from the current 34,000 sqm to 91,000 sqm. This semester, we expect to grow 56% in sales, in units. In the first six months of the year, this growth was 30%.”



**GIOVANNI M. CARDOSO,**  
COFUNDADOR DO GRUPO MK  
CO-FOUNDER OF GRUPO MK

At the fair, it launched the **12-liter Mondial air fryer + oven**, with an electric oven, digital panel and 10 pre-programmed functions. It also launched the double air fryer, with two removable baskets, positioned side by side. It prepares two recipes with different times and temperatures, which can be programmed to be ready at the same time. Another novelty was the L-1400 glass jar blender, 1,400 W and 12 speeds.

In personal care, the **Qu4tro Elementos by Juliette line**, with hairdryer, drying brush, curling iron and straightening iron, was developed in a gradient tone. Called the **Colors line**, it has blue and pink tones. Plus, the **Infra-Red line**, with dryer, dryer brush and straightening iron, and the **Super Turbo Crystal VTX-40 fan**. “We received almost 90% of our biggest customers at the fair”, said Giovanni. ■■





# AIWA: INOVAÇÃO EM ÁUDIO E AMPLIAÇÃO DA LINHA DE SMART TVs

Marca apresentou 17 lançamentos na ES.

*AIWA: AUDIO INNOVATION AND EXPANSION OF THE SMART TVS LINE*

*Brand presented 17 launches at ES.*

Em um dos maiores estandes da feira, expôs a sua **nova linha de áudio e vídeo**, num total de 17 lançamentos. Com **65" e 75"**, as **Smart TVs são 4K Ultra HD** e têm tecnologia Dolby Atmos e Vision, Blue Protect, Bluetooth, Google TV e comando de voz com Google Assistente. "Nossa meta é que a Aiwa cresça de forma expressiva em faturamento, em 2024", disse **Giovanni M. Cardoso, cofundador do Grupo MK, que detém a marca Aiwa**.

**Na linha de áudio, um dos destaques foi o Boombox Aiwa BBS-01**, com 200 RS de potência, Bluetooth e o inovador 3 Way Speaker System. Um processador divide as três vias de som (graves, médios e agudos), garantindo potência máxima em todos. Tem proteção contra água e poeira e a função Energy Saving, que garante a potência do aparelho de som mesmo se ele estiver fora da tomada.

Outros destaques foram os demais modelos de boombox, a **Party Box AWS-PB-04**, com 200 W de potência, a **Central Multimídia**, o **Speaker**, o **Car Áudio** e o **Earbud**. "Todos os produtos são fabricados em Manaus (AM), em um complexo com área de 27 mil m<sup>2</sup>, adquirido da Sony pelo Grupo MK", contou Giovanni. ■■

In one of the largest booths at the fair, it exhibited its **new audio and video line**, with a total of 17 launches. With **65" and 75"**, **Smart TVs are 4K Ultra HD** featured with Dolby Atmos and Vision technology, Blue Protect, Bluetooth, Google TV and voice command with Google Assistant. "Our goal is for Aiwa to grow significantly in revenues in 2024", said **Giovanni M. Cardoso, co-founder of Grupo MK, which owns the Aiwa brand**.

**In the audio line, one of the highlights was the Boombox Aiwa BBS-01**, with 200 RS of power, Bluetooth, and the innovative 3 Way Speaker System. A processor divides the three sound channels (bass, mid-range and treble), ensuring maximum power in all. It has protection against water and dust and the Energy Saving function, which guarantees the power of the stereo even if it is unplugged.

Other highlights were the other boombox models, the **Party Box AWS-PB-04**, with 200 W of power, the **Multimedia Center**, the **Speaker**, the **Car Audio**, and the **Earbud**. "All products are manufactured in Manaus (AM), in a complex facility with an area of 27,000 sqm, acquired from Sony by the Grupo MK", said Giovanni. ■■



## XZONE LANÇOU TRÊS MONITORES DE ALTA PERFORMANCE

Marca também apresentou o portfólio completo de sua linha gamer.

*XZONE LAUNCHED THREE HIGH PERFORMANCE MONITORS*

*Brand also presented the complete portfolio of its gamer line.*

Seu grande destaque foi o lançamento de **três monitores gamers: o GM-24-100-01**, modelo de entrada, com 24", e dois modelos avançados, o **GM-24-180-01 e o GM-27-180-01**, com 24" e 27", respectivamente. "Todos possuem tecnologia, qualidade e configurações para total integração nos jogos", disse **Giovanni M. Cardoso, cofundador do Grupo MK, detentor da marca XZone**.

Os três monitores têm resolução de 1920x1080, FullHD, tempo de resposta de MPRT/1ms e 5ms/GTG, Frameless, Low Blue Light, Easy Operation UI, Anti-glare 25%, Flicker Free e Adaptive Sync. Os mais avançados possuem HDR10 e ajuste de altura na base, proporcionando mais conforto aos jogadores. Os tipos e quantidades de entradas variam e são ampliados conforme o modelo. Chegam a 2HDMI + 2DP + 1 Earphone no modelo maior.

"A XZone tem conexão com os jovens", afirmou Giovanni. Em seu estande, preparado para a experimentação de produtos por jogadores profissionais, iniciantes e visitantes, a marca apresentou a sua linha gamer completa, incluindo cadeiras, teclados, mouses, mousepads e headsets. ■■

Its highlight was the launch of **three gaming monitors: the GM-24-100-01**, an entry model, with 24", and two advanced models, the **GM-24-180-01 and the GM-27-180-01**, with 24" and 27", respectively. "All have technology, quality and configurations for total integration in games", said **Giovanni M. Cardoso, co-founder of Grupo MK, owner of the XZone brand**.

The three monitors have 1920x1080 resolution, FullHD, MPRT/1ms and 5ms/GTG response time, Frameless, Low Blue Light, Easy Operation UI, Anti-glare 25%, Flicker Free and Adaptive Sync. The most advanced ones have HDR10 and height adjustment at the base, providing more comfort to players. The types and quantities of inputs vary and are expanded by model. They reach 2HDMI + 2DP + 1 Earphone in the larger model.

"The XZone has a connection with young people," said Giovanni. At its stand, prepared for product testing by professional players, beginners and visitors, the brand presented its complete gamer line, including chairs, keyboards, mice, mousepads, and headsets. ■■







# VIVENSIS: DOS PERIFÉRICOS À TV VIA SATÉLITE

Foco da empresa foi a experiência do cliente e a demonstração de produtos.

*VIVENSIS: FROM PERIPHERALS TO SATELLITE TV*

*The company's focus was on customer experience and product demonstration.*

Com um estande superanimado e movimentado, a Vivensis deu vida a diversos personagens de videogame para celebrar a **apresentação de periféricos da Viper, uma marca da empresa.** "A linha é composta por três níveis de veneno de cobra que variam de acordo com a proficiência de cada gamer. São elas Pítón, Naja e Mamba", contou **Patricia Vital, CMO da Vivensis.**

O foco da empresa esteve, principalmente, na experiência do cliente e na demonstração dos produtos antes do fechamento dos negócios. "Tivemos clientes que passaram mais de quatro horas em nosso estande. Conquistamos 10 pedidos só no primeiro dia da feira", comemorou Patricia.

Além da linha gamer, a Vivensis trabalhou nos produtos **TVRO de recepção de sinal de satélite, como o VX10, que oferece 80 canais** sem mensalidade ou internet. O receptor será uma alternativa para os 20 milhões de aparelhos que precisarão ser substituídos quando o sinal das parabólicas convencionais for desligado. ■■

With a super animated and busy stand, Vivensis brought several video game characters to life to celebrate the **presentation of Viper peripherals, a brand of the company.** "The line consists of three levels of snake venom that vary according to the proficiency of each gamer. They are Pítón, Naja and Mamba", said **Patricia Vital, CMO at Vivensis.**



**PATRICIA VITAL,**  
CMO DA VIVENSIS  
CMO AT VIVENSIS

The company's focus was mainly on customer experience and product demonstrations before closing deals. "We had customers who spent more than four hours at our stand. We won 10 orders on the first day of the fair alone", celebrated Patricia.

In addition to the gamer line, Vivensis worked on **TVRO products for satellite signal reception, such as the VX10, which offers 80 channels** without monthly fees or internet. The receiver will be an alternative for the 20 million sets that will need to be replaced when the signal from conventional satellite dishes is turned off. ■■



## WHIRLPOOL: LANÇAMENTOS COM AS MARCAS BRASTEMP E CONSUL

Novidades da Brastemp foram o forno de embutir de 84 litros, com função air fryer, e a lavadora com dois tanques. Consul lançou linha de purificadores intuitivos.

### WHIRLPOOL: LAUNCHES WITH BRASTEMP AND CONSUL BRANDS

*Novelties from Brastemp were the 84-liter built-in oven with air fryer function and the washing machine with two tanks. Consul launched a line of intuitive purifiers.*

A **marca Brastemp** lançou o **forno de embutir, com capacidade de 84 litros e função air fryer**, e a **lavadora Double Wash com dois tanques de lavagem, um deles removível**. Isso possibilita a lavagem de roupas brancas e coloridas ao mesmo tempo, sem o risco de manchar as peças. "A Brastemp está sempre no topo das melhores marcas no quesito qualidade, e fazemos questão de nos manter nesse lugar", disse **Gustavo Netto, diretor da marca Brastemp**.

Na feira, a Brastemp também apresentou **geladeiras, fogões e filtros**. "Por meio da Eletrolar Show, tivemos a oportunidade de nos aproximar ainda mais dos nossos parceiros comerciais, que nos ajudam a chegar ao consumidor final e também a construir oportunidades de crescimento", afirmou Gustavo.

A **marca Consul** lançou a **linha de purificadores intuitivos CPD 33**, com alta qualidade de filtragem – barram não só partículas, como o cloro. Os produtos trazem novas cores, erva-doce e hibisco, além das tradicionais branca e prata. "Facilitar a vida do consumidor é o nosso papel. Estamos presentes há mais de 70 anos nos lares brasileiros com produtos de qualidade diferenciada", disse **Sávio Becegado, diretor da marca Consul**.

Expôs, também, **geladeiras, fogões e aparelhos de ar-condicionado**. Sávio destacou a importância da feira para a recuperação do setor de eletros no Brasil. "A indústria tem a responsabilidade de ajudar a fomentar a economia do País neste momento." ■■

The **Brastemp brand** launched the **built-in oven with a capacity of 84 liters and air fryer function**, and the **Double Wash washing machine with two washing tanks**, one of them removable. This makes possible to wash white and colored clothes at the same time, without the risk of staining the garments. "Brastemp is always at the top of the best brands in terms of quality, and we make a point of keeping that place", said **Gustavo Netto, director of Brastemp brand**.

At the fair, Brastemp also presented **refrigerators, stoves, and filters**. "Through the Eletrolar Show, we had the opportunity to get even closer to our commercial partners, who help us to reach the final consumer and also to build opportunities for growth", said Gustavo.

The **Consul brand** launched the **CPD 33 line of intuitive purifiers**, with high filtering quality – not only do they block particles but also chlorine. The products bring new fennel and hibiscus colors, and, in addition to the traditional white and silver. "Making life easier for consumers is our role. We have been present for more than 70 years in Brazilian homes with products of differentiated quality", said **Sávio Becegado, director of Consul brand**.

It also exhibited **refrigerators, stoves, and air-conditioning devices**. Sávio highlighted the importance of the fair for the recovery of the electronics sector in Brazil. "The industry has a responsibility to help boost the country's economy at this time." ■■



**GUSTAVO NETTO,**  
DIRETOR DA MARCA BRASTEMP  
DIRECTOR OF BRASTEMP BRAND



**SÁVIO BECEGATO,**  
DIRETOR DA MARCA CONSUL  
DIRECTOR OF CONSUL BRAND





# ITATIAIA: SOLUÇÕES COMPLETAS PARA O LAR

Empresa amplia as categorias de fogões, cooktops e eletroportáteis.

*ITATIAIA: COMPLETE SOLUTIONS FOR THE HOME*

*The company expands the categories of stoves, cooktops, and small appliances.*

**H**á 59 anos no mercado, a Itatiaia se posiciona como uma empresa de soluções completas para o lar. Oferece ampla gama de produtos, incluindo fogões, cooktops e portáteis elétricos, como air fryer, além de móveis de aço. “Estamos mudando toda a **linha de fogões**. A **Linha Mesa Inox** tem três modelos, **Star, Waves e New Dream**. As linhas **Electra Glass, Itaglass e Itamaster**, com mesa de vidro, complementam a categoria”, disse Robson Sampaio, diretor comercial da Itatiaia. Com a ampliação das categorias, a empresa mostrou, na feira, a sua diversificação.

Após a pandemia, a indústria, agora, passa a se adaptar à nova realidade do consumidor. Com a restrição de crédito e a taxa de juros afetando o poder de compra, a Itatiaia se esforça para oferecer produtos com preços mais competitivos sem comprometer a qualidade e a beleza.

A Eletrolar Show é vista como uma oportunidade única para a indústria se aproximar do varejo e estabelecer relações de longo prazo. “O evento não trata apenas de vendas imediatas, mas possibilita a prospecção de novos clientes e o estabelecimento de um relacionamento sólido com varejistas. É uma oportunidade para consolidar nossa posição no mercado e fortalecer a marca”, comentou Robson. ■■

**I**n the market for 59 years, Itatiaia positions itself as a complete solutions company for the home. Offers a wide range of products, including stoves, cooktops, and small appliances, such as air fryers, in addition to steel furniture. “We are changing the entire **line of stoves**. The **Mesa Inox Line** has three models, **Star, Waves and New Dream**. The **Electra Glass, Itaglass and Itamaster** lines, with a glass table, complement the category”, said **Robson Sampaio, commercial director at Itatiaia**. With the expansion of categories, the company showed its diversification at the fair.



**ROBSON SAMPAIO,**  
**DIRETOR COMERCIAL**  
**DA ITATIAIA**  
COMMERCIAL DIRECTOR AT ITATIAIA

After the pandemic, the industry is now adapting to the new consumer reality. With credit restrictions and interest rates affecting purchasing power, Itatiaia strives to offer products at more competitive prices without compromising quality and beauty.

The Eletrolar Show is seen as a unique opportunity for the industry to get closer to retailers and establish long-term relationships. “The event is not just about immediate sales, but also makes it possible to prospect new customers and establish a solid relationship with retailers. It is an opportunity to consolidate our position in the market and strengthen the brand”, said Robson. ■■

# VÁRIOS LANÇAMENTOS NA SANTANA IMPORTAÇÃO E EXPORTAÇÃO

Fabricante e importadora tem mais de 10 mil itens no portfólio.

SEVERAL LAUNCHES AT SANTANA IMPORTAÇÃO E EXPORTAÇÃO

Manufacturer and importer have more than 10,000 items in its portfolio.

Há 35 anos no mercado, a empresa lançou vários produtos, como o **carregador rápido de celular**, a linha **Cooler** para cerveja, com som embutido, e a linha de robótica Roxo, sua marca própria, com a tecnologia Arduino – a venda de peças se dá de acordo com o projeto.

“Outras marcas próprias são a **PIX**, de áudio e vídeo, com cabos HDMI, antenas e fones de ouvido; a **Kokay**, de ferramentas e balanças; a **Green** com baterias e fontes; e a **5+**, de acessórios mobile. Temos parceria com a Warner, pois adolescentes e colecionadores gostam dos personagens”, disse o **CEO, Rodrigo Martins**.

A empresa, que também firmou parceria com a **Legó Education**, tem fábrica em Piracicaba (SP) e centro de logística em Santa Catarina. Está otimista neste semestre. “Esperamos crescimento de 10% a 15% nas vendas sobre o mesmo período do ano passado. Participar da feira é muito importante”, afirmou o CEO. ■■

In the market for 35 years, the company has launched several products, such as **the fast cell phone charger**, the **Beer Cooler line**, with built-in sound, and the **Roxo robotics line**, its own brand, with **Arduino technology** – the sale of parts is according to the project.

“Other brands are **PIX**, audio, and video, with HDMI cables, antennas, and headphones; **Kokay**, of tools and scales; **Green** with batteries and electric chargers; and **5+**, for mobile accessories. We have a partnership with Warner, because teenagers and collectors like the characters”, said **CEO, Rodrigo Martins**.

The company, which also signed a partnership with **Legó Education**, has a factory in Piracicaba (SP) and a logistics center in Santa Catarina. It is optimistic this semester. “We expect growth of 10% to 15% in sales over the same period last year. Participating in the fair is very important”, said the CEO. ■■



**RODRIGO MARTINS,**  
CEO DA SANTANA IMPORTAÇÃO  
E EXPORTAÇÃO  
CEO AT SANTANA IMPORTAÇÃO  
E EXPORTAÇÃO





## COLLI BIKE LANÇOU LINHA DE BICICLETAS DE ALTA PERFORMANCE

Empresa tem um dos produtos mais leves do mercado.

### COLLI BIKE LAUNCHED LINE OF HIGH-PERFORMANCE BICYCLES

*Company has one of the lightest products on the market.*

A **Colli Bike** apresentou, na 16ª Eletrolar Show, a sua **nova linha de bicicletas** para atletas de alta performance, tornando-se uma bike shop, ou seja, uma especialista não só no varejo como também na venda de peças e manutenção desses produtos. A empresa paranaense, fundada em 1986, fabrica bicicletas para todos os públicos, do iniciante ao avançado.

O **modelo Pantera Negra** é uma bicicleta totalmente fabricada em carbono, o que a torna uma das mais leves do mercado, atributo que facilita o desempenho de atletas do ciclismo. "Já colocamos a Pantera Negra para concorrer em uma prova ciclística, e ela foi campeã. Essa é a intenção da marca, fazer com que nossas bicicletas levem os atletas até a vitória", disse **Santiago Mendonça, porta-voz da Colli Bike**.

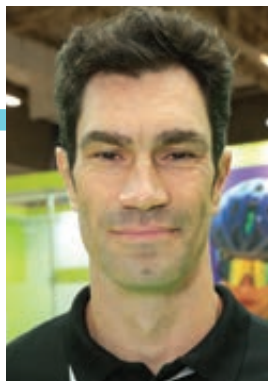
Além da nova linha, a Colli Bike expôs, entre outros modelos, a **Atalanta, sua linha tradicional de bicicletas, apresentada em novas cores**: rosa, amarela e laranja. "A intenção da empresa é colorir o Brasil", contou o porta-voz. "A Eletrolar Show é importante para a expansão da marca. As conexões feitas na feira permeiam a Colli Bike para o ano inteiro. Por isso, a feira já faz parte da nossa agenda e é tão essencial", afirmou Santiago. ■■

**Colli Bike** presented, at the 16<sup>th</sup> Eletrolar Show, its **new line of bicycles** for high-performance athletes, becoming a bike shop, that is, a specialist not only in retail but also in the sale of parts and maintenance of these products. The company from Paraná, founded in 1986, manufactures bicycles for all audiences, from beginners to advanced.

The **Pantera Negra model** is a bicycle made entirely of carbon, which makes it one of the lightest on the market, an attribute that facilitates the performance of cycling athletes. "We have already placed the Pantera Negra to compete in a cycling competition, and it was the champion. This is the brand's intention, to make our bicycles take athletes to victory", said **Santiago Mendonça, spokesperson for Colli Bike**.

In addition to the new line, Colli Bike also exhibited, among other models, the **Atalanta, its traditional line of bicycles, presented in new colors**: pink, yellow, and orange. "The company's intention is to color Brazil", said the spokesperson. "The Eletrolar Show is important for the expansion of the brand. The connections

made at the fair permeate Colli Bike for the entire year. Therefore, the fair is already part of our agenda and is so essential", said Santiago. ■■



**SANTIAGO MENDONÇA,**  
**PORTA-VOZ DA COLLI BIKE**  
SPOKESPERSON FOR COLLI BIKE

## CAIRU BICICLETAS: DESTAQUE FOI A LINHA LOTUS

Empresa confia no aumento de vendas neste semestre.

CAIRU BICYCLES: HIGHLIGHT WAS THE LOTUS LINE

*Company trusts in the increase of sales in this semester.*

Apresentou a **linha Lotus** de bicicletas, com liga de carbono, nas opções Shimano XT e SLX, aro 29, 24 velocidades, suspensão de alumínio e trava no guidão. “É uma bicicleta de alta performance, utilizada também em competições”, disse **Marlon Furlan, gerente de televendas da Cairu Bicycles**.

Da mesma marca Lotus, expôs, também, a **linha PRO**, esportiva, produzida em alumínio e carbono. “Temos mais de 100 modelos de bicicletas que possuem diferenciais como o design, a qualidade e o preço justo”, ressaltou Marlon. Todos os produtos são fabricados na cidade de Pimenta Bueno, em Rondônia, sede da empresa.

Fundada em 1985, a Cairu registra maiores vendas no Norte e no Centro-Oeste do Brasil. Sua expectativa é que este semestre seja melhor que o anterior em vendas. “O mercado de bicicletas voltou a ficar aquecido, e a feira foi muito promissora, ampliamos o relacionamento”, contou o gerente. ■■



**MARLON FURLAN,**  
GERENTE DE TELE VENDAS DA  
CAIRU BICICLETAS  
TELESALES MANAGER AT  
CAIRU BICICLETAS

It presented the **Lotus line** of bicycles, with carbon alloy, in Shimano XT and SLX options, 29 rims, 24 speeds, aluminum suspension and handlebar lock.

“It’s a high-performance bike, also used in competitions,” said **Marlon Furlan, telesales manager at Cairu Bicycles**.

From the same Lotus brand, it also exhibited the **PRO line**, sporty, produced in aluminum and carbon. “We have more than 100 bicycle models that have differentials such as design, quality, and fair price”, highlighted Marlon. All products are manufactured in the city of Pimenta Bueno, in Rondônia, where the company is headquartered.

Founded in 1985, Cairu records higher sales in the North and Midwest of Brazil. His expectation is that this semester will be better than the previous one in sales. “The bicycle market has warmed up again, and the fair was very promising, we expanded the relationship”, said the manager. ■■







# ELETRCOMPRAS FORTALECE A RELAÇÃO INDÚSTRIA/VAREJO

Plataforma de negócios traz competitividade ao pequeno e ao médio varejista.

*ELETRCOMPRAS STRENGTHENS THE INDUSTRY/RETAIL*

*Business platform brings competitiveness to small and medium retailers.*

Nesta 16ª Eletrolar Show, a **Eletrcompras** mostrou a importância da plataforma com novos distribuidores integrados e ajustados ao sistema e mais empresas conhecendo sua atuação e o propósito de fazer a ligação direta entre a indústria/fornecedores e o pequeno e médio varejista, avaliou o **diretor comercial da empresa, José Marinho**.

**"Quando se tem um hub e uma plataforma B2B com o maior número possível de fornecedores e categorias, e uma prateleira infinita de produtos, os varejistas têm a certeza de que há novas oportunidades e escolhas para que consigam rentabilizar mais seus negócios.** Agilidade nas cotações online, rapidez e autonomia no fechamento de pedidos e na entrega, bem como custo competitivo, são apenas algumas das características que colocam o pequeno varejo em ponto de igualdade com os grandes."

O diretor comercial ressaltou a parceria com a fintech Eletrobank, que leva o financiamento ao pequeno e médio varejista, e a importância da Eletrolar Show, que reuniu um público selecionado e focado no negócio de eletroeletrônicos, o que reforça o potencial de crescimento da empresa. "Vale antecipar que comecemos a prospectar outras categorias e, em breve, deveremos ter novidades", contou José Marinho. ■■

In this 16<sup>th</sup> Eletrolar Show, **Eletrcompras** showed the importance of the platform with new distributors integrated and adjusted to the system and more companies knowing its performance and the purpose of making a direct connection between the industry/suppliers and the small and medium retailer, evaluated the **commercial director of the company, José Marinho**.



**JOSÉ MARINHO,**  
DIRETOR COMERCIAL DA  
ELETRCOMPRAS  
COMMERCIAL DIRECTOR AT  
ELETRCOMPRAS

**"When you have a hub and a B2B platform with the largest possible number of suppliers and categories, and an infinite shelf of products, retailers are sure that there are new opportunities and choices for them to be able to make their business more profitable.**

Agility in online quotations, speed and autonomy in closing orders and delivery, as well as competitive cost, are just some of the characteristics that put small retailers on an equal footing with large ones."

The commercial director highlighted the partnership with fintech Eletrobank, which finances small and medium-sized retailers, and the importance of the Eletrolar Show, which brought together a selected audience focused on the electronics business, which reinforces the company's growth potential. "It is worth anticipating that we are starting to prospect other categories and, soon, we should have news", said José Marinho. ■■

# GUZZINI MOSTROU QUE ESTILO É TER DESIGN E SER SUSTENTÁVEL

Marca italiana de 110 anos atua no Brasil no segmento UD premium.

*GUZZINI SHOWED THAT STYLE IS HAVING DESIGN AND BEING SUSTAINABLE*

*110-year-old Italian brand operates in Brazil in the premium housewares segment*

A Guzzini expôs produtos sustentáveis do mercado de tableware premium (sofisticação à mesa). Destaque para a **Linha Dolcevita**, inspirada na obra do cineasta Federico Fellini, com garrafas, copos e jarras que lembram cristais, com transparência e translucidez diferenciadas. Assinada por designers italianos, é feita de bioplásticos, produtos fabricados com restos de folhas vegetais.

Com 40 itens, a **Linha Tierra** é 100% fabricada com garrafas PET descartadas e tem design exclusivo, que remete às cerâmicas da Itália, em cores terracota. A Guzzini utiliza um método que transforma o resíduo do plástico para estar em contato com os alimentos. "Cada produto traz a informação da quantidade de garrafas que retirou do meio ambiente", contou **Fernando Perfeito, business development advisor da Brazil Electronics, representante exclusiva da Guzzini no País.**

"Na feira, fechamos pedidos, atendemos clientes interessados na marca. O objetivo é termos, pelo menos, 30 revendedores autorizados no Brasil para começarmos a trazer os produtos num volume importante, já neste ano. Esse mercado é bastante pujante no País, temos muitas lojas de presentes, e os produtos atendem casas de praia, campo e mercado náutico. São ótimas as expectativas", afirmou Fernando. ■■

Guzzini exhibited sustainable products from the premium tableware market (sophistication at the table). The **Dolcevita Line stands out**, inspired by the work of the filmmaker Federico Fellini, with bottles, glasses, and vases that resemble crystals, with differentiated transparency and translucency. Signed by Italian designers, it is made of bioplastics, products made with the remains of plant leaves.

With 40 items, the **Tierra Line** is 100% manufactured with discarded PET bottles and has an exclusive design, reminiscent of ceramics from Italy, in terracotta colors. Guzzini uses a method that transforms plastic waste to be in contact with food. "Each product carries information on the number of bottles it removed from the environment", said Fernando Perfeito, **business development advisor at Brazil Electronics**, Guzzini's exclusive representative in the country.

"At the fair, we close orders, serve customers interested in the brand and the goal is to have at least 30 authorized resellers in Brazil so that we can start bringing products in a significant volume this year. This market is very thriving in the country, we have many gift shops, and the products serve beach houses, countryside, and nautical market. The expectations are great", said Fernando. ■■



FERNANDO PERFEITO,  
BUSINESS DEVELOPMENT  
ADVISOR DA BRAZIL  
ELECTRONICS  
BUSINESS DEVELOPMENT  
ADVISOR AT BRAZIL ELECTRONICS





## AGRATTO E VENTISOL LANÇARAM MICRO-ONDAS E CLIMATIZADORES

O micro-ondas preto tem capacidade de 32 litros e os climatizadores, de 8 a 16 litros.

AGRATTO AND VENTISOL LAUNCHED MICROWAVES AND AIR CONDITIONERS

*The black microwave has a capacity of 32 liters and the air conditioners from 8 to 16 liters.*

Mais uma vez, a Eletrolar Show gerou grande expectativa, disse a **CEO, Natacha Tcholakian**. “Nosso estande foi muito visitado por interessados nos lançamentos e em outros produtos das nossas linhas. Estamos confiantes de que este semestre será melhor.” Natacha aposta em um verão mais quente, para aquecer, também, as vendas das linhas de ventilação e climatização da **Ventisol** e de eletroportáteis da **Agratto**.

O lançamento de destaque da marca Agratto foi o **micro-ondas preto de 32 litros**, pensado para o mercado nacional, com funções que agradam ao brasileiro, como brigadeiro, pipoca, descongelamento de feijão e aves, entre outras. A fabricação será na Zona Franca de Manaus. Pela Ventisol, os lançamentos em evidência foram os **climatizadores de 8 e 16 litros**, também fabricados no Brasil.

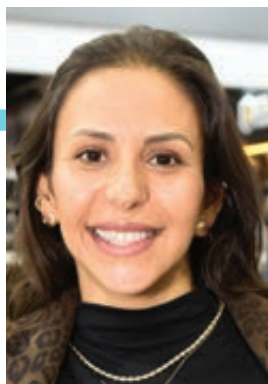
Para a CEO, as perspectivas são boas, mas, também, há desafios. “Temos a questão tributária brasileira, bastante complexa, e a própria concorrência, pois há cada vez mais empresas fortes que desempenham suas ações muito bem. Nesse caso, porém, sabemos que o mercado brasileiro é grande e há espaço para todos os que trabalham bem.” ■■

Once again, Eletrolar Show generated great expectations, said **CEO Natacha Tcholakian**. “Our booth was very visited by people interested in launches and other products from our lines. We are confident that this semester will be better.” Natacha is betting on a hotter summer, to also heat up sales of **Ventisol’s** ventilation and air conditioning lines and **Agratto’s** small appliances.

The highlight launch of the Agratto brand was the **32-liter black microwave**, designed for the national market, with functions that appeal to Brazilians, such as brigadeiro, popcorn, defrosting beans, and poultry, among others. The manufacturing will be in the Manaus Free Trade Zone. By Ventisol, the launches in evidence were the **8- and 16-liter air conditioners**, also manufactured in Brazil.

For the CEO, the prospects are good, but there are also challenges. “We have the Brazilian tax issue, which is quite complex, and the competition itself, as there are more and more strong companies that perform their actions very well. In this case, however, we know that the Brazilian

market is large and there is room for everyone who works well.” ■■



**NATACHA TCHOLAKIAN,**  
**CEO DA AGRATTO E VENTISOL**  
CEO AT AGRATTO AND VENTISOL

# V-POWER: INOVAÇÃO E EXPANSÃO EM ACESSÓRIOS ELETRÔNICOS

Empresa destacou sua linha de produtos e o fortalecimento da marca.

*V-POWER: INNOVATION AND EXPANSION IN ELECTRONIC ACCESSORIES*

*The company highlighted its line of products and the strengthening of the brand.*

**N**a feira, a V-Power apresentou o aspecto-chave do seu negócio. Em vez de lançamentos, optou por levar uma linha diversificada de acessórios, incluindo **carregadores, fones de ouvido e power bank**, disse **Solomon Liao, gerente da empresa**. “Essa abordagem nos permitiu inovar nos detalhes, como embalagem e cores, para atender às demandas do mercado.”

Um dos principais destaques da empresa foi o **fone de ouvido sem fio com a tecnologia TWS**, contribuindo para o reconhecimento da empresa no competitivo cenário de acessórios eletrônicos. “A V-Power reconhece a importância de se manter atualizada e oferecer produtos que atendam às necessidades dos consumidores”, contou Solomon.

Com esse conceito, a empresa está empenhada em continuar a crescer e a se destacar no mercado de acessórios eletrônicos, mantendo seu foco em inovação e satisfação do cliente, afirmou o gerente. “Participar da feira foi fundamental. Buscamos não apenas fidelizar os clientes, mas estabelecer novos contatos com distribuidores e potenciais consumidores.” ■■

**A**t the fair, V-Power presented the key aspect of its business. Instead of launches, it opted to take a diversified line of accessories, including **chargers, headphones, and power bank**, said **Solomon Liao, company's manager**. “This approach has allowed us to innovate on details such as packaging and colors to meet market demands.”

One of the company's main highlights was the **wireless headset with TWS technology**, contributing to the company's recognition in the competitive scenario of electronic accessories. “V-Power recognizes the importance of staying Up-ToDate and offering products that meet consumer needs,” said Solomon.

With this concept, the company is committed to continuing to grow and stand out in the electronic accessories market, maintaining its focus on innovation and customer satisfaction, said the manager.

“Participating in the fair was fundamental. We seek not only to build customer loyalty, but also to establish new contacts with distributors and potential consumers.” ■■



**SOLOMON LIAO,**  
GERENTE DA V-POWER  
MANAGER AT V-POWER







## TK3 TRACK LANÇOU A BICICLETA KIRA

Empresa também apresentou a linha infantil, com balance bikes e triciclos.

### TK3 TRACK RELEASED THE KIRA BIKE

*The company also presented the children's line, with balance bikes and tricycles.*

A TK3 Track lançou a **bicicleta Kira, aro 29**, com 21 marchas, quadro de alumínio, roda aero, freio a disco e catraca traseira com sete velocidades. Unissex, suporta até 100 quilos e foi apresentada nas cores branca, preta e verde, tendo sido o centro das atenções no estande da empresa.

Na feira, apresentou também as já consagradas **Niner** e **Troy**, que ganharam novas cores. A marca passou a apostar na linha infantil, com balance bikes e triciclos. "Elas ajudam no desenvolvimento da criança para começar a andar, ter o equilíbrio e, depois, partir para uma bicicleta convencional", disse **João Paulo Argeli, gerente comercial da TK3 Track**.

O setor de bicicletas vive um momento de stand by, mas a participação na Eletrolar Show superou as expectativas, contou João Paulo. "Tivemos muitas reuniões. Toda a nossa agenda na feira foi cumprida. Isso, para nós, foi bem satisfatório e até uma surpresa. Houve, também, sinergia com representantes e clientes, além de termos um termômetro do mercado e de suas necessidades." ■■

TK3 Track launched the **Kira bicycle, rim 29**, with 21 gears, aluminum frame, aero wheel, disc brake and seven-speed rear ratchet. Unisex, supports up to 100 kilos and was presented in white, black, and green, having been the center of attention at the company's stand.

At the fair, it also presented the already established **Niner and Troy**, which gained new colors. The brand started to bet on the children's line, with balance bikes and tricycles. "They help in the development of the child to start walking, have balance and, later, leave for a conventional bicycle", said **João Paulo Argeli, commercial manager at TK3 Track**.

The bicycle sector is experiencing a moment of standby, but participation in the Eletrolar Show exceeded expectations, said João Paulo. "We had many meetings. Our entire agenda at the fair was fulfilled. This, for us, was quite satisfactory and even a surprise. There was also synergy with representatives and customers,

in addition to having a thermometer of the market and its needs." ■■



**JOÃO PAULO ARGELI,**  
**GERENTE COMERCIAL DA**  
**TK3 TRACK**  
COMMERCIAL DIRECTOR AT  
TK3 TRACK

## EVOLUT ATENDE MERCADO COM NOVAS CORES DE CADEIRAS GAMERS

Empresa também lançou a linha Evolut Home, com produtos inteligentes.

*EVOLUT SERVES THE MARKET WITH NEW COLORS FOR GAMERS CHAIRS*

*The company also launched the Evolut Home line, with intelligent products.*

Em sua segunda participação na Eletrolar Show, a importadora, com tradição em acessórios de informática, trouxe como um dos destaques as **cadeiras gamers de base branca** com novas cores em tom pastel – amarela, azul, verde e lilás. “A base branca nas cadeiras era uma carência do mercado”, contou **André Nakasugue, gerente comercial da Evolut**.

Mais um lançamento foi a **linha Evolut Home**, que inclui o interruptor EH130, a **lâmpada EH300 e a tomada EH210**, todos produtos inteligentes. No espaço da empresa, também foram expostos os itens gamers da marca, como gabinetes, mouses, placas e headsets.

“Temos um projeto para fortalecer lojas de ponto físico de revenda, sem prejuízo para as vendas online. A feira é uma ótima oportunidade de contato direto com revendedores, grandes grupos e redes para conhecerem esse e outros projetos, além de atestarem pessoalmente a qualidade de nossos produtos”, disse André. ■■

In its second participation in the Eletrolar Show, the importer, with a tradition in computer accessories, brought as one of the highlights the **white base gamer chairs** with new pastel colors – yellow, blue, green and lilac. “The white base on the chairs was a market need”, said **André Nakasugue, commercial manager at Evolut**.

Another launch was the **Evolut Home line**, which includes the **EH130 switch, the EH300 lamp and the EH210 socket**, all smart products. In the company’s booth, the brand’s gamer items were also exposed, such as cabinets, mice, boards and headsets.

“We have a project to strengthen physical point of sale stores, without prejudice to online sales. The fair is a great opportunity for direct contact with resellers, large groups, and chains to get to know this and other projects, in addition to attesting personally to the quality of our products”, said André. ■■



**ANDRÉ NAKASUGUE,**  
GERENTE COMERCIAL  
DA EVOLUT  
COMMERCIAL MANAGER  
AT EVOLUT







# GRUPO BRINOX: APOSTA EM MATÉRIA-PRIMA RECICLADA

**Destaque para as panelas produzidas com alumínio reciclado.**

*GRUPO BRINOX: BETS ON RECYCLED RAW MATERIALS*

*The pans produced with recycled aluminum stand out.*

**D**e olho em um futuro melhor, o Grupo Brinox apresentou produtos com matérias-primas sustentáveis na 16ª Eletrolar Show. O destaque foi a **linha Green Planet**, com panelas feitas de alumínio reciclado e cabos com mais de 50% de material renovável. Além disso, a **Coza**, sua marca de utilidades plásticas, trouxe as **linhas Flora e Ocean**. Ambas são produzidas com plásticos reciclados.

“Com o processo de reciclagem, não só transformamos essa matéria-prima em um produto como damos nova vida a esse plástico, evitando que termine no mar, contaminando as nossas águas e causando um grande transtorno também para a fauna”, explicou **Christian Hartenstein, CEO do Grupo Brinox**.

A categoria de atuação do grupo se beneficiou na pandemia, quando as pessoas investiram em melhorias em suas casas. No entanto, a saída da pandemia trouxe desafios, como a inflação e a diminuição do poder de consumo dos brasileiros. Christian, porém, vê com bons olhos este semestre. “Apostamos em boas oportunidades de negócios com a Eletrolar Show deste ano”, disse. ■■

**W**ith an eye on a better future, the Grupo Brinox presented products with sustainable raw materials at the 16th Eletrolar Show. The highlight was the **Green Planet line**, with pans made from recycled aluminum and handles made from more than 50% renewable material. In addition, **Coza**, its brand of plastic utilities, brought the **Flora and Ocean lines**. Both are made from recycled plastics.



**CHRISTIAN HARTENSTEIN,**  
CEO DO GRUPO BRINOX  
CEO AT GRUPO BRINOX

“With the recycling process, not only do we transform this raw material into a product, but we also give new life to this plastic, preventing it from ending up in the sea, contaminating our waters and also causing great inconvenience to the fauna”, explained **Christian Hartenstein, CEO at Grupo Brinox**.

The group’s performance category benefited in the pandemic when people invested in improvements in their homes. However, the exit from the pandemic brought challenges, such as inflation and the decrease in Brazilians’ consumption power. Christian, however, looks favorably on this semester. “We bet on good business opportunities with this year’s Eletrolar Show”, he said. ■■

## BEL MICRO: SÉRIE DE LANÇAMENTOS EM SUA ESTREIA NA ES

O grande destaque no estande foi a tela interativa HQ de 86”.

*BEL MICRO: SERIES OF LAUNCHES IN ITS DEBUT IN ES*

*The highlight at the booth was the 86” HQ interactive screen.*

Criada há mais de dez anos, a **Bel Micro** reúne hoje dez marcas próprias em diferentes segmentos. A HQ, na categoria eletroeletrônicos, é um dos carros-chefe do grupo e lançou, na feira, a **tela interativa HQ 86”**. O produto alia tecnologia com custo-benefício, tem diferenciais de conectividade e flexibilidade em aplicações, ambiente colaborativo, compartilhamento de telas e toques simultâneos.

Lançou, também, **notebooks, tablets, linhas de malas e utilitários e gamers**, além de entrar no mercado de linha branca com refrigeradores e ar-condicionado. “A diversificação dos produtos visa atender mais públicos com o melhor custo-benefício”, disse **Eduardo Pimenta, diretor comercial**. Também no segmento de informática houve inclusão de produtos e crescimento significativo, porque o grupo vinha de um mercado online propício ao home office, durante a pandemia.

“Essa primeira participação na feira foi fundamental para mostrar ao mercado a robustez da Bel Micro, não só como distribuidora e varejista, mas como forte indústria de eletrônicos. **Entendemos que existe a Bel Micro de antes e a de depois da Eletrolar Show**. Foi uma oportunidade de posicionamento de marca”, avaliou Eduardo. ■■

Created more than ten years ago, **Bel Micro** today brings together ten own brands in different segments. HQ, in the consumer electronics category, is one of the group’s flagships and launched the **HQ 86” interactive screen** at the fair. The product combines technology with cost-effectiveness, has differentials in terms of connectivity and flexibility in applications, collaborative environment, screen sharing and simultaneous touches.

It also launched **notebooks, tablets, luggage and utility lines and gamers**, in addition to entering the white goods market with refrigerators and air conditioning. “The diversification of products aims to serve more audiences with the best cost-benefit ratio, said **Eduardo Pimenta, commercial director**. Also in the IT segment, there was the inclusion of products and significant growth, because the group came from an online market conducive to the home office, during the pandemic.

“This first participation in the fair was essential to show the market the robustness of Bel Micro, not only as a distributor and retailer, but as a strong electronics industry. **We understand that there was Bel Micro before and after the Eletrolar Show**. It was an opportunity for brand positioning”, evaluated Eduardo. ■■



**EDUARDO PIMENTA,**  
DIRETOR COMERCIAL  
DA BEL MICRO  
COMMERCIAL DIRECTOR  
AT BEL MICRO





# BEDINSAT: ACESSÓRIOS PARA TV E ENERGIA SOLAR EM DESTAQUE

Migração do sinal de TV para novo modelo de antena impulsionará os negócios.

*BEDINSAT: FEATURED TV ACCESSORIES AND SOLAR ENERGY*

*Migration of the TV signal to a new model of antenna will boost business.*

A BedinSat apresentou o seu **receptor de sinal digital BS9900S D2-KU**, na 16ª Eletrolar Show. O produto, que oferece até 80 canais digitais por meio de uma antena de apenas 60 cm, substitui as parabólicas, que terão os seus sinais desligados até o final deste ano.

**Marcello Martins, diretor de novos produtos da BedinSat**, informou que o mercado passa por uma fase de migração, com a digitalização do serviço de televisão por satélite. “Essa transição tem impulsionado o crescimento da empresa. Além disso, a BedinSat tem expectativas otimistas para datas comemorativas, como o Dia dos Pais, quando os produtos são uma opção de presente.”

A empresa também tem investido na área de energia solar, oferecendo kits completos que incluem painéis solares e inversores, disse Marcello. “Com a crescente demanda por soluções sustentáveis e o aumento dos custos de energia elétrica, vemos esse segmento como uma grande oportunidade de negócio. Nossos kits solares são projetados para geração de energia limpa e podem ser instalados em residências e estabelecimentos comerciais.” ■■

BedinSat presented its **BS9900S D2-KU digital signal receiver** at the 16th Eletrolar Show. The product, which offers up to 80 digital channels through an antenna measuring only 60 cm, replaces the satellite dishes, which will have their signals turned off by the end of this year.

**Marcello Martins, director of new products at Bedinsat**, informed that the market is going through a migration phase, with the digitalization of the satellite television service. “This transition has driven the company’s growth. In addition, BedinSat has optimistic expectations for commemorative dates, such as Father’s Day, when products are a gift option.”

The company has also invested in solar energy, offering complete kits that include solar panels and inverters, Marcello said. “With the growing demand for sustainable solutions and rising electricity costs, we see this segment as a great business opportunity. Our solar kits are designed for clean energy generation

and can be installed in homes and commercial establishments.” ■■



**MARCELLO MARTINS,**  
**DIRETOR DE NOVOS PRODUTOS**  
**DA BEDINSAT**  
DIRECTOR OF NEW PRODUCTS  
AT BEDINSAT

# X-ONE BRASIL LANÇOU NOVA PELÍCULA À BASE DE NANO

Empresa apostou na Eletrolar Show para conquistar novos clientes.

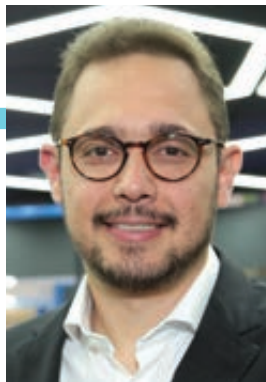
*X-ONE BRASIL LAUNCHED NEW NANO-BASED FILM*

*The company bet on the Eletrolar Show to conquer new customers.*

"A única empresa do mundo que te dá garantia de tela": esse é o slogan da X-ONE Brasil, empresa especializada em **acessórios para celulares, tablets e relógios**. Foi para fortalecer essa ideia que o **CEO, Breno França**, levou para a Eletrolar Show 2023 a sua **quinta geração de películas**.

"Nossas novas películas são construídas à base de nano, com duas camadas contra arranhões e muito mais resistentes a choques e quedas. São, também, muito mais translúcidas", explicou Breno. Por esses atributos, os produtos que integram a nova linha da marca ganharam muito destaque.

Expositor da feira desde 2019, Breno ressaltou a importância que ela tem para o mercado de eletrônicos do País. "A cada edição, a X-ONE Brasil aumenta o tamanho de seu estande. Neste ano, ficamos no corredor principal e tivemos ótimo retorno. A Eletrolar Show não é apenas a maior feira da América Latina, também é uma referência para os clientes." ■■



**BRENO FRANÇA,**  
CEO DA X-ONE BRASIL  
CEO AT X-ONE BRASIL

"The only company in the world that gives you a screen guarantee": this is the slogan of X-ONE Brasil, a company specialized in **accessories for cell phones, tablets, and watches**. It was to strengthen this idea that the **CEO, Breno França**, took his **fifth generation of films** to the Eletrolar Show 2023.

"Our new skins are built on a nano basis, with two layers against scratches and much more resistant to shocks and falls. They are also much more translucent", explained Breno. Due to these attributes, the products that make up the brand's new line gained much prominence.

Exhibitor at the fair since 2019, Breno highlighted the importance it has for the country's electronics market. "At each edition, X-ONE Brasil increases the size of its booth. This year, we stayed in the main hall and had great feedback. Eletrolar Show is not only the largest fair in Latin America, but also a reference for customers." ■■





## MOX DOTCELL: MAIS DE 800 PRODUTOS NO PORTFÓLIO

Carregador de pilhas recarregáveis é o carro-chefe da empresa.

*MOX DOTCELL: OVER 800 PRODUCTS IN THE PORTFOLIO*

*Rechargeable battery charger is the company's flagship product.*

Exibido na feira pelo 13º ano. Para **Hassan Abdallah, presidente e CEO da Mox Dotcell**, a participação na Eletrolar Show é indispensável e integra o cronograma anual da empresa. "É aqui que temos a oportunidade de nos encontrar com clientes e conversar cara a cara", contou Hassan.

O **carregador de pilhas recarregáveis CP-51** é o carro-chefe da empresa, líder nesse segmento. Recentemente, passou a comercializar um **kit de ferramentas**, para ganhar ainda mais mercado. "Sempre faço o meu dever de casa para subir. Os números da empresa nunca se igualaram aos anos anteriores, mesmo na dificuldade. Sempre temos que crescer, nem que seja 5% ao ano. Essa é uma meta minha", disse Hassan.

Na feira, o CEO notou, também, a presença de um novo público, formado por empreendedores que deram início ao seu novo comércio. E reforçou a oportunidade que a feira propicia de ter contato com cada um de seus clientes. "A Eletrolar Show é um ponto de união nacional para o mercado de eletros." ■■

Exhibited at the fair for the 13th year. For **Hassan Abdallah, president, and CEO at Mox Dotcell**, participating in the Eletrolar Show is essential and is part of the company's annual schedule. "This is where we have the opportunity to meet with customers and talk face-to-face," said Abdallah.



**HASSAN ABDALLAH,  
PRESIDENTE E CEO  
DA MOX DOTCELL**  
PRESIDENT AND CEO AT  
MOX DOTCELL

The **CP-51 rechargeable battery charger** is the company's flagship, leader in this segment. Recently, it started to sell a **tool kit**, to gain even more market. "I always do my homework to go upstairs. The company's numbers never equaled previous years, even in difficulty. We always must grow, even if it's 5% a year. That's a goal of mine," said Hassan.

At the fair, the CEO also noted the presence of a new audience, formed by entrepreneurs who started their new business. And it reinforced the opportunity that the fair provides to have contact with each of its customers. "The Eletrolar Show is a national rallying point for

the electronics market." ■■



## XT RACER EXPÔS LINHA DE MESAS E PERIFÉRICOS GAMERS

Teclado e cadeira foram destaques da marca.

*XT RACER EXPOSED LINE OF GAMERS TABLES AND PERIPHERALS*

*Keyboard and chair were brand highlights.*

Pe-la primeira vez na Eletrolar Show como expositora, a XT Racer, empresa especializada em cadeiras gamers, lançou uma linha completa de mesas e periféricos gamers, como teclados, mouses e headset. "Gostaria de destacar dois produtos: o **teclado gamer**, que atende um público muito exigente, e a **cadeira Platinum Style Petra**, que suporta até 120 kg. Hoje, somos reconhecidos pela qualidade dos nossos produtos e por termos o melhor custo-benefício do mercado", disse **Agnaldo Valentim, gerente-geral da XT Racer**.

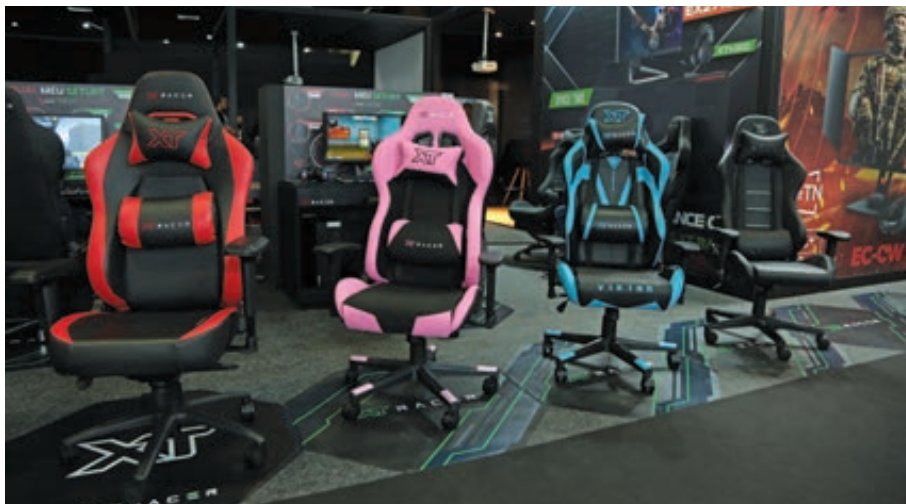
Para a marca, foi fundamental participar da feira. "Viemos à Eletrolar Show para gerar novos negócios e conexões, bem como para fortalecer ainda mais a nossa marca", contou Agnaldo. Participante de um mercado em plena ascensão, a XT Racer tem a expectativa de obter um crescimento robusto nos próximos anos. ■■



**AGNALDO VALENTIM,**  
GERENTE-GERAL DA XT RACER  
GENERAL MANAGER AT XT RACER

For the first time at Eletrolar Show as an exhibitor, XT Racer, a company specialized in gaming chairs, launched a complete line of gaming tables and peripherals, such as keyboards, mice, and headsets. "I would like to highlight two products: the **gamer keyboard**, which caters to a very demanding audience, and the **Platinum Style Petra chair**, which supports up to 120 kg. Today, we are recognized for the quality of our products and for having the best cost-benefit ratio on the market", said **Agnaldo Valentim, general manager at XT Racer**.

For the brand, it was essential to participate in the fair. "We came to Eletrolar Show to generate new business and connections, as well as to further strengthen our brand", said Agnaldo. Participating in a market on the rise, XT Racer expects to achieve robust growth in the coming years. ■■







# ROCK SPACE LEVOU DUAS NOVAS MÁQUINAS PARA A ES

Produtos trazem uma solução para as demandas do mercado.

*ROCK SPACE BRINGS TWO NEW MACHINES TO ES*

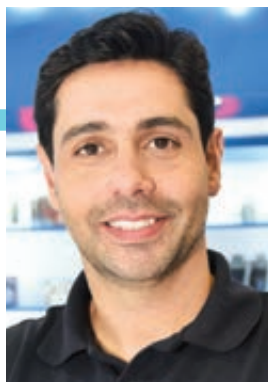
*Products bring a solution to market demands.*

Com produtos distribuídos no Brasil pela Summerland, a **Rock Space** levou duas novidades à feira: a **máquina de personalização de capa instantânea**, supercompacta, para qualquer ponto de venda, e a **máquina instantânea, também para skins personalizadas, para o verso do celular**. “Não temos dúvidas de que essas inovações serão um sucesso, pois trazem uma solução para as demandas do mercado”, disse o **CEO da empresa, Hicham A. Hamze**.

Ao oferecer inovações, qualidade e diferenciais para o mercado, Hicham afirma que a Rock Space contribui com os varejistas num ano de economia difícil. “E participar da Eletrolar Show, todos os anos, é imprescindível para apresentarmos essas inovações aos nossos clientes e para estreitarmos o relacionamento com todos eles.” ■■

With products distributed in Brazil by Summerland, **Rock Space** brought two innovations to the fair: the **instant cover personalization machine**, super compact, for any point of sale, and the **instant machine**, also for personalized skins, for the back of the cell phone. “We have no doubt that these innovations will be a success, as they provide a solution to market demands,” said **the company’s CEO, Hicham A. Hamze**.

By offering innovations, quality, and differentials to the market, Hicham states that Rock Space contributes to retailers in a year of difficult economy. “And participating in the Eletrolar Show every year is essential for us to present these innovations to our customers and to strengthen our relationship with all of them.” ■■



**HICHAM A. HAMZE,**  
CEO DA ROCK SPACE  
CEO AT ROCK SPACE



# DANX IMPORTADORA AMPLIOU SUA ÁREA DE EXPOSIÇÃO

Em 2022, o seu estande tinha 25 m<sup>2</sup> e, neste ano, teve 90 m<sup>2</sup>.

*DANX IMPORTADORA EXPANDED ITS EXHIBITION AREA*

*In 2022, its booth was 25 sqm and, this year, it was 90 sqm.*

Os destaques da empresa na feira foram o **Cabo PD Tipo C Lightning Turbo Du420I**, o **Cabo de dados Tipo C DU121T** e o **Adaptador Power Charger DC23**. A empresa tem ampla linha de acessórios, incluindo **fonos de ouvido**. Neste ano, decidiu expor em espaço maior, contou **Bianca Barboza, diretora de operações da Danx Importadora**. "Em 2022, o nosso estande tinha 25 m<sup>2</sup> e, desta vez, estivemos em um espaço de 90 m<sup>2</sup> para mostrar os nossos produtos."

"Hoje em dia, o celular faz parte do nosso corpo, e todo mundo quer um aparelho de qualidade com bons acessórios. Por isso, participar da Eletrolar Show novamente foi importante para divulgar os nossos produtos para compradores que vêm de todo o Brasil. Fechamos vários negócios desde o início da feira, e tenho certeza de que superaremos nossas expectativas", contou Bianca. ■■



**BIANCA BARBOZA,**  
**DIRETORA DE OPERAÇÕES DA**  
**DANX IMPORTADORA**  
DIRECTOR OF OPERATIONS  
AT DANX IMPORTADORA

The company's highlights at the fair were the **Type C Lightning Turbo Du420I PD Cable**, the **Type C Data Cable DU121T** and the **Power Charger Adapter DC23**. The company has a wide range of accessories, including **headphones**. This year, it decided to exhibit in a larger space, says **Bianca Barboza, director of operations at Danx Importadora**. "In 2022, our booth had 25 sqm and, this time, we were in a space of 90 sqm to show our products."

"Nowadays, the cell phone is part of our body, and everyone wants a quality device with good accessories. Therefore, participating in the Eletrolar Show again was important to publicize our products to buyers who come from all over Brazil. We have closed several deals since the beginning of the fair and I am sure that we will exceed our expectations", said Bianca. ■■







# DEVIA: MÁQUINA CORTA PELÍCULAS EM 30 SEGUNDOS

Desde 2010 no Brasil, a empresa segue o padrão internacional de qualidade.

*DEVIA: MACHINE CUTS FILM IN 30 SECONDS*

*Since 2010 in Brazil, the company follows the international quality standard.*

Lançou a **cortadora de películas**. Compacta, a máquina corta películas em 30 segundos para qualquer celular. A empresa, presente em mais de 140 países, tem no portfólio mais de 150 itens e segue o padrão internacional de qualidade, contou

**Fábio Dotoli, gerente de vendas da Devia**. "Temos a maior gama de películas, inclusive com proteção antibacteriana, que elimina a necessidade de higienização com álcool; blue ray, que filtra os raios ultravioleta emitidos pelo celular; e green ray, que protege os olhos das crianças." Carro-chefe da marca, as películas são para smartphones, tablets e notebooks de até 16".

Apresentou, também, **máquinas laminadoras a laser** para a troca de vidro do celular, **fone de ouvido, smartwatch, pulseira e carregador versátil, que carrega, ao mesmo tempo, celular, smartwatch, relógio e fone de ouvido**. Com a variedade de produtos premium, que inclui cabos, braçadeiras, suportes e capas de celular, a Devia espera crescimento real de 27% neste semestre sobre o mesmo período do ano passado. "Participar da Eletrolar Show é super importante. A feira é a atualização do segmento, que precisa ficar por dentro de tudo o que está acontecendo", disse Fábio. ■■

Lanched the **film cutter**. Compact, the machine cuts films in 30 seconds for any cell phone. The company, present in more than 140 countries, has more than 150 items in its portfolio and follows international quality standards, said **Fábio Dotoli,**

**sales manager at Devia**. "We have the widest range of films, including antibacterial protection, which eliminates the need for cleaning with alcohol; blue ray, which filters the ultraviolet rays emitted by the cell phone; and green ray, which protects children's eyes." Flagship of the brand, the films are for smartphones, tablets, and notebooks up to 16".



**FÁBIO DOTOLI,**  
GERENTE DE VENDAS DA DEVIA  
SALES MANAGER AT DEVIA

It also presented **laser laminating machines** for changing the glass of cell phones, **headphones, smartwatches, wristbands, and a versatile charger that charges at the same time cell phones, smartwatches, watches and headphones**. With the variety of premium products, which include cables, clamps, holders and cell phone covers, Devia expects real growth of 27% this semester over the same period last year. "Participating in the Eletrolar Show is super important. The fair is the update of the segment, which needs to stay on top of everything that is happening", said Fábio. ■■

# KHOSTAR LANÇOU RELÓGIOS SMART

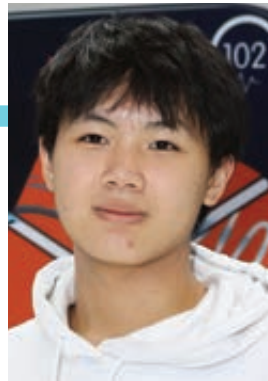
Empresa também expôs acessórios para smartwatches.

## KHOSTAR LAUNCHED SMARTWATCHES

The company also exhibited accessories for smartwatches.

Seus lançamentos mais importantes foram os **relógios smart HW9 PRO MAX, HW9 ULTRA MAX, S9 ULTRA PRO**, este redondo, e **S68 ULTRA MAX GOLD**, que vem com duas pulseiras, uma de metal e outra de silicone. "Os smartwatches têm alta tecnologia, controlam a pressão arterial, os batimentos cardíacos e apresentam exercícios físicos. Todos também são à prova d'água", disse **Hui Gao, diretor da Khostar**. No total, são 70 modelos em várias cores, entre elas dourado, prata e preto.

A empresa também conta com mais de 100 acessórios para smartwatches, como películas, pulseiras e capa que protege a frente e a lateral do produto. As vendas ocorrem em cinco lojas próprias em São Paulo (SP) e no e-commerce. Criada há cinco anos, a Khostar, que fechou parcerias na feira, espera crescimento de 30% nas vendas neste semestre. "Nossos produtos têm, como grande característica, a modernidade", afirmou Hui. ■■



**HUI GAO,**  
DIRETOR DA KHOSTAR  
DIRECTOR AT KHOSTAR

Its most important launches were the **smartwatches HW9 PRO MAX, HW9 ULTRA MAX, S9 ULTRA PRO**, this round one, and **S68 ULTRA MAX GOLD**, which comes with two watchbands, one in metal and another in silicone. "Smartwatches have high technology, control blood pressure, heart rate and perform physical exercises. All are also waterproof," said **Hui Gao, managing director at Khostar**. In total, there are 70 models in various colors, including gold, silver and black.

The company also has more than 100 accessories for smartwatches, such as skins, watchbands and a cover that protects the front and the side of the product. With sales in their own five stores in São Paulo (SP) and in e-commerce. Created five years ago, Khostar has closed partnerships during the fair and expects growth of 30% in sales this semester. "Our products have modernity as a great feature," said Hui. ■■





## BRIGHT: FONES DE OUVIDO BLUETOOTH TWS, COM ERGONOMIA

Empresa está há 27 anos no mercado.

*BRIGHT: BLUETOOTH TWS HEADPHONES, WITH ERGONOMICS*

*The company has been on the market for 27 years.*

Após cinco anos, voltou à feira com forte posicionamento no lançamento dos **fones de ouvido Bluetooth TWS**. "Oferecemos aos consumidores o maior leque de modelos e de especificações técnicas do mercado", atestou **Alessandro Kneube, diretor comercial da Bright**. O principal diferencial dos fones é a ergonomia. Eles permitem conexão com grande diversidade de dispositivos, contando com a tecnologia ANC de redução de ruídos.

Expôs, também, produtos dos segmentos de entretenimento, como caixas de som, linha kids, mouses e streamer; de office, incluindo monitores, computadores, nobreaks e extensões; e gamer, com cadeiras, mesas, teclados e mouses. "Temos uma gama renovada de produtos, olhando para o gosto do consumidor. Depois de ser adquirida pelo grupo Merama, a Bright vem crescendo mais de 50% ao ano e tem a meta audaciosa de manter-se assim nos próximos quatro anos", contou Alessandro. ■■

After five years, it returned to the fair with a strong position in the launch of **TWS Bluetooth headphones**. "We offer consumers the widest range of models and technical specifications on the market", attested **Alessandro Kneube, Bright's commercial director**. The main differential of the headphones is ergonomics. They allow connection to a wide range of devices, with ANC noise reduction technology.

It also exhibited products from the entertainment segment, such as speakers, kids' line, mice and streamer; in office category, including monitors, computers, no breaks and extensions; and gamer category, with chairs, tables, keyboards and mice. "We have a renewed range of products, looking at consumer tastes. After being acquired by the Merama group, Bright has been growing more than 50% a year and has the audacious goal of keeping it that way over the next four years", said Alessandro. ■■



**ALESSANDRO KNEUBE,**  
DIRETOR COMERCIAL  
DA BRIGHT  
COMMERCIAL DIRECTOR AT BRIGHT



# MIMO STYLE E ZIPPY TOYS: VÁRIOS LANÇAMENTOS NA ES

Em processo de maioridade, as marcas visam atender novos mercados.

MIMO STYLE AND ZIPPY TOYS: VARIOUS RELEASES IN ES

*In the process of coming of age, the brands aim to serve new markets.*



**ORLANDO OLIVEIRA,**  
DIRETOR DA MIMO STYLE  
DIRECTOR AT MIMO STYLE

Após completar 21 anos de atividade, a **Mimo Style**, que agrega a marca Zippy Toys, buscou na Eletrolar Show parcerias com grandes redes e players de mercado. “Estamos em um processo de maioridade e incremento de produtos, temos potencial e know-how para atender novos mercados”, afirmou o **diretor Orlando Oliveira**, que levou especialmente para a feira uma **linha de eletroportáteis, como chaleiras elétricas, base de indução e máquina seladora.**

Marca de produtos para a casa, a Mimo Style expôs seus lançamentos, como as linhas de painéis convencionais, avulsas, e para fogão de indução. Destaque para as **churrasqueiras inox a gás**, tipo americanas, tanto de embutir como de carrinho, com três ou quatro queimadores, termômetro integrado, armário embaixo e rodas na base. A marca de brinquedos Zippy Toys lançou a linha de **minicarros elétricos infantis**, com vários modelos, características dos carros originais e funções similares de luzes, buzina e sons do motor. ■■

Upon completing 21 years of activity, **Mimo Style**, which includes the **Zippy Toys** brand, sought partnerships with major chains and market players at Eletrolar Show. “We are in a process of coming of age and increasing products, we have the potential and know-how to serve new markets”, said the **director Orlando Oliveira**, who took a line of **small appliances** especially to the fair, such as **electric kettles, induction base and machine sealer.**

Household products brand, Mimo Style, exhibited its releases, such as the lines of conventional pans, individuals, and for induction cookers. The highlight is the **stainless-steel gas barbecues**, American type, both built-in and on a trolley, with three or four burners, integrated thermometer, cabinet at the bottom and wheels at the base. The toy brand Zippy Toys launched a line of **children’s electric mini cars**, with various models, features of the original cars and similar functions of lights, horn, and engine sounds. ■■

## DAYSBRASIL: FONES DE OUVIDO, CÂMERAS E SMARTWATCHES

Empresa ressaltou a busca por novidades para se diferenciar no mercado.

*DAYSBRASIL: HEADPHONES, CAMERAS, AND SMARTWATCHES*

*The company highlighted the search for novelties to differentiate itself in the market.*

Expôs seus principais produtos, incluindo **fones de ouvido Bluetooth, com destaque para o A889BL, câmeras de ação e smartwatches** com design diferenciado. A empresa trabalha com quatro marcas. Da Awei, expôs fones de ouvido e caixas de som Bluetooth; da Byz, acessórios para celulares; da Hohem, estabilizadores para celulares e câmeras; e da Sjcam, câmeras de ação. **"A Daysbrasil traz mais qualidade e tecnologia", disse Giovana Hu, gerente da empresa.**

No evento, a Daysbrasil enfatizou a importância de montar um estande mais amplo para expor os produtos, atender à demanda do mercado e tornar a marca ainda mais conhecida no Brasil. "A Eletrolar Show é o espaço ideal para estabelecer contatos e firmar parcerias comerciais, inclusive após o seu término", afirmou Giovana. ■■

It exhibited its main products, including **Bluetooth headphones, highlighting the A889BL, action cameras and smartwatches** with a different design. The company works with four brands. From Awei, it exhibited Bluetooth headphones and speakers; Byz, cell phone accessories; from Hohem, stabilizers for cell phones and cameras; and from Sjcam, action cameras. **"Daysbrasil brings more quality and technology", said Giovana Hu, company's manager.**

At the event, Daysbrasil emphasized the importance of setting up a wider stand to display products, meet market demand and make the brand even better known in Brazil. "The Eletrolar Show is the ideal space to establish contacts and establish commercial partnerships, even after its end", said Giovana. ■■



**GIOVANA HU,**  
GERENTE DA DAYSBRASIL  
MANAGER AT DAYSBRASIL

# KAIDI: FONES DE OUVIDO E CARREGADORES FORAM OS DESTAQUES

Empresa aposta nos produtos ergonômicos com conexão Bluetooth.

*KAIDI: HEADPHONES AND CHARGERS WERE THE HIGHLIGHTS*

*The company bets on ergonomic products with Bluetooth connection.*



**ESTELA LAI,**  
GERENTE COMERCIAL DA KAIDI  
SALES MANAGER AT KAIDI



**A**pós os resultados positivos obtidos na feira de 2022, a Kaidi investiu em um espaço maior neste ano. **Estela Lai, gerente comercial** da empresa, contou que o foco foi a divulgação dos **fones de ouvido sem fio TWS 770 e TWS 771**, seus carros-chefe e a grande aposta no evento. "Por serem ergonômicos, se encaixam bem no ouvido e não caem com facilidade. Com conexão Bluetooth, os fones de ouvido têm ótima qualidade de som, considerada uma das melhores do mercado. Sempre recebemos feedbacks positivos dos consumidores. Os nossos **cabos de carregadores** também se destacam, uma vez que não quebram facilmente."

Graças ao aumento de pessoas trabalhando em esquema de home office, a empresa vivencia uma ascensão no mercado onde está inserida. "Para nós, é muito importante participar da feira, porque, como já estamos consolidados em São Paulo, pudemos conhecer pessoas de outros estados. Nosso foco é fazer contatos e fechar negócios após o evento. Queremos que os nossos futuros clientes saibam que, em relação aos concorrentes, o diferencial da Kaidi é sempre prezar a qualidade", disse Estela. ■■

**A**fter the positive results obtained at the 2022 fair, Kaidi invested in a larger booth this year. **Estela Lai, the company's commercial manager**, said that the focus was on advertising the **TWS 770 and TWS 771 wireless headphones**, its flagships and the big bet on the event. "Because they are ergonomic, they fit well in the ear and don't fall out easily. With Bluetooth connection, the headphones have excellent sound quality, considered one of the best on the market. We always receive positive feedback from consumers. Our **charger cables** also stand out as they don't break easily."

Thanks to the increase in people working from home, the company is experiencing a rise in the market where it operates. "For us, it is very important to participate in the fair, because, as we are already consolidated in São Paulo, we were able to meet people from other states. Our focus is on making contacts and closing deals after the event. We want our future customers to know that, compared to competitors, Kaidi's differential is always to value quality", said Estela. ■■

## SUDU TECH APRESENTOU A E-BIKE A1

A bicicleta elétrica é um dos principais produtos da marca.

*SUDU TECH PRESENTED THE E-BIKE A1*

*The electric bicycle is one of the brand's main products.*

S eis anos após expor pela primeira vez na Eletrolar Show, a Sudu Tech, empresa de importação de scooters, patinetes e bicicletas elétricas, voltou à feira. A **E-Bike A1** foi um de seus destaques. "Essa bicicleta elétrica é diferenciada porque é patenteada. Só nós podemos produzi-la. Por isso, ela acaba tendo um design único frente à concorrência. O objetivo, agora, é a nossa motocicleta elétrica. Queremos que ela substitua a moto a gasolina", disse **Steven Hua, CEO da Sudu Tech**.

O mercado no qual a empresa está inserida tem muito potencial para crescer, contou Steven. "Antes de participar da Eletrolar Show deste ano, eu acreditava que só os brasileiros iriam procurar os nossos produtos, mas agora percebi que também há interesse de públicos de países como Argentina, Bolívia e Estados Unidos. Esse encontro de várias culturas tem sido muito bom para promover a marca", completou Steven. Em apenas um dia, a Sudu Tech fechou quatro negócios e tinha a expectativa de conquistar seis clientes grandes para vender em lotes. ■■

S ix years after exhibiting for the first time at the Eletrolar Show, Sudu Tech, a company that imports scooters and electric bicycles, returned to the fair. The **E-Bike A1** was one of its highlights. "This electric bicycle is different because it is patented. Only we can manufacture it. Therefore, it ends up having a unique design compared to the competition. The target now is our electric motorcycle. We want it to replace the gasoline motorcycle," said **Steven Hua, CEO at Sudu Tech**.

The market in which the company operates has a lot of potential to grow, said Steven. "Before participating in the Eletrolar Show this year, I believed that only Brazilians would look for our products, but now I realize that there is also interest from audiences in countries like Argentina, Bolivia, and the United States. This meeting of different cultures has been very good for promoting the brand", added Steven. In just one day, Sudu Tech closed four deals and had the expectation of conquering six large clients to sell in batches. ■■



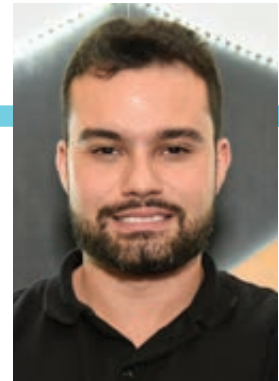
**STEVEN HUA,**  
CEO DA SUDU TECH  
CEO AT SUDU TECH

## GSHIELD LANÇOU CARREGADOR, CAPA E MÁQUINAS DE PELÍCULAS

Objetivo foi atrair o varejista para itens que têm valor agregado.

*GSHIELD LAUNCHED CHARGER, COVER AND FILM MACHINES*

*The objective was to attract the retailer to items that have added value.*



**JOÃO PAULO RESENDE,**  
COFUNDADOR DA GSHIELD  
CO-FOUNDER OF GSHIELD

Um dos lançamentos de destaque da **Gshield** foi o superportátil **carregador Wireless Pad 3 em 1**, que carrega AirPods (fone de ouvido da Apple), celular e Apple Watch. Outro foi a **capa Skull Armor Universal**, para celulares compatíveis com as medidas de 7 a 8,6 cm de largura, de 16,2 a 17 cm de altura e 9 mm de espessura. Tem laterais antiderrapantes, material ultrarresistente e alça kick stand. “Lançamos, também, três modelos de **máquinas de películas** para diferentes finalidades”, contou **João Paulo Resende, cofundador da Gshield**.

“Nesta nossa terceira participação na Eletrolar Show, vimos cada vez mais a sua importância para o mercado. É o momento de o vendedor conhecer o lojista com quem conversa apenas por telefone, e-mail e aplicativos. A feira proporciona mais relacionamento, o cliente vê de perto os produtos, o que facilita fechar o negócio. Nossas expectativas sempre foram atingidas”, contou João Paulo. ■■

One of the **Gshield's** highlights was the super portable **Wireless Pad 3-in-1 charger**, which charges AirPods (Apple headphones), cell phone and Apple Watch. Another was the **Skull Armor Universal cover**, for compatible cell phones measuring 7 to 8.6 cm wide, 16.2 to 17 cm high and 9 mm thick. It has non-slip sides, ultra-resistant material, and kick stand handle. “We also launched three models of film machines for different purposes”, said **João Paulo Resende, co-founder of Gshield**.

“In our third participation in the Eletrolar Show, we saw more and more its importance for the market. It is time for the seller to meet the shopkeeper with whom he only talks by phone, email, and apps. The fair provides more relationships, the customer sees the products up close, which facilitates closing the deal. Our expectations have always been met”, said João Paulo. ■■

## FANCY: QUALIDADE E EMBALAGENS EXCLUSIVAS

Investimento em inovação é uma das marcas da empresa.

*FANCY: QUALITY AND EXCLUSIVE PACKAGING*

*Investment in innovation is one of the company's hallmarks.*

Entre seus lançamentos, destaque para os **óculos Bluetooth, o cabo 4 em 1, o power bank e os relógios smart**. "A Fancy se diferencia no mercado porque foca em produtos de qualidade com embalagens exclusivas. O posicionamento assertivo da marca e o investimento em inovação, como o uso da tecnologia Gun em carregadores, são diferenciais importantes para atender às necessidades dos clientes", disse **Junior Lago, diretor de marketing da empresa**.

De acordo com o executivo, a participação na feira possibilitou à empresa atingir um público mais amplo. "A Eletrolar Show nos proporcionou a oportunidade de estabelecer relacionamentos com novos clientes e fortalecer as parcerias existentes. A feira é referência no nosso setor. Continuaremos em busca de inovações e de produtos diferenciados para atender às demandas do mercado", contou Junior. ■■

Among its launches, highlight for the **Bluetooth glasses, the 4 in 1 cable, the power bank, and the smart watches**. "Fancy differentiates itself in the market because it focuses on quality products with exclusive packaging. The brand's assertive positioning and investment in innovation, such as the use of Gun technology in loaders, are important differentials to meet customer needs", said **Junior Lago, the company's marketing director**.

According to the executive, the participation in the fair allowed the company to reach a wider public. "The Eletrolar Show provided us with the opportunity to establish relationships with new customers and strengthen existing partnerships. The fair is a reference in our sector. We will continue to look for innovations and differentiated products to meet market demands", said Junior. ■■



**JUNIOR LAGO,**  
DIRETOR DE MARKETING  
DA FANCY  
MARKETING DIRECTOR AT FANCY



# EKAZA: SOLUÇÕES INTELIGENTES PARA A CASA

Dispositivo conecta todos os eletrônicos.

EKASA: SMART SOLUTIONS FOR THE HOME

*Device connects all electronics.*



**RÚBIA FIDÉLIS,**  
REPRESENTANTE COMERCIAL  
DA EKASA  
COMMERCIAL REPRESENTATIVE  
AT EKASA

Empresa de smart home, a Ekaza expôs o **Painel Central Max Pad**, que conecta todos os dispositivos eletrônicos da casa, inclusive câmeras de segurança, em um único aparelho. “Nossa proposta é uma solução **completa para casas com produtos inteligentes**”, disse Rúbia Fidelis, representante comercial da empresa, que participou da feira pela segunda vez. Apresentou, também, várias opções de lâmpadas, fechaduras e comedouros inteligentes, além dos novos interruptores com duas tomadas de 10 amperes.

“A Eletrolar Show nos trouxe resultados positivos. Ela nos possibilita entender a demanda do mercado, ou seja, os produtos que teremos para o próximo ano. Além disso, traz ótimos resultados em networking”, disse Rúbia. Para a Ekaza, a feira é um dos principais pontos para divulgar lançamentos e posicionar a marca. ■■

Smart home company Ekasa exhibited the **Max Pad Central Panel**, which connects all electronic devices in the house, including security cameras, in a single device. “Our proposal is a complete solution for homes with smart products”, said Rúbia Fidelis, the company’s commercial representative, who participated in the fair for the second time. She also presented several options for light bulbs, locks, and intelligent feeders, in addition to new switches with two 10-ampere sockets.

“The Eletrolar Show brought us positive results. It allows us to understand the market demand, that is, the products we will have for the next year. In addition, it brings great networking results,” said Rúbia. For Ekasa, the fair is one of the main points to publicize launches and position the brand. ■■

# HREBOS: ACESSÓRIOS PARA SMARTPHONES E INFOGAMES

Vendas devem crescer 20% neste ano.

*HREBOS: ACCESSORIES FOR SMARTPHONES AND INFOGAMES*

*Sales should grow 20% this year.*

Expôs toda a sua **linha de acessórios para smartphones**, como carregadores, cabos, baterias portáteis, adaptadores e fones de ouvido. Lançou **caixas de som premium com conexão Bluetooth e infogames**, com teclados, mouses, headsets e controles. “A feira ajuda a fortalecer a marca e nossas maiores vendas são as de carregadores. O mercado está superaquecido, e esperamos crescer 20% em vendas sobre o ano passado”, contou **Paulo Costa, gerente administrativo**.

Apresentou também a ampliação do programa **“Faça a sua marca”**, que disponibiliza os produtos às empresas para serem vendidos com as marcas delas, disse Paulo. “A qualidade é Hrebos, e a marca é do cliente. Cuidamos da importação, da homologação e de todo o suporte no pós-vendas. A competitividade é uma vantagem, pois os produtos são encontrados em lojas do varejo, no e-commerce e nos quiosques de shoppings centers.” ■■

The company exhibited its entire **line of smartphone accessories**, such as chargers, cables, portable batteries, adapters, and headphones. It launched **premium speakers with Bluetooth connection and infogames**, with keyboards, mice, headsets, and controllers. “The fair helps to strengthen the brand and our biggest sales are chargers. The market is overheated, and we expect to grow 20% in sales over last year”, said **Paulo Costa, administrative manager**.

It also presented the expansion of the **“Faça a sua marca”** (Make your brand) program, which makes products available to companies to be sold with their brands, said Paulo. “Quality is Hrebos, and the brand belongs to the customer. We take care of the import, approval and all the after-sales support. Competitiveness is an advantage, as the products are found in retail stores, e-commerce, and shopping center kiosks.” ■■



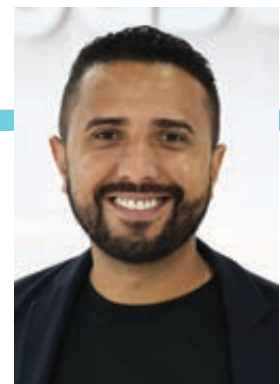
**PAULO COSTA,**  
GERENTE ADMINISTRATIVO  
ADMINISTRATIVE MANAGER

# BASEUS LANÇOU POWER BANK DE 100 W PARA NOTEBOOK

Produto tem carregamento super-rápido.

*BASEUS LAUNCHED 100 W POWER BANK FOR NOTEBOOK*

*Product has super-fast charging.*



**ALAN FERREIRA,**  
GERENTE DE VENDAS  
DA BASEUS  
SALES MANAGER AT BASEUS

Em um estande interativo, mostrou soluções de carregamento com a tecnologia GaN. O **carregador para notebook tem capacidade de 100 W** e display para acompanhar o carregamento com precisão. Esse tipo de tecnologia detecta se o cabo utilizado está enviando a carga correta ao equipamento. Expôs, também, o **carregador externo**, com capacidade de **20.000 mAh**. “Estamos em crescimento contínuo, nossos principais clientes são do setor B2B e do e-commerce”, disse **Alan Ferreira, gerente de vendas da Baseus**.

O mercado tem se mostrado promissor, especialmente nas Regiões Sul e Sudeste, contou Alan. “Ainda precisamos fortalecer nossa presença nas Regiões Norte e Nordeste. Estar na Eletrolar Show foi muito importante para captar mais clientes e fortalecer ainda mais a nossa relação com o mercado.” ■■

In an interactive booth, it showed charging solutions with GaN technology. The **notebook charger has a capacity of 100 W** and a display to monitor charging accurately. This type of technology detects whether the cable used is sending the correct charge to the equipment. It also exposed the **external charger**, with a capacity of **20,000 mAh**. “We are in continuous growth, our main clients are from the B2B sector and e-commerce”, said **Alan Ferreira, sales manager at Baseus**.

The market has been promising, especially in the South and Southeast regions, said Alan. “We still need to strengthen our presence in the North and Northeast regions. Being at Eletrolar Show was very important to capture more customers and further strengthen our relationship with the market.” ■■

## LANTERNAS E DIFUSORES FORAM DESTAQUES DA B-MAX

Empresa participou da feira para divulgar a marca.

### FLASHLIGHTS AND DIFFUSERS WERE B-MAX HIGHLIGHTS

*The company participated in the fair to publicize the brand.*

A importadora de produtos eletrônicos apostou em dois itens. “Neste momento, nossos produtos mais importantes são o **difusor**, que está vendendo bastante no Brasil, e a **lanterna**. Estamos nesse ramo há alguns anos e, como temos uma fábrica na China, sempre conseguimos lançar os modelos mais novos do mercado”, disse **Eric Yang, diretor administrativo da B-Max**. No ano passado, ao visitar a feira, decidiu que era uma oportunidade para apresentar a marca e fazer novos negócios.

Os cuidados com os detalhes diferenciam a empresa, contou Eric. “No mercado, nossas lanternas são reconhecidas porque têm mais qualidade e bateria com maior duração. Antes da pandemia, as compras eram na loja física, depois passaram para o online e, agora, estão divididas entre ambos. Essa adaptação para atender os consumidores tem sido desafiadora para nossa empresa.” ■■

The importer of electronic products bet on two items. “Right now, our most important products are the **diffuser**, which is selling a lot in Brazil, and the **flashlight**. We’ve been in this business for a few years now, and because we have a factory in China, we’ve always been able to bring the newest models to market,” said **Eric Yang, managing director at B-Max**. Last year, when visiting the fair, he decided that it was an opportunity to present the brand and do new business.

Attention to detail sets the company apart, Eric said. “In the market, our flashlights are recognized because they have better quality and longer battery life. Before the pandemic, purchases were in the physical store, then they moved online and are now divided between both. This adaptation to serve consumers has been challenging for our company.” ■■



**ERIC YANG,**  
DIRETOR ADMINISTRATIVO  
MANAGING DIRECTOR

# TOY BOX DIVERSÕES ELETRÔNICAS: DIFERENCIAL ESTÁ NA QUALIDADE

Empresa expôs pela segunda vez.

*TOY BOX DIVERSÕES ELETRÔNICAS: THE DIFFERENTIAL IS IN THE QUALITY*

*Company exhibited for the second time.*



**RODRIGO SIMAS,**  
GERENTE COMERCIAL  
COMMERCIAL MANAGER

Seu objetivo foi ampliar as vendas, contou **Rodrigo Simas, gerente comercial da empresa.** "Somos a maior fábrica da América Latina no setor de guas e pelúcias, as famosas máquinas de bichinhos. Hoje, os nossos dois produtos de destaque são a **Dark Station e a Blackout.** Atualmente, a Blackout é a máquina mais robusta e segura do mercado."

Expositora pelo segundo ano, a empresa ressaltou o seu diferencial. "Além da estrutura, que é o nosso foco, a principal diferença é que fazemos produtos com qualidade, por isso duram bastante. O comprador dessas máquinas não precisará reformá-las ou restaurá-las depois de dois anos", disse Rodrigo. ■■

Its objective was to increase sales, said **Rodrigo Simas, the company's commercial manager.** "We are the largest factory in Latin America in the sector of cranes and stuffed animals, the famous animal machines. Today, our two standout products are **Dark Station and Blackout.** Currently, Blackout is the most robust and secure machine on the market."

Exhibitor for the second year, the company highlighted its differential. "In addition to the structure, which is our focus, the main difference is that we make quality products, so they last a long time. The purchaser of these machines will not need to renovate or restore them after two years," said Rodrigo. ■■

## HPRIME DESTACOU A LINHA PRO

Diferencial está na composição de polímero com fibra de vidro.

*HPRIME HIGHLIGHTED THE PRO LINE*

*Differential is in the composition of polymer with fiberglass.*

**N**a feira, apresentou suas principais linhas de produtos. “A linha **Fiber Pro®**, um destaque, é formada por películas de alta resistência, muito bem vendidas, e que têm como diferencial a composição de polímero com fibra de vidro. Também divulgamos que já temos a linha **Nanoshield, de películas para o iPhone 15**. E, em colaboração com a Nordweg, apresentamos a **linha de couro legítimo para iPad e notebook**. A qualidade com preço justo é uma grande preocupação nossa”, disse **Felipe Almeida, diretor da HPrime**.

Com mais de 200 itens no portfólio, entre películas, capas e linha de couro, todas premium, a empresa participou pelo terceiro ano da Eletrolar Show. “Em todas as vezes, fomos surpreendidos pelo público e pelas conexões”, contou Felipe. Na opinião do diretor, o mercado oscilou bastante neste ano. Apesar disso, sua expectativa é que a HPrime registre crescimento de 17% em 2023 na comparação com o ano passado. ■■

**A**t the fair, it presented its main product lines. “The **Fiber Pro® line**, a highlight, is made up of highly resistant films, which are very well sold, and whose differential is the composition of polymer with fiberglass. We also announced that we already have the **Nanoshield line, of skins for the iPhone 15**. And, in collaboration with Nordweg, we present the **genuine leather line for iPad and notebook**. Quality at a fair price is a major concern for us”, said **Felipe Almeida, director at HPrime**.

With more than 200 items in its portfolio, including films, covers and a leather line, all premium, the company participated for the third year in the Eletrolar Show. “Every time, we were surprised by the public and the connections”, said Felipe. In the director’s opinion, the market has fluctuated a lot this year. Despite this, his expectation is that HPrime will register a growth of 17% in 2023 compared to last year. ■■



**FELIPE ALMEIDA,**  
DIRETOR DA HPRIME  
DIRECTOR AT HPRIME

# CUSTOMIC LANÇOU CAPAS E MÁQUINA UNIVERSAL DE PELÍCULAS

Empresa utiliza material reciclado na produção.

CUSTOMIC LANÇOU CAPAS E MÁQUINA UNIVERSAL DE PELÍCULAS

Company uses recycled material in its production.



ANDRÉ WEEGE,  
GERENTE COMERCIAL DA  
CUSTOMIC

COMMERCIAL MANAGER AT CUSTOMIC



Dentre seus lançamentos, destaque para a **capa Spot**, de silicone, produzida com material reciclado e antibactéria. “Tem certificação internacional GRS – Global Recycled Standard, bordas elevadas, toque macio, proteção 360° nos quatro lados e carregamento wireless”, contou **André Weege, gerente comercial da Customic**. Lançou, também, a **capa Impactor Clear Holo**, da linha de proteção militar, que protege contra queda de até 2 metros. E mais a **Impactor Ultra**, que tem a tecnologia MagSafe e garante segurança no caso de queda de 3 metros de altura.

Outro lançamento da Customic foi a **máquina Universal de Películas**. Produz películas para todos os modelos de smartphone. Sediada em Porto Alegre (RS), a empresa tem mais de 10 anos de atuação e expôs na feira pela oitava vez. “A Eletrolar Show é importante para encontrar os clientes e prospectar novos. É um trabalho de relacionamento. O mercado tem muita concorrência, mas procuramos nos diferenciar com os atributos de nossos produtos”, afirmou André. ■■

Among its releases, the highlight is the **Spot cover**, made of silicone, produced with recycled and antibacterial material. “It has international GRS certification – Global Recycled Standard, raised edges, soft touch, 360° protection on four sides and wireless charging”, said **André Weege, commercial manager at Customic**. It also launched the **Impactor Clear Holo cover**, from the military protection line, which protects against falls of up to 2 meters. Plus, the **Impactor Ultra**, which has MagSafe technology and guarantees safety in the event of a 3-meter fall.

Another release from Customic was the **Universal Film machine**. Produces films for all smartphone models. Headquartered in Porto Alegre (RS), the company has been operating for over 10 years and exhibited at the fair for the eighth time. “The Eletrolar Show is important to find customers and prospect new ones. It is a job of relationship. The market has a lot of competition, but we try to differentiate ourselves with the attributes of our products”, said André. ■■

## ECOODA: NOVIDADES EM VÁRIAS CATEGORIAS

Para a empresa, a qualidade dos produtos é o seu diferencial.

*ECOODA: NEWS IN VARIOUS CATEGORIES*

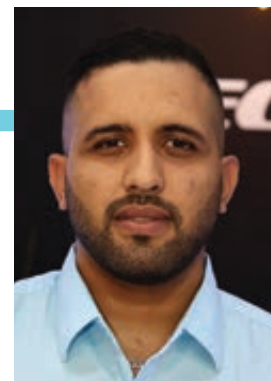
*For the company, product quality is its differential.*

Expôs uma nova linha de produtos, entre eles carregadores de celulares – como o **ECOODA-ZY 110 V**, que tem reconhecimento inteligente e é três vezes mais rápido que o tradicional –, carregadores veiculares, lanternas e garrafas térmicas em vários modelos. “Fidelizamos o cliente com a qualidade da matéria-prima dos produtos e os preços competitivos”, disse **Erik Pereira da Silva, gestor de negócios da Ecodda**.

A empresa expõe pela primeira vez na feira. “Vimos a presença na Eletrolar Show como uma oportunidade de aumentar a visibilidade da nossa marca e de estabelecer conexões com outros fornecedores e importadores”, contou Erik. ■■

It exhibited a new line of products, including cell phone chargers – such as the **ECOODA-ZY 110 V**, which has intelligent recognition and is three times faster than the traditional one –, vehicle chargers, flashlights, and thermos bottles in various models. “We build customer loyalty with the quality of the products’ raw materials and competitive prices,” said **Erik Pereira da Silva, business manager at Ecodda**.

The company exhibits for the first time at the fair. “We saw our presence at the Eletrolar Show as an opportunity to increase our brand’s visibility and establish connections with other suppliers and importers,” said Erik. ■■



**ERIK PEREIRA DA SILVA,**  
GESTOR DE NEGÓCIOS  
DA ECOODA  
BUSINESS MANAGER AT ECOODA

# LEHMOX LANÇOU CÂMERAS DE SEGURANÇA

Produtos reforçaram a posição da empresa no mercado.

*LEHMOX LAUNCHED SECURITY CAMERAS*

*Products strengthened the company's position in the market.*



**ROSÂNGELA LIMA,**  
GERENTE COMERCIAL  
DA LEHMOX  
*COMMERCIAL MANAGER AT LEHMOX*



Exibiu suas novas **câmeras de segurança**, com destaque para os modelos **Ley-90**, instalável em bocal de lâmpada, e **Ley-94**, que é sem fio e tem sensor de movimento e infravermelho. “Esses lançamentos reforçam a posição da empresa no mercado, mantendo o foco no atacado, na distribuição mais ágil e eficiente em todo o Brasil e nos preços competitivos”, disse **Rosângela Lima, gerente comercial da LehmoX**.

Participar da feira foi importante, afirmou Rosângela. “Ela nos permitiu um valioso reencontro com clientes que há muito tempo não eram contatados presencialmente. Buscamos novas oportunidades de negócios e reforçamos a relevância de investir em presença física para complementar a estratégia de vendas online. Recebemos muitas solicitações de orçamentos.” ■■

It exhibited its new **security cameras**, highlighting the **Ley-90** models, which can be installed in a lamp socket, and the **Ley-94**, which is wireless and has a motion and infrared sensor. “These launches reinforce the company's position in the market, maintaining the focus on wholesale, on faster and more efficient distribution throughout Brazil and on competitive prices”, said **Rosângela Lima, commercial manager at LehmoX**.

Participating in the fair was important, said Rosângela. “It allowed us a valuable reunion with customers who had not been contacted in person for a long time. We seek new business opportunities and reinforce the importance of investing in a physical presence to complement the online sales strategy. We get a lot of requests for quotes.” ■■

# SOMECO REFORÇA A PRESENÇA DA TELEFUNKEN NO BRASIL

Empresa trabalha com a categoria de ferramentas da marca Blaupunkt.

*SOMECO STRENGTHENS TELEFUNKEN'S PRESENCE IN BRAZIL*

*The company works with the Blaupunkt brand tools category.*

Em sua sétima participação na feira e após um ano de grande sucesso desde a reinserção da marca alemã Telefunken no Brasil, a Someco tem se dedicado ao desenvolvimento comercial e expansão de distribuição da marca no País. Uma aposta é a **sua inserção no mercado de air fryers**. “Estamos tentando abordar um nicho da categoria, com maior capacidade, 5 litros, uma série de recursos digitais e display embutido”, contou **Marcelo Palacios, diretor-geral da Someco**. Com a marca **Blaupunkt**, que também está no portfólio da empresa, o destaque é para as ferramentas, como o **Power 800, com 183 peças**.

A participação na Eletrolar Show traz resultados positivos para a empresa e para o mercado, afirmou Marcelo. “Os clientes têm percebido positivamente a proposta da Someco, especialmente pelo diferencial das marcas e pela possibilidade de renovação dos produtos. E a feira é a oportunidade de nos encontrarmos com parceiros e clientes que já fazem conosco um trabalho efetivo.” ■■

In its seventh participation in the fair and after a year of great success since the reinsertion of the German brand Telefunken in Brazil, Someco has been dedicated to the commercial development and expansion of the brand's distribution in the country. One bet is **its insertion in the air fryer market**. “We are trying to address a niche in the category, with a greater capacity, 5 liters, a series of digital resources and a built-in display”, said **Marcelo Palacios, general director at Someco**. With the **Blaupunkt** brand, which is also in the company's portfolio, the highlight is the tools, such as the **Power 800, with 183 parts**.

Participation in the Eletrolar Show brings positive results for the company and for the market, said Marcelo. “Clients have perceived Someco's proposal positively, especially due to the differentiating brands and the possibility of renewing products. And the fair is an opportunity to meet with partners and customers who already do effective work with us.” ■■



**MARCELO PALACIOS,**  
DIRETOR-GERAL DA SOMECO  
GENERAL MANAGER AT SOMECO

# KEMEI: NOVOS CORTADORES DE CABELOS

Empresa destaca crescimento dos negócios e lançamentos.

*KEMEI: NEW HAIR CLIPPERS*

*Company highlights business growth and launches.*



**LI DAYONG,**  
DIRETOR-GERAL DA KEMEI  
GENERAL DIRECTOR AT KEMEI

**A** pós a bem-sucedida estreia na ES de 2022, apresentou na edição deste ano **dois novos modelos de cortadores de cabelos.** “O **KM5096** é uma máquina masculina, possuindo tempo de uso da bateria de 150 minutos. E o **KM2011** tem display LCD e lâminas de aço-carbono. Ambos se destacam pelo design arrojado e fácil manuseio”, contou **Li Dayong, diretor-geral da Kemei.**

O executivo também lembrou o impacto positivo do evento em sua marca. “Gostei da Eletrolar Show, ano que vem estarei aqui novamente. A feira de 2023 foi ainda melhor que a anterior. Estou otimista com os resultados, eles poderão impulsionar ainda mais o crescimento da empresa”, disse Li. ■■

**A**fter the successful debut at ES in 2022, it presented **two new models of hair clippers** in this year’s edition. “**The KM5096** is a male machine, with a battery usage time of 150 minutes. And the **KM2011** has an LCD display and carbon steel blades. Both stand out for their bold design and easy handling,” said **Li Dayong, general director at Kemei.**

The executive also recalled the event’s positive impact on his brand. “I enjoyed the Eletrolar Show, next year I’ll be here again. The 2023 fair was even better than the previous one. I am optimistic about the results, they could further boost the company’s growth,” said Li. ■■

# SHINKA ELETRÔNICOS: PRODUTOS PARA O PÚBLICO GAMER

Empresa participou pela primeira vez da feira.

*SHINKA ELETRÔNICOS: PRODUCTS FOR THE GAMER PUBLIC*

*The company participated in the fair for the first time.*

Os adaptadores estão entre os principais produtos da marca, disse o **diretor-geral da Shinka Eletrônicos, Tiago Wu**. "Os lançamentos deste ano são os **adaptadores displayport para HDMI e VGA**, para atender quem usa PC gamer. Eles fazem a troca de resolução da CPU gamer com o monitor ou televisão." Expôs, também, **fones de ouvido com fio e Bluetooth, mouses e teclados**. Hoje, os gamers são o principal público-alvo da empresa.

"Os gamers, hoje em dia, têm dois computadores, um PC gamer e outro para fazer as lives. No momento de fazer os vídeos, ao vivo, necessitam de alta qualidade de resolução. Para conseguir isso, precisam contar com bons acessórios, disse Tiago, que, também, elogiou a feira. "Participar da Eletrolar Show teve grande importância para a marca. Foi uma ótima forma de encontrar novos clientes para fazer a distribuição dos nossos produtos no Brasil." ■■

The adapters are among the brand's main products, said the **general director at Shinka Eletrônicos, Tiago Wu**. "This year's launches are the **displayport adapters for HDMI and VGA**, to cater those who use PC gamers. They make the gamer CPU resolution exchange with the monitor or television." It also exhibited **wired and Bluetooth headphones, mice, and keyboards**. Today, gamers are the company's main target audience.

"Gamers nowadays have two computers, a gamer PC and another to do the lives. When making live videos, they need high resolution quality. To achieve this, they need to have good accessories, said Tiago, who also praised the fair. "Participating in the Eletrolar Show was of great importance for the brand. "It was a great way to find new customers to distribute our products in Brazil." ■■



**TIAGO WU,**  
DIRETOR-GERAL DA SHINKA  
GENERAL DIRECTOR AT SHINKA



# EOS LANÇOU LINHA DE AR-CONDICIONADO COM EFICIÊNCIA ENERGÉTICA

Empresa também expôs refrigeradores e máquinas de gelo.

*EOS LAUNCHED LINE OF AIR CONDITIONING WITH ENERGY EFFICIENCY*

*The company also exhibited refrigerators and ice maker machines.*



**MAURÍCIO MOTA,**  
GERENTE NACIONAL DA EOS  
NATIONAL MANAGER AT EOS



Uma **linha de aparelhos residenciais de ar-condicionado com eficiência energética, que gera até 25% de economia e tem 10 anos de garantia**, foi o grande lançamento da EOS. "Participamos da feira pela primeira vez e fechamos vários negócios e parcerias. Com certeza, voltaremos nas próximas edições e traremos mais novidades", afirmou **Maurício Mota, gerente nacional da EOS**. A empresa também exibiu outros produtos da linha branca, como frigobares, cervejeiras e adegas, e eletroportáteis.

Apresentou, ainda, a sua **linha de refrigeradores verticais e horizontais, e máquinas de gelo comerciais e residenciais**. "Nada melhor que participar de um evento em que os nossos produtos são um dos focos dos visitantes. Na Eletrolar Show, tivemos a presença de vendedores, lojistas e compradores, todos com o mesmo objetivo, e isso é essencial para os negócios", disse Maurício. ■■

A **line of energy-efficient residential air conditioners, which generate up to 25% savings and come with a 10-year warranty**, was EOS' major launch. "We participated in the fair for the first time and closed several deals and partnerships. We will definitely come back in the next editions and bring more news", said Maurício Mota, national manager at EOS. The company also exhibited other white line products, such as fridges, beer and wine cellars, and small appliances.

It also presented its **line of vertical and horizontal refrigerators, and commercial and residential ice maker machines**. "Nothing better than participating in an event in which our products are one of the focuses of visitors. At the Eletrolar Show, we had the presence of sellers, shopkeepers, and buyers, all with the same objective, and this is essential for business", said Maurício. ■■

## GOLDENTEC: DESTAQUE PARA A LINHA GAMER

Com 600 SKUs no portfólio, empresa aposta na expansão.

*GOLDENTEC: HIGHLIGHT FOR THE GAMER LINE*

*With 600 SKUs in its portfolio, the company is betting on expansion.*

**H**á 20 anos no mercado, a Goldentec inovou com a **linha GT Gamer, composta por amplo mix de acessórios e PCs de alta performance**, que têm impulsionado os resultados da empresa. Destaque, também, para a linha de áudio, com caixas Bluetooth de vários tamanhos, e para a **linha de eletros**, com as air fryers. “Temos mais de 600 SKUs em nosso portfólio e estamos empenhados em oferecer soluções de tecnologia, seja no segmento gamer, de áudio e vídeo, seja nos outros”, disse **Técia Caetano, CEO da Goldentec**.

A CEO ressaltou a satisfação dos clientes, na feira, ao conhecerem a dimensão da empresa e a possibilidade de ampliar parcerias, percebendo as oportunidades proporcionadas pelo mix completo de produtos. “A participação na Eletrolar Show foi importante. É a maior feira de tecnologia da América Latina, escolhida estrategicamente para alcançar o público-alvo desejado”, afirmou Técia. ■■

**I**n the market for 20 years, Goldentec has innovated with the **GT Gamer line, made up of a wide mix of accessories and high-performance PCs**, which have boosted the company's results. Highlight also for the **audio line**, with Bluetooth boxes of various sizes, and the **small appliances line**, with air fryers. “We have more than 600 SKUs in our portfolio, and we are committed to offering technology solutions, whether in the gamer, audio and video segment, or in others”, said **Técia Caetano, CEO at Goldentec**.

The CEO highlighted the satisfaction of customers at the fair, as they learned about the size of the company and the possibility of expanding partnerships, realizing the opportunities provided by the complete mix of products. “The participation in the Eletrolar Show was important. It is the largest technology fair in Latin America, strategically chosen to reach the desired target audience,” said Técia. ■■



**TÉCIA CAETANO,**  
CEO DA GOLDENTEC  
CEO AT GOLDENTEC

## COLETEK INOVOU COM CARREGADOR VEICULAR

Produto carrega um carro elétrico popular em 30 minutos.

*COLETEK INNOVATED WITH VEHICLE CHARGER*

*Product charges a popular electric car in 30 minutes.*

Launched **vehicular ultrarapid**. "Em apenas 30 minutos, eles podem carregar um carro elétrico popular para uma autonomia para cerca de 130 km", disse **Alexandre Oliveira, gerente da Coletek**. Nesta edição da feira, também apresentou outros produtos de seu portfólio, como **acessórios para informática, filtros e garrafas**.

No ano passado, a Coletek conseguiu ótimas parcerias na feira, contou Alexandre. "A Eletrolar Show é importante como estratégia para expandir os negócios. Realizamos parcerias com grandes redes de postos e conseguimos a expansão dos negócios. Por isso, fizemos questão de retornar." ■■

Launched **ultra-fast vehicular chargers**. "In just 30 minutes, they can charge a popular electric car for a range of around 130 km," said **Alexandre Oliveira, manager at Coletek**. In this edition of the fair, it also presented other products from its portfolio, such as **computer accessories, filters, and bottles**.

Last year, Coletek got great partnerships at the fair, said Alexandre. "The Eletrolar Show is important as a strategy to expand business. We entered partnerships with large gas station networks and managed to expand business. That's why we made a point of returning." ■■

## GEONAV FEZ TRÊS LANÇAMENTOS NA FEIRA

Também anunciou novo posicionamento e sua entrada no mercado B2C.

*GEONAV MADE THREE LAUNCHES AT THE FAIR*

*It also announced a new positioning and its entry into the B2C market.*

**A Geonav** destacou três novos produtos. O **My-Finder Card** é um cartão localizador de objetos, licenciado e com a mesma tecnologia do AirTag, da Apple. Com ele, é possível encontrar o item perdido em qualquer lugar do mundo. "A **corda inteligente**, para pular, traz no bastão um aplicativo com dados do tempo de exercício e perda de calorias. Os pulos também podem ser apenas com o bastão. E lançamos o **bebedouro inteligente para pets**, aplicativo que informa sobre o nível de água, controla o tempo para a troca de filtro e pode ligar e desligar", contou Sérgio Miranda, gerente de produtos da Geonav.

Há 15 anos em atividade e em sua 12ª participação na Eletrolar Show, a Geonav entra numa nova fase, disse Sérgio. "Tivemos mais um lançamento na feira, que foi a nossa nova marca e novo posicionamento, mais próximo do consumidor. Além de sermos B2B, agora somos B2C. Hoje, vemos a grandiosidade da Eletrolar Show e nos lembramos de que fomos pioneiros em acessórios para smartphone. Foi bom termos anunciado a nova fase na feira." ■■

**G**eonav highlighted three new products. The **MyFinder Card** is an object locator card, licensed and with the same technology as Apple's AirTag. With it, you can find your lost item anywhere in the world. "The **smart rope**, for jumping, has an application on the stick with data on exercise time and calorie loss. The jumps can also be just with the stick. And we launched the **smart water fountain for pets**, an application that informs about the water level, controls the time for changing the filter and can turn it on and off", said **Sérgio Miranda, product manager at Geonav**.

In business for 15 years and in its 12th participation at Eletrolar Show, Geonav enters a new phase, said Sérgio. "We had another launch at the fair, which was our new brand and new positioning, closer to the consumer. In addition to being B2B, we are now B2C. Today, we see the grandeur of the Eletrolar Show and remember that we were pioneers in smartphone accessories. It was good that we announced the new phase at the fair." ■■

## PEINING: FONES E CAIXA DE SOM COM CERTIFICAÇÃO MILITAR

Empresa estreou na ES 2023.

*PEINING: HEADPHONES AND SPEAKER WITH MILITARY CERTIFICATION*

*The company exhibited for the first time at ES 2023.*

**D**estacou como principais novidades os **fones de condução óssea, fones com power bank, pulseiras para smartwatch e uma caixa de som com garantia vitalícia**, resistente à água e **com certificação militar**. “A marca já é sucesso no mercado. E a procura de empresas brasileiras para realizar parcerias e ter seus próprios produtos fabricados com a nossa marca só tem aumentado”, contou **Danilo Goes, diretor comercial da Peining**.

Para o executivo, atualmente os consumidores brasileiros valorizam muito mais a qualidade do que o preço dos produtos. “Este ano marcou a nossa primeira participação na Eletrolar Show, e muitos clientes se surpreenderam ao saberem que a marca está estabelecida e homologada no Brasil. Isso é que é importante”, afirmou Danilo. ■■

**H**ighlighted as the main novelties the **bone conduction headphones, headphones with power bank, bracelets for smartwatch and a sound box with lifetime guarantee**, water resistant and with **military certification**. “The brand is already successful in the market. And the demand for Brazilian companies to establish partnerships and have their own products manufactured with our brand has only increased”, said **Danilo Goes, commercial director at Peining**.

For the executive, Brazilian consumers currently value quality much more than the price of products. “This year marked our first participation in the Eletrolar Show, and many customers were surprised to learn that the brand is established and approved in Brazil. This is what is important”, said Danilo. ■■

## NAGEM: DESTAQUE EM NOTEBOOK GAMER E IMPRESSORAS

Produtos são das marcas Acer, Canon e Elgin.

*NAGEM: HIGHLIGHT IN NOTEBOOK GAMER AND PRINTERS*

*Products are from the brands Acer, Canon, and Elgin.*

**M**ulticanal, a **Nagem** atua nos segmentos de e-commerce, varejo físico, distribuição e corporativo. “No nosso estande, na Eletrolar Show, tivemos a parceria da Acer, Canon e Elgin. Estar de volta à feira, após cerca de cinco anos, foi uma retomada, e a expectativa, já atingida, era estar próximos dos clientes atuais e daqueles que já foram nossos. Também buscamos novos”, contou **Felipe Rezende, diretor de distribuição da Nagem**, empresa que atua no mercado há mais de 30 anos.

Expôs três destaques: **notebook gamer Acer Nitro 5**, com placa de vídeo NVidia RTX3050, 4 GB de memória dedicada, teclado retrô e tecla NitroSense; **impressora Canon Maxify**, que economiza até 90% de energia, tem tanques de tinta com visor frontal e faz ótimas cópias fotográficas; e **impressora multifuncional Elgin Pantum**, de uso pessoal e profissional, que tem custo de página menor do que o da concorrência e tecnologia laser de impressão. “Trabalhamos com as melhores marcas em tecnologia, informática, eletrônicos, telecom e papelaria, e estaremos juntos na próxima feira”, disse Rezende. ■■

**M**ultichannel, **Nagem** operates in the e-commerce, physical retail, distribution, and corporate segments. “At our booth, at the Eletrolar Show, we had a partnership with Acer, Canon, and Elgin. Being back at the fair, after about five years, was a return, and the expectation, already achieved, was to be close to current customers and those who were ours in the past. We are also looking for new ones”, said **Felipe Rezende, distribution director at Nagem**, a company that has been operating in the market for over 30 years.

The company exhibited three highlights: **Acer Nitro 5 gaming notebook**, with NVidia RTX3050 graphics card, 4 GB of dedicated memory, retro keyboard and NitroSense key; **Canon Maxify printer**, which saves up to 90% energy, has front-display ink tanks and makes great photocopies; and **Elgin Pantum multifunctional printer**, for personal and professional use, which has a lower page cost than the competition and laser printing technology. “We work with the best brands in technology, information technology, electronics, telecom and stationery, and we will be together at the next fair”, said Rezende. ■■

## ELEMENTS LANÇOU MONITOR DE ALTA PERFORMANCE

Empresa também apresentou catálogo de mobiliário corporativo.

### ELEMENTS LAUNCHED HIGH PERFORMANCE MONITOR

*The company also presented a catalog of corporate furniture.*

Lançou o **monitor 2030 XTI, com 28"**, desenvolvido para quem precisa de alta performance. Tem tela dupla, ambas podem ser usadas ao mesmo tempo, e imagens mais precisas. As cadeiras gamer também estão entre os principais produtos da marca e já foram premiadas. Na feira, lançou ainda um **catálogo de mobiliário corporativo**. "Sempre foi um sonho ter uma marca e poder participar da Eletrolar Show", disse **Bruna Dias, fundadora e CEO da Elements**.

A importância da feira para o desenvolvimento da marca foi ressaltada por Bruna. "Conversamos com distribuidores, preparamos uma cadeia de preços muito bem desenhada para eles. Entendo que nós somos de grande interesse para o público da feira e queremos levar isso adiante." ■■

It launched the **2030 XTI monitor, with 28"**, developed for those who need high performance. It has dual screen, both can be used at the same time, and more accurate images. Gamer chairs are also among the brand's main products and have already been awarded. At the fair, it also launched a **catalog of corporate furniture**. "It has always been a dream to have a brand and be able to participate in the Eletrolar Show", said **Bruna Dias, founder, and CEO at Elements**.

The importance of the fair for the development of the brand was highlighted by Bruna. "We spoke with distributors; we prepared a very well-designed price chain for them. I understand that we are of great interest to the fair public, and we want to take this forward." ■■

## HAVIT LANÇOU LINHA DE FONE DE OUVIDO SEM FIO

Com as novidades, a empresa cresce principalmente no marketplace.

### HAVIT LAUNCHED LINE OF WIRELESS HEADPHONES

*With the news, the company grows mainly in the marketplace.*

Lançou o **fone de ouvido sem fio H2230**, que oferece qualidade de som e maleabilidade. "Essas características fazem dele uma opção atraente aos que procuram um aparelho de qualidade e com preço mais acessível na comparação com a concorrência", disse **Maurício Loiola, gerente de vendas da Havit**. A empresa de headsets gamer também anunciou a **linha H2002C**, que tem de várias opções de cores, e driver similar de 50 mm.

"Com todas essas novidades, estamos crescendo exponencialmente, especialmente no marketplace. A presença da Havit na feira Eletrolar Show foi maravilhosa, tivemos a oportunidade de mostrar os nossos produtos, o que rendeu muitos negócios com interessados em fazer compras no atacado. A procura pela marca foi grande", contou Maurício. ■■

It launched the **wireless headset H2230**, which offers sound quality and flexibility. "These features make it an attractive option for those looking for a quality device at a more affordable price compared to the competition," said **Maurício Loiola, Havit's sales manager**. The gaming headset company also announced the **H2002C line**, which has multiple color options, and a similar 50mm driver.

"With all these new features, we are growing exponentially, especially in the marketplace. Havit's presence at the Eletrolar Show fair was wonderful, we had the opportunity to show our products, which yielded many deals with those interested in making wholesale purchases. The demand for the brand was great", said Maurício. ■■

## FAM: CABOS E CARREGADORES COM CERTIFICAÇÃO DA APPLE

Empresa registra crescimento expressivo.

*FAM: APPLE CERTIFIED CABLES AND CHARGERS*

*Company registers expressive growth.*

Dentre os produtos que apresentou na feira, destacou a **linha completa de cabos e carregadores**, lançada recentemente, com o diferencial de ter a **certificação da Apple**. "A certificação MFi (Made For iPhone) da Apple é importante, é difícil de obtê-la, é um selo de qualidade muito valorizado pelos consumidores", ressaltou **Tony Kuhn, CEO da FAM**.

A feira é essencial para fortalecer o relacionamento com os clientes, disse Tony. "Ela nos proporciona uma oportunidade única de interagir pessoalmente com eles, o que nos aproxima e gera confiança. Além disso, nosso crescimento expressivo é fruto das inovações e da adaptação aos novos modelos de negócio, o que nos coloca em uma posição vantajosa no mercado." ■■

Among the products presented at the fair, he highlighted the **complete line of cables and chargers**, recently launched, with the differential of being certified by Apple. "Apple's MFi (Made For iPhone) certification is important, it's difficult to obtain, it's a quality seal highly valued by consumers," said **Tony Kuhn, CEO at FAM**.

The fair is essential to strengthen the relationship with customers, said Tony. "It gives us a unique opportunity to interact personally with them, which brings us closer together and builds trust. In addition, our expressive growth is the result of innovations and adaptation to new business models, which puts us in an advantageous position in the market." ■■

## KODAK: RETORNO AO BRASIL EM GRANDE ESTILO

Câmeras digitais imprimem fotos em tempo real.

*KODAK: RETURN TO BRAZIL IN HIGH STYLE*

*Digital cameras print photos in real time.*

A Kodak, marca com mais de 100 anos, conhecida por suas câmeras e impressoras fotográficas, voltou ao mercado nacional. Na feira, apresentou **câmeras digitais de 10 megapixels, que podem imprimir fotos em tempo real**, trazendo de volta o prazer de ter imagens impressas em vez de apenas armazenadas digitalmente. "E mais uma **linha de impressoras de fotos que funcionam através de smartphones**", disse o **business development advisor, Fernando Perfeito**.

"O retorno da marca Kodak ao mercado brasileiro, com seus produtos nostálgicos, foi muito bem recebido e gerou interesse entre os clientes. Agora, a geração Z pode experimentar a impressão de fotos pela primeira vez. A Eletrolar Show é uma feira voltada ao varejo eletroeletrônico e participar dela foi muito positivo. Falamos exatamente com o varejista especializado no produto", contou o diretor. ■■

Kodak, a brand with more than 100 years, known for its cameras and photographic printers, returned to the national market. At the fair, it presented **10-megapixel digital cameras, which can print photos in real time**, bringing back the pleasure of having images printed instead of just stored digitally. "And another line of **photo printers that work through smartphones**", said the **business development advisor at Brazil Electronics, an official distributor of the products in Brazil, Fernando Perfeito**.

"The return of the Kodak brand to the Brazilian market, with its nostalgic products, was very well received and generated interest among customers. Now Gen Z can experience photo printing for the first time. The Eletrolar Show is a fair focused on electronics retail and participating in it was very positive. We spoke exactly with the retailer specialized in the product", said the director. ■■

## AMET: TRÊS LANÇAMENTOS DE DESTAQUE

No estande, recebeu clientes da América Latina e grandes compradores do País.

### AMET: THREE HIGHLIGHTS RELEASES

*At the booth, it received customers from Latin America and major buyers in the country.*

Fortalecimento da marca, posicionamento, reconhecimento no mercado e bons negócios. Assim, a **diretora Bruna Sales** resumiu a participação da **Amet** na Eletrolar Show. “Nosso estande esteve muito movimentado, recebemos vários clientes e iniciamos ótimas parcerias. Atendemos clientes da América Latina, bancos de investimentos e grandes compradores do País. É muito importante essa relação presencial, que dá a dimensão da grandeza da empresa, que tem 15 anos de mercado”, afirmou.

Entre os lançamentos, três destaques. A película exclusiva **Ultra Shield** oferece quatro meses de garantia de tela para iPhone. Com certificação de resistência militar, a **Ultra Case** foi submetida a vários tipos de testes e resiste a queda de até 3 metros de altura”, contou Bruna. E a **Amet Tag**, uma localizadora de alta precisão, que permite saber onde estão os pertences de uma pessoa em qualquer lugar do mundo. É como um chaveiro, que pode ser colocado em malas, mochilas, carros e até em pets. ■■

Brand strengthening, positioning, market recognition and good business. Thus, the **director Bruna Sales** summarized Amet’s participation in the Eletrolar Show. “Our booth was very busy, we received several customers and started great partnerships. We serve customers in Latin America, investment banks and large buyers in the country. This face-to-face relationship is very important, as it shows how great the company is, which has been in the market for 15 years,” she said.

Among the releases, three highlights. The exclusive **Ultra Shield** screen protector provides a four-month iPhone screen warranty. With military resistance certification, the **Ultra Case** has been subjected to various types of tests and withstands drops from up to 3 meters in height”, said Bruna. And the **Amet Tag**, a high-precision locator that lets you know where a person’s belongings are anywhere in the world. It’s like a keychain, which can be placed in bags, backpacks, cars and even pets. ■■

## HÄNDZ: LINHA EXCLUSIVA COM MATÉRIAS-PRIMAS SUSTENTÁVEIS

Empresa aposta em sustentabilidade para conquistar novos clientes.

### HÄNDZ: EXCLUSIVE LINE WITH SUSTAINABLE RAW MATERIALS

*The company bets on sustainability to win new customers.*

Seu principal destaque foi a **linha de áudio produzida à base de bambu e fibra de trigo**, composta por caixas de som e fones de ouvido, com alta qualidade e 100% sustentáveis. A empresa é especializada em produtos que não agridem o meio ambiente, fabricados com materiais como fibra de trigo, garrafas PET, bambu e cortiça. Em seu estande, apresentou, também, **carregadores e cabos**. “O ponto central da empresa é a sustentabilidade”, afirmou **Rodrigo Lacerda, CEO da Händz**, que expôs pela segunda vez na feira.

A empresa participou da 16ª Eletrolar Show para mostrar lançamentos produzidos com novos tipos de matérias-primas, consolidar a marca e estabelecer contato com compradores, distribuidores e clientes. “Já em nossa primeira participação, no ano passado, colhemos muitos resultados positivos. Investimos em formas de relacionamento. O valor do networking é imensurável”, disse Rodrigo. ■■

Its main highlight was the **audio line produced from bamboo and wheat fiber**, consisting of speakers and headphones, with high quality and 100% sustainable. The company specializes in products that do not harm the environment, made with materials such as wheat fiber, PET bottles, bamboo, and cork. At its stand, it also presented **chargers and cables**. “The central point of the company is sustainability”, said **Rodrigo Lacerda, CEO at Händz**, who exhibited for the second time at the fair.

The company participated in the 16th Eletrolar Show to show launches produced with new types of raw materials, consolidate the brand, and establish contact with buyers, distributors and customers. “In our first participation, last year, we reaped many positive results. We invest in forms of relationship. The value of networking is immeasurable,” said Rodrigo. ■■

## LETRON LANÇOU LINHAS EXCLUSIVAS

Marca fechou negócios já no primeiro dia da feira.

LETRON LAUNCHED EXCLUSIVE LINES

The brand closed deals on the first day of the fair.

Expositora pela primeira vez, a Letron, marca de eletrônicos do Grupo Leonora, lançou com exclusividade **fonos de ouvido Harry Potter**, a **linha Hello Kitty, com fones de ouvido, earbuds sem fio e mouse pad**, e a **linha Looney Tunes, com os earbuds Pernalonga e PiuPiu**. “Além desses produtos de destaque, a marca tem caixas de som, que vão das pequenas até as de 2.200 W, mouse pad, headphone e uma linha gamer”, disse **Bruno Astolfi, gerente de marketing da Letron**. O Grupo Leonora, que tem 38 anos, conta com quatro marcas: Leo&Leo, Jocar Office, LeoArte e Letron.

No portfólio total, são 400 produtos, incluindo a **Linha Ocean**, com fones de ouvido sem fio e caixas de som Bluetooth, produzidos com plástico retirado dos oceanos. Criada há dois anos, a Letron é a marca jovem do Grupo Leonora e já conquistou 4 mil lojistas em todo o Brasil. “A Eletrolar Show foi estimuladora para mostrar quem somos e a nossa marca ao mercado B2B. Já no primeiro dia da feira fechamos negócios”, contou Bruno. ■■

Exhibiting for the first time, Letron, the electronics brand of Grupo Leonora, exclusively launched **Harry Potter headphones**, the **Hello Kitty line, with headphones, wireless earbuds and mouse pad**, and the **Looney Tunes line, with earbuds Bugs Bunny and Tweety**. “In addition to these outstanding products, the brand has speakers, ranging from small to 2,200 W, mouse pads, headphones and a gamer line”, said **Bruno Astolfi, marketing manager at Letron**. Grupo Leonora, which is 38 years old, has four brands: Leo&Leo, Jocar Office, LeoArte and Letron.

In the total portfolio, there are 400 products, including the **Ocean Line**, with wireless headphones and Bluetooth speakers, produced with plastic taken from the oceans. Created two years ago, Letron is the Grupo Leonora’s youth brand and has already won over 4,000 shopkeepers throughout Brazil. “The Eletrolar Show was stimulating to show who we are and our brand to the B2B market. On the first day of the fair, we closed deals”, said Bruno. ■■

## TECTOY MOSTROU SEU NOVO PORTFÓLIO

Linha de informática Pense Bem foi um grande destaque.

TECTOY MOSTROU SEU NOVO PORTFÓLIO

Linha de informática Pense Bem foi um grande destaque.

A Eletrolar Show tem se mostrado um palco importante para impulsionar o mercado de eletrônicos, disse **Valdeni Rodrigues, CEO da Tectoy**. “Aproveitamos a oportunidade para apresentar nossos principais produtos, como a **linha de informática Pense Bem**, composta por um mini PC, tablet e notebook com o Windows 11 embarcado, e modelos de videogames, incluindo o clássico **Master System** e o **Atari**.” Sob a sua gestão, esta foi a primeira vez que a empresa apresentou seu novo portfólio, concebido durante a pandemia.

Interação com o público B2B foi o foco da Tectoy. “Buscamos possíveis parcerias com empresas estrangeiras presentes no evento, com a possibilidade de manufatura e revenda no Brasil. Visamos a um crescimento sustentável e a uma reação em cadeia positiva para o mercado.” Segundo o CEO, hoje as vendas estão promissoras, e as recentes reformas devem contribuir para a redução de custos e aumento da demanda. ■■

The Eletrolar Show has proved to be an important stage to boost the electronics market, said **Valdeni Rodrigues, CEO at Tectoy**. “We took the opportunity to present our main products, such as the **Pensa Bem computer line**, consisting of a mini-PC, tablet and notebook with Windows 11 embedded, and video game models, including the classic **Master System** and **Atari**.” Under his management, this was the first time that the company presented its new portfolio, conceived during the pandemic.

Interaction with the B2B audience was Tectoy’s focus. “We are looking for possible partnerships with foreign companies present at the event, with the possibility of manufacturing and reselling in Brazil. We aim for sustainable growth and a positive chain reaction for the market.” According to the CEO, today sales are promising, and the recent reforms should contribute to cost reduction and increased demand. ■■

## ANTECH MIROU O PÚBLICO JOVEM

O skate elétrico e a scooter foram as apostas da marca na feira.

*ANTECH TARGETED THE YOUNG PUBLIC*

*Electric skateboards and scooters were the brand's bets at the fair.*

**V**anessa Huang, proprietária da Antech, já havia visitado a Eletrolar Show antes de resolver participar como expositora em 2023. “Já temos clientes em Minas Gerais, São Paulo e Rio de Janeiro, por isso quisemos apresentar os produtos para os clientes de outros estados brasileiros. Viemos mais para pegar contatos, porém abertos para atender à demanda da feira e fechar contratos.”

Expôs, entre os destaques, a **scooter x12** e o **Hoverboard** (skate elétrico). “O skate elétrico é indicado para o lazer das crianças, elas só precisam de equilíbrio para andar. Em relação aos concorrentes, é mais seguro e com qualidade melhor. Os modelos têm estampas diferentes. A scooter é para os maiores de 18 anos, é preciso ter CNH para pilotá-la. O produto é para andar na rua e está em ascensão. Como é mais rápido do que o carro, as pessoas estão optando por comprá-lo para fugir do trânsito”, contou Vanessa. ■■

**V**anessa Huang, owner of Antech, had already visited the Eletrolar Show before deciding to participate as an exhibitor in 2023. “We already have customers in Minas Gerais, São Paulo, and Rio de Janeiro, so we wanted to present the products to customers in other Brazilian states. We came more to get contacts, but open to meet the demand of the fair and close contracts.”

It exhibited, among the highlights, the **X12 scooter** and the **Hoverboard** (electric skateboard). “The electric skateboard is indicated for children’s leisure; they just need balance to walk. Compared to competitors, it is safer and with better quality. The models have different prints. The scooter is for people over 18 years old, you must have a driver’s license to ride it. The product is for walking on the street and is on the rise. As it is faster than the car, people are choosing to buy it to escape the traffic”, said Vanessa. ■■

## IKASE: CAPAS DE CELULAR COM NOVA TECNOLOGIA

Produto oferece proteção em queda de até 3 metros de altura.

*IKASE: CELL PHONE CASES WITH NEW TECHNOLOGY*

*Product offers protection in falls of up to 3 meters.*

**L**ançou capas de celular com novas tecnologias, destacou Gustavo Yanez, diretor da Ikase. “A **envernização é diferente**, previne riscos, arranhões e envelhecimento. Também há mudanças estruturais nas capas. A borracha termoplástica dentro da estrutura lateral é um grau de proteção extra. Essa tecnologia é uma vantagem competitiva, pois protege o celular em uma queda de 3 metros de altura.”

Com 11 anos no mercado, a Ikase tem, hoje, 50 itens no portfólio, com qualidade, diferenciação em tecnologia e precificação acessível, afirma Gustavo, que ficou satisfeito com a feira. “O poder de compra caiu, mas a Eletrolar Show, sem dúvida, é importante para atingirmos clientes de regiões nas quais não chegamos. Na feira, divulgamos novidades e, principalmente, reforçamos a musculatura da marca”, disse Gustavo. ■■

**I**t launched cell phone cases with new technologies, highlighted Gustavo Yanez, director at Ikase. “**Varnishing is different**, it prevents scratches and ageing. There are also structural changes to the covers. Thermoplastic rubber inside the side frame is an extra degree of protection. This technology is a competitive advantage, as it protects the cell phone in a fall from up to 3 meters.”

With 11 years on the market, Ikase now has 50 items in its portfolio, with quality, differentiation in technology and affordable pricing, says Gustavo, who was satisfied with the fair. “Purchasing power has dropped, but the Eletrolar Show is undoubtedly important for us to reach customers in regions where we do not reach. At the fair, we announced news and, mainly, strengthened the brand’s muscle”, said Gustavo. ■■





# INTEGRAÇÃO E HOMENAGEM AO VAREJO

Premiados destacaram a importância da iniciativa.

INTEGRATION AND TRIBUTE TO RETAIL

*Honorees highlighted the importance of the initiative.*

Lideranças da indústria e do varejo do segmento de eletros prestigiaram a 6ª edição do Evento Presidentes. A noite de festa e de conagraçamento entre todos os presentes, que homenageou os varejistas escolhidos pela indústria como destaques de 2022, foi realizada em 11 de julho, no espaço Villa Bisutti, em São Paulo (SP). O evento marcou, também, os 24 anos da revista *Eletrolar News*, publicação bilingue, com distribuição internacional.

Ao abrir o evento, **Carlos Clur, presidente do Grupo Eletrolar, que edita a revista Eletrolar News**, afirmou que estava muito feliz em ver indústria e varejo reunidos. "Nosso propósito é integrar cada vez mais o setor e criar caminhos que conduzam a bons negócios. É um prazer recebê-los nesta noite." Em seguida, **Fernando Baialuna, diretor de consultoria da GfK Latam**, fez uma apresentação com o tema "Agenda para o futuro".

Um destaque da noite foi a presença de **João Claudino Fernandes Júnior, diretor-presidente do Armazém Paraíba**, que completou, em julho último, 65 anos de atividades e foi capa da edição nº 155 da revista *Eletrolar News*, que circulou na feira Eletrolar Show. "Devo essa homenagem ao meu pai e ao meu tio, eles nos passaram os ensinamentos que tornam o Armazém Paraíba simples, forte e ativo. Como indústria que somos, temos muitas razões para celebrar."

Industry and retail leaders in the electronics segment attended the 6<sup>th</sup> edition of the Presidents Event. The evening of celebration and fellowship among all those present, which honored the retailers chosen by the industry as highlights of 2022, was held on July 11, at the Villa Bisutti space, in São Paulo (SP). The event also marked the 24<sup>th</sup> anniversary of *Eletrolar News* magazine, a bilingual publication with international distribution.

When opening the event, **Carlos Clur, president at Grupo Eletrolar, which publishes Eletrolar News magazine**, stated that he was very happy to see industry and retail together. "Our purpose is to increasingly integrate the sector and create paths that lead to good business. It is a pleasure to welcome you tonight." Then, **Fernando Baialuna, consulting director at GfK Latam**, made a presentation on the theme "Agenda for the future" (Agenda of the future).

A highlight of the evening was the presence of **João Claudino Fernandes Júnior, CEO at Armazém Paraíba**, who completed 65 years of activities last July and was on the cover of issue no. 155 of *Eletrolar News* magazine, which circulated at the Eletrolar Show fair. "I owe this tribute to my father and my uncle, they passed on to us the teachings that make Armazém Paraíba simple, strong, and active. As the industry that we are, we have plenty of reasons to celebrate."







**Da esquerda para a direita: José Domingos Alves, superintendente geral de Lojas Cem, Socorro Canton, diretora de operações da Bemol, José Guimarães, CEO da Novo Mundo, Carlos Eduardo Colombo, presidente de Lojas Colombo, Luciano Hang, proprietário da Havan, Antonio Obet Koerich, presidente de Lojas Koerich, Gustavo Vinhaes Pimenta, diretor sênior comercial eletro e marketplace do Carrefour, Ivo Benderoth, CEO do Grupo CVLB, e Carlos Clur, presidente do Grupo Eletrolar.**

*From left to right: José Domingos Alves, general superintendent at Lojas Cem, Socorro Canton, director of operations at Bemol, José Guimarães, CEO at Novo Mundo, Carlos Eduardo Colombo, president at Lojas Colombo, Luciano Hang, owner of Havan, Antonio Obet Koerich, president at Lojas Koerich, Gustavo Vinhaes Pimenta, senior commercial director for electronics and marketplace at Carrefour, Ivo Benderoth, CEO at Grupo CVLB, and Carlos Clur, president at Grupo Eletrolar.*



## DEPOIMENTOS DOS VENCEDORES

## TESTIMONIALS FROM THE HONOREES

## GRUPO CARREFOUR

“É um prazer gigante estar aqui, com muita gente conhecida que atua nesse ramo há tanto tempo e que faz negócios muito bons e grandes conosco e com todo o Brasil. É uma honra receber este prêmio. A contribuição de todos aqui faz a gente construir esse resultado. É um prazer movimentar o Brasil. Contem com a gente! O Carrefour continua presente, feliz e muito honrado com o prêmio.”

*“It is a huge pleasure to be here, with many well-known people who have been working in this field for a long time and who do very good and big business with us and with all of Brazil. It is an honor to receive this award. Everyone’s contribution here makes us build this result. It is a pleasure to move Brazil. Count on us! Carrefour remains present, happy and very honored with the award.”*



**GUSTAVO VINHAES PIMENTA,**  
DIRETOR SÊNIOR COMERCIAL ELETRO E MARKETPLACE  
SENIOR COMMERCIAL DIRECTOR ELECTRO AND MARKETPLACE

## GRUPO CVLB

“Para mim, é uma satisfação estar aqui, representando 5 mil funcionários do grupo CVLB, que é a união de duas empresas muito fortes regionalmente, a Casa & Vídeo e a Le Biscuit. A história da marca Casa & Vídeo é de superação por tudo o que passamos. Agora, estamos liderando essa marca extremamente forte na Região Nordeste do Brasil, que é a Le Biscuit. É um prazer muito grande. Esperamos poder estar aqui nos próximos anos, sendo reconhecidos.”

*“For me, it is a pleasure to be here, representing 5,000 employees of the CVLB group, which is the union of two very strong companies regionally, Casa & Vídeo and Le Biscuit. The story of the Casa & Vídeo brand is one of overcoming everything we’ve been through. Now, we are leading this extremely strong brand in the Northeast of Brazil, which is Le Biscuit. It is a great pleasure. We hope to be able to be here in the coming years, being recognized.”*

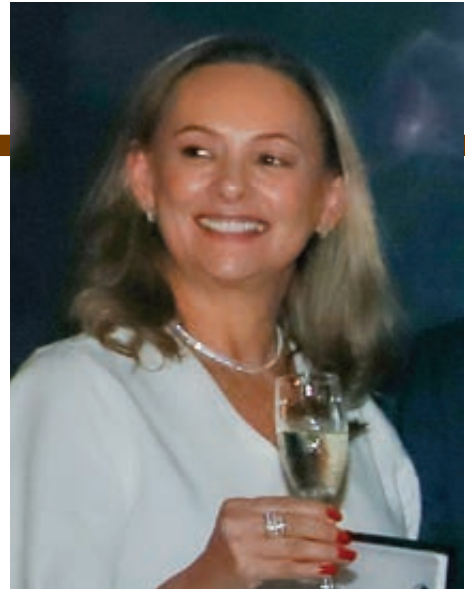


**IVO BENDEROTH,**  
CEO

## BEMOL

“Estou muito feliz de representar a Bemol, seus 4 mil colaboradores e a Região Norte. Estar aqui já é uma vitória. Vou contar uma história de pescador, mas que é verdadeira. O industrial foi pescar em Manaus, chegou a uma cidade longínqua e tinha um produto dele lá. Foi a Bemol que vendeu. Tenho orgulho de estar levando os produtos aos lugares mais distantes da Amazônia.”

*“I am very happy to represent Bemol, its 4,000 employees and the North Region. Being here is already a victory. I'm going to tell you a fisherman's story, but it's true. The industrialist went fishing in Manaus, arrived in a distant city and had his product there. It was Bemol that sold it. I am proud to be taking the products to the most distant places in the Amazon.”*

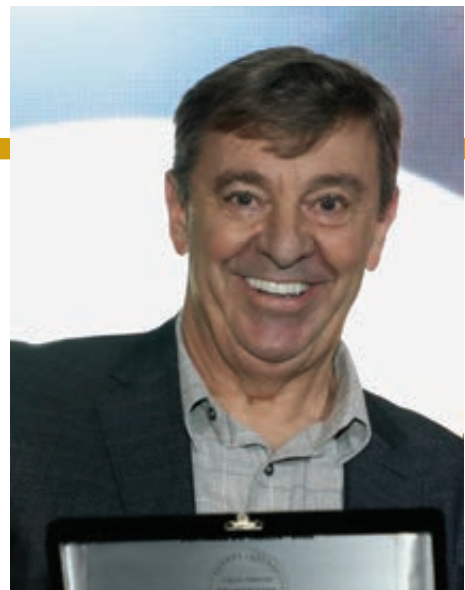


**SOCORRO CANTON,**  
DIRETORA DE OPERAÇÕES  
DIRECTOR OF OPERATIONS

## GRUPO GAZIN

“Em um evento como este, o importante não é o prêmio em si. Esse momento que a gente tem com o fabricante e com varejistas, para a troca de informações, é o que mais importa. Esse encontro deveria ser trimestral. Nada melhor do que um bom relacionamento. Eu sempre digo: é preciso que haja alguém pior do que a gente para ensinarmos e alguém melhor do que a gente para aprendermos. Um evento como este sempre deixa um saldo positivo. Conversei com pessoas que eu via pouco e com quem eu não via há muito.”

*“At an event like this, the important thing is not the prize itself. This moment that we have with the manufacturer and retailers, for the exchange of information, is what matters most. This meeting should be quarterly. Nothing better than a good relationship. I always say: there needs to be someone worse than us to teach and someone better than us to learn. An event like this always leaves a positive balance. I talked to people that I saw little and with whom I hadn't seen for a long time.”*



**OSMAR DELLA VALENTINA,**  
PRESIDENTE  
PRESIDENT



## HAVAN

“Agradeço o prêmio, homenageando todos vocês em nome do meu amigo Antonio Koerich, que é referência do nosso estado como varejista. Dedico o prêmio aos nossos fornecedores, colaboradores e clientes, que fazem com que a gente acorde, há 39 anos, todos os dias, para fazer o nosso melhor. Eu acredito no varejo. Uma colaboradora me disse: O novo normal é o velho varejo futuro. Que possamos sonhar, gerar empregos e impostos e melhorar o nosso País.”

*“I thank you for the award, honoring all of you on behalf of my friend Antonio Koerich, who is a reference in our state as a retailer. I dedicate the award to our suppliers, employees, and customers, who have made us wake up every day for 39 years to do our best. I believe in retail. A collaborator told me: The new normal is the old future retail. May we dream, generate jobs and taxes, and improve our country.”*



**LUCIANO HANG,**  
PROPRIETÁRIO  
OWNER

## LOJAS CEM

“A Eletrolar News está de parabéns por organizar e manter essa união da indústria e do varejo e por celebrar isso de maneira especial, pela sexta vez. Encontramos nossos parceiros de negócios e não falamos de negócios, falamos da vida e de conquistas pessoais. Cumprimento o Grupo Eletrolar também pela Eletrolar Show, uma feira muito organizada e bem atrativa.”

*“Eletrolar News is to be congratulated for organizing and maintaining this union of industry and retail and for celebrating it in a special way, for the sixth time. We meet our business partners, and we don’t talk about business, we talk about life and personal achievements. I also congratulate the Grupo Eletrolar for the Eletrolar Show, a very organized and very attractive fair.”*

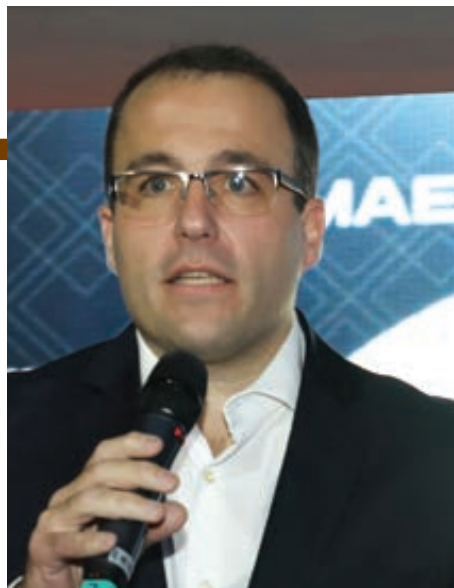


**JOSÉ DOMINGOS ALVES,**  
SUPERINTENDENTE-GERAL  
GENERAL SUPERINTENDENT

## LOJAS COLOMBO

“É um privilégio e uma honra estar aqui. Quero agradecer muito ao Carlos Clur, presidente do Grupo Eletrolar, e a toda a sua equipe. Um agradecimento especial a todos os fornecedores que acreditam em nós, varejistas, que estamos aqui para fazer parcerias sólidas e duradouras. E agradeço às pessoas que saem de suas casas para trabalhar em nossas empresas e torná-las melhores, maiores e mais sustentáveis. Parabéns a todos os homenageados.”

*“It is a privilege and an honor to be here. I want to thank Carlos Clur, president of Grupo Eletrolar, and his entire team. Special thanks to all suppliers who believe in us, retailers, that we are here to build solid and lasting partnerships. And I thank the people who leave their homes to work in our companies and make them better, bigger, and more sustainable. Congratulations to all honorees.”*



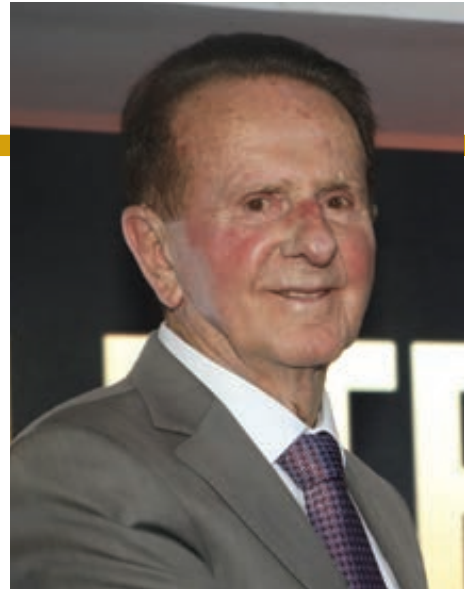
**CARLOS EDUARDO COLOMBO,**  
PRESIDENTE  
PRESIDENT



## LOJAS KOERICH

“Minha mensagem é de otimismo, de crença, da felicidade de acreditar em si mesmo e de trabalhar brincando. A vida não é apenas trabalho, deve ser, também, de devaneio e alegria, procurar estar com a família e viver com toda a intensidade, superando as adversidades. Elas são muito menores do que a felicidade que a vida nos proporciona.”

*“My message is one of optimism, belief, the happiness of believing in yourself and working while having fun. Life is not just work, it should also be daydreaming and joy, trying to be with the family and living with full intensity, overcoming adversity. They are much smaller than the happiness that life gives us.”*

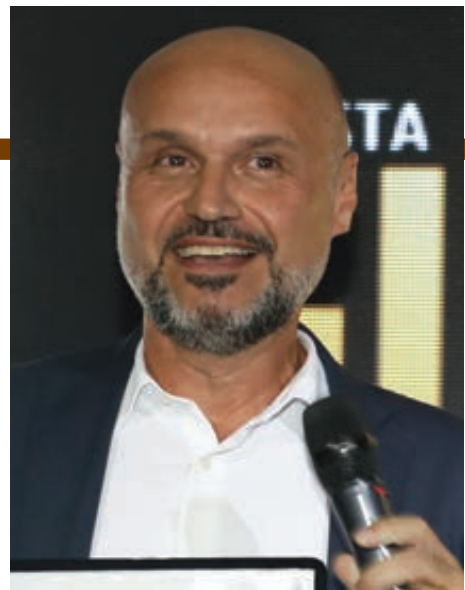


**ANTONIO OBET KOERICH,**  
PRESIDENTE  
PRESIDENT

## NOVO MUNDO

“Destaco duas palavras. A primeira é resiliência. Aos 67 anos, a empresa passou por tantos planos econômicos, crises nacionais e internacionais, mas foi se fortalecendo para as intempéries e, assim, chegou ao crescimento, expansão e consolidação. A outra palavra é parceria. Temos parceiros fortes, que acreditam na gente, nos apoiam e fazem da Novo Mundo uma empresa que sobrevive, vive, cresce e se fortalece.”

*“I highlight two words. The first is resilience. At the age of 67, the company has gone through so many economic plans, national and international crises, but it has been getting stronger in the face of bad times and, thus, reached growth, expansion, and consolidation. The other word is partnership. We have strong partners, who believe in us, support us and make Novo a company that survives, lives, grows and gets stronger.”*



**JOSÉ GUIMARÃES,**  
CEO

**guzzini**   
MADE IN ITALY SINCE 1912

A Guzzini traz a cultura italiana  
para o sua loja.

# Dolceevita

Design sustentável

[vendas@guzzinibrasil.com](mailto:vendas@guzzinibrasil.com)  
[www.guzzinibrasil.com](http://www.guzzinibrasil.com)

# Feito para a natureza

Reutilize,  
não desperdice

Feito para a natureza, objetos positivos, para o bem-estar das pessoas e do planeta. Todos os produtos são criados a partir da recuperação e reciclagem de garrafas plásticas descartáveis de água e detergente já usadas.



15,6

1,5 LT GARRAFAS  
RECICLADAS



10,1

1,5 LT GARRAFAS  
RECICLADAS



5,7

1,5 LT GARRAFAS  
RECICLADAS



2

1,5 LT GARRAFAS  
RECICLADAS



12

1,5 LT GARRAFAS  
RECICLADAS



2,7

1,5 LT GARRAFAS  
RECICLADAS



19,8

1,5 LT GARRAFAS



13,5

1,5 LT GARRAFAS  
RECICLADAS



23,5

1,5 LT GARRAFAS  
RECICLADAS



7,4

1,5 LT GARRAFAS  
RECICLADAS



4,9

1,5 LT GARRAFAS  
RECICLADAS



14,7

1,5 LT GARRAFAS  
RECICLADAS



Torne-se um revendedor autorizado em sua região

**guzzini**<sup>®</sup>  
MADE IN ITALY SINCE 1912

+55 11 95315 7948

vendas@guzzinibrasil.com

www.guzzinibrasil.com



# TENDÊNCIAS PARA O FUTURO NA CASA INTELIGENTE

**Espaço apresentou de produtos conectados  
a soluções sustentáveis.**

TRENDS FOR THE FUTURE  
IN THE SMART HOME

*Space presented products connected to  
sustainable solutions.*

**A** Casa Inteligente, mais uma vez, atraiu visitantes e expositores com seu propósito de futuro. Com o patrocínio da Positivo Casa Inteligente, da TCL, da Coletex e da Vivensis, o espaço apresentou mais de 20 novidades que tornam uma residência conectada e facilitam o dia a dia. Também participaram como expositores a Whirlpool, a Itatiaia, a Benq e a XT Racer.

O conceito da casa inteligente vai além do uso de produtos conectados entre si. Oferece uma solução que proporciona conforto, comodidade, eficiência, conexão, inclusão e sustentabilidade, além de garantir maior segurança aos seus moradores. Essas razões justificam a expectativa de crescimento de 20% no mercado de dispositivos baseados em IoT até o final deste ano.

Uma casa inteligente é mais prática, cômoda, segura e eficiente com o uso de tecnologia, disse **Jorge Tobias, diretor da Positivo Casa Inteligente.** **"A categoria não é mais um nicho, hoje ela está dentro dos lares para facilitar o dia a dia. O consumidor conhe-**

**T**he Smart Home, once again, attracted visitors and exhibitors with its purpose for the future. Sponsored by Positivo Casa Inteligente, TCL, Coletex and Vivensis, the space presented more than 20 novelties that make a residence connected and the everyday life easier. Whirlpool, Itatiaia, Benq and XT Racer also participated as exhibitors.

The smart home concept goes beyond the use of connected products. It offers a solution that provides comfort, convenience, efficiency, connection, inclusion, and sustainability, in addition to ensuring greater safety for its residents. These reasons justify the expectation of 20% growth in the IoT-based devices market by the end of this year.

A smart home is more practical, comfortable, safe, and efficient with the use of technology, said **Jorge Tobias, director of Positivo Casa Inteligente.** **"The category is no longer a niche, today it is inside homes to make everyday life easier. The consumer knows the benefits that these products offer**





**ce os benefícios que esses produtos oferecem e, por isso, a categoria cresce.** Para dar uma ordem de grandeza, a base de dados em nosso aplicativo tem mais de 1 milhão e 100 mil usuários."

#### VISÃO DE FUTURO

Estamos vivendo o que achávamos que era para o futuro, afirmou **Márcio Agne, retail marketing da TCL.** "A casa inteligente já faz parte da vida do brasileiro, nos possibilita controlar todos os aparelhos e facilitar a rotina. **Acreditamos que, em breve, não precisaremos de hub, os equipamentos serão ainda mais fáceis de instalar, os custos mais acessíveis. Quando chegarmos em casa, ela estará totalmente conectada.**"

**"O conceito de casa inteligente é o de um ambiente com produtos que facilitam a rotina das pessoas, levando em consideração a qualidade de tempo e a segurança a partir de itens que têm tecnologia e praticidade.** Ter tempo para se dedicar às atividades prazerosas e ao convívio social é a nossa crença sobre

**and therefore, the category grows.** To give an order of magnitude, the database in our application has more than 1 million and 100 thousand users."

#### VISION OF FUTURE

We are living what we thought was for the future, said **Márcio Agne, retail marketing at TCL.** "The smart home is already part of the life of Brazilians, it allows us to control all devices and facilitate routine. **We believe that soon, we will not need a hub, the equipment will be even easier to install, the costs more accessible. By the time we get home, it will be fully connected.**"

**"The concept of a smart home is an environment with products that make people's routine easier, considering the quality of time and safety based on items that have technology and practicality. Having time to dedicate to pleasurable activities and socializing is our belief about the house",** said **Gabriel Barbieri, marketing director at Whirlpool Corporation.**

a casa”, contou **Gabriel Barbieri, diretor de marketing da Whirlpool Corporation.**

“Tirar as preocupações, esse é o futuro da casa inteligente. Ela vem para economizar recursos, ser uma assistente pessoal, trazer segurança, ser conectada e inteligente. **Irá nos ajudar a fazer as tarefas do dia a dia e, principalmente, será renovável, limpa e verde. Isso é o que acreditamos ser a casa”,** contou **Patrícia Vidal, CMO da Vivensis.**

É o futuro no nosso presente, disse **Fábio Alves, analista de produtos da Coletex.** **“Vai além dos produtos integrados. O carregador de carro elétrico faz parte dessa casa, ele é um grande inimigo da poluição.** Traz diversos benefícios ao usuário, além da praticidade de instalação na residência. A cada ano, triplica o número de carregadores instalados no mundo, e isso só tende a crescer.”

#### EVOLUÇÃO É A TENDÊNCIA

A automação residencial está se tornando cada vez mais acessível, afirmou **Lucas Lima, gerente de pro-**

*“Take worries away, this is the future of the smart home. It comes to save resources, be a personal assistant, bring security, be connected and smart. **It will help us to do our daily tasks, and above all, it will be renewable, clean, and green. This is what we believe home is”,** said **Patrícia Vidal, CMO at Vivensis.***

*It is the future in our present, said **Fábio Alves, product analyst at Coletex.** **“It goes beyond integrated products. The electric car charger is part of this house, it is a great enemy of pollution.** It brings several benefits to the user, in addition to the practicality of installation in the residence. Every year, the number of chargers installed in the world triples, and this is only going to grow.”*

#### EVOLUTION IS THE TREND

*Home automation is becoming more and more accessible, said **Lucas Lima, product manager at Benq.** **“I believe that the smart home is gaining ground and tends to evolve.** In the future, residents will have comfort, fun and differentiated technol-*





**duto da Benq. "Acredito que a casa inteligente está ganhando espaço e tende a evoluir.** No futuro, os moradores terão em suas casas conforto, diversão e tecnologias diferenciadas. O espaço na Eletrolar Show teve como objetivo mostrar como isso é possível."

**"Estar na casa inteligente com produtos gamers prova que o cenário é de ascensão. Nossa expectativa é de grande crescimento. Acreditamos que, em 2024, teremos aumento de 25% a 30% no nosso faturamento.** Precisávamos marcar presença na feira, é o lugar onde se reúnem os principais players do varejo. É a maior vitrine que temos no Brasil", disse **Agnaldo Valentim, gerente-geral da XT Racer.**

A Eletrolar Show é uma referência, é a maior feira do setor na América Latina, acrescentou **Michel Moura, head de marketing da Itatiaia. "Pensando nesse conceito Latam, não víamos outro espaço para estar presentes e explorar com toda a tecnologia e inovação.** A Casa Inteligente, na feira, foi uma grande oportunidade para trazer novidades, tecnologia e produtos que agregam no cotidiano."

ogies in their homes. The space at Eletrolar Show aimed to show how this is possible."

**"Being in the smart home with gamer products proves that the scenario is on the rise. Our expectation is of great growth. We believe that, in 2024, we will have a 25% to 30% increase in our revenues. We needed to be present at the fair, it is the place where the main retail players gather. It is the biggest showcase we have in Brazil", said Agnaldo Valentim, general manager at XT Racer.**

The Eletrolar Show is a reference, it is the largest fair in the sector in Latin America, added **Michel Moura, head of marketing at Itatiaia. "Thinking about this Latam concept, we saw no other space to be present and explore with all the technology and innovation. The Smart Home, at the fair, was a great opportunity to bring news, technology and products that add to everyday life."**

## PRODUTOS EXPOSTOS NA ES

PRODUCTS EXHIBITED AT ES



**PATRÍCIA VIDAL, CMO DA VIVENSIS**  
CMO AT VIVENSIS

### VIVENSIS

Distribuidora exclusiva nacional da Weg, apresentou os painéis solares e monofaciais de 550 W da marca. Também expôs a antena parabólica digital Banda Ku Vivensis TV Sat, com todos os canais disponíveis e sem a necessidade de assinatura ou internet.

Exclusive national distributor of Weg presented the brand's 550 W solar and single-sided panels. It also exhibited the digital satellite dish Banda Ku Vivensis TV Sat, with all available channels and without the need for a subscription or internet.

### COLETEK

Como distribuidora da marca Starcharge, mostrou o carregador para carro elétrico Aurora 7, com superfície curva e indicador LED em forma de anel, com carga de 7 kW.

As a distributor of the Starcharge brand, it showed the Aurora 7 electric car charger, with a curved surface and a ring-shaped LED indicator, with a 7-kW charge.



**FÁBIO ALVES, ANALISTA DE PRODUTOS DA COLETEK**  
PRODUCT ANALYST AT COLETEK



## POSITIVO CASA INTELIGENTE

Apresentou a Smart Fita LED Wi-Fi, Smart Câmera Wi-Fi, Smart Controle Universal, Smart Lâmpada Wi-Fi RGB+, Smart Lâmpada Wi-Fi Lite, Smart Mesh Roteador, Smart Robô Aspirador Wi-Fi, Smart Interruptor, Smart Câmera Bot Wi-Fi.

*Featured Smart Wi-Fi LED Strip, Smart Wi-Fi Camera, Smart Universal Control, Smart Wi-Fi Light RGB+, Smart Light Wi-Fi Lite, Smart Mesh Router, Smart Robot Wi-Fi Vacuum Cleaner, Smart Switch, Smart Camera Bot WiFi.*



**JORGE TOBIAS,**  
**DIRETOR DA POSITIVO**  
**CASA INTELIGENTE**  
DIRECTOR OF POSITIVO  
CASA INTELIGENTE

## TCL

Para a Casa Inteligente, levou a QLED 98C735 de 98", a maior televisão fabricada no Brasil. Apresentou, também, a TV Mini LED C845, de 75".

*For Smart Home, it took the 98" QLED 98C735, the largest television manufactured in Brazil. It also presented the 75" Mini LED C845 TV.*



**MÁRCIO AGNE,**  
**RETAIL MARKETING DA TCL**  
RETAIL MARKETING AT TCL

## WHIRLPOOL

Levou para o espaço a geladeira Brastemp Frost Free Inverse 3, com 419 litros (modelo BRY59), o frigobar Brastemp Retrô 76 litros (modelo BRA08) e o forno elétrico de embutir Brastemp (modelo BOF840). A marca Consul mostrou a cervejeira modelo CZD12.

*It took into space the Brastemp Frost Free Inverse 3 refrigerator, with 419-liters (model BRY59), the Brastemp Retro 76-liter minibar (model BRA08) and the Brastemp built-in electric oven (model BOF840). The Consul brand showed the CZD12 model brewer.*



**GABRIEL BARBIERI,**  
DIRETOR DE MARKETING DA  
WHIRLPOOL CORPORATION  
MARKETING DIRECTOR AT  
WHIRLPOOL CORPORATION



## ITATIAIA

A cozinha Exclusive foi o destaque da marca. Produzida 100% em aço, está disponível nas cores grafite e branca. Por ser uma cozinha de modulação, tem facilidade para se adaptar aos diversos espaços.

*The Exclusive kitchen was the highlight of the brand. Produced 100% in steel, it is available in graphite and white. As it is a modular kitchen, it is easy to adapt to different spaces.*



**MICHEL MOURA,**  
HEAD DE MARKETING DA ITATIAIA  
HEAD OF MARKETING AT ITATIAIA

## XT RACER

Expôs a mesa gamer XT Racer Experience, a cadeira gamer e escritório XT Racer Armor X1, o teclado Tank XTK 120, o mouse gamer Ruch XTM210 e o headset gamer Supreme XTH320. Ergonômicos, se integram ao novo conceito de conexão.

*It exhibited the XT Racer Experience gaming desk, the XT Racer Armor X1 gaming and office chair, the Tank XTK 120 keyboard, the Ruch XTM210 gaming mouse and the Supreme XTH320 gaming headset. Ergonomic, they are part of the new connection concept.*

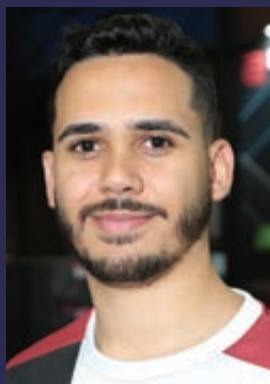


**AGNALDO VALENTIM,**  
GERENTE-GERAL DA XT RACER  
GENERAL MANAGER AT XT RACER

## BENQ

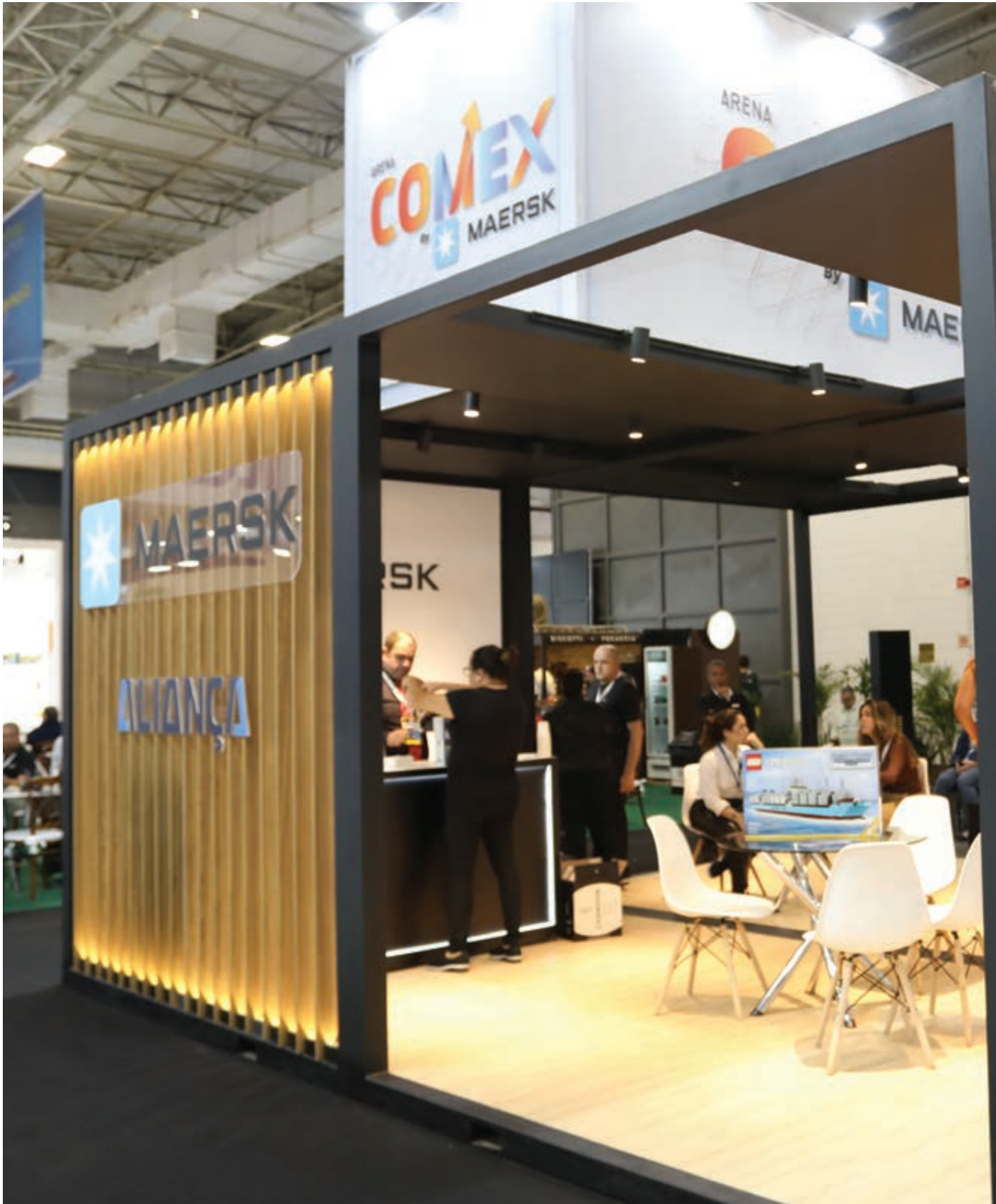
A marca apresentou o monitor Full HDRi para games (EX2710S). O produto traz uma experiência imax, tanto de imagem quanto de som (este é embutido).

*The brand presented the Full HDRi monitor for games (EX2710S). The product brings an imax experience, both image and sound (this is built-in).*



**LUCAS LIMA,**  
GERENTE DE PRODUTOS DA BENQ  
PRODUCT MANAGER AT BENQ





# ARENA COMEX BY MAERSK: LOGÍSTICAS INTEGRADAS PARA ELETROS

COMEX ARENA BY MAERSK:

*INTEGRATED LOGISTICS FOR ELECTRONICS*



**T**emas essenciais para o segmento, como questões tributárias, financeiras e aduaneiras, foram apresentados no espaço Arena Comex by Maersk. “A nossa participação na maior feira de bens de consumo da América Latina foi fundamental para ressaltar como as soluções logísticas integradas representam oportunidades para o crescimento do setor”, disse Karin Shöner, presidente do Grupo Maersk para a Costa Leste da América do Sul.

Mediado por Alexandre Cecolim, diretor regional para soluções integradas e técnicas da Maersk, o painel “Aumentando a resiliência e a flexibilidade da cadeia de abastecimento no Brasil” contou com a participação de Karin Shöner e Marcus Voloch, diretor-executivo da Aliança. “Abordamos a importância de uma cadeia de suprimentos mais integrada, em detrimento de uma atuação fragmentada. As soluções de logística de ponta, 4PL e SCM, são estratégias que podem ajudar as empresas, principalmente no setor de eletros, a manter o controle e a ter visibilidade de sua cadeia de suprimentos”, disse Karin.

**E**ssential themes for the segment, such as tax, financial and customs issues, were presented in the Comex Arena by Maersk. “Our participation in the largest consumer goods fair in Latin America was essential to highlight how integrated logistics solutions represent opportunities for the sector’s growth”, said Karin Shöner, president of the Grupo Maersk for the East Coast of South America.

Mediated by Alexandre Cecolim, regional director for integrated and technical solutions at Maersk, the panel “Increasing the resilience and flexibility of the supply chain in Brazil” had the participation of Karin Shöner and Marcus Voloch, executive director at Aliança. “We addressed the importance of a more integrated supply chain, to the detriment of a fragmented operation. State-of-the-art logistics solutions, 4PL and SCM, are strategies that can help companies, particularly in the consumer electronics sector, maintain control and visibility of their supply chain,” said Karin.





A escolha do parceiro logístico é estratégica para crescer de forma responsável, afirmou. “Temos soluções que englobam a cadeia como um todo, com olhar holístico. As da Maersk Lead Logistics na América Latina planejam e gerenciam as jornadas logísticas, eliminam a complexidade das cadeias de suprimentos. Têm soluções integradas que proporcionam visibilidade em todas as operações e sincronizam fluxos de entrada e saída, simplificando o inventário e digitalizando os processos.”

Em sustentabilidade, a Maersk pretende acelerar a redução de gases poluentes e zerar a emissão de carbono até 2040 em todas as suas operações e cadeia de suprimentos do mercado global. “Estabelecemos metas tangíveis de curto prazo para 2030, para garantir o alinhamento com o Acordo de Paris e a metodologia da iniciativa Science Based Targets (SBTi). Isso se traduz em redução de 50% nas emissões por contêiner transportado na nossa frota em relação a 2020. Além disso, 25% do volume de contêineres será transportado com combustíveis verdes até 2030”, contou Karin. ■■



**KARIN SHÖNER,**  
**PRESIDENTE DA MAERSK**  
**PARA A COSTA LESTE DA**  
**AMÉRICA DO SUL**  
PRESIDENT OF THE GRUPO  
MAERSK FOR THE EAST COAST OF  
SOUTH AMERICA.

*Choosing a logistics partner is strategic for growing responsibly, he said. “We have solutions that encompass the chain as a whole, with a holistic view. Those at Maersk Lead Logistics in Latin America plan and manage logistical journeys, eliminate the complexity of supply chains, have integrated solutions that provide visibility into all operations and synchronize inbound and outbound flows, simplifying inventory and digitizing processes.”*

*In sustainability, Maersk intends to accelerate the reduction of polluting gases and zero carbon emissions by 2040 in all its operations and supply chain in the global market. “We have established tangible short-term targets for 2030 to ensure alignment with the Paris Agreement and the methodology of the Science Based Targets initiative (SBTi). This translates into a 50% reduction in emissions per container transported in our fleet compared to 2020. In addition, 25% of the volume of containers will be transported with green fuels by 2030”, said Karin. ■■*





# ARENA E-COMMERCE: SOLUÇÕES COMPLETAS PARA A INDÚSTRIA E O VAREJO

E-COMMERCE ARENA:  
*COMPLETE SOLUTIONS FOR  
INDUSTRY AND RETAIL*

Criada há 11 anos, a Infracommerce tornou-se o maior ecossistema agnóstico de comércio digital da América Latina. Marcas e varejistas podem utilizá-lo de forma completa ou modular. Na 16ª Eletrolar Show, a Arena E-Commerce, uma parceria entre a Infracommerce e a Wake, agência digital, contou com palestras sobre tendências do e-commerce para o segmento de eletros e eficiência na operação logística, entre outros temas. Também foram apresentados cases de empresas.

Pioneira em full commerce, a Infracommerce atende os mercados B2B e B2C e oferece suporte completo para as empresas que querem se digitalizar. "Temos expertise no mundo dos eletroeletrônicos, mantemos diálogo com os fabricantes para eles entenderem que o e-commerce é um canal importante. Viabilizamos a marca do cliente, do pré-clique ao pós-clique", disse Carlos Alves Moore, head de marketing da Infracommerce.

Muitas vezes, os clientes ficam preocupados em entrar no e-commerce. No entanto, hoje, já há formas efica-

*Created 11 years ago, Infracommerce has become the largest digital commerce agnostic ecosystem in Latin America. Brands and retailers can use it fully or modularly. At the 16th Eletrolar Show, E-Commerce Arena, a partnership between Infracommerce and Wake, a digital agency, featured lectures on e-commerce trends for the home appliance segment and efficiency in logistics operations, among other topics. Business cases were also presented.*

*A pioneer in full commerce, Infracommerce serves the B2B and B2C markets and offers complete support for companies that want to digitalize. "We have expertise in the world of electronics, we maintain dialogue with manufacturers so that they understand that e-commerce is an important channel. We enable the customer's brand, from pre-click to post-click", said Carlos Alves Moore, head of marketing at Infracommerce.*

*Customers are often worried about getting into e-commerce. However, today, there are already effective ways*





zes de praticar a multicanalidade. Um exemplo é integrar o varejista à cadeia de suprimentos. “O maior benefício é a prateleira infinita”, afirmou Carlos. No caso de itens menores, as empresas podem comprar em um site B2B, o que agiliza o processo e reduz custos.

Na feira, a Infracommerce mostrou todas as suas frentes de atuação: logística, dados, agência digital (que é um motor de vendas, pois gera tráfego para a loja), plataforma, tecnologia e meios de pagamento. A empresa tem 10 centros de distribuição, em oito Estados, 37 transportadoras homologadas e logística cross border (entre países). “Trouxemos uma nova perspectiva de interação, mostrando a venda no e-commerce sem conflito com o varejo. O full commerce propicia ganho de agilidade e economia tangível”, disse o head de marketing. ■■



**CARLOS ALVES MOORE,**  
HEAD DE MARKETING DA  
INFRA-COMMERCE  
HEAD DE MARKETING AT  
INFRA-COMMERCE

to practice multichannel. An example is integrating the retailer into the supply chain. “The biggest benefit is the infinite shelf,” said Carlos. For smaller items, companies can purchase from a B2B site, which streamlines the process and reduces costs.

At the fair, Infracommerce showed all its fronts: logistics, data, digital agency (which is a sales engine, as it generates traffic to the store), platform, technology and means of payment. The company has 10 distribution centers in eight states, 37 approved carriers and cross border logistics (between countries). “We brought a new interaction perspective, showing e-commerce sales without conflict with

retail. Full commerce provides gains in agility and tangible savings,” said the head of marketing. ■■

# eletrolarshow ALL CONNECTED 2024

DE 15 A 18 DE JULHO DE 2024 - DAS 13H ÀS 21H  
TRANSAMERICA EXPO CENTER | SÃO PAULO - SP - BRASIL



**15 a 18**  
**JULHO**  
**2023**

**DAS 13H ÀS 21H**

Transamerica  
Expo Center  
São Paulo

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

EVENTOS  
PARALELOS:

**LATIN  
AMERICAN  
ELECTRONICS**  
International Trade Show

**LATIN  
AMERICAN  
HOUSEWARES**  
International Trade Show

**LIGHTING  
SHOW**  
SÃO PAULO, BRASIL

# FAÇA PARTE

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



## PERFIL DOS VISITANTES

PROPRIETÁRIOS • PRESIDENTES • CEOs  
COMPRADORES • GERENTES • DIRETORES • EXECUTIVOS DE  
VENDAS • SUPERVISORES • IMPRENSA

## ESPAÇOS DE INOVAÇÃO

CASA INTELIGENTE • ARENA COMEX • ARENA CRYPTO  
ARENA MOBILIDADE • ARENA ENERGIA SOLAR  
ARENA E-COMMERCE



Contato: +55 11 3197-4949 · [comercial@grupoeletrolar.com.br](mailto:comercial@grupoeletrolar.com.br) · [www.eletrolarshow.com.br](http://www.eletrolarshow.com.br)



# BUSCA PELO QUE É NOVO

**Tendências, novas tecnologias, networking e melhores condições de compra foram os pontos destacados pelos compradores na ES.**

## SEARCH FOR NOVELTIES

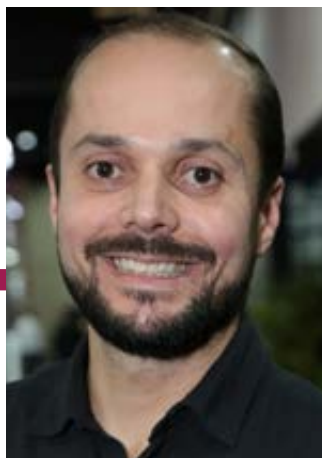
*Trends, new technologies, networking and better purchasing conditions were the points highlighted by buyers at ES.*



As novidades do setor de eletros para este semestre, apresentadas na 16ª Eletrolar Show, atraíram os compradores presentes no evento. O encontro presencial entre a indústria e o varejo estreitou as relações comerciais, gerou melhores condições de negócios e apontou as grandes expectativas para os próximos meses, que têm duas datas fortes em vendas, a Black Friday e o Natal.

Todas as categorias estiveram representadas na feira. Entre elas, a de produtos para o universo gamer, itens para deixar a casa mais inteligente, televisores de última geração e com tamanho superior a 90", eletrodomésticos dotados de novas tecnologias, lavadoras e secadoras, fogões e cooktops, painéis solares, acessórios para celulares e utilidades domésticas.

Há 15 anos, **Maiquel Jaquiel Ludwig, comprador da rede Havan**, sediada em Santa Catarina, visita a Eletrolar Show. "É uma oportunidade para conhecer produtos, tendências e novos mercados. Os produtos que mais chamaram minha atenção foram os que têm



FELIPE MARTINS NETO,  
ANGELONI

“Aqui na feira conseguimos fazer negócios, desenvolver novos fornecedores, distribuidores e contatos.”

*“Here at the fair, we managed to do business, develop new suppliers, distributors and contacts.”*



“Acreditamos que as categorias de ventilação, ar-condicionado e refrigeração terão maior procura neste semestre.”

*“We believe that the ventilation, air conditioning and refrigeration categories will be in greater demand this semester.”*



JORGE LUIZ CHAMON,  
CACHOEIRA ELETRO

The news in the home appliance sector for this semester, presented at the 16<sup>th</sup> Eletrolar Show, attracted buyers present at the event. The face-to-face meeting between industry and retail narrowed commercial relations, generated better business conditions, and pointed to great expectations for the coming months, which have two strong sales dates, Black Friday and Christmas.

All categories were represented at the fair. Among them, products for the gamer universe, items to make the home smarter, state-of-the-art televisions with a size greater than 90", home appliances equipped with new technologies, washers and dryers, stoves and cooktops, solar panels, accessories for cell phones and housewares.

For 15 years, **Maiquel Jaquiel Ludwig, buyer at Havan chain**, headquartered in Santa Catarina, visits the



**ANTONIO JORGE JESUS,  
COMERCIAL SÃO LUIZ**

“**Procuramos itens para facilitar a vida, proporcionar qualidade de vida, produtos que fazem parte do dia a dia das pessoas.**”

*“We look for items to make life easier, provide quality of life, products that are part of people’s daily lives.”*

inteligência artificial embarcada pela praticidade que proporcionam. Acredito que é uma tendência neste semestre, pois a tecnologia está cada vez mais presente no dia a dia das pessoas.”

#### PRODUTOS DE TODAS AS CATEGORIAS

O comprador **Antônio Jorge Jesus, da Comercial São Luiz**, da Bahia, foi à feira em busca de eletroportáteis, acessórios e tecnologia. “Procuramos itens que proporcionam mais qualidade de vida, aqueles que fazem parte do dia a dia. Os acessórios para telefonia, principalmente, estão ganhando o mercado, mas não posso deixar de mencionar as fritadeiras elétricas, uma categoria com vendas crescentes.”

“A Eletrolar Show é excelente para conhecermos os lançamentos e termos contato direto com o fornecedor. A feira nos dá maior confiança para comprar um produto. Vim em busca de eletroportáteis. Acredito que a linha branca é tendência neste semestre, ela é a categoria

Eletrolar Show. “It is an opportunity to learn about products, trends, and new markets. The products that most caught my attention were those with artificial intelligence onboard due to the practicality they provide. I believe it is a trend this semester, as technology is increasingly present in people’s daily lives.”

#### PRODUCTS FROM ALL CATEGORIES

**Antônio Jorge Jesus, buyer at Comercial São Luiz**, in Bahia, went to the fair in search of small appliances, accessories and technology. “We look for items that provide more quality of life, those that are part of everyday life. Telephone accessories are winning the market, but I cannot fail to mention electric deep fryers, a category with increasing sales.”

“The Eletrolar Show is excellent for getting to know the launches and having direct contact with the supplier. The fair gives us more confidence to buy a product. I came in search of small appliances. I believe that the white line is a trend this semester, it is the category that sells the most”, said **Carlos Zorzaneli, buyer at Mercantil Eletrosom**, from Espírito Santo.

“**Com a previsão do El Niño, vamos apostar fortemente nos ventiladores.**”

*“With the El Niño forecast, we are going to bet heavily on fans.”*



**PRÍCILA VENÂNCIO ROSSI,  
DALLA HOME CENTER**



**KHALIL MOHAMED,**  
GRUPO ELECTROBRAS PARAGUAY

“A fritadeira elétrica ainda é a aposta para este semestre.”

*“The electric fryer is still the bet for this semester.”*

que mais vende”, disse **Carlos Zorzaneli, comprador da Mercantil Eletrosom**, do Espírito Santo.

Também do Espírito Santo, a varejista **Dalla Home Center** esteve na feira em busca de produtos de ventilação e eletrodomésticos, contou a **compradora Pricila Venâncio Rossi**. “Os primeiros vendem muito na nossa região e, com a previsão do El Niño, vamos apostar fortemente nos ventiladores, principalmente nos modelos de teto. No caso de eletrodomésticos, eles têm venda rápida.”

#### CONECTIVIDADE É TENDÊNCIA

A conectividade mostrada na Casa Inteligente chamou a atenção dos varejistas. “Apostamos que os produtos com conectividade vão ser a tendência neste segundo semestre. Também busquei periféricos gamers, som e smartphones”, disse a compradora **Emily dos Santos, da Star Case**, de Joinville (SC), que visitou a feira pela primeira vez.

Eletroportáteis e produtos de utilidades domésticas foram o alvo de **Paulo Sérgio, da KN Comércio**, localizada no Espírito Santo. “Procurei novidades dessas categorias e, principalmente, oportunidades para levar algo novo no estilo pague e leve imediatamente o seu

Also, from Espírito Santo, the retailer **Dalla Home Center** was at the fair in search of ventilation products and household appliances, said the **buyer Pricila Venâncio Rossi**. “The first ones sell a lot in our region, and, with the forecast of El Niño, we are going to bet heavily on fans, mainly on ceiling models. In the case of home appliances, they sell quickly.”

#### CONNECTIVITY IS THE TREND

The connectivity shown in the Smart Home caught the attention of retailers. “We bet that products with connectivity will be the trend in the second half. I also looked for gamer peripherals, sound, and smartphones”, said **Emily dos Santos, buyer at Star Case**, from Joinville (SC), who visited the fair for the first time.

Small appliances and housewares products were the target of **Paulo Sérgio, from KN Comércio**, located in Espírito Santo. “I looked for news in these categories and, mainly, opportunities to take something new in the pay pick your small appliance immediately. Fans are the trend for our region this semester.”

“Buscamos produtos aqui no Brasil porque a qualidade é muito boa e há fornecedores competitivos.”

*“We look for products here in Brazil because the quality is very good and there are competitive suppliers.”*



**RAFAEL VIEYRA,**  
GRUPO NEWSAN

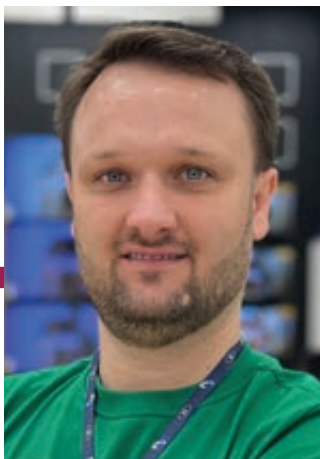
eletroportátil. Os ventiladores são a tendência para a nossa região, neste semestre.”

Sucesso há alguns anos, as fritadeiras elétricas continuam em alta pela comodidade que oferecem e pelo preparo mais saudável dos alimentos. “Vim à feira para conhecer pessoalmente os produtos e buscar novidades nas linhas de eletrodomésticos, cuidados pessoais e de cozinha”, contou **Khalil Mohamed, representante do Grupo Electrobras Paraguay**.

O mercado gamer, por sua vez, não conhece crise, disseram os compradores. Por isso, as vendas serão boas no final do ano. Terão, porém, a concorrência de outros produtos, conforme a região do País. “Acreditamos que as categorias de ventilação, ar-condicionado e refrigeração terão maior procura neste semestre, seguidas por freezers e fogões, este um produto que vende bem o ano inteiro”, contou **Jorge Luiz Chamon, da rede Cachoeira Eletro**, no Espírito Santo.

“Os produtos que mais chamaram atenção neste ano foram com as tecnologias de inteligência artificial embarcada, pela praticidade que proporcionam.”

*“The products that caught the most attention this year were those with embedded artificial intelligence technologies, due to the practicality they provide.”*



**MAIQUEL JAQUIEL LUDWIG,  
HAVAN**



**PAULO SÉRGIO,  
KN COMÉRCIO**

“Os ventiladores são a tendência para a nossa região, neste semestre.”

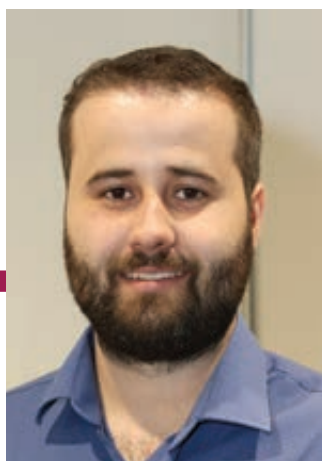
*“The fans are the trend for our region this semester.”*

*A success a few years ago, electric fryers are still on the rise due to the convenience they offer and the healthier way to prepare food. I came to the fair to see the products in person and look for new items in the lines of home appliances, personal care, and kitchenware”, said **Khalil Mohamed, representative at Grupo Electrobras Paraguay**.*

*The gamer market, in turn, knows no crisis, said buyers. Therefore, sales will be good at the end of the year. They will, however, have competition from other products, depending on the country's region.”, said **Jorge Luiz Chamon, from the Cachoeira Eletro retail chain, in Espírito Santo**.*

#### **ADVANTAGES OF THE FAIR**

*The fair makes a wide contribution for buyers to exercise their profession. “The Eletrolar Show presents releases, news, brings breadth to assess how we will face the market, in addition to opportunities. We, who are regional, managed to do business at the fair, develop*



**DIEGO ALBINO,  
LOJAS DONNA**

“Aqui é onde encontramos as tendências em eletros e numa época ideal, quando nos preparamos para o maior período de vendas, o final do ano.”

*“Here is where we find trends in electronics and at an ideal time, when we prepare for the biggest sales period, the end of the year.”*

#### VANTAGENS DA FEIRA

A feira dá uma ampla contribuição para os compradores exercerem a sua profissão. “A Eletrolar Show apresenta lançamentos, novidades, traz amplitude para avaliar como enfrentaremos o mercado, além de oportunidades. Nós, que somos regionais, conseguimos, na feira, fazer negócios, desenvolver novos fornecedores, distribuidores e contatos”, afirmou **Felipe Martins Neto, comprador da varejista Angeloni**, que atua no Paraná e em Santa Catarina.

O **Grupo Newsan** veio direto da Argentina para a feira em busca de produtos de linha branca, de cozinha e eletroportáteis. “Buscamos produtos aqui no Brasil porque a qualidade é muito boa e há fornecedores competitivos. Na Eletrolar Show, conseguimos marcar reuniões com eles e conhecemos as novidades”, contou **Rafael Vieyra, diretor-geral do grupo**.

new suppliers, distributors, and contacts”, said Felipe Martins Neto, buyer at Angeloni, which operates in Paraná and Santa Catarina.

The **Grupo Newsan** came straight from Argentina to the fair in search of white line, kitchen, and small appliance products. “We look for products here in Brazil because the quality is very good and there are competitive suppliers. At Eletrolar Show, we were able to arrange meetings with them and we got to know the novelties”, said **Rafael Vieyra, general director of the group**.

For the **buyer Diego Albino, from Lojas Donna**, Santa Catarina, active in the gamer segment, the fair is cost-effective due to the direct contact with suppliers and the variety of products. “It’s where we find trends in electronics and at an ideal time, when we prepare for the biggest sales period. The last three months of the year mark the peak of our sales.”

“Acreditamos que a linha branca será tendência no próximo semestre, ela é a categoria que mais vende.”

*“We believe that the white line will be a trend in the next semester, it is the category that sells the most.”*



**CARLOS ZORZANELI,  
MERCANTIL ELETROSOM**



**RONALDO MOREIRA,  
MOREIRA FINESTORE**

“A feira apresentou tendências e um olhar para o futuro próximo. Nela estavam os melhores fabricantes e tivemos a oportunidade de ter contato direto com eles.”

*“The fair presented trends and a look to the near future. The best manufacturers were there, and we had the opportunity to have direct contact with them.”*

Para o comprador **Diego Albino, de Lojas Donna**, de Santa Catarina, atuante no segmento gamer, a feira tem bom custo-benefício devido ao contato direto com os fornecedores e à variedade de produtos. “É onde encontramos as tendências em eletros e numa época ideal, quando nos preparamos para o maior período de vendas. Os últimos três meses do ano marcam o ápice das nossas vendas.”

Com o objetivo de encontrar bens de consumo, **Ronaldo Moreira, da Moreira Finestore**, varejista do Espírito Santo, foi à feira, pois no mercado em que atua é alta a demanda por produtos da linha branca. “A Eletrolar Show é o local ideal para encontrar tudo o que a indústria anunciará para o segmento. A feira apresentou tendências e um olhar para o futuro próximo. Nela estavam os melhores fabricantes e tivemos a oportunidade de ter contato direto com eles.” ■■

**PRODUTOS INTELIGENTES ATRAÍRAM A ATENÇÃO DOS COMPRADORES QUE VISITARAM A 16ª ELETROLAR SHOW.**

*Smart products attracted the attention of buyers who visited the 16<sup>th</sup> Eletrolar Show.*

With the objective of finding consumer goods, **Ronaldo Moreira, from Moreira Finestore**, a retailer in Espírito Santo, went to the fair, as there is a high demand for white line products in the market in which he operates. “The Eletrolar Show is the ideal place to find everything the industry will announce for the segment. The fair presented trends and a look to the near future. The best manufacturers were there, and we had the opportunity to have direct contact with them.” ■■



**EMILY DOS SANTOS,  
STAR CASE**

“Apostamos que os produtos com conectividade vão ser a tendência neste segundo semestre.”

*“We bet that products with connectivity will be the trend in the second half.”*

LATIN  
AMERICAN  
ELECTRONICS  
International Trade Show

LATIN  
AMERICAN  
HOUSEWARES  
International Trade Show



## PAVILHÃO INTERNACIONAL DA ELETROLAR SHOW REUNIU EMPRESAS DO MUNDO TODO

Latin American Electronics e Latin American Housewares:  
produtos para um mercado de 200 milhões de  
consumidores.

INTERNATIONAL PAVILION OF ELETROLAR SHOW  
GATHERED COMPANIES FROM AROUND THE WORLD

*Latin American Electronics and Latin American Housewares: products for  
a market of 200 million consumers.*

A Latin American Electronics e a Latin American Housewares, pavilhões dedicados às marcas internacionais das categorias de eletroeletrônicos e utilidades domésticas, realizados em paralelo à Eletrolar Show, mostraram expositores otimistas com o mercado e com uma possível maior abertura econômica do Brasil para produtos e peças fabricadas no exterior. “A feira é um ponto de encontro não apenas nacional, mas também internacional. Começamos o nosso primeiro evento em 2005 e vivenciamos as inovações e transformações do mercado”, disse **Carlos Clur, fundador do Grupo Eletrolar e criador da feira.**

“O padrão dos estandes foi alto e atraiu os compradores. Nossos clientes ficaram satisfeitos com os resultados obtidos, muitos fizeram bons contatos visando a futuros negócios e outros concretizaram vendas já na feira. Eles demonstraram interesse em participar no próximo ano e farão reservas através da Reallink”, contou **Li Ningyan, presidente da empresa** que trouxe 72 clientes ao evento. **Gerente-geral da Feilong Home Group Co, Ltd, Wang Ping** expôs pela primeira vez. “A organização da feira foi muito profissional, e o nível dos compradores foi alto. Fiquei muito feliz por ter participado”, disse.

A oportunidade de interagir com produtos inovadores e de alta qualidade, vindos de diversas partes do

Latin American Electronics and Latin American Housewares, pavilions dedicated to international brands in the electronics and housewares categories, held in parallel to the Eletrolar Show, showed exhibitors optimistic about the market and a possible greater economic opening in Brazil for manufactured products and parts abroad. “The fair is not only a national meeting point, but also an international one. We started our first event in 2005 and experienced the innovations and transformations of the market”, said **Carlos Clur, founder of Grupo Eletrolar and creator of the fair.**

“The booth standard was high and attracted buyers. Our customers were satisfied with the results obtained, many made good contacts with a view to future business and others made sales at the fair. They have shown interest in participating next year and will book through Reallink,” said **Li Ningyan, president of the company** that brought 72 customers to the event. General manager of Feilong Home Group Co, Ltd, Wang Ping exhibited for the first time. “The organization of the fair was very professional, and the level of buyers was high. I was very happy to have participated,” he said.

The opportunity to interact with innovative and high-quality products, coming from different parts of the world, aroused the interest of visitors. The experi-





mundo, despertou o interesse dos visitantes. A experiência foi enriquecedora. “A maioria de nossos clientes obteve resultados muito bons na feira. Trouxemos 147 expositores e esperamos aumentar esse número nos próximos anos”, contou **Yuan Binbin, diretora do departamento de exposições da China Chamber of Commerce (CCCME).**

A Eletrolar Show é uma feira incrível para expositores de todo o mundo, disse Danny Deng, CEO da Guangzhou Tourland Exhibitions. “Tanto que 91% dos nossos clientes encontraram visitantes que correspondiam ao seu próprio negócio, e 83% deles demonstraram sua forte disposição de expor no evento de 2024. Trouxemos cerca de 15 expositores para a feira deste ano e seus comentários foram um grande elogio para a Eletrolar Show. ”

Os expositores internacionais ficaram satisfeitos com a feira e constataram que o mercado brasileiro é vibrante e promissor. Algumas marcas jovens se destacaram pela inovação. “Cada vez mais, cresce o interesse pelo Brasil. Este ano, trouxemos 36 expositores, e 60% deles pretendem retornar ao evento no próximo ano”, disse **Sam Liu, da Encore Expo.** Veja alguns destaques das marcas internacionais.

ence was enriching. “Most of our customers achieved very good results at the fair. We brought 147 exhibitors, and we hope to increase this number in the coming years,” said **Yuan Binbin, director of the exhibition department of the China Chamber of Commerce (CCCME).**

Eletrolar Show is an amazing show for exhibitors from all over the world, said Danny Deng, **CEO of Guangzhou Tourland Exhibitions.** “So much so that 91% of our customers found visitors that matched their own business, and 83% of them demonstrated their strong willingness to exhibit at the 2024 event. We brought around 15 exhibitors to this year’s fair and their feedback was high praise for the Eletrolar Show. ”

International exhibitors were satisfied with the fair and found that the Brazilian market is vibrant and promising. Some young brands stood out for their innovation. “More and more interest in Brazil is growing. This year, we brought 36 exhibitors, and 60% of them intend to return to the event next year”, said **Sam Liu, from Encore Expo.** See some highlights of international brands.

## VENTION

Detentora de mais de 200 certificados de patentes de produtos para atender às diversas necessidades dos usuários, apresentou **acessórios digitais com soluções 8K completas, dispositivos de carregamento GaN de 140 W, estações de encaixe multifuncionais 12 em 1 e fones de ouvido Bluetooth 5.3**, entre outros destaques.

“Nossos produtos foram muito bem recebidos e reconhecidos durante a feira. Estabelecemos novas parcerias comerciais e fizemos contato com potenciais clientes, criando uma base sólida para o desenvolvimento de negócios futuros. Obtivemos bons resultados e voltaremos a participar do evento no próximo ano. Nosso objetivo é consolidar e expandir ainda mais a nossa posição no mercado brasileiro”, **destacou a empresa.**

*The holder of more than 200 patent certificates for products to meet the diverse needs of users, it presented **digital accessories with complete 8K solutions, 140W GaN charging devices, 12-in-1 multifunctional docking stations and Bluetooth 5.3 headphones**, among others highlights.*

*“Our products were very well received and recognized during the fair. We established new commercial partnerships and contacted potential customers, creating a solid base for the development of future businesses. We obtained good results and will participate in the event again next year. Our objective is to further consolidate and expand our position in the Brazilian market”, **highlighted the company.***

## IKOO GLASS

Expôs uma **linha completa de recipientes de vidro Ikoo**, com **tigelas, garrafas, copos e assadeira**, que podem ser utilizados no micro-ondas, no forno e no freezer. Suportam temperaturas de até 560°C no forno e menos de 40°C no freezer. Também lançou produtos de aço inoxidável, cuja característica principal é que podem ser levados ao forno micro-ondas.

“Alguns clientes convidados visitaram nosso estande e selecionaram produtos. Para nós, o mercado brasileiro é muito importante, é novo e tem grande potencial. São 200 milhões de pessoas. Nossos produtos atendem às necessidades diárias e, na feira, vimos que a maioria dos clientes gostou deles. Vamos nos atentar para abrir este novo mercado”, disse **Li Hongjie, gerente de vendas da empresa.**

*It exhibited a **complete line of Ikoo glass containers**, with **bowls, bottles, cups, and tray**, which can be used in the microwave, oven and freezer. They support temperatures of up to 560°C in the oven and less than 40°C in the freezer. It also launched stainless steel products, whose main feature is that they can be put in a microwave oven.*

*“Some invited customers visited our booth and selected products. For us, the Brazilian market is very important, it is new and has great potential. There are 200 million people. Our products meet daily needs and at the fair we saw that most customers liked them. We will pay attention to open this new market”, said **Li Hongjie, sales manager of the company.***

## ZOJIRUSHI

Fundada em 1918 como fabricante de garrafas a vácuo sopradas à mão, tornou-se líder mundial em produtos térmicos. Expandiu a linha, que, atualmente, tem **garrafas a vácuo de aço inoxidável, painéis elétricas de arroz, panificadoras, Air Pot®, pequenos aparelhos elétricos** e equipamentos para restaurantes. “Hoje, o logotipo corporativo Zojirushi é um símbolo reconhecido mundialmente por produtos inovadores e altamente duráveis”, informou o **departamento de marketing da empresa**.

Lançou a **panela de arroz e aquecedor Micom NL-DAB10/18**, com elegante design e a tecnologia Fuzzy Logic, que permite ajustes finos para cozinhar um arroz perfeito. Tem configuração de vários menus, inclusive para arroz integral, e função Mingau. É apresentada nas capacidades de 5,5 e 10 xícaras. “A Zojirushi é conhecida por produzir as melhores panelas de arroz”, destacou a empresa. Lançou também a **caneca Inox**, com a tecnologia de isolamento a vácuo, que garante bebidas quentes ou frias por horas. Tem tampa inteiriça, articulada, que evita vazamento, e vem com trava de segurança e junta integrada, fácil de limpar. É feita com aço inoxidável 18/8, e todas as superfícies que entram em contato com as bebidas são livres de BPA.

## JIMMY

Apresentou um **produto inovador e versátil, que permite ao usuário remover com facilidade a sujeira úmida e a seca, inclusive de tapetes e estofados**. É um **produto 3 em 1**: aspirador portátil, aspirador vertical e lavador de chão. Vem com escova separada para pisos. A bateria substituível de 7x3.800 mAh dura 80 minutos no uso portátil e 40 minutos no uso vertical. Tem tela LCD, com informações úteis durante a limpeza, e comando de voz.

“O produto, que é uma novidade no mercado brasileiro, atraiu a atenção dos visitantes na feira. Fizemos contato com potenciais clientes e esperamos cooperar com eles. Muitos compradores nos disseram estar confiantes de que o produto e o aspirador antiácaro poderão ter boas vendas no Brasil, que é o maior mercado da América Latina. E a alta taxa de penetração do comércio eletrônico no País cria o terreno para a promoção e a divulgação da marca Jimmy”, disse **Dora Guan, diretora de vendas da empresa**.

*Founded in 1918 as a manufacturer of hand-blown vacuum bottles, it has become a world leader in thermos products. Expanded the line, which currently includes stainless steel vacuum bottles, rice cookers, bread makers, Air Pot®, small electrical appliances and restaurant equipment. “Today, the Zojirushi corporate logo is a globally recognized symbol for innovative and highly durable products,” said the company’s marketing department.*

*It launched the **Micom NL-DAB10/18 rice cooker and heater**, with an elegant design and Fuzzy Logic technology, which allows fine adjustments to cook perfect rice. It has the configuration of several menus, including brown rice, and the Porridge function. Comes in 5.5 and 10 cup capacities. “Zojirushi is known for producing the best rice cookers,” the company pointed out. It also launched the **Inox mug**, with vacuum insulation technology, which guarantees hot or cold drinks for hours. It has a one-piece, hinged lid, which prevents leakage, and comes with a safety lock and an integrated gasket, which is easy to clean. It’s made with 18/8 stainless steel, and all surfaces that come into contact with beverages are BPA-free.*

*It presented an **innovative and versatile product, which allows the user to easily remove wet and dry dirt, including carpets and upholstery**. It is a **3 in 1 product**: portable vacuum cleaner, upright vacuum cleaner and floor scrubber. Comes with separate brush for floors. The 7x3800 mAh replaceable battery lasts for 80 minutes in portable use and 40 minutes in vertical use. It has an LCD screen, with useful information during cleaning, and voice command.*

*“The product, which is new on the Brazilian market, attracted the attention of visitors to the fair. We have contacted potential customers and hope to cooperate with them. Many buyers told us they were confident that the product and dust mite vacuum could sell well in Brazil, which is Latin America’s biggest market. And the high penetration rate of e-commerce in the country creates the ground for the promotion and dissemination of the Jimmy brand”, said **Dora Guan, the company’s sales director**.*

## 1HORA

A marca de acessórios eletrônicos para celulares é originária do México e está empenhada em oferecer os melhores produtos. Tem distribuidores em quase todos os países da América Latina e, neste ano, fez sua estreia no Brasil. **Suas principais linhas incluem fones de ouvido TWS, carregadores, cabos de dados, alto-falantes Bluetooth, powerbanks e baterias.** Os produtos chegarão ao Brasil em outubro próximo.

“Os visitantes da feira ficaram encantados com nossos produtos e a chegada da marca ao Brasil. Isso se deve, principalmente, ao controle de qualidade intransigente, à garantia de um ano e aos preços acessíveis. Recebemos 260 interessados nos produtos, o que superou as nossas expectativas, e, no evento, alguns clientes já decidiram atuar com os nossos produtos”, contou **Oscar González, diretor de vendas da 1Hora Colômbia.**

## KONKA

Expôs **TVs OLED de última geração** com design ultrafino e qualidade de imagem composta por 8,3 milhões de pixels com iluminação automática, capazes de apresentar taxa de contraste ultra-alta de 1.500.000:1. Apresentou, também, **as TVs Mini LED, com ampla gama de cores, e um monitor inteligente móvel**, de 27”, com bateria embutida. Tem controle de toque de 10 pontos e recursos de detecção de gravidade para operações de tela rápidas. Também ajusta a orientação da tela com base no conteúdo exibido. O aparelho atua com três das principais plataformas: webOS Hub, Google TV e Android TV.

Na categoria de eletrodomésticos, apresentou seus **refrigeradores** com eficiência energética e tecnologia avançada, que preserva os nutrientes e a umidade dos alimentos. Outro produto foi a **máquina lava e seca.**

Como seca em baixa temperatura, possibilita que as roupas sejam usadas tão logo saiam da máquina. “Nosso estande atraiu muito a atenção, encontramos clientes de longa data, não só do Brasil como do Paraguai, Bolívia, Uruguai e Suriname. Para nós, a feira foi muito boa, apresentou resultado melhor do que o esperado”, disse **Wan Dingwei, gerente-geral de negócios da empresa.**

*The brand of electronic accessories for mobile phones originates from Mexico and is committed to offering the best products. It has distributors in almost every country in Latin America and, this year, it made its debut in Brazil. Its main lines include **TWS headphones, chargers, data cables, Bluetooth speakers, powerbanks and batteries.** The products will arrive in Brazil next October.*

*“Visitors to the fair were delighted with our products and the arrival of the brand in Brazil. This is mainly due to uncompromising quality control, a one-year warranty, and affordable prices. We received 260 people interested in the products, which surpassed our number of activities, and, at the event, some customers have already decided to work with our products”, said **Oscar González, sales director at 1Hora Colombia.***

*It exhibited **state-of-the-art OLED TVs** with an ultra-thin design and image quality consisting of 8.3 million pixels with automatic lighting, capable of an ultra-high contrast ratio of 1,500,000:1. It also presented **Mini LED TVs, with a wide range of colors, and a 27” mobile smart monitor**, with built-in battery. It has 10-point touch control and gravity sensing features for quick screen operations. It also adjusts the screen orientation based on the displayed content. The device works with three of the main platforms: webOS Hub, Google TV and Android TV.*

*In the home appliances category, it presented its **refrigerators** with energy efficiency and advanced technology, which preserve nutrients and moisture in food. Another product was the **washing and drying machine.** As it dries at a low temperature, it allows clothes to be used as soon as they come out of the machine. “Our stand attracted a lot of attention, we met long-time customers, not only from Brazil but also from Paraguay, Bolivia, Uruguay, and Suriname. For us, the fair was very good, it presented better results than expected”, said **Wan Dingwei, business general manager of the company.***

## IP3 TECHNOLOGY

A **provedora de serviços com soluções completas para eletrônicos de consumo global e produtos de redes inteligentes** recebeu aprovação de grande número de visitantes em seu estande, contou **Linya, gerente de vendas**. “Encontramos muitos potenciais parceiros que estão dispostos a trabalhar conosco devido ao design, desempenho e preços de nossos produtos. O Brasil é um mercado muito importante para a IP3. Tem uma população jovem, crescente, e enorme potencial de consumo. A taxa de penetração da internet chega a mais de 70%, e o comportamento de compras, no final do ano, é semelhante ao dos Estados Unidos.”

Os produtos da IP3 Technology apresentam como principais características a portabilidade, a leveza, a boa qualidade da matéria-prima e a aparência estética. Contam com design clean, e alguns têm interfaces multifuncionais, como é o caso do pic box.

*The service provider with complete solutions for global consumer electronics and smart grid products has received approval from a large number of visitors to its booth, said Linya, sales manager. “We found many potential partners who are willing to work with us because of the design, performance, and pricing of our products. Brazil is a very important market for IP3. It has a young, growing population and enormous consumption potential. The internet penetration rate reaches more than 70%, and shopping behavior, at the end of the year, is like that of the United States.”*

*The main characteristics of IP3 Technology’s products are portability, lightness, good quality raw materials and aesthetic appearance. They have a clean design, and some have multifunctional interfaces, as is the case with the pic box.*

## GUANGZHOU XIANYOU INTELLIGENT TECHNOLOGY CO., LTD.

Apresentou a linha de **TVs LED, com tamanhos de 24” a 98”**, resolução HD, FHD e UHD. Os aparelhos possuem conectividade via Bluetooth e as funções Dolby, Netflix, YouTube, Prime Video, Disney, HBO, Star+ e Amazon. Também expôs o **monitor e computador (PC) AIO**, com telas de 19” e 34”, resolução 1080P, 2K, 3K, 4K, interface VGA, HDMI, DP, Type-C, USB e taxa de atualização e 75 Hz, 100 Hz, 165 Hz, 180 Hz, 240 Hz, 360 Hz. Chips: i3, i5, i7.

“Houve grande interesse por nossos produtos na feira e, após o seu término, visitamos alguns potenciais clientes locais. Eles testaram os produtos e nos ofereceram feedbacks muito positivos. Alguns visitarão nossa fábrica nos próximos meses. O Brasil é um mercado muito grande. E a feira atraiu para nosso estande, também, clientes de países vizinhos, como Bolívia, Uruguai e Paraguai”, contou **Zhong Yu, gerente de vendas da empresa**.

*It presented the line of LED TVs, with sizes from 24” to 98”, HD, FHD and UHD resolution. The devices have Bluetooth connectivity and Dolby, Netflix, YouTube, Prime Video, Disney, HBO, Star+ and Amazon functions. It also exhibited the monitor and computer (PC) AIO, with 19” and 34” screens, 1080P resolution, 2K, 3K, 4K, VGA, HDMI, DP, Type-C, USB and refresh rate and 75 Hz, 100 Hz, 165 Hz, 180 Hz, 240 Hz, 360 Hz. Chips: i3, i5, i7.*

*“There was great interest in our products at the fair and, after it ended, we visited some potential local customers. They tested the products and gave us very positive feedback. Some will visit our factory in the coming months. Brazil is a very big market. And the fair also attracted customers from neighboring countries, such as Bolivia, Uruguay, and Paraguay to our stand,” said Zhong Yu, the company’s sales manager.*

## KINGCLEAN

A empresa, fundada em 1994, desenvolve linhas de produtos inovadores, incluindo aspirador de pó, secador de cabelo, pequenos utensílios de **cozinha** e ventiladores. O **aspirador de pó SW30**, por exemplo, possui potente motor BLDC, atende ao padrão IPX8 e é à prova d'água. Utiliza baterias de lítio removíveis de alta capacidade, de 8x3000 mAh (até 35 minutos em baixa velocidade), e tem comando de voz. O produto tem tecnologia amigável e partículas antibacterianas.

“Os visitantes ficaram muito interessados em nossos produtos, estabelecemos contato com algumas influentes empresas locais e esperamos fazer boas parcerias no futuro próximo. A feira foi boa para sabermos mais sobre as necessidades do mercado brasileiro e por oferecer reuniões entre expositores e compradores. O Brasil é, definitivamente, um mercado importante para nossa empresa, por isso participamos do evento e procuramos parceiros confiáveis”, disse **Zhou Wenting, assistente da gerência da empresa.**

*The company, founded in 1994, develops innovative product lines, including vacuum cleaners, hair dryers, small kitchen appliances and fans. The **SW30 vacuum cleaner**, for example, has a powerful BLDC motor, meets the IPX8 standard and is waterproof. Uses removable high-capacity lithium batteries, 8x3000 mAh (up to 35 minutes at low speed) and voice command. The product has user-friendly technology and antibacterial particles.*

*“Visitors were very interested in our products; we made contact with some influential local companies, and we hope to form good partnerships in the near future. The fair was good for us to learn more about the needs of the Brazilian market and for offering meetings between exhibitors and buyers. Brazil is definitely an important market for our company, so we participated in the event and looked for reliable partners,” said **Zhou Wenting, assistant manager of the company.***

## HOMEGLASS

Apresentou **produtos de vidro temperado, forno de pizza a gás de alta eficiência, que assa em dois minutos, e fogão de indução.** O vidro temperado da empresa pode ser utilizado em eletrodomésticos e tem certificação CE, uma comprovação de que os produtos são fabricados com requisitos de segurança, saúde e de proteção ao meio ambiente.

“Participamos da feira pela primeira vez e estamos em contato com alguns clientes em potencial. Esperamos fechar pedidos em um futuro próximo. O Brasil é o maior mercado da América Latina, tem alta urbanização, cultura social diversa e economia comercial próspera. É um território fértil”, disse **Louise Leung, representante de vendas da empresa.**

*It featured **tempered glass products, a high-efficiency gas pizza oven that bakes in two minutes, and an induction cooktop.** The company's tempered glass can be used in household appliances and is CE certified, a proof that the products are manufactured with safety, health, and environmental protection requirements.*

*“We participated in the fair for the first time, and we are in contact with some potential customers. We hope to close orders soon. Brazil is Latin America's largest market, has high urbanization, diverse social culture and thriving commercial economy. It's fertile territory,” said **Louise Leung, the company's sales representative.***

## DO INTELLIGENT TECHNOLOGY

Destacou os **smartwatches, seus produtos mais importantes**. Têm tela sensível ao toque, deslizamento suave e alta taxa de atualização, quatro temas de aplicativos e mais de 100 modos esportivos, entre eles suporte para corrida, monitoramento de frequência cardíaca, de sono, de oxigênio no sangue e de estresse.

“Nossos produtos foram muito bem-aceitos na feira, fizemos negócios e parcerias comerciais para futuras negociações. O Brasil é muito importante para a nossa empresa, tem grande escala de mercado. As pessoas amam esportes e produtos eletrônicos inteligentes. Acreditamos que há uma grande demanda por relógios inteligentes”, disse **Zhou Yang, gerente de marketing da empresa**.

*He highlighted **smartwatches, his most important products**. They have a touch screen, smooth sliding, and high refresh rate, four application themes and more than 100 sports modes, including support for running, heart rate, sleep, blood oxygen and stress monitoring.*

*“Our products were very well accepted at the fair; we made business and commercial partnerships for future negotiations. Brazil is very important for our company; it has a large market scale. People love sports and smart electronics. We believe there is a great demand for smartwatches,” said **Zhou Yang, the company’s marketing manager**.*

## SOUNDPEATS

Apresentou seus fones de ouvido com patentes próprias e design exclusivo, como todos os demais produtos da empresa. “Nossos fones de ouvido têm diferenciais e são adequados a todos os perfis de consumidores, como executivos, esportistas e amantes da música”, contou **Sophia Cao, sales manager da Soundpeats**.

O portfólio da marca tem 20 produtos, com destaque para os modelos **Air3 Deluxe HS, Capsule3 Pro, Opera 05 e Engine4**, todos com conexão Bluetooth. A empresa, que expôs na feira pela primeira vez, registra alta procura por seus produtos nos Estados Unidos, no Japão e no e-commerce. “Agora, queremos colocar nossos fones no varejo brasileiro”, disse Sophia. ■■

*It presented its headphones with patents and its own exclusive design, like all other company products. “Our headphones are different and are suitable for all consumer profiles, such as executives, athletes and music lovers”, said **Sophia Cao, sales manager at Soundpeats**.*

*The brand’s portfolio has 20 products, with emphasis on the **Air3 Deluxe HS, Capsule3 Pro, Opera 05 and Engine4 models**, all with Bluetooth connection. The company, which exhibited at the fair for the first time, records high demand for its products in the United States, Japan, and e-commerce. “Now, we want to put our headphones in the Brazilian retail market”, said Sophia. ■■*



# LIGHTING SHOW

SÃO PAULO, BRASIL

## LIGHT UP YOUR BUSINESS

15 A 18 DE JULHO DE 2024

TRANSAMERICA EXPO CENTER SÃO PAULO, BRASIL

A Lighting Show é uma oportunidade para a indústria e o varejo encontrarem lançamentos, inovações e marcas internacionais.

**SEJA UM EXPOSITOR**



### Perfil do **visitante**

Varejo, importadores e distribuidores, indústria, atacado, lojas de departamento, e-commerce e marketplaces

### Categorias de **exposição**

Iluminação residencial e corporativa  
componentes e materiais · semicondutores de iluminação  
módulos e pacotes · aplicações e testes

**Faça parte!**

[www.lightingshow.com](http://www.lightingshow.com)

EVENTOS  
PARALELOS: **eletrolarshow**  
ALL CONNECTED

**LATIN AMERICAN  
ELECTRONICS**  
International Trade Show

**LATIN AMERICAN  
HOUSEWARES**

Contato:  
+55 11 3197-4949  
[comercial@grupeeletrolar.com.br](mailto:comercial@grupeeletrolar.com.br)

**ELECTRONICS HOME**

LA FERIA DE NEGOCIOS MÁS IMPORTANTE DE ARGENTINA



**ELECTRONICS HOME** - Argentina



ALICERRE DE LA FERIA

EXIT SALIDA

**NOBLEX**  
TV Oficial del Campeón del Mundo

**3ª ELECTRONICS HOME - ARGENTINA**

3<sup>RD</sup> ELECTRONICS HOME - ARGENTINA

# MAIS DE 300 MARCAS PARTICIPARAM DA 3ª ELECTRONICS HOME

Feira superou as edições anteriores em lançamentos nacionais e internacionais e em número de expositores e visitantes.

MORE THAN 300 BRANDS PARTICIPATED IN THE 3<sup>RD</sup> ELECTRONICS HOME

*Fair surpassed previous editions in national and international releases and in number of exhibitors and visitors.*

A 3ª edição da Electronics Home, realizada de 17 a 19 de julho último, no Centro Costa Salguero, em Buenos Aires, Argentina, apresentou mais de 300 marcas nacionais e internacionais das categorias de eletrodomésticos, eletroeletrônicos, eletroportáteis, celulares, games, informática e utilidades domésticas. Maior evento B2B do país, reuniu expositores e varejistas em uma oportunidade única para estreitar relacionamentos, trocar experiências e gerar mais negócios.

“Ficamos muito felizes com o alto número de lançamentos, inclusive de nível mundial, com as inovações e o interesse do público pelas palestras, que abordaram temas importantes. Superamos em todos os aspectos os números das edições anteriores. O evento demonstrou que, apesar de o contexto econômico não ser fácil, a indústria quer ser protagonista na economia da Argentina”, afirmou **Carlos Clur, presidente do Grupo Eletrolar**.

A feira teve lançamentos e tendências em várias categorias, de gamers a refrigeradores. Na Argentina, a comunidade gamer cresceu muito na pandemia, estima-se que, dos 3 bilhões de gamers do mundo, há mais de 22 milhões no país. Em refrigeradores, as novidades foram os modelos KOH-I-NOOR Black Steel KHGF41D/8 e o CHD41D/9 com No Frost DuoCooling Technology, da **Columbia**; o freezer horizontal FR3322 Inverter, da **Briket**; o No Frost Inverter, da **Electrolux**; e o freezer vertical **Gafa**. Destaque, também, para os cortadores a gasolina da **Dibra** e seus equipamentos com os novos motores Honda, e a inovadora linha Element, apresentada pela fabricante de colchões **Springwall**.

The 3<sup>rd</sup> edition of Electronics Home, held from the 17<sup>th</sup> to the 19<sup>th</sup> of last July, at Centro Costa Salguero, in Buenos Aires, Argentina, presented more than 300 national and international brands in the categories of home appliances, electronics, small appliances, cell phones, games, computers and housewares. Largest B2B event in the country, it brought together exhibitors and retailers in a unique opportunity to strengthen relationships, exchange experiences and generate more business.

“We were very happy with the high number of launches, including world-class ones, with the innovations and the public’s interest in the lectures, which addressed important topics. We surpassed in all aspects the numbers of the previous editions. The event demonstrated that, although the economic context is not easy, the industry wants to be a protagonist in Argentina’s economy”, said **Carlos Clur, president at Grupo Eletrolar**.

The fair had releases and trends in several categories, from gamers to refrigerators. In Argentina, the gamer community has grown a lot in the pandemic, it is estimated that, of the 3 billion gamers in the world, there are more than 22 million in the country. In refrigerators, the novelties were the KOH-I-NOOR Black Steel KHGF41D/8 and CHD41D/9 models with No Frost DuoCooling Technology, by **Columbia**; the horizontal freezer FR3322 Inverter, by **Briket**; The Frost-Free Inverter **Electrolux**; and the **Gafa** upright freezer. Also noteworthy are **Dibra**’s





CARLOS CLUR, PRESIDENTE DO GRUPO ELETROLAR  
PRESIDENT OF GRUPO ELETROLAR



O evento demonstrou que, apesar de o contexto econômico não ser fácil, a indústria quer ser protagonista na economia da Argentina.”

*“The event demonstrated that, although the economic context is not easy, the industry wants to be a protagonist in Argentina’s economy.”*

#### EMPRESAS E PRODUTOS

“Participamos novamente dessa feira para apresentar nossos produtos, especialmente os lançamentos das **geladeiras No Frost Inverter Electrolux** e do **freezer vertical Gafa**”, disse **Oswaldo Fascetti, gerente comercial da Electrolux**. Fabricada na Argentina, com alta tecnologia, a geladeira reduz significativamente o consumo de energia. Com ela, a Electrolux completa a migração de sua linha de refrigeradores para os que utilizam gás amigável ao meio ambiente, uma vez que não agride a camada de ozônio. Também com gás ecológico, o freezer vertical 157L, por seu design, amplia a capacidade de armazenar alimentos e bebidas.

**A Motorola** destacou sua recente inovação, o **modelo Razr 40 Ultra**, já disponível na Argentina. Com design moderno e ultracompacto, é o smartphone dobrável mais fino do segmento, quando fechado. Vem com a plataforma móvel Snapdragon® 8+ Gen.1. Tem tela flexível 6,9” e dobradiça drop sem folgas entre as laterais. Pode ser usado totalmente fechado ou semiaberto, graças à funcionalidade Flex View. É ideal para criadores de

gasoline cutters and their equipment with new Honda engines, and the innovative Element line, presented by the mattress manufacturer **Springwall**.

#### COMPANIES AND PRODUCTS

“We participated in this fair again to present our products, especially the launches of the **Frost-Free Inverter Electrolux refrigerators** and the **Gafa vertical freezer**”, said Oswaldo Fascetti, commercial manager at Electrolux. Made in Argentina, with high technology, the refrigerator significantly reduces energy consumption. With it, Electrolux completes the migration of its line of refrigerators to those that use gas that is friendly to the environment, since it does not harm the ozone layer. Also with ecological gas, the vertical freezer 157L, due to its design, increases the capacity to store food and drinks.

**Motorola** highlighted its recent innovation, the **Razr 40 Ultra model**, already available in Argentina. With a modern and ultra-compact design, it is the thinnest folding smartphone in the segment when closed. Comes with the Snapdragon® 8+ Gen.1 mobile platform. It has





conteúdo, pois incorpora uma câmera principal dupla, composta por um sensor de 12 MP e um ultra grande-angular de 13 MP. Apresenta taxa de atualização de 165 Hz e ampla gama de cores de 10 bits.

#### NEWSAN

Fez um lançamento exclusivo na Electronics Home. Apresentou a marca **NBX**, nova proposta da Noblex, com a qual pretende ter desempenho relevante no segmento gamer. O portfólio inovador de acessórios e periféricos é composto pelo **monitor NBXGM2700 Full HD de 27"**, com tecnologia Adaptive Sync, **dois modelos de teclado**, NBX-KB1000M e NBX-KB3000CH, **dois de mouse**, NBX-MS07210 e NBX-MS12010, e a **cadeira ergonômica** para jogos NBX-575N. "Os números gamers na Argentina nos impulsionaram para entrar no mercado com uma proposta extremamente atraente, com produtos de qualidade superior e preço

*a flexible 6.9" screen and a drop hinge with no gaps between the sides. It can be used fully closed or semi-open thanks to the Flex View functionality. It is ideal for content creators, as it incorporates a dual main camera, consisting of a 12 MP sensor and a 13 MP ultra-wide angle. Features 165Hz refresh rate and 10-bit wide color gamut.*

#### NEWSAN

*Made an exclusive launch at Electronics Home. It presented the **NBX** brand, a new proposal from Noblex, with which it intends to have a relevant performance in the gaming segment. The innovative portfolio of accessories and peripherals comprises the **NBXGM2700 Full HD 27" monitor**, with Adaptive Sync technology, **two keyboard models**, NBX-KB1000M and NBX-KB3000CH, **two mouse models**, NBX-MS07210 and NBX-MS12010, and the **ergonomic chair** gaming case NBX-575N. "The numbers of gamers in Argentina have driven us to enter*



competitivo”, disse **Eugenia Olguín, head of IT & gaming product**.

### PALESTRAS

As palestras ocorreram nos três dias da feira. **Santiago Capriata, especialista em marcas da Whirlpool**, fez a apresentação oficial da nova fábrica da empresa em Pilar, província de Buenos Aires: “É a fábrica da Whirlpool mais moderna do mundo, com metragem acima de 30 mil m<sup>2</sup> e investimento de US\$ 56 milhões. Conta com alta tecnologia e possui planta sustentável, com foco nos cuidados com o meio ambiente”, disse.

**Sebastián Vallarino Raimondi, arquiteto de soluções de serviços gerenciados da HP**, falou sobre segurança e ataques cibernéticos na Argentina. O futuro do comércio e do lar foi o tema de **Damián Di Pace, jornalista da A24 e LN+**, especializado em economia e mercados, que abordou a confluência entre o digital e o físico. “É preciso repensar o negócio, o digital não é mais absoluto. As pessoas querem ter uma experiência social. Há coexistência entre os dois mundos.” Falou, também, sobre a conexão 5G e o grande avanço que trará. “A comunicação ponto a ponto entre pessoas, sem a necessidade de servidores, entre veículos, IoT metaverso, realidade virtual aprimorada e telemedicina será a ligação do futuro.”

**Guillermo Contarino, gerente de negócios de motos da Newsan**, abordou aspectos da mobilidade e os lançamentos da empresa para 2024. “Com o nosso próximo lançamento, buscamos liderar o mercado de motocicletas elétricas, que tem alto potencial para crescer e ser um segmento muito importante.”

the market with an extremely attractive proposition, with superior quality products and competitive prices”, said **Eugenia Olguín, head of IT & gaming product**.

### SPEECHES

The lectures took place in the three days of the fair. **Santiago Capriata, specialist in Whirlpool brands**, made the official presentation of the company's new factory in Pilar, province of Buenos Aires: “It is the most modern Whirlpool factory in the world, with an area of over 30,000 sqm and an investment of US\$ 56 million. It has high technology and has a sustainable plant, with a focus on caring for the environment,” he said.

**Sebastián Vallarino Raimondi, HP Managed Services Solutions Architect**, spoke about security and cyber-attacks in Argentina. The future of commerce and the home was the topic of **Damián Di Pace, journalist for A24 and LN+**, specialized in economy and markets, who addressed the confluence between digital and physical. “We need to rethink the business, digital is no longer absolute. People want to have a social experience. There is coexistence between the two worlds.” He also spoke about the 5G connection and the great advance it will bring. “Peer-to-peer communication between people, without the need for servers, between vehicles, metaverse IoT, enhanced virtual reality and telemedicine will be the connection of the future.”

**Guillermo Contarino, motorcycle business manager at Newsan**, addressed aspects of mobility and the company's launches for 2024. “With our next launch, we seek to lead the electric motorcycle market, which has high potential to grow and be a very important segment.”

## EXPOSITORES EXHIBITORS

Dentre os expositores, estiveram as marcas Nakan, Liliana, Fischer, Crivel, Black & Decker, Stanley, Eiffel, Usman, Enova, Vondom, Argenpesos, Casio, Samson, SX, Latapy, Casablanca, Silfab, Indelplas, Marmicoc, Santander Consumer, Getnet, Nexina, Gamuza, Daewoo, Eurohome, EuroBike, Beone, TAS-EME, Royalcell, HP, Sol de Verano, Atma, Philco, Noblex, LG, Motorola, Bosch, Hisense, Braun, Dibra, Ormay, Moonki, Lenovo, Marvo, Asus, Corsair, Harman Kardon, HDC, Intel, JBL, Kingston, Linksys, Briket, Go Cuotas, Rheem, Saiar, Sherman, Stromberg, Springwall, Xtrike-Me, Outdoor Professional, Powerblade, Directv, KLD, Rubi, CAT, Sola, DeWalt, Igloo, Stayer, Morelli, Columbia, Koh-i-noor, Whirlpool, Esblabon de Lujo, TCL, Electrolux, Gafa, Kanji, Kanji Home, Olmo, Rotoplas, Señorial, Lemon Pie, Ñuke, Fender, Peavey, Global Electronics, Sosmatic e Dinax.

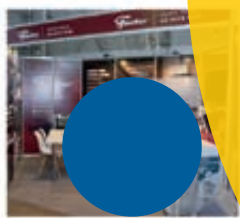
Among the exhibitors were the brands Nakan, Liliana, Fischer, Crivel, Black & Decker, Stanley, Eiffel, Usman, Enova, Vondom, Argenpesos, Casio, Samson, SX, Latapy, Casablanca, Silfab, Indelplas, Marmicoc, Santander Consumer, Getnet, Nexina, Gamuza, Daewoo, Eurohome, EuroBike, Beone, TAS-EME, Royalcell, HP, Sol de Verano, Atma, Philco, Noblex, LG, Motorola, Bosch, Hisense, Braun, Dibra, Ormay, Moonki, Lenovo, Marvo, Asus, Corsair, Harman Kardon, HDC, Intel, JBL, Kingston, Linksys, Briket, Go Cuotas, Rheem, Saiar, Sherman, Stromberg, Springwall, Xtrike-Me, Outdoor Professional, Powerblade, Directv, KLD, Rubi, CAT, Sola, DeWalt, Igloo, Stayer, Morelli, Columbia, Koh-i-noor, Whirlpool, Esblabon de Lujo, TCL, Electrolux, Gafa, Kanji, Kanji Home, Olmo, Rotoplas, Señorial, Lemon Pie, Ñuke, Fender, Peavey, Global Electronics, Sosmatic and Dinax.

# APOIADORES

## INSTITUTIONAL SUPPORT

A 3ª Electronics Home teve o apoio institucional da Federação Argentina de Comércio de Eletrodomésticos e Afins (FACAHOGAR), seu principal patrocinador; da Câmara Argentina de Artefatos de Gás (CAFAGAS); Câmara de Fabricantes de Eletrodomésticos (CAFED); Federação das Câmaras Industriais de Eletrodomésticos da República Argentina (FEDEHOGAR); Câmara das Indústrias de Bens Duráveis e de Consumo (CIC); Câmara Argentina das Indústrias de Refrigeração e Ar-Condicionado (CAIRAA); e Câmara dos Fabricantes de Ventiladores, de Placas de Fogões e Produtos Afins (CAFAVEP).

*The 3rd Electronics Home had the institutional support of the Argentine Federation of Commerce of Appliances and Related Products (FACAHOGAR), its main sponsor; the Argentine Chamber of Gas Artifacts (CAFAGAS); Household Appliance Manufacturers Chamber (CAFED); Federation of Industrial Household Appliances Chambers of the Argentine Republic (FEDEHOGAR); Chamber of Durable and Consumer Goods Industries (CIC); Argentine Chamber of Refrigeration and Air Conditioning Industries (CAIRAA); and Chamber of Manufacturers of Fans, Hobs and Related Products (CAFAVEP).*



# G+ ELECTRONICS HOME . Argentina

2023





AIR CONDITIONING  
AND FANS



DOSSIÊ – TEMPORADA DE VERÃO  
DOSSIER – SUMMER SEASON

# APARELHOS DE AR-CONDICIONADO E VENTILADORES



**A** espera do verão, que promete ser mais quente devido ao fenômeno El Niño, o varejo se prepara para as compras de aparelhos de ar-condicionado e de ventiladores, os produtos mais procurados e desejados na temporada de calor. Nos seis primeiros meses de 2023, a produção de aparelhos de ar-condicionado cresceu 16% ante o mesmo período do ano passado.

Esta edição de **Eletrolar News** traz neste Dossiê as duas categorias. Uma parte é para os aparelhos de ar-condicionado, cada vez mais econômicos, com conectividade e sustentáveis, e a outra para ventiladores, tanto de teto como de mesa e de piso, com novas tecnologias, diferentes designs e muito mais silenciosos. Veja as novidades da indústria.

**W**aiting for the summer, which promises to be hotter due to the El Niño phenomenon, retailers are getting ready to purchase air conditioners and fans, the most sought after and desired products in the hot season. In the first six months of 2023, the production of air conditioners grew by 16% compared to the same period last year.

This edition of **Eletrolar News** brings in this Dossier the two categories. One part is for air conditioners, increasingly economical, with connectivity and sustainability, and the other for fans, both ceiling, table and floor fans, with new technologies, different designs and much quieter. See industry news.

## AR-CONDICIONADO AIR CONDITIONING

### LG

Com a função de aquecimento, o **ar-condicionado LG DUAL Inverter Voice Artcool UV Nano** conta com luzes de LED Ultravioleta, que eliminam até 99,99% dos vírus e bactérias presentes no ambiente, e Wi-Fi integrado. O compressor Dual Inverter, presente no aparelho, reduz em até 70% o consumo de energia elétrica, com refrigeração até 40% mais rápida. Tem certificação internacional TUV Rheinland, condensadora silenciosa e conectividade pelo app ThinQ para controlar o ar-condicionado de qualquer lugar. Também é possível sincronizar o Google Assistente e a Alexa com o aplicativo e dar comandos de voz.

*With the heating function, the **LG DUAL Inverter Voice Artcool UV Nano air conditioner** has Ultraviolet LED lights, which eliminate up to 99.99% of viruses and bacteria present in the environment, and integrated Wi-Fi. The Dual Inverter compressor, present in the device, reduces electricity consumption by up to 70%, with up to 40% faster cooling. It has international TUV Rheinland certification, silent condenser, and connectivity through the ThinQ app to control the air conditioning from anywhere. You can also sync Google Assistant and Alexa with the app and give voice commands.*



**Preço sugerido em 04/08/2023: R\$ 6.199,00.**

**Suggested price on 08/04/2023: BRL 6,199.00.**



**Preço sugerido em 04/08/2023: R\$ 1.909,00.**

**Suggested price on 08/04/2023: BRL 1,909.00.**

O **ar-condicionado Split Consul Triple Inverter EconoMaxi Frio 9.000 BTU (CBK09CBXCJ)** é eficiente

devido à tecnologia Triple Inverter, que possui dois motores DC Inverter e um compressor DC Inverter. Tem exclusiva tecnologia EconoMaxi, que facilita a troca de calor na serpentina e reduz o consumo de energia. Silencioso, o produto tem garantia de um ano e de três anos no compressor e condensador. É um modelo split bivolt, e sua instalação é simples. A tecnologia Inverter disponível no aparelho garante resfriamento até 40% mais rápido.

*The **Split Consul Triple Inverter EconoMaxi Frio 9,000 BTU air conditioner (CBK09CBXCJ)** is efficient due to Triple Inverter technology, which has two DC Inverter motors and a DC Inverter compressor. It has exclusive EconoMaxi technology, which facilitates heat exchange in the coil and reduces energy consumption. Silent, the product has a one-year warranty and a three-year warranty on the compressor and condenser. It is a bivolt split model, and its installation is simple. The Inverter technology available on the device guarantees cooling up to 40% faster.*

## ELECTROLUX

Recém-lançado, o **Electrolux Color Adapt Wi-Fi 18.000 BTU** possibilita que seja pintado para se adaptar à cor da parede. Tem sistema de conectividade para controle à distância e tecnologia Inverter, que é até 80% mais eficiente em energia elétrica. Conta com sistema de tripla filtragem, retendo até 99,9% de alérgenos, bactérias e fungos. Possui resfriamento 37% mais rápido. É possível controlar de modo preciso e eficiente a direção do fluxo de ar através das aletas. Tem sistema de autolimpeza, tecnologia Auto Sense, que mantém a temperatura ideal do ar, e acabamento contra corrosão BlueTech. O modelo venceu, neste ano, o Prêmio IF Design Awards.

*Newly launched **Electrolux Color Adapt Wi-fi 18,000 BTU** allows it to be painted to match the wall color. It has a connectivity system for remote control and Inverter technology, which is up to 80% more energy efficient. It has a triple filtration system, retaining up to 99.9% of allergens, bacteria, and fungi. It has 37% faster cooling. It is possible to control the direction of air flow precisely and efficiently through the fins. It has a self-cleaning system, Auto Sense technology, which maintains the ideal air temperature, and a BlueTech anti-corrosion finish. This model won the IF Design Awards this year.*



## FUJITSU

Destaca o **High Wall R32 Linha Premium Fujitsu Airstage**. O produto conta com o fluido refrigerante R32, mais amigável ao meio ambiente por possuir baixo potencial de aquecimento global (GWP) e zero impacto na camada de ozônio (ODP). Tem elevada eficiência energética e tecnologia Inverter, que possibilita menor consumo de energia. Os produtos dessa linha obtiveram o Selo Procel Ouro devido à sua eficiência energética ser superior ao exigido para a boa performance do equipamento. Os produtos High Wall da Linha Premium têm as capacidades de 9.000, 12.000, 18.000, 24.000, 27.000 e 31.000 BTU/h.

*The **High Wall R32 Fujitsu Airstage Premium Line** stands out. The product uses R32 refrigerant, which is more environmentally friendly because it has a low global warming potential (GWP) and zero impact on the ozone layer (ODP). It has high energy efficiency and inverter technology, which enables lower energy consumption. The products in this line obtained the Procel Gold Seal due to their energy efficiency being superior to that required for the good performance of the equipment. The Premium Line High Wall products have capacities of 9,000, 12,000, 18,000, 24,000, 27,000 and 31,000 BTU/h.*



## GREE

O **aparelho de ar-condicionado G-Diamond Top**, da linha residencial, está disponível em 9.000 e 12.000 BTU/h, nas opções frio/quente e frio. Tem conectividade Wi-Fi através do aplicativo Gree+, acessível em Android e iOS. Com design exclusivo da marca, refrigera, desumidifica e ventila. A luz LED pode ser desligada. Possui função sono, tecnologia Multi-Filtro Inverter, Ionclean e reinício automático. O produto tem garantia de cinco anos, e o compressor, de 10 anos.

*The **G-Diamond Top air conditioning unit**, residential line, is available at 9,000 and 12,000 BTU/h, in cold/hot and cold options. It has Wi-Fi connectivity through the Gree+ app, accessible on Android and iOS. With the brand's exclusive design, it cools, dehumidifies and ventilates. The LED light can be turned off. It has sleep function, Multi-Filter Inverter technology, Ionclean and automatic restart. The product is guaranteed for five years and the compressor for 10 years.*



## AGRATTO



**Preço sugerido em 14/08/2023: R\$ 1.580,00.**

*Suggested price on 08/14/2023: BRL 1,580.00.*

O **ar-condicionado Split Hi-Wall Inverter Neo** possui sistema Inverter, alcança a temperatura rapidamente e a mantém constante. Evita picos de energia, e seu ciclo de climatização pode reduzir em até 60% o consumo de energia. Silencioso, conta com o sistema Multi-Filter e serpentina de cobre. Tem classe energética "A", função modo Cool de resfriamento, modo Heat de aquecimento, modo Clean de limpeza e modo Dry de desumidificação. Disponível nas versões de 9.000, 12.000, 18.000, 24.000 e 30.000 BTU, frio e quente e frio.

*The **Split Hi-Wall Inverter Neo air conditioner** has an Inverter system, reaches the temperature quickly and keeps it constant. It avoids energy peaks, and its climate control cycle can reduce energy consumption by up to 60%. Silent, it has the multi-Filter system and copper serpentine. It has energy class "A", Cool mode of cooling, Heat mode of heating, Clean mode of cleaning and Dry mode of dehumidification. Available in 9,000, 12,000, 18,000, 24,000 and 30,000 BTU versions, cold and hot and cold.*

## TCL SEMP

O **ar-condicionado HW Inverter T-Pro** da marca possui capacidades de 12.000, 18.000 e 24.000 BTU/h. Proporciona suavidade e conforto, com ventilação sem rajadas de vento diretamente na pele. Com a opção quente e frio, o aparelho conta com sistema de autolimpeza e função esterilização, que elimina até 90% de fungos e bactérias, e garante até 75% de economia de energia, com o modo ECO. Possui conexão Wi-Fi e controle por comando de voz através do aplicativo TCL Home, que também se conecta às TVs TCL. A marca oferece 10 anos de garantia no compressor Inverter do produto, e dois anos de garantia total no aparelho.

*The brand's **HW Inverter T-Pro air conditioner** has capacities of 12,000, 18,000 and 24,000 BTU/h. Provides softness and comfort, with ventilation without gusts of wind directly on the skin. With the hot and cold option, the device has a self-cleaning system and sterilization function, which eliminates up to 90% of fungi and bacteria, and guarantees up to 75% energy savings, with the ECO mode. It has Wi-Fi connection and voice command control through the TCL Home app, which also connects to TCL TVs. The brand offers a 10-year warranty on the product's Inverter compressor, and a two-year full warranty on the device.*



**24.000 BTU T-Pro - Preço sugerido em 07/08/2023: R\$ 4.700,00.**

*24.000 BTU T-Pro - Suggested price on 08/07/2023: BRL 4,700.00.*

## PHILCO

Com capacidade de 12.000 BTU, o **ar-condicionado Philco 12000 BTU/h Pac12000itqfm 12w Eco Inverter** tem classificação energética A. Conta com tecnologia Eco Inverter. É 70% mais econômico e 40% mais rápido na comparação com os modelos convencionais. Tem conexão Wi-Fi, que oferece a possibilidade de instalar o Kit Philco Home Smart Wi-Fi. Possui as funções dormir, oscilar e timer, e controle de ventilação alto, médio, baixo e automático. A pintura é anticorrosiva, e a serpentina é de cobre, o que garante maior resistência à corrosão. Tem filtro lavável, fácil de trocar, e conta com proteção antivírus.



*With a capacity of 12,000 BTU, the **Philco 12000 BTU/h Pac12000itqfm 12w Eco Inverter air conditioner** has an A energy rating. It features Eco Inverter technology. It is 70% more economical and 40% faster compared to conventional models. It has a Wi-Fi connection, which offers the possibility of installing the Philco Home Smart Wi-Fi Kit. It has sleep, oscillation and timer functions, and high, medium, low, and automatic ventilation control. The paint is anti-corrosive, and the serpentine is made of copper, which guarantees greater resistance to corrosion. It has a washable filter, easy to change and has antivirus protection.*

## SAMSUNG



**12.000 BTU - Preço sugerido em 07/08/2023: R\$ 2.999,00.**

**12.000 BTU - Suggested price on 08/07/2023: BRL 2,999.00.**

Na cor branca, o **WindFree Pro Energy** é econômico graças à tecnologia Digital Inverter Ultra. Esse recurso aliado às tecnologias exclusivas da marca tornam esse modelo o nº 1 em eficiência energética, segundo a nova regulamentação do INMETRO. Tem tecnologia Digital Inverter e controle de gasto de energia com a nova função SmartThings Energy, em tempo real, e modo resfriamento rápido, conseguindo alcançar até 15 metros de distância em linha reta. Possui dois tipos de filtros, um com revestimento antibacteriano e lavável para reter até 99,9% das bactérias, e outro que retém a mesma porcentagem de vírus e a poeira mais fina. Tem a função autoclean quando desligado e está disponível nas versões de 9.000 e 12.000 BTU.

*In white color, **WindFree Pro Energy** is economical thanks to Digital Inverter Ultra technology. This resource, combined with the brand's exclusive technologies, makes this model the No. 1 in energy efficiency, according to the new INMETRO regulations. It has Digital Inverter technology and energy expenditure control with the new SmartThings Energy function, in real time, and fast cooling mode, managing to reach up to 15 meters in a straight line. It has two types of filters, one with an antibacterial and washable coating to retain up to 99.9% of bacteria, and another that retains the same percentage of viruses and the finest dust. It has an auto cleaning function when turned off and is available in 9,000 and 12,000 BTU versions.*

○ **ar-condicionado Midea Inverter Xtreme Save Connect Black Edition**

quente/frio tem a tecnologia Inverter, que contribui para a redução do consumo de energia. É equipado com fluido refrigerante R32, numa combinação de alta eficiência energética com classificação A pelo INMETRO. Seu sistema de filtragem Air Magic elimina 99,9% dos vírus e bactérias. Tem condensadora equipada com Black Fin, contra a corrosão, e kit Wi-Fi, disponível como acessório, que garante conectividade com o controle do aparelho por voz, monitoramento do consumo de energia, ajuste da curva de sono e ligar ou desligar com a geolocalização do celular. Disponível nas versões 12.000, 18.000 e 24.000 BTU/h.



The **Midea Inverter Xtreme Save Connect Black Edition hot/cold air conditioner** has Inverter technology, which contributes to reducing energy consumption. It is equipped with R32 refrigerant, in a combination of high energy efficiency with classification A by INMETRO. Its Air Magic filtration system eliminates 99.9% of viruses and bacteria. It has a condenser equipped with Black Fin, against corrosion, and a Wi-Fi kit, available as an accessory, which guarantees connectivity with voice control of the device, monitoring energy consumption, adjusting the sleep curve and turning it on or off with geolocation of the cell phone. Available in 12,000, 18,000 and 24,000 BTU/h versions.

## VENTILADORES FANS

### MONDIAL ELETRODOMÉSTICOS

○ **ventilador de mesa Mondial Turbo 8 Pás VTX-40-8P** para uso residencial possui design aerodinâmico, permitindo maior vazão de ar, graças à hélice de oito pás. Tem baixo nível de ruído e três velocidades: máxima turbo, média conforto e mínima silencioso. Possui sistema oscilante e inclinação vertical regulável com montagem e desmontagem rápida e prática. A grade frontal, com 40 cm, é removível, simplificando a lavagem e garantindo a circulação de ar de qualidade e sem poeira. O ventilador tem base antiderrapante e um ano de garantia.

The **Mondial Turbo 8 Blades table fan VTX-40-8P** for residential use has an aerodynamic design, allowing greater air flow, thanks to the eight-blade propeller. It has a low noise level and three speeds: maximum turbo, medium comfort and minimum silent. It has an oscillating system and adjustable vertical inclination with quick and practical assembly and disassembly. The front grid, measuring 40 cm, is removable, simplifying washing and ensuring quality, dust-free air circulation. The fan has a non-slip base and a one-year warranty.



**Preço sugerido em 07/08/2023: R\$ 269,90.**

**Suggested price on 08/07/2023: BRL 269.90.**

## NEPTUNO



**Preço sugerido em 07/08/2023: R\$ 279,00.**

*Suggested price on 08/07/2023: BRL 279.00.*

Com grade de aço de 50 cm, o **ventilador de parede 50 cm modelo NPT-50P** está disponível em branco e em preto. Econômico, tem voltagens de 127 V e 220 V, potência de 160 W, classificação AAA do INMETRO, três velocidades, rotação de 1.200 a 1.450 rpm e baixo ruído. Possui cinco pás e uma hélice em acrílico, oscilante, que gira de um lado para o outro, ou pode deixá-lo fixo. Incluindo a base como acessório, é possível transformar o ventilador de parede em um aparelho de mesa ou circulador para colocar no chão.

*With a 50 cm steel grid, the **50 cm wall fan model NPT-50P** is available in white and black. Economical, it has voltages of 127 V and 220 V, power of 160 W, AAA classification by INMETRO, three speeds, rotation from 1,200 to 1,450 rpm and low noise. It has five blades and an oscillating acrylic propeller that rotates from side to side, or you can leave it fixed. By including the base as an accessory, it is possible to transform the wall fan into a tabletop device or circulator to place on the floor.*

## LOREN SID

Com produção 100% nacional, o **ventilador de parede Loren Sid Tufão Sprint 60 cm** é o destaque da marca. O modelo é bivolt, oscilante, tem inclinação regulável, motor com dois rolamentos e protetor térmico. Possui potência de 155 W, alta capacidade de ventilação e um ano de garantia. O modelo é econômico, tendo classificação AAA em todas as velocidades e selo Procel. Conta com motor com dois rolamentos e protetor térmico e está disponível nas cores branco e preto.

*With 100% national production, the **Loren Sid Tufão Sprint 60 cm wall fan** is the highlight of the brand. The model is bivolt, oscillating, has adjustable inclination, motor with two bearings and thermal protector. It has a power of 155 W, high ventilation capacity and a one-year warranty. The model is economical, with AAA rating at all speeds and Procel seal. It has a two-bearing motor and thermal protector and is available in black and white.*



**Preço sugerido em 24/07/2023: R\$ 310,00.**

*Suggested price on 07/24/2023: BRL 310.00.*

## ARNO



Preço sugerido em 04/08/2023: R\$ 289,99.

Suggested price on 08/04/2023: BRL 289.99.

O **ventilador Arno Xtreme Force Breeze Mesa** é potente e silencioso. Tem novo design sofisticado, discreto e desmontável, o que permite o fácil armazenamento quando não está em uso. Com alta vazão de ar, o modelo apresenta duas tecnologias diferenciadas, a Power Zone, uma área concentrada que garante o máximo de vento direcionado e alta performance, e a Grade Chevron Zone, que proporciona um conforto do som. A linha possui a função Eco Fresh, que economiza até 20% de energia. Disponível nos tamanhos 40 cm e 50 cm.

*The **Arno Xtreme Force Breeze Mesa fan** is powerful and silent. It has a sophisticated new design, discreet and collapsible, which allows easy storage when not in use. With high air flow, the model features two different technologies, the Power Zone, a concentrated area that ensures maximum directed wind and high performance, and the Grade Chevron Zone, which provides sound comfort. The line has the Eco Fresh function, which saves up to 20% of energy. Available in sizes 40 cm and 50 cm.*

## BRITÂNIA

O **ventilador de coluna Bvt466 3 em 1** tem potência de 160 W e pode ser utilizado de três maneiras: parede, mesa ou coluna. Conta com altura ajustável em até 42 cm. O produto possui ajuste de inclinação vertical e de oscilação horizontal automática. A montagem é rápida e prática com peças de fácil encaixe. Tem a tecnologia Maxx Force, hélice com seis pás de 40 cm, possibilitando alto desempenho, e três velocidades: suave, moderada e intensa. Sua base é antiderrapante.

*The **Bvt466 3-in-1 column fan** has a power of 160 W and can be used in three ways: wall, table or column. It has an adjustable height of up to 42 cm. The product has vertical tilt adjustment and automatic horizontal oscillation. Assembly is quick and easy with easy-to-fit parts. It has the Maxx Force technology, propeller with six blades of 40 cm, allowing high performance, and three speeds: soft, moderate and intense. Its base is non-slip.*





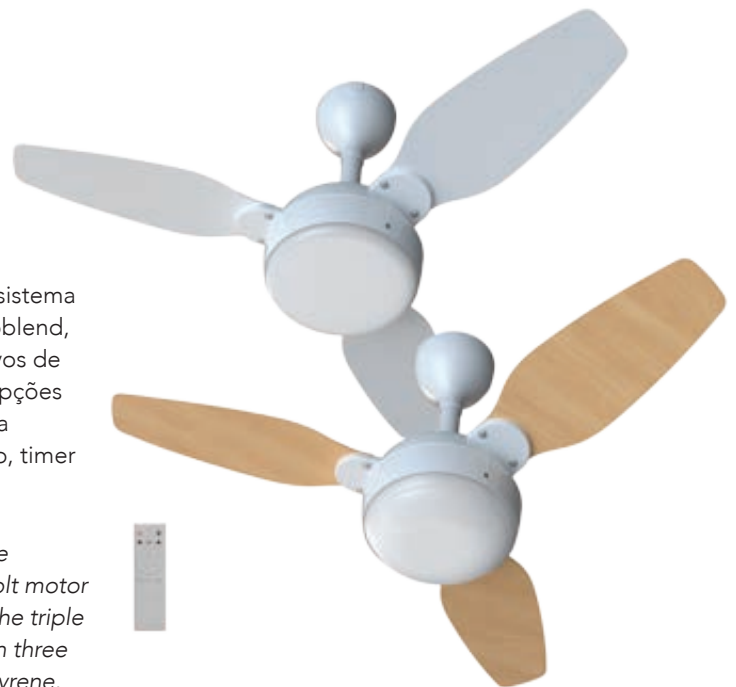
- O **ventilador de teto pvt07b** tem função 3 em 1: funciona como ventilador, exaustor e luminária, com espaço para duas lâmpadas. O ventilador possui potência de 145 W e três pás de plástico. É desmontável, o que facilita a limpeza. Tem baixo consumo de energia, alta performance e é silencioso. Conta com três velocidades, baixa, média e alta, tanto no modo de ventilação quanto no de exaustor. O produto é acompanhado por um controle remoto.

*The **ceiling fan pvt07b** has a 3-in-1 function: it works as a fan, exhaust, and light, with space for two lamps. The fan has a power of 145 W and three plastic blades. It is detachable, which facilitates cleaning. It has low energy consumption, high performance and is silent. It has three speeds, low, medium, and high, both in ventilation and exhaust mode. The product is accompanied by a remote control.*

## VENTISOL

A marca destaca o **ventilador de teto Inverter LED Legacy**. O produto conta com luminária LED 18 W, motor bivolt Inverter de alto rendimento e baixo consumo, até 75% mais econômico, graças ao triplo "A". Tem seis velocidades, sistema Easy Plug, instalação elétrica em três passos e tecnologia Ecoblend, um mix de composição de poliestireno, polipropileno e aditivos de qualidade alemã. As pás são de MDF dupla face, com duas opções de cores, branco e pinus, e com aerodinâmica que maximiza a ventilação e mantém o giro silencioso. Possui controle remoto, timer de quatro horas e 12 meses de garantia.

*The brand highlights the **Inverter LED Legacy ceiling fan**. The product has an 18 W LED lamp, high-performance inverter bivolt motor and low consumption, up to 75% more economical, thanks to the triple "A". It has six speeds, Easy Plug system, electrical installation in three steps and Ecoblend technology, a composition mixes of polystyrene, polypropylene and German quality additives. The blades are made of double-sided MDF, with two color options, white and pine, and with aerodynamics that maximizes ventilation and keeps the rotation silent. It has a remote control, a four-hour timer and a 12-month warranty.*



**Preço sugerido em 14/08/2023: R\$ 459,90.**

**Suggested price on 08/14/2023: BRL 459.90.**

# REGULAÇÃO E PREVISIBILIDADE FISCAL

## FISCAL REGULATION AND PREDICTABILITY

### MARIANO GORDINHO

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

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



Foto: Divulgação

**E**m meio ao cenário de crescimento econômico, é vital que os reguladores atuem como facilitadores do desenvolvimento dos setores-chave. Medidas para redução da carga tributária, contenção da expansão cambial e melhoria nos custos de frete tornam-se cruciais para estimular o crescimento do setor de TI.

A complexidade da carga tributária é uma das principais preocupações enfrentadas. Reduzir esse fardo permitirá que as empresas invistam mais em inovação e expansão, promovendo um ambiente favorável aos negócios e aumentando a competitividade nacional e internacional.

Além disso, otimizar os custos de frete é fundamental para o sucesso das operações comerciais. Reduções logísticas aumentam a competitividade, permitindo preços mais atrativos aos clientes e beneficiando toda a cadeia de suprimentos.

Essas medidas não estão somente nas mãos de revendedores ou fabricantes. O diálogo entre o setor privado e o governo é essencial para políticas que impulsionem a economia e promovam um ambiente de negócios mais estável. Com previsibilidade fiscal, os investimentos fluem com confiança, e as empresas podem se planejar a longo prazo.

Em síntese, medidas para reduzir a carga tributária, conter a expansão cambial e otimizar os custos de frete promovem o crescimento do setor de TI. A previsibilidade fiscal é essencial para um ambiente de negócios harmonioso, beneficiando toda a sociedade. A colaboração entre o setor privado e reguladores é crucial para a prosperidade e estabilidade do setor. ■■

**A**midst the backdrop of economic growth, it is vital that regulators act as facilitators for the development of key sectors. Measures to reduce the tax burden, contain the exchange rate expansion and improve freight costs become crucial to stimulate the growth of the IT sector.

The complexity of the tax burden is one of the main concerns. Reducing this burden will allow companies to invest more in innovation and expansion, fostering a business-friendly environment and increasing national and international competitiveness.

In addition, optimizing freight costs is critical to successful business operations. Logistic reductions increase competitiveness, allowing more attractive prices to customers and benefiting the entire supply chain.

These measures are not just in the hands of dealers or manufacturers. Dialogue between the private sector and government is essential for policies that boost the economy and promote a more stable business environment. With fiscal predictability, investments flow with confidence, and companies can plan for the long term.

In summary, measures to reduce the tax burden, contain exchange rate expansion and optimize freight costs promote the growth of the IT sector. Fiscal predictability is essential for a harmonious business environment, benefiting all of society. Collaboration between the private sector and regulators is crucial to the industry's prosperity and stability. ■■

## A IMPORTÂNCIA DO DESCARTE ADEQUADO DE EMBALAGENS DE EQUIPAMENTOS ELETROELETRÔNICOS E ELETRODOMÉSTICOS

THE IMPORTANCE OF PROPER DISPOSAL OF ELECTRONICS AND HOME APPLIANCES EQUIPMENT PACKAGING

### NILSON MAESTRO

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

*PRESIDENT OF THE BRAZILIAN ASSOCIATION OF ELECTRONICS AND HOME APPLIANCES RECYCLING (ABREE)*



Foto: Divulgação

É comum que, ao trocar um eletroeletrônico ou eletrodoméstico, não nos atentemos ao descarte adequado de sua embalagem. Isso acontece porque não paramos para pensar que negligenciar esse descarte pode ser muito ruim para o meio ambiente, acreditando que essas embalagens são apenas resíduos comuns.

Na verdade, essas embalagens frequentemente contêm materiais tóxicos e poluentes (plásticos, papelões, metais pesados e substâncias químicas prejudiciais). Quando misturadas ao resíduo comum, podem causar muitos danos à natureza, como a contaminação do solo e da água. O impacto é grande para a vida animal e humana, e as consequências são duradouras.

Esse cenário demanda uma atenção especial à reciclagem, pois possibilita a reinserção desses materiais no processo produtivo e possibilita que menos matérias-primas sejam extraídas da natureza para a produção de novas embalagens, o que já mostra um impacto positivo no meio ambiente. Além disso, a reciclagem contribui para a diminuição das emissões de gases de efeito estufa, dada a correta destinação de parte dos resíduos.

Todo o processo, no entanto, começa com a educação da população, que precisa ser conscientizada e incentivada a praticar o descarte responsável. Essa conscientização se expande às empresas e aos seus programas de tratamento, e aos governos, por meio de regulamentações, políticas públicas de incentivo e infraestrutura. O descarte ambientalmente adequado dessas embalagens é uma questão que demanda atenção imediata, e todos podem fazer a sua parte. ■■

*It is common that when changing electronics or household appliances, we do not pay attention to the proper disposal of its packaging. This happens because we do not stop to think that neglecting this disposal can be very bad for the environment, believing that these packages are just common waste.*

*In fact, these packages often contain toxic and polluting materials (plastics, cardboard, heavy metals, and harmful chemicals). When mixed with common waste, they can cause a lot of damage to nature, such as soil and water contamination. The impact is huge for animal and human life, and the consequences are long-lasting.*

*This scenario demands special attention to recycling, as it enables the reinsertion of these materials in the production process and allows less raw materials to be extracted from nature to produce new packaging, which already shows a positive impact on the environment. In addition, recycling contributes to the reduction of greenhouse gas emissions, given the correct disposal of part of the waste.*

*The whole process, however, begins with educating the population, which needs to be aware and encouraged to practice responsible disposal. This awareness expands to companies and their treatment programs, and to governments, through regulations, public incentive policies and infrastructure. The environmentally sound disposal of these packages is an issue that demands immediate attention, and everyone can do their part. ■■*

# SEGUNDO SEMESTRE SERÁ DECISIVO PARA O SETOR ELETROELETRÔNICO

SECOND SEMESTER WILL BE DECISIVE FOR THE ELECTRONICS SECTOR

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

EXECUTIVE PRESIDENT OF THE NATIONAL ASSOCIATION OF  
MANUFACTURERS OF ELECTRONIC PRODUCTS (ELETROS)



Foto: Divulgação

O setor de eletroeletrônicos experimentou uma retomada importante no primeiro semestre de 2023. O crescimento no período foi de 13%, após 18 meses consecutivos de queda.

A produção registrou alta nos seis primeiros meses de 2023, em todas as categorias. Os destaques foram a categoria de ar-condicionado e a linha marrom, que cresceram 16% e 19%, respectivamente.

Na divulgação desses dados, na última edição da Eletrolar Show, destacamos, em nossa análise, um otimismo moderado em relação aos números. O ponto fundamental que justifica a nossa análise é o fato de não sabermos se esse movimento de expansão se sustentará ao longo do ano.

Registramos um mês de julho fraco, mas estamos entrando em um período em que, historicamente, as vendas da indústria para o varejo aumentam consideravelmente por conta da Black Friday e do Natal.

Para fecharmos o ano com crescimento, contamos com uma melhora no ambiente macroeconômico, especialmente com a queda responsável das taxas de juros.

Esperamos, ainda, um alinhamento positivo entre o Poder Executivo e o Legislativo para que avancemos em agendas estruturais importantes como o Arcabouço Fiscal e a Reforma Tributária. ■■

The electronics sector experienced an important recovery in the first half of 2023. Growth in the period was 13%, after 18 consecutive months of decline.

Production registered an increase in the first six months of 2023, in all categories. The highlights were the air conditioning category and the brown line, which grew 16% and 19%, respectively.

In the disclosure of these data, in the last edition of the Eletrolar Show, we highlight, in our analysis, a moderate optimism in relation to the numbers. The fundamental point that justifies our analysis is the fact that we do not know whether this expansion movement will be sustained throughout the year.

We recorded a weak July, but we are entering a period in which, historically, industry sales to retail have increased considerably due to Black Friday and Christmas.

To close the year with growth, we expect an improvement in the macroeconomic environment, especially with the responsible drop-in interest rates.

We also expect a positive alignment between the Executive and Legislative Branches so that we can move forward on important structural agendas such as the Fiscal Framework and Tax Reform. ■■

# A RELAÇÃO ENTRE O VAREJO E A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

## THE RELATIONSHIP BETWEEN RETAIL AND ARTIFICIAL INTELLIGENCE

### KELLY CARVALHO

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

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



Foto: Divulgação

**A** Inteligência Artificial (IA) tem se mostrado uma força significativa na transformação do varejo. Algoritmos de aprendizado otimizam a logística e a gestão de estoque, resultando em processos mais eficientes e redução de custos. Além disso, a IA possibilita um aumento na produtividade ao automatizar tarefas repetitivas e permitir que os funcionários se concentrem em atividades que gerem impacto positivo.

No aspecto do consumidor, a IA aprimora a experiência de compra. Chatbots oferecem suporte ao cliente e coletam dados valiosos para análises do comportamento de compra, e isso possibilita a personalização das experiências. Uma das ferramentas líderes nesse campo é o ChatGPT. Com ele, é possível criar conteúdo para suporte ao cliente, fazer marketing personalizado, realizar treinamento de funcionários e até descrições de produtos, além de postagens em blogs e redes sociais. No entanto, a tecnologia, por si só, não é suficiente. É necessário integrá-la com outras ferramentas para maximizar os benefícios.

Existem desafios a serem superados, como a escassez de profissionais qualificados. As empresas precisam buscar parcerias para se manter competitivas. Os profissionais também precisam adquirir habilidades específicas para lidar com essa nova realidade.

O futuro da tecnologia é promissor. Por isso, os varejistas devem incorporar a IA em suas operações e investir no desenvolvimento de habilidades para permanecer competitivos. Diante dos desafios, é importante que o governo e a sociedade discutam como será a futura regulação dessa tecnologia. ■■

**A**rtificial Intelligence (AI) has proven to be a significant force in transforming retail. Learning algorithms optimize logistics and inventory management, resulting in more efficient processes and cost savings. Additionally, AI enables increased productivity by automating repetitive tasks and allowing employees to focus on activities that generate positive impact.

On the consumer side, AI enhances the shopping experience. Chatbots provide customer support and collect valuable data for analysis of buying behavior, and this makes it possible to personalize experiences. One of the leading tools in this field is ChatGPT. With it, you can create content for customer support, do personalized marketing, conduct employee training and even product descriptions, as well as posts on blogs and social medias. However, technology alone is not enough. It is necessary to integrate it with other tools to maximize the benefits.

There are challenges to be overcome, such as the shortage of qualified professionals. Companies need to seek partnerships to remain competitive. Professionals also need to acquire specific skills to deal with this new reality.

The future of technology is promising. That's why retailers must incorporate AI into their operations and invest in skills development to remain competitive. Faced with these challenges, it is important that the government and society discuss how the future regulation of this technology will be. ■■

# POLÍTICA NACIONAL DE RESÍDUOS SÓLIDOS: 13 ANOS DE AVANÇOS E DESAFIOS

## NATIONAL SOLID WASTE POLICY: 13 YEARS OF ADVANCES AND CHALLENGES

### ADEMIR BRESCANSIN

#### GERENTE-EXECUTIVO DA GREEN ELETRON

EXECUTIVE MANAGER AT GREEN ELETRON



Foto: Divulgação

No último dia 2 de agosto, a Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS, Lei nº 12.305/10) fez 13 anos. Como uma das primeiras movimentações legais para o descarte correto de resíduos de todos os tipos, foi o pontapé inicial nos esforços que resultaram no Acordo Setorial para a Logística Reversa de Eletroeletrônicos, de 2019.

Quando publicada, em 2010, a PNRS trouxe a obrigação da criação de sistemas de logística reversa aos fabricantes, importadores, distribuidores e comerciantes. Na época, não foram todos os envolvidos que a receberam com bons olhos, uma vez que poderia trazer despesas extras aos responsáveis, o que vem mudando com o tempo.

Hoje, o cenário ainda não é o ideal, mas é mais animador. No caso específico dos eletroeletrônicos e pilhas, contamos com mais empresas se responsabilizando pela destinação de parte dos seus produtos e com o crescimento dos volumes coletados todos os anos. As metas têm sido alcançadas graças aos esforços conjuntos da indústria e da população, que, aos poucos, se informa e se conscientiza sobre a importância de descartar os resíduos nos locais corretos, permitindo a reciclagem.

O caminho é longo, mas, com trabalho e dedicação, acredito que as evoluções vão continuar acontecendo. Assim, atendemos o que pede a PNRS: o manejo adequado dos resíduos e o incentivo à reciclagem, à participação corporativa e popular, que fazem a logística reversa acontecer. ■■

On the last August 2nd, the National Solid Waste Policy (PNRS, Law nº 12.305/10) turned 13 years old. As one of the first legal moves for the correct disposal of waste of all types, it kicked off the efforts that resulted in the 2019 Sectorial Agreement for the Reverse Logistics of Electrical and Electronics.

When published in 2010, the PNRS brought the obligation to create reverse logistics systems for manufacturers, importers, distributors, and traders. At the time, not everyone involved welcomed it, as it could bring extra costs to those responsible, which has been changing over time.

Today, the scenario is still not ideal, but it is more encouraging. In the specific case of consumer electronics and batteries, we have more companies taking responsibility for the destination of part of their products and with the growth of volumes collected every year. The goals have been reached thanks to the joint efforts of the industry and the population, which, little by little, is informed and aware of the importance of disposing of waste in the correct places, allowing for recycling.

The road is long, but, with work and dedication, I believe that the evolutions will continue to happen. Thus, we meet what the PNRS asks for: proper waste management and incentives for recycling, corporate and popular participation, which make reverse logistics happen. ■■

# ELECTRONICS HOME • Argentina

A FEIRA DE NEGÓCIOS B2B MAIS IMPORTANTE DA ARGENTINA

ELECTRONICS HOME • Argentina



# 2024

4ª EDIÇÃO

Participe da quarta edição do maior evento B2B de utilidades domésticas, eletrodomésticos, telefones celulares, computadores, móveis e design.

Não perca o maior showroom de produtos que faz da Electronics Home a mais completa feira de negócios para a indústria e o varejo.

- ▶ Eletrodomésticos
- ▶ TV e home theater
- ▶ Saúde e Bem-Estar
- ▶ LED e iluminação
- ▶ Áudio e Vídeo
- ▶ TI / Computadores e Acessórios
- ▶ Brinquedos e Jogos
- ▶ Portáteis
- ▶ Cuidados Pessoais e Beleza
- ▶ Utilidades domésticas
- ▶ Decoração
- ▶ Celulares e Telecom
- ▶ Wearables
- ▶ Mobilidade



**RESERVE SEU ESPAÇO**

**WWW.ELECTRONICSHOME.COM.AR**

**+54 11 4773-5656**

**ventas@electronicshome.com.ar**

Organizar

Grupo **eletrolar azuloplay**

Revista oficial

**INTEGRACION**

# INDÚSTRIA ELETROELETRÔNICA CONTRIBUI PARA O AVANÇO CIENTÍFICO E TECNOLÓGICO NA ZONA FRANCA DE MANAUS

ELECTRONICS INDUSTRY CONTRIBUTES TO THE SCIENTIFIC AND TECHNOLOGICAL ADVANCE IN THE MANAUS FREE ZONE

## BOSCO SARAIVA

**SUPERINTENDENTE DA ZONA FRANCA DE MANAUS (SUFRAMA)**

*SUPERINTENDENT AT MANAUS FREE ZONE (SUFRAMA)*



Foto: Divulgação

O Polo Industrial de Manaus (PIM) faturou R\$ 72 bilhões até maio de 2023, o que representa crescimento de 1,96% ante o mesmo período de 2022 (R\$ 70,6 bilhões). O segmento eletroeletrônico, inclusive bens de informática, foi o carro-chefe, com faturamento de aproximadamente R\$ 32 bilhões – participação de 44,5% no resultado global do PIM –, e fomentou a ocupação mensal de mais de 40 mil postos de trabalho diretos.

Os vultosos indicadores do segmento eletroeletrônico do PIM, em especial os ligados à produção de bens e serviços relacionados às tecnologias de informática e comunicação, contribuem também para fomentar projetos de pesquisa, desenvolvimento e inovação (PD&I) na área de abrangência da Suframa, por meio dos benefícios previstos na Lei de Informática da Zona Franca de Manaus (Lei 8.387/1991).

Relatório mais atualizado da Suframa aponta que o volume de investimentos em PD&I cresceu 34,48% em 2021 (R\$ 1,56 bilhão) sobre o ano de 2020 (R\$ 1,16 bilhão). As empresas beneficiárias informaram o desenvolvimento, no ano-base de 2021, de 392 projetos de PD&I, bem como o quantitativo de 15.661 profissionais envolvidos nessas atividades. O ponto positivo é que esses investimentos chegam cada vez mais aos municípios do interior, o que tem sido uma preocupação da autarquia para espalhar os benefícios previstos na Lei.

Para 2023, são esperados mais de R\$ 2 bilhões de investimentos na região a partir da Lei de Informática da ZFM. E a Suframa continuará atuando de forma diligente junto às empresas do segmento, pois isso será fundamental para fazer a Zona Franca de Manaus ainda mais forte e estratégica para a geração de emprego e renda em todo o território nacional. ■■

The Industrial Pole of Manaus (PIM) earned BRL 72 billion until May 2023, which represents a growth of 1.96% compared to the same period in 2022 (BRL 70.6 billion). The electronics segment, including IT goods, was the flagship, with revenues of approximately BRL 32 billion – a 44.5% share of the overall PIM result – and fostered the monthly occupation of more than 40,000 direct jobs.

The large indicators of the electronics segment of PIM, especially those related to the production of goods and services related to information technology and communication, also contribute to fostering research, development and innovation (RD&I) projects in the area covered by Suframa, through of the benefits foreseen in the Law of Informatics of the Free Zone of Manaus (Law 8.387/1991).

The most up-to-date report by Suframa points out that the volume of investments in RD&I grew 34.48% in 2021 (BRL 1.56 billion) over 2020 (BRL 1.16 billion). Beneficiary companies reported the development, in the base year of 2021, of 392 RD&I projects, as well as the number of 15,661 professionals involved in these activities. The positive point is that these investments reach more and more municipalities in the interior, which has been a concern of the municipality to spread the benefits provided for in the Law.

For 2023, more than BRL 2 billion are expected to be invested in the region based on the ZFM Information Technology Law. And Suframa will continue to work diligently with companies in the segment, as this will be essential to make the Manaus Free Trade Zone even stronger and more strategic for the generation of jobs and income throughout the national territory. ■■

# 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](https://eletrocompras.com)

 [contato@eletrocompras.com.br](mailto:contato@eletrocompras.com.br)

# eletrolarshow 2024

## ALL CONNECTED

DE 15 A 18 DE JULHO DE 2024 - 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!**



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



### PERFIL DOS VISITANTES

PROPRIETÁRIOS • PRESIDENTES • CEOs  
COMPRADORES • GERENTES • DIRETORES • EXECUTIVOS DE VENDAS • SUPERVISORES • IMPRENSA

### ESPAÇOS DE INOVAÇÃO

CASA INTELIGENTE • ARENA COMEX • ARENA CRYPTO  
ARENA MOBILIDADE • ARENA ENERGIA SOLAR

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@grupoletrolar.com.br

ORGANIZAÇÃO

Grupo **eletrolar**

REALIZAÇÃO

**azuloplay**  
Feiras e Eventos

NOVA PARTNER

**ELETROLAR**

APOIO INSTITUCIONAL

**ABRASA**  
Associação Brasileira de Indústrias de Máquinas e Equipamentos

**abree**  
Associação Brasileira de Empresas de Rádios e Eletroeletrônicos

**ISAACRETI**  
Associação Brasileira de Empresas de Comércio Exterior

**ELETROS**  
Associação Brasileira de Empresas de Comércio de Eletrodomésticos

**greenelectron**  
Associação Brasileira de Empresas de Comércio de Produtos Eletrônicos

UBRAFE

UNICEF

SEBRAE

ABRACON

ABRACON

ABRACON

ABRACON

ABRACON

ABRACON

ABRACON

ABRACON

ABRACON