

24 Anos / Years – nº 157 – 2023

ELETROLAR

REVISTA DE NEGÓCIOS PARA

DOMÉSTICOS, CELULARES, TI E U

NEWS

EDITORA
C&C

BLACK FRIDAY + NATAL
ALTA DO PIB ESTIMULA O VAREJO

Black Friday + Christmas
GDP stimulates retail

PAINÉIS SOLARES
BRASIL PODE SER UMA
POTÊNCIA MUNDIAL NA
GERAÇÃO DE ENERGIA
SOLAR FOTOVOLTAICA

Solar panels
Brazil could be a global
power in the generation of
photovoltaic solar energy

PÁGINAS VERDES
LG MOSTRA SEU
COMPROMISSO COM ESG

Green Pages
LG shows its
commitment to ESG

Exclusive interview

Entrevista Exclusiva

GRUPO CVLB

IVO BENDEROTH, CEO

**A fusão entre Casa&Vídeo e Le Biscuit resultou em 354 lojas,
com faturamento combinado de R\$ 2,6 bilhões em 2022.**

*The merger between Casa&Vídeo and Le Biscuit resulted in 354 stores,
with combined revenue of BRL 2.6 billion in 2022*

Panasonic

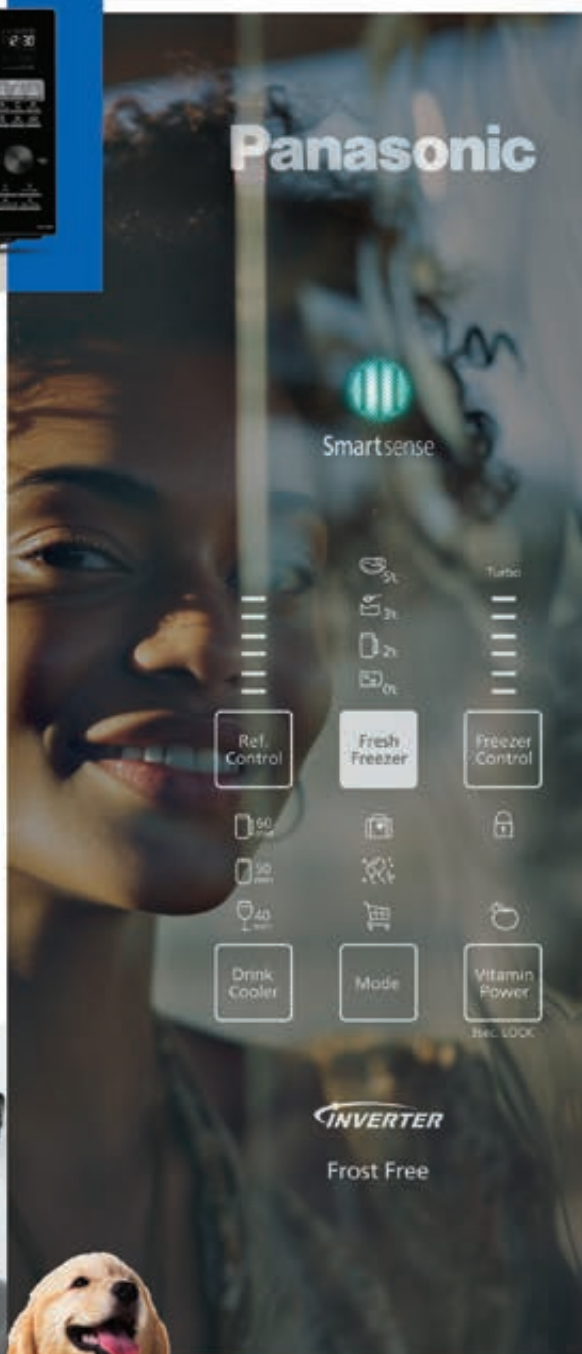


SUA CASA SUA CARA

Do jeitinho que a gente gosta.
Do jeitinho que a gente é.



Aponte a câmera
do seu celular e
acesse o site.





Facilidade, economia e uma vida com mais liberdade e tempo para a família e os amigos. Sempre com design e tecnologia para oferecer o melhor aos seus clientes.



REPENSE





Estrelas do Natal

BRITÂNIA

*Com elas, seu Natal
é um espetáculo!*

www.britania.com.br

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



BRITANIA
Para Britaniar sua vida

Philco

REVELA:

A MAGIA DO NATAL
ESTÁ NOS

Segredos

Que Natal é magia, não é segredo para ninguém,
mas um produto **Philco** faz toda diferença na sua venda!





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.

É hora das festas de fim de ano

É HORA DE AIR FRYER MONDIAL



Natal é assim mesmo: repleto de delícias. E com Air Fryer Mondial fica ainda mais gostoso. Então vamos combinar? Prepare a loja e o estoque, pois o cliente vai procurar Mondial e você estará pronto para atendê-lo, garantindo bons negócios.



WEONNE



MONDIAL
ELETRODOMÉSTICOS

aiwa

JAPANESE TECHNOLOGY SINCE 1951

QUEM CONHECE



  @aiwabr
aiwa.com.br

QUER PRA SEMPRE.



SEU SOM, SUA IMAGEM.

aiwa
JAPANESE TECHNOLOGY SINCE 1951

SUMÁRIO

ELETROLAR NEWS
EDIÇÃO 157

SUMMARY EDITION 157

MATÉRIA DE CAPA

pág. **30** Entrevista exclusiva

GRUPO CVLB

Ivo Benderoth, CEO

“O processo de fusão da Casa&Vídeo com a Le Biscuit recebeu aporte primário de R\$ 132,5 milhões, além dos R\$ 75 milhões já integralizados.”

COVERSTORY / EXCLUSIVE INTERVIEW
GRUPO CVLB

“The process of merging Casa&Video with Le Biscuit received a primary contribution of BRL132.5 million, in addition to the BRL 75 million already paid in.”

EDITORIAL 16

PÁGINAS VERDES

LG DO BRASIL: COMPROMISSO COM A SUSTENTABILIDADE

GREEN PAGES – LG DO BRASIL: COMMITMENT TO SUSTAINABILITY 17

PAINÉIS SOLARES

BRASIL CAMINHA PARA SER UMA POTÊNCIA MUNDIAL

SOLAR PANELS – BRAZIL IS ON ITS WAY TO BECOMING A WORLD POWER 112

LIDERANÇAS FEMININAS

MULHERES AVANÇAM EM CARGOS DE CHEFIA

FEMALE LEADERSHIP – WOMEN ADVANCE INTO LEADERSHIP POSITIONS 119

17ª ELETROLAR SHOW

EM 2024, OCUPARÁ OS 36 MIL m² DO TRANSAMERICA EXPO CENTER

17th ELETROLAR SHOW – IN 2024, WILL OCCUPY 36 THOUSAND SQM OF THE TRANSAMERICA EXPO CENTER 134

DOSSIÊ

FOGÕES DE PISO E DE EMBUTIR

DOSSIER – FLOOR-STANDING AND BUILT-IN STOVES 142

ARTIGOS – ARTICLES

ABCOMM 150

ABRADISTI 151

ABRASA 152

ABREE 153

ELETROS 154

FECOMERCIO SP 155

GREEN ELETRON 156

BLACK FRIDAY + Natal

DESTAQUES PARA AS DUAS DATAS

BLACKFRIDAY + CHRISTMAS – HIGHLIGHTS FOR BOTH DATES

TELEVISORES / TELEVISIONS 62

SMARTPHONES 67

REFRIGERADORES / REFRIGERATORS 72

NOTEBOOKS 76

LAVADORAS DE ROUPAS / WASHING MACHINES 81

LAVA E SECA / WASHER AND DRYER 86

LAVA-LOUÇAS / DISHWASHER 89

MONITORES / MONITORS 91

ACESSÓRIOS GAMERS / GAMER ACCESSORIES 94

ELETROPORTÁTEIS / SMALL APPLIANCES 99

BICICLETAS / BICYCLES 107

Linha de caixas amplificadas Mondial.

**GARANTE
BOAS FESTAS
E ÓTIMAS
VENDAS.**

WEONNE



Fim de ano é período das boas festas e, você sabe, eventos importantes pedem a linha de caixas amplificadas Mondial. Então prepare o estoque, receba os clientes e ofereça Mondial para aumentar bastante o seu volume de vendas.

MONDIAL
ELETRODOMÉSTICOS

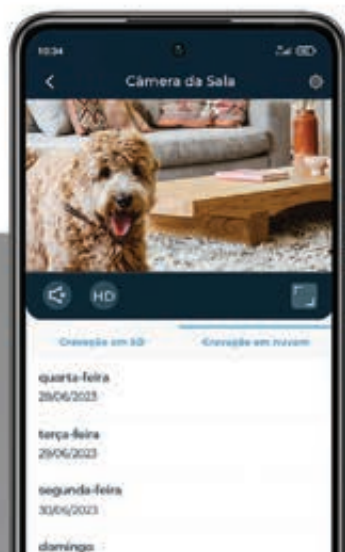


POSITIVO
CASA INTELIGENTE

**Uma vida com mais
conforto, automação
e personalização.
Experimente.**



Seja **Black Friday** ou **Natal**,
toda lista de desejos tem
dispositivos inteligentes.
Escolha o seu.



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



  /positivocasainteligente

POWERED BY
POSITIVO
TECNOLOGIA

São altas as expectativas de vendas para este trimestre, que concentra duas datas importantes, a Black Friday e o Natal. Embora tenham vocações e tíquetes médios diferentes, elas irão movimentar o varejo, pois a economia vive um bom momento desde o anúncio de que o Produto Interno Bruto (PIB) do segundo trimestre deste ano teve alta de 0,9%, acima das expectativas dos analistas. É um respiro para o segmento de eletros, cujos produtos são os mais desejados nas duas datas. Por isso, trazemos, nesta edição, diversas sugestões para a melhor temporada de vendas do ano.

Na matéria de capa está o Grupo CVLB, que nasceu da fusão entre a Casa&Vídeo e a Le Biscuit, somando 354 lojas físicas, distribuídas em mais de 15 estados, nas Regiões Sudeste, Norte, Nordeste e Centro-Oeste. A liderança feminina avança nas empresas em todo o mundo e ganha visibilidade também nesta edição. Outro assunto é a energia solar, que caminha a passos largos no País. O Brasil, inclusive, pode se tornar uma potência mundial no setor. Nas Páginas Verdes, a LG mostra o seu compromisso com a agenda ESG. E o Dossiê apresenta as novidades em fogões de piso e de embutir.

Bons negócios!

Sales expectations are high for this quarter, which focuses on two important dates, Black Friday, and Christmas. Although they have different vocations and average tickets, they will move retail, as the economy is experiencing a good moment since the announcement that the Gross Domestic Product (GDP) in the second quarter of this year increased by 0.9%, above expectations of analysts. It is a breather for the electronics segment, whose products are the most desired on both dates. Therefore, in this edition, we bring several suggestions for the best sales season of the year.

The cover story features the Grupo CVLB, which was born from the merger between Casa&Vídeo and Le Biscuit, totaling 354 physical stores, distributed in more than 15 states, in the Southeast, North, Northeast and Midwest regions. Female leadership is advancing in companies around the world and gains visibility in this edition. Another subject is solar energy, which is taking great strides in the country. Brazil, in fact, could become a global power in the sector. On the Páginas Verdes (Green Pages), LG shows its commitment to the ESG agenda. And the Dossier presents the latest in floor-standing and built-in stoves.



Carlos Clur

Good deals!

CEO & Publisher - Carlos Clur - clur@gruopoeletrolar.com
Diretor / Director - Mariano Botindari
Diretora Comercial / Commercial Director - Márcia Gonçalves
Editora-chefe / Chief Editor - Leda Cavalcanti
 (Jorn. resp. - MTb. 10.567) - leda@editoracec.com.br
Repórter / reporter - Dilnara Titara - redacao@editoracec.com.br
Revisoras / Reviewers - Abigail Cardoso e Maria Inês Caravaggi
Fotografia / Photography - Fredy 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 - Cintia Araujo, Eliana Cesario, Leonardo Ponce, Michele Vargas e Ricardo Kühll
Estagiários de Publicidade / Advertising Trainees - Heitor Bonan
Assistentes Comerciais / Commercial Assistants - Giselle Souza e Michele Vargas
Gerente Operacional / Operations Manager - Marcus Ferrari
Tradução / Translation - Ana Paula Ferreira e Roberta Zogbi
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 comercial@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.



Página VERDE News

PENSE VERDE, RESPONSABILIDADE & SUSTENTABILIDADE

Green Talk

"Nosso compromisso é usar apenas energia renovável nas unidades globais até 2050."

"Our commitment is to use only renewable energy at global sites by 2050."

LG do Brasil

SONAH LEE

Anualmente, desde 2006, a LG divulga o seu Relatório de Sustentabilidade e mostra o seu empenho no desenvolvimento de produtos com o menor impacto ambiental. Conta com uma linha de produção mais sustentável em suas unidades, como a fábrica LG Smart Park, em Changwon, na Coreia do Sul, que recebeu o título de "Fábrica Farol" (Lighthouse Factory) concedido pelo Fórum Econômico Mundial (World Economic Forum).

Para reforçar os serviços gratuitos de recebimento de resíduos eletroeletrônicos disponíveis em diversos países, a LG conta com o apoio da Associação Brasileira de Reciclagem de Eletroeletrônicos e Eletrodomésticos (ABREE), responsável pela gestão da logística reversa de produtos pós-consumo, contribuindo para que a companhia cumpra as diretrizes estabelecidas pela Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS) e seu decreto federal regulamentador.

A LG também desenvolve soluções mais sustentáveis, da produção ao descarte, como o Programa Coleta Inteligente, que há mais de 10 anos oferece destino ambientalmente correto para pilhas e baterias em mais de 67 pontos espalhados pelo Brasil.

No ano passado, a empresa fez uma pesquisa com seus principais fornecedores de Nível 1 sobre seu uso de energia e emissões de carbono e, em seguida, verificou esses dados por meio de terceiros. A partir deste ano, vem conscientizando os executivos e colaboradores de seus parceiros por meio de um programa de educação em neutralidade de carbono. Ao todo, 152 fornecedores participaram do programa até o primeiro semestre de 2023.

Every year, since 2006, LG has released its Sustainability Report and shows its commitment to developing products with the lowest environmental impact. It has a more sustainable production line in its units, such as the LG Smart Park factory, in Changwon, South Korea, which received the title of "Lighthouse Factory" by the World Economic Forum.

To reinforce the free services for receiving electronic waste available in several countries, LG has the support of the Brazilian Association for the Recycling of Electronic and Household Appliances (ABREE), responsible for managing the reverse logistics of post-consumer products, contributing to the company complies with the guidelines established by the National Solid Waste Policy (PNRS) and its regulatory federal decree.

LG also develops more sustainable solutions, from production to disposal, such as the Smart Collection Program, which for more than 10 years has been offering environmentally correct disposal for batteries in more than 67 points throughout Brazil.

Last year, the company surveyed its top Level 1 suppliers about their energy use and carbon emissions and then verified that data through third parties. Starting this year, it has been raising awareness among its partners' executives and employees through an education program on carbon neutrality. In total, 152 suppliers participated in the program until the first half of 2023.



Head de marketing e ESG da LG do Brasil
Head of marketing and ESG at LG do Brasil

Sobre / About

Sonah Lee totaliza 25 anos de atuação no departamento de marketing de grandes companhias globais. Apaixonada por tecnologia e inovação, está há mais de oito anos na LG Electronics do Brasil. Há três anos, é head de marketing da empresa, à frente das estratégias de comunicação integrada. Construiu sua história no mercado de tecnologia. Hoje, representa a LG, uma empresa comprometida com a inovação e a sustentabilidade, que desenvolve produtos de alta qualidade por meio da busca por ações criativas e eficazes, como o uso da Inteligência Artificial. (IA). Nascida na Coreia do Sul, Sonah vive há 36 anos no Brasil. É formada em Literatura pela Universidade de São Paulo (USP), casada com um brasileiro e mãe de uma adolescente. É fluente em várias línguas: coreano, português, inglês, espanhol e atualmente estuda chinês.

Sonah Lee has worked in the marketing department of large global companies for 25 years. Passionate about technology and innovation, she has been at LG Electronics do Brasil for over eight years. For three years, she has been the company's head of marketing, heading integrated communication strategies. She built her history in the technology market. Today, she represents LG, a company committed to innovation and sustainability, which develops high-quality products through the search for creative and effective actions, such as the use of Artificial Intelligence (AI). Born in South Korea, Sonah has lived in Brazil for 36 years. She has a degree in Literature from the University of São Paulo (USP), married to a Brazilian and mother of a teenager. She is fluent in several languages: Korean, Portuguese, English, Spanish and is currently studying Chinese.

Green Talk

ENTREVISTADA

INTERVIEW

SONAH LEE

Head de Marketing e ESG da LG do Brasil

Head of Marketing and ESG at LG do Brasil

“Programa de educação em neutralidade de carbono visa conscientizar executivos e colaboradores de parceiros da LG.”

“Carbon neutrality education program aims to raise awareness among executives and employees of LG partners.”

PÁGINAS VERDES – A LG estabeleceu metas de ESG que abrangem valores ambientais passivos, valores sociais inclusivos e gestão confiável. Pode dar uma visão geral delas e como são integradas à estratégia de negócios?

SONAH LEE – A LG Electronics publicou seu Relatório de Sustentabilidade 2022-2023, divulgando oficialmente suas conquistas e procedimentos para cada área das seis tarefas estratégicas na gestão de ESG, priorizando alcançar os 3Cs para o planeta e os 3Ds para as pessoas, que foram criteriosamente concebidas para cumprir sua visão – Uma Vida Melhor para Todos, para clientes e públicos de relacionamento em todo o mundo. A empresa está focada em duas áreas principais: 3Cs para o planeta, que em inglês são carbon neutrality (neutralidade de carbono), circularity (circularidade) e clean technology (tecnologia limpa); e 3Ds para pessoas, que em inglês são design for all (design para todos), delightful workplace (ambiente de trabalho agradável) e diversity & inclusion (diversidade e inclusão).

PV – Como a LG garante transparência na divulgação de suas informações e desempenho de ESG e quais plataformas ou relatórios estão disponíveis para que as partes interessadas acessem os dados?

SL – Desde 2006, a LG divulga anualmente seu Relatório de Sustentabilidade. A partir de 2022, junto com o LG ESG Fact Book, que descreve suas metas, atividades e desempenho de gestão de ESG, a empresa publicou o ESG Story Book, que ajuda clientes e públicos de relacionamento a entender as atividades de ESG da LG em um formato de narrativa mais envolvente. Para baixar o Relatório de Sustentabilidade 2022-2023 da LG completo, basta acessar o site www.lg.com/global/sustainability/reports.

PV – A LG menciona seus esforços para aumentar a transparência na divulgação de ESG. Compartilhe exemplos que demonstram o compromisso com a transparência em questões de ESG.

SL – Para reforçar os serviços gratuitos de recebimento de resíduos eletroeletrônicos disponíveis em diversos países, a LG também conta com o apoio da Associação Brasileira de Reciclagem de Eletroeletrônicos e Eletrodomésticos (ABREE), responsável pela gestão da logística reversa de produtos pós-consumo, contribuindo para que a companhia cumpra as diretrizes estabelecidas pela Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS) e seu decreto federal regulamentador. A parceria com a ABREE otimiza o acesso dos consumidores da LG aos mais de 4.000 pontos de recebimento disponíveis, garantindo a destinação final ambientalmente correta a 100% dos produtos quando chegar o momento de descartá-los. A LG desenvolve soluções mais sustentáveis, da

PÁGINAS VERDES (Green Pages) – LG has established ESG goals that encompass passive environmental values, inclusive social values, and trustworthy management. Can you give an overview of them and how they are integrated into the business strategy?

SONAH LEE - LG Electronics published its 2022-2023 Sustainability Report, officially disclosing its achievements and procedures for each area of the six strategic tasks in ESG management, prioritizing achieving the 3Cs for the planet and the 3Ds for people, which were carefully designed to fulfill its vision – A Better Life for All, for customers and stakeholders around the world. The company is focused on two main areas: 3Cs for the planet, which in English are carbon neutrality, circularity, and clean technology; and 3Ds for people, which in English are design for all, delightful workplace and diversity & inclusion.

PV – How does LG ensure transparency in the disclosure of its ESG information and performance, and what platforms or reports are available for interested parties to access the data?

SL – Since 2006, LG has annually released its Sustainability Report. Starting in 2022, along with the LG ESG Fact Book, which describes its ESG management goals, activities and performance, the company has published the ESG Story Book, which helps customers and stakeholders understand LG's ESG activities in a more engaging narrative format. To download the complete LG Sustainability Report 2022-2023, simply access the website www.lg.com/global/sustainability/reports

PV – LG mentions its efforts to increase transparency in ESG disclosure. Share examples that demonstrate a commitment to transparency on ESG issues.

SL – To reinforce the free services for receiving electronic waste available in several countries, LG also has the support of the Brazilian Association for the Recycling of Electronic and Home Appliances (ABREE), responsible for managing the reverse logistics of post-consumer products, contributing to the company complies with the guidelines established by the National Solid Waste Policy (PNRS) and its regulatory federal decree. The partnership with ABREE optimizes LG consumers' access to the more than 4,000 available collection points, guaranteeing the environmentally correct destination of 100% of products when the time comes to discard them. LG develops more sustainable solutions, from production to disposal, such as the Smart Collection Program, which for more than 10 years has offered environmentally correct disposal for batteries in more than 67 points spread across Brazil.





produção ao descarte, como o Programa Coleta Inteligente, que há mais de 10 anos oferece destino ambientalmente correto para pilhas e baterias em mais de 67 pontos espalhados pelo Brasil.

PV – Como a empresa aborda a sustentabilidade ambiental? Existem conquistas ou iniciativas importantes relacionadas à redução do impacto ambiental da empresa e à promoção da sustentabilidade?

SL – A LG se compromete em desenvolver produtos com o menor impacto ambiental, com uma linha de produção mais sustentável em suas unidades, como a fábrica LG Smart Park, em Changwon, na Coreia do Sul, que recebeu o título de “Fábrica Farol” (Lighthouse Factory) concedido pelo Fórum Econômico Mundial (World Economic Forum). E, na implementação de logística reversa, a ABREE auxilia os consumidores no descarte dos seus eletrônicos e eletrodomésticos, disponibilizando pontos de recebimento em mais de 1,3 mil municípios de 26 estados brasileiros e no Distrito Federal.

PV – Fale sobre o programa de educação da LG, que visa à proteção de direitos humanos de funcionários e fornecedores? Qual é o impacto dos programas educacionais?

SL – No ano passado, a empresa fez uma pesquisa com seus principais fornecedores de Nível 1 sobre seu uso de energia e emissões de carbono e, em seguida, verificou esses dados por meio de terceiros. A partir deste ano, a LG vem conscientizando os executivos e colaboradores de seus parceiros por meio de um programa de educação em neutralidade de carbono. Ao todo, 152 fornecedores participaram do programa até o primeiro semestre de 2023.

PV – Quais medidas a LG adota para garantir uma governança corporativa sólida, incluindo fatores como conduta ética, conformidade e gerenciamento de riscos?

SL – No ano passado, para garantir a transparência na gestão e governança do Conselho de Administração e na estrutura de governança, o Comitê de ESG definiu diretrizes para a independência, diversidade e expertise dos diretores independentes, bem como o estatuto de governança corporativa.

PV – A empresa menciona a inclusão de ESG em suas operações diárias. Como promove a conscientização e a educação em ESG entre seus funcionários em todo o mundo?

SL – De acordo com os padrões internacionais da Responsible Business Alliance (RBA), a empresa está fornecendo suporte por meio de revisões de certificação ESG terceirizadas para

PV – How does the company approach environmental sustainability? Are there any important achievements or initiatives related to reducing the company’s environmental impact and promoting sustainability?

SL – LG is committed to developing products with the lowest environmental impact, with a more sustainable production line at its units, such as the LG Smart Park factory in Changwon, South Korea, which received the title of “Lighthouse Factory” by the World Economic Forum. And, in implementing reverse logistics, ABREE helps consumers dispose of their electronics and household appliances, providing collection points in more than 1,300 municipalities in 26 Brazilian states and the Federal District.

PV – Tell us about LG’s education program, which aims to protect the human rights of employees and suppliers? What is the impact of educational programs?

SL – Last year, the company surveyed its top Level 1 suppliers about their energy use and carbon emissions and then verified that data through third parties. Starting this year, LG has been raising awareness among its partners’ executives and employees through an education program on carbon neutrality. In total, 152 suppliers participated in the program until the first half of 2023.

PV – What measures does LG take to ensure strong corporate governance, including factors such as ethical conduct, compliance, and risk management?

SL – Last year, to ensure transparency in the management and governance of the Board of Directors and governance structure, the ESG Committee defined guidelines for the independence, diversity, and expertise of independent directors, as well as the corporate governance status.

PV – The company mentions the inclusion of ESG in its daily operations. How do you promote ESG awareness and education among your employees around the world?

SL – In line with Responsible Business Alliance (RBA) international standards, the company is providing support through third-party ESG certification reviews to preemptively respond to supplier ESG risks in areas such as labor, environment, ethics, health, and security. Starting in 2023, the scope has expanded to include partners based not just in Korea but around the world.

responder preventivamente aos riscos de ESG de fornecedores em áreas como mão de obra, meio ambiente, ética, saúde e segurança. A partir de 2023, o escopo foi expandido para incluir parceiros baseados não apenas na Coreia, mas em todo o mundo.

PV – Qual é a visão da LG para a gestão de ESG e sustentabilidade nos próximos anos? Quais metas de longo prazo a empresa está perseguindo?

SL – Em 2023, as instalações globais da LG registraram um total de emissões globais diretas e indiretas de gases de efeito estufa (GEE) de 92,7 milhões de toneladas, uma redução de 22 milhões de toneladas em relação ao ano anterior e que sustenta sua promessa de alcançar emissão zero (net-zero direto e indireto) até 2030. A empresa também registrou uma taxa de conversão de energia renovável de 8,2%. É o resultado de seu compromisso de usar apenas energia renovável em suas unidades de negócios globais até 2050 e de sua adesão bem-sucedida à iniciativa RE100 (Renewable Energy 100), que defende que as empresas convertam seu uso para energia 100% renovável. Também está acelerando a redução de carbono na etapa de uso do produto, expandindo a aplicação de tecnologias ecologicamente corretas e altamente eficientes. Aproximadamente 80% das emissões totais de carbono da LG vêm do estágio de uso do produto e incluem emissões indiretas geradas fora das instalações operacionais da empresa.

PV – Quais são algumas das realizações importantes em termos de ESG das quais a empresa se orgulha, especialmente no último ano?

SL – Reforçando seu compromisso com a preservação do meio ambiente, a LG Electronics, desde 2006, já resgatou um total acumulado de 3.992.768 toneladas de eletroeletrônicos e eletrodomésticos em todo o mundo. Desde 2022, são 472.876 toneladas de resíduos em 52 países, utilizando 32.987 toneladas de plásticos reciclados nos produtos da empresa, um aumento de 25% no uso do material em relação a 2021.

PV – What is LG's vision for ESG and sustainability management in the coming years? What long-term goals is the company pursuing?

SL – In 2023, LG's global facilities recorded total direct and indirect global greenhouse gas (GHG) emissions of 92.7 million tons*, a reduction of 22 million tons from the previous year and which supports its promise to achieve zero emissions (direct and indirect net-zero) by 2030. The company also recorded a renewable energy conversion rate of 8.2%. It is the result of its commitment to using only renewable energy in its global business units by 2050 and its successful adherence to the RE100 (Renewable Energy 100) initiative, which advocates for companies to convert their use to 100% renewable energy. It is also accelerating carbon reduction at the product use stage by expanding the application of environmentally friendly and highly efficient technologies. Approximately 80% of LG's total carbon emissions come from the product use stage and include indirect emissions generated outside the company's operating facilities.

PV – What are some key ESG achievements that the company is proud of, especially in the last year?

SL – Reinforcing its commitment to preserving the environment, LG Electronics, since 2006, has rescued an accumulated total of 3,992,768 tons of electronics and household appliances around the world. Since 2022, there have been 472,876 tons of waste in 52 countries, using 32,987 tons of recycled plastics in the company's products, a 25% increase in the use of the material compared to 2021.



O BRASIL
ADORA
ATLAS
A MARCA DE FOGÕES MAIS VENDIDA DO BRASIL.

“Cabe no meu bolso e ficou lindo na minha cozinha”

Pedro

“Olha o tamanho desse forno. Perfeito para minhas receitas preferidas.”

Cristina

**VENDE TÃO RÁPIDO QUANTO
CONQUISTA O SEU CLIENTE.**

Agile Up Inox

FORNO
LIMPA FÁCIL



Capacidade do Forno

4 QUEIMADORES: 50 LITROS
5 QUEIMADORES: 86,5 LITROS

● ● Cores: preto, branco

Mônaco Top Inox

FORNO
LIMPA FÁCIL



Capacidade do Forno

4 QUEIMADORES: 50 LITROS
5 QUEIMADORES: 86,5 LITROS

● ● Cores: preto, branco

EXCLUSIVO
MÁXIMA
ECONOMIA
ISOLAMENTO TÉRMICO



Sua notificação
preferida **chegou!**

A **Black Friday Esmaltec** vem aí
com **os melhores produtos** para
você **aumentar a suas vendas!**



GEQ
Grupo
Edson Queiroz

Black FRIDAY

Esmaltec
ELETRODOMÉSTICOS



Fotos meramente ilustrativas. Cmel 02023



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

P A R A Q U E M A M A

POTÊNCIA

Chegou mais
um lançamento
Amvox.



LIQUIDIFICADOR ALO 0209



5 VELOCIDADES
COM PULSAR



POTÊNCIA
800W



TRITURA GELO
E ALIMENTOS
DUROS



LÂMINAS
DE AÇO
INOXIDÁVEL



JARRA DE
VIDRO 1,7L



Conheça o Liquidificador ALQ 0209: Elegância e desempenho em sintonia!

Este lançamento que combina elegância, desempenho e durabilidade em um único produto, é muito mais do que um simples eletrodoméstico e se tornará o item favorito da cozinha.

Com uma potência impressionante de 800W, é capaz de triturar até mesmo os ingredientes mais difíceis com facilidade, economizando tempo no dia a dia. Perfeito para quem deseja transformar suas experiências culinárias e ainda adicionar um toque de elegância ao ambiente.



@AMVOX_



@AMVOX_



AMVOXBRASIL



COMPANY/AMVOX



AMVOX.COM.BR

Amvox
NO SEU RITMO



■
Frigobar Retrô,
com design
vintage exclusivo.

B =





É outra inspiração.
É outro frigobar.
É outro mundo.



BRASTEMP
É outro mundo.

BLACK FRIDAY | NATAL

Realize suas compras on-line com segurança!

Nossas soluções te deixam tranquilo em todos os momentos e em todos os lugares!



Todos tem um "VOCÊ DIGITAL"



As pessoas estão desprotegidas.

Garanta tranquilidade com a Proteção Digital de dados da Europ Assistance



PREVENÇÃO

Um software com 3 componentes que atua como prevenção de roubo de seus dados pessoais ou sensíveis (phishblock, scrambler, secure browsing).



HELPLINE

Em caso de identidade comprometida ou roubada, o cliente poderá contatar a Central de atendimento para obter ajuda e tomar medidas.



MONITORAMENTO

Monitoramento regular dos dados pessoais que possam ser utilizados na web, dark e deep web (e-mail, documentos, contas de banco...).



ALERTAS

Notificação de nível de risco com envio de e-mail em caso de atividade suspeita detectada.



GESTOR DA VIDA DIGITAL

Uma poderosa ferramenta para auxiliar na organização e compartilhamento dos ativos digitais.



Suporte a herança digital



Suporte direito digital



Suporte para recuperação e guarda de dados



Recuperação de conta hackeada



Suporte na remoção de dados não autorizados



Investigação na deep e dark web

CASA CONECTADA

Suporte para seus dispositivos.



SMART HOME



WI-FI E REDE



IMPRESSORA



PC / NOTEBOOKS



TV



YOU LIVE WE CARE

Entre em contato com a gente e fique sabendo como podemos ajudá-lo.



Rita Graziano
Gerente de novos negócios



www.europa-assistance.com.br



[/company/europassistancebrasil/](https://company.europassistancebrasil/)



[/europassistance_brasil](https://europassistance_brasil)



[/EuropaAssistanceBR](https://EuropaAssistanceBR)

IVO BENDEROTH,
CEO



VOLTA POR CIMA

Ao aliar a expertise da Casa&Vídeo na venda de eletroportáteis e smartphones e o know-how da Le Biscuit em itens de sazonalidade e desenvolvimento de marcas próprias, o Grupo CVLB adota elevado padrão de transparência e governança corporativa.

THE BOUNCE BACK

By combining Casa&Vídeo's expertise in the sale of small appliances and smartphones and Le Biscuit's know-how in seasonal items and the development of its own brands, the Grupo CVLB adopts a high standard of transparency and corporate governance.



Da fusão entre a Casa&Vídeo e a Le Biscuit, nasceu o Grupo CVLB, que hoje soma 354 lojas físicas, distribuídas em mais de 15 estados, nas Regiões Sudeste, Norte, Nordeste e Centro-Oeste, atendendo 35 milhões de clientes por ano. “Estamos comprometidos em buscar um crescimento sustentável e contínuo, alinhado com nossa estratégia de negócios”, afirma o **CEO, Ivo Benderoth**, em entrevista exclusiva para **Eletrolar News**.

Com forte presença no Rio de Janeiro, a bandeira Casa&Vídeo tem mais de 220 lojas na Região Sudeste (Rio de Janeiro, Espírito Santo, Minas Gerais e São Paulo) e atende acima de 20 milhões de clientes por ano. Nasce na cidade de Feira de Santana (BA), a Le Biscuit possui mais de 120 lojas nas Regiões Norte, Nordeste, Centro-Oeste e Sudeste (Alagoas, Bahia, Ceará, Espírito Santo, Goiás, Maranhão, Minas Gerais, Pará, Paraíba, Pernambuco, Piauí, Rio Grande do Norte, Sergipe e São Paulo). Atende mais de 15 milhões de clientes/ano. O grupo conta com cerca de 5.000 funcionários e dois centros de distribuição, um em Queimados (RJ) e outro em Camaçari (BA).

Ambas as marcas contam com uma plataforma física, com diferentes modelos de lojas, um ecossistema de vendas digitais e um portfólio de serviços financeiros e marcas próprias que se complementam. Os negócios,

From the merger between Casa&Vídeo and Le Biscuit, the Grupo CVLB was born, which today has 354 physical stores, distributed in more than 15 states, in the Southeast, North, Northeast, and Midwest regions, serving 35 million customers per year. “We are committed to seeking sustainable and continuous growth, aligned with our business strategy”, says the **CEO, Ivo Benderoth**, in an exclusive interview with **Eletrolar News**.

With a strong presence in Rio de Janeiro, the Casa&Vídeo chain has more than 220 stores in the Southeast Region (Rio de Janeiro, Espírito Santo, Minas Gerais and São Paulo) and serves more than 20 million customers per year. Born in the city of Feira de Santana (BA), Le Biscuit has more than 120 stores in the North, Northeast, Midwest and Southeast Regions (Alagoas, Bahia, Ceará, Espírito Santo, Goiás, Maranhão, Minas Gerais, Pará, Paraíba, Pernambuco, Piauí, Rio Grande do Norte, Sergipe and São Paulo). Serves over 15 million customers/year. The group has around 5,000 employees and two distribution centers, one in Queimados (RJ) and the other in Camaçari (BA).



Toda fusão e integração de negócios é repleta de desafios, que envolvem a harmonização de processos, sistemas e cultura organizacional. Nossa integração vem acontecendo de forma acelerada, sem grandes surpresas.”

“Every business merger and integration are full of challenges, which involve the harmonization of processes, systems and organizational culture. Our integration has been happening quickly, without any major surprises.”

que possuem grandes sinergias entre si, oferecem os mais diversos produtos para equipar a casa. A história da fusão que deu origem ao Grupo CVLB é contada nestas páginas.

COMO FOI O CAMINHO PARA A JUNÇÃO DAS DUAS EMPRESAS?

IVO BENDEROTH – O Grupo CVLB é fruto da fusão de duas marcas que são referências no varejo brasileiro: Casa&Vídeo e Le Biscuit. Com a união, podemos oferecer aos nossos clientes sortimento diferenciado a preços mais competitivos, bem como maior acesso ao crédito, trazendo mais facilidade ao consumidor. Os negócios têm grande complementaridade geográfica, as duas marcas se conectam de forma afetiva com seus clientes em diferentes regiões. Também têm estratégias de sortimento com competências complementares.

QUAIS BENEFÍCIOS TROUXE A FUSÃO?

IB – **Com a fusão, nos beneficiamos da expertise da Casa&Vídeo na venda de eletroportáteis e smartphones, e do know-how da Le Biscuit em itens de sazonalidade e desenvolvimento de marcas próprias. Ambas são referência na venda de utilidades domésticas. Com estrutura de capital aberto, adotamos o mais elevado padrão de transparência e governança corporativa. Temos como valores inegociáveis o cuidado e o foco no cliente.**

Both brands have a physical platform, with different store models, a digital sales ecosystem and a portfolio of financial services and private brands that complement each other. The businesses, which have great synergies between them, offer the most diverse products to equip the home. The story of the merger that gave rise to the Grupo CVLB is told in these pages.

WHAT WAS THE PATH TO MERGING THE TWO COMPANIES LIKE?

IVO BENDEROTH – The Grupo CVLB is the result of the merger of two brands that are references in Brazilian retail: Casa&Vídeo and Le Biscuit. With the union, we can offer our customers a differentiated assortment at more competitive prices, as well as greater access to credit, making it easier for consumers. The businesses have great geographic complementarity, the two brands connect emotionally with their customers in different regions. They also have assortment strategies with complementary skills.

WHAT BENEFITS DID THE MERGER BRING?

IB – **With the merger, we benefit from Casa&Vídeo's expertise in the sale of small appliances and smartphones, and Le Biscuit's know-how in seasonal items and development of their private brands. Both are a reference in the sale of household goods. With**

NO EVENTO PRESIDENTES, EM JULHO PASSADO, O SENHOR DISSE QUE A HISTÓRIA DA CASA&VÍDEO É DE SUPE- RAÇÃO. POR QUÊ?

IB – Nossa história está repleta de desafios signifi- cativos, que testaram nossa resiliência e determinação. Esses momentos foram cruciais para a nossa jornada de crescimento e sucesso atual. Em especial, a recu- peração judicial pela qual passamos em 2009, consi- derada um case de sucesso. Adquirimos, ao longo dos anos de recuperação, diversas competências que nos diferenciam. O foco na eficiência operacional e o senso de dono do nosso time são exemplos desse legado.

Com estrutura financeira robusta e alto nível de go- vernança, em 2019 retomamos o processo de ex- pansão das lojas Casa&Vídeo. Esse foi um dos nos- sos principais marcos de aprendizagem. Dobramos de tamanho em cerca de dois anos, investimos em gente, tecnologia, experiência do cliente e estraté- gia de sortimento. Hoje, temos de forma consolida- da o conhecimento de como expandir o negócio, o que nos permite aproveitar rapidamente as oportu- nidades que surgem no mercado.

FOI DIFÍCIL O PROCESSO DE FUSÃO? QUAL O APORTE FI- NANCEIRO?

IB – Toda fusão e integração de negócios é repleta de desafios, que envolvem a harmonização de processos, sistemas e cultura organizacional. Nossa integração vem acontecendo de forma acelerada, sem grandes surpresas. A cultura das organizações era muito si- milar, o que facilita o dia a dia. Acreditamos que nos beneficiamos do melhor de cada negócio. Para apoiar esse processo de fusão e impulsionar o crescimento do Grupo CVLB, a empresa recebeu aporte primário de R\$ 132,5 milhões, além dos R\$ 75 milhões já inte- gralizados.

QUANTAS LOJAS SÃO CASA&VÍDEO E QUANTAS SÃO LE BISCUIT?

IB – Temos ao todo 354 lojas. No momento, são 227 lo- jas Casa&Vídeo e 127 lojas Le Biscuit, cada uma com metragem média de 640 m² de área de vendas.

A FUSÃO LEVOU À UNIFORMIZAÇÃO DE PRODUTOS?

IB – A integração dos negócios envolveu uma abor- dagem estratégica em relação ao sortimento de pro- dutos em todas as lojas. A tendência predominante é buscar unificação do sortimento, aproveitando a escala nas categorias já operadas pelas bandeiras, bem como transferindo o conhecimento e expertise na gestão de produtos entre as empresas. Um exemplo dessa troca de conhecimentos e processos é o modelo de

a publicly traded structure, we adopt the highest standards of transparency and corporate govern- ance. Our non-negotiable values are customer care and focus.

AT THE PRESIDENTS EVENT, LAST JULY, YOU SAID THAT THE HISTORY OF CASA&VÍDEO IS ONE OF OVERCOMING. WHY?

IB – Our history is full of significant challenges that have tested our resilience and determination. These moments were crucial to our current journey of growth and success. In particular, the judicial recovery we underwent in 2009, considered a success story. Over the years of recovery, we have acquired several skills that set us apart. The focus on operational efficiency and the sense of ownership of our team are examples of this legacy. **With a robust financial structure and high level of governance, in 2019 we resumed the process of expanding Casa&Video stores. This was one of our main learning milestones. We doubled**

“Vejo as empresas mais preocupadas com programas de desenvolvimento de gente, em potencializar a diversidade e a inclusão nos times, o que nos prepara melhor para seguirmos formando pessoas e contribuindo com a sociedade.”

“I see companies more concerned with people development programs, in enhancing diversity and inclusion in teams, which better prepares us to continue training people and contributing to society.”

NOVA LINHA DAKO MAGISTER INOX
**A NOVA LINHA
QUE VAI SURPREENDER
OS SEUS CLIENTES.**

Design e beleza que encantam.
Inovação que faz a diferença.



Capacidade do forno
4Q 60 litros | 5Q 100 litros
Modelos disponíveis nas versões 4 e 5 queimadores.

PLURISE

SURPREENDA SEUS CLIENTES E AUMENTE SUAS VENDAS.

Cozinha muito elegante

Design moderno, de vidro, com cantoneiras de inox e puxador de alumínio escovado



Mais estabilidade e segurança

Grades duplas de platina



Muito mais velocidade

Com tripla chama no modelo com 5 bocas



Perfeito para grandes receitas

Duas prateleiras, uma autodeslizante e outra deslizante



DAKO
SURPREENDE



clusterização. A Casa&Vídeo tem esse modelo que permite a clusterização mais assertiva do sortimento com base nas regiões e aptidões de cada loja. É uma maneira eficaz de garantir que ele seja adaptado às necessidades específicas de cada mercado e leve em consideração as particularidades regionais.

QUAIS PRODUTOS VENDE O GRUPO? QUAIS OS MAIS REPRESENTATIVOS?

IB – Por meio das lojas e sites/apps Casa&Vídeo e Le Biscuit, oferecemos ampla variedade. As principais categorias são as de eletroportáteis, casa, smartphones e tablets, brinquedos e bebê, bombonière, lazer, informática e telefonia fixa, papelaria e armarinho, manutenção para casa e carro, áudio e vídeo e festas. As de maior representatividade, em faturamento, são as de eletroportáteis, itens para casa, smartphones, brinquedos, bebê, bombonière e produtos de lazer.

QUAL É O FATURAMENTO ESTIMADO PARA 2023?

IB – Não podemos fornecer o faturamento esperado devido a questões de conformidade e confidencialidade. No entanto, podemos informar que, em 2022, o Grupo CVLB registrou faturamento combinado de R\$ 2,6 bilhões.

in size in around two years, investing in people, technology, customer experience and assortment strategy. Today, we have consolidated knowledge of how to expand the business, which allows us to quickly take advantage of opportunities that arise in the market.

WAS THE MERGER PROCESS DIFFICULT? WHAT IS THE FINANCIAL CONTRIBUTION?

IB – Every business merger and integration is full of challenges, which involve the harmonization of processes, systems and organizational culture. Our integration has been happening quickly, without any major surprises. The culture of the organizations was very similar, which makes everyday life easier. We believe that we benefit from the best of each business. To support this merger process and boost the growth of the Grupo CVLB, the company received a primary contribution of BRL 132.5 million, in addition to the BRL 75 million already paid in.

HOW MANY STORES ARE CASA&VÍDEO AND HOW MANY ARE LE BISCUIT?

IB – We have a total of 354 stores. Now, there are 227

 **cadence**
sim.pli.fi.que

**Modernizar
sem
complicar**

Modernize o mix,
simplifique as vendas.



Saiba
mais:



Sanduícheira
(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.



A expansão de lojas é uma de nossas grandes apostas na fusão. Na Casa&Vídeo, conseguimos chegar a um modelo de expansão diferenciado em termos de custo, tempo de execução e retorno financeiro. Queremos replicar esse modelo na bandeira Le Biscuit, testando diferentes formatos de loja.”

“Store expansion is one of our big bets in the merger. At Casa&Vídeo, we managed to achieve a differentiated expansion model in terms of cost, execution time and financial return. We want to replicate this model under the Le Biscuit brand, testing different store formats.”

EM TERMOS DE ATUAÇÃO, QUAIS SÃO OS PRINCIPAIS DIFERENCIAIS DA EMPRESA?

IB – O Grupo CVLB tem uma série de diferenciais enraizados em sua cultura e estratégias de atuação. Promove uma cultura empresarial voltada à eficiência e à simplicidade, o que lhe permite manter baixos custos operacionais. Isso se reflete em preços competitivos aos consumidores e em um modelo de negócio sólido e rentável aos stakeholders. **Um dos principais diferenciais é o investimento desproporcional em inteligência de dados. Utilizamos análises avançadas para orientar a tomada de decisões em várias áreas, como compras, alocação de estoques, precificação, expansão de lojas e processos operacionais.**

O GRUPO CVLB TORNOU-SE UMA EMPRESA NACIONAL. QUAIS OS DESAFIOS?

IB – Atendemos majoritariamente as famílias das classes B e C. Com a fusão, podemos oferecer aos nossos clientes um sortimento diferenciado a preços mais competitivos e maior acesso ao crédito. Com o parque de lojas combinado, serviços como entrega expressa e retire em loja estão sendo ampliados. Queremos ser maiores e melhores. A fusão das companhias nos proporciona ganhos de escala, aumento de eficiência e maior capacidade de investimento. Com a transformação em uma empresa nacional, enfrentamos desafios como concorrência mais ampla, logística nacional e economia variável. Estamos preparados para superar esses desafios e seguir crescendo.

Casa&Vídeo stores and 127 Le Biscuit stores, each with an average sales area of 640 sqm.

DID THE MERGER LEAD TO PRODUCT STANDARDIZATION?

IB – Business integration involved a strategic approach in relation to the product assortment in all stores. The predominant trend is to seek unification of the assortment, taking advantage of the scale in the categories already operated by the brands, as well as transferring knowledge and expertise in product management between companies. An example of this exchange of knowledge and processes is the clustering model. Casa&Vídeo has this model that allows for more assertive clustering of the assortment based on the regions and capabilities of each store. It is an effective way to ensure that it is adapted to the specific needs of each market and takes regional particularities into account.

WHAT PRODUCTS DOES THE GROUP SELL? WHICH ARE THE MOST REPRESENTATIVE?

IB – Through Casa&Vídeo and Le Biscuit stores and websites/apps, we offer a wide variety. The main categories are small appliances, housewares, smartphones and tablets, toys and babies, candy counter, leisure, IT and telephony, stationery and haberdashery, home and car maintenance, audio and video and party supply. The most representative, in terms of revenue, are small appliances, household items, smartphones, toys, baby items, candy counters and leisure products.



BAR 1300X

A EXPERIÊNCIA SONORA
IMERSIVA DE VERDADE



Com quatro drivers com saída de som voltada para cima na barra principal e mais dois nos alto-falantes removíveis, a JBL Bar 1300X traz uma experiência de som 3D aprimorada. Tenha uma sala com qualidade de cinema e tecnologia Dolby Atmos® e DTS:X de verdade, que junto com MultiBeam™, oferece um som surround real sem o incômodo de fios e conexões de alimentação adicionais.

Aproveite e personalize a configuração da sua barra de som, ajuste a equalização, navegue pelos serviços de música e controle todos os alto-falantes compatíveis através do aplicativo JBL One. Experimente a Bar 1300X e surpreenda-se.



Caixas surround
sem fios destacáveis



Subwoofer de 12" sem fios



Wi-Fi integrado com AirPlay, Alexa
Multi-Room Music e Chromecast™



JBL.COM.BR/SOUNDBARS

U.S. Patent 8,111,111. © 2018 JBL Inc. All rights reserved. JBL is a registered trademark of JBL Inc. in the U.S. and other countries. Dolby Atmos and DTS:X are trademarks of their respective owners. MultiBeam is a trademark of JBL Inc. AirPlay is a trademark of Apple Inc. Alexa is a trademark of Amazon.com, Inc. or its affiliates. Chromecast is a trademark of Google Inc.

EM QUAIS ÁREAS A EMPRESA INVESTE MAIS?

IB – Estamos investindo em diversas áreas estratégicas. A ampliação do portfólio de produtos e serviços financeiros, o crescimento das vendas digitais, novos produtos de marcas próprias e a expansão de lojas físicas são parte integrante da estratégia de investimento da CVLB.

A EMPRESA ATUA NO E-COMMERCE?

IB – Sim, no e-commerce e no marketplace. Estamos presentes em todo o País, por meio de nossas plataformas digitais, que formam um ecossistema integrado e eficiente.

NA LOGÍSTICA, TEM FROTA PRÓPRIA OU TERCEIRIZA?

IB – Atuamos com uma estratégia de frota 100% terceirizada. Temos diversas modalidades de contratação

WHAT IS THE ESTIMATED REVENUE FOR 2023?

IB – We are unable to provide expected billing due to compliance and confidentiality concerns. However, we can inform you that, in 2022, the Grupo CVLB recorded combined revenues of BRL 2.6 billion.

IN TERMS OF OPERATIONS, WHAT ARE THE COMPANY'S MAIN DIFFERENTIATORS?

IB – The Grupo CVLB has a series of differentiators in its culture and operating strategies. Promotes a business culture focused on efficiency and simplicity, which allows it to maintain low operating costs. This is reflected in competitive prices for consumers and a solid and profitable business model for stakeholders. **One of the main differentiators is the disproportionate investment in data intelligence. We use advanced**



para a nossa operação. Com esse formato, visamos obter a otimização dos recursos financeiros, assegurando agilidade e eficiência nas entregas em diferentes regiões. Na operação Casa&Vídeo, são utilizados caminhões Truck, Toco, 3/4 e VUC para a distribuição às lojas, e carreta para fazer a transferência entre os centros de distribuição e os operadores logísticos. Desses, a entrega vai direto às lojas em veículos 3/4. Na operação Le Biscuit, utilizamos caminhões carreta, Truck, Toco, 3/4 e VUC para a distribuição nas lojas. Em breve, a transferência do centro de distribuição em Camaçari

analytics to guide decision-making in various areas, such as purchasing, inventory allocation, pricing, store expansion and operational processes.

THE GRUPO CVLB BECAME A NATIONAL COMPANY. WHAT ARE THE CHALLENGES?

IB – We mainly serve families in classes B and C. With the merger, we can offer our customers a differentiated assortment at more competitive prices and greater access to credit. With the combined store network, services such as express delivery and pick-up

NÃO TEM SEGREDO.

TEM FRITADEIRA OSTER®.



**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

Oster®

SINTA A DIFERENÇA!



para os operadores logísticos do Ceará, Rio Grande do Norte e Espírito Santo será feita com rodotrem. Dos operadores logísticos, a entrega vai diretamente para as lojas em veículos Toco, Truck e carreta.

DISPÕE DE CREDIÁRIO E FINANCIAMENTO PRÓPRIOS?

IB – Oferecemos uma enorme variedade de serviços financeiros para atender às necessidades dos clientes, em parceria com fornecedores especializados. Optamos, pelo menos por enquanto, por não ter risco de crédito em nosso balanço. Entre os serviços financeiros que temos estão cartão de crédito private label, que permite aos clientes comprar em nossas lojas com condições especiais, o crédito direto ao consumidor, para facilitar o pagamento em parcelas, o empréstimo pessoal e consignado, antecipação de valores do Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS), Seguro Garantia e Seguro Proteção para smartphone e dispositivos móveis.

A CVLB TEM LOJAS DE RUA E EM SHOPPINGS?

IB – Nossas lojas, no formato de shopping ou de rua, têm layout e organização bem semelhantes. A principal diferença entre as lojas de rua e de shopping está na curva de vendas. As lojas localizadas em shopping centers tendem a registrar aumento significativo nas vendas a partir das 17h e mais fortes nos fins de semana, quando os centros comerciais recebem maior fluxo de visitantes. As lojas de rua atraem compradores a partir das 9h durante a semana, seguem um horário de funcionamento mais tradicional.

in store are being expanded. We want to be bigger and better. The merger of companies provides us with economies of scale, increased efficiency, and greater investment capacity. With the transformation into a national company, we face challenges such as broader competition, national logistics and variable economics. We are prepared to overcome these challenges and continue growing.

IN WHICH AREAS DOES THE COMPANY INVEST MOST?

IB – **We are investing in several strategic areas. The expansion of the portfolio of financial products and services, the growth of digital sales, new private label products and the expansion of physical stores are an integral part of CVLB's investment strategy.**

DOES THE COMPANY OPERATE IN E-COMMERCE?

IB – Yes, in e-commerce and on marketplace. We are present throughout the country, through our digital platforms, which form an integrated and efficient ecosystem.

IN LOGISTICS, DO YOU HAVE YOUR OWN FLEET, OR DO YOU OUTSOURCE IT?

IB – We operate with a 100% outsourced fleet strategy. We have different types of contracting for our operation. With this format, we aim to optimize financial resources, ensuring agility and efficiency in deliveries in different regions. In the Casa&Video operation, Truck, Toco, ¾ trucks and UCV are used for distribution to

Meio ambiente sustentável é a nossa escolha

A nossa parceria é o
que temos de melhor



Adoção do novo
refrigerante R-32



Sustentável



Econômico



Silencioso



Facilidade de
manutenção



Venha conhecer
as novidades
do Programa!



Visite nosso
site e conheça
mais sobre os
nossos produtos



FUJITSU | AIRSTAGE

A EMPRESA PRÁTICA A MULTICANALIDADE?

IB – A multicanalidade é prioridade para a CVLB. Cada vez mais, investimos em opções de compra e entrega/retirada. Integramos o sortimento vendido no site com nossa loja. Isso possibilita que o cliente compre na loja um produto que ela não tenha em estoque (apenas no site) e receba em casa ou compre online e retire na loja em até 3 horas. Hoje, cerca de 70% das vendas digitais do grupo passam por uma de nossas lojas físicas.

QUAL SUA AVALIAÇÃO DO VAREJO BRASILEIRO?

IB – Observo avanços significativos nos últimos anos. O setor como um todo tem se adaptado rapidamente à realidade das vendas digitais, proporcionando aos consumidores maior conveniência. As organizações estão investindo na melhoria da experiência do cliente, desde o atendimento até a personalização de ofertas. Somos o setor que mais emprega no Brasil. Vejo as empresas mais preocupadas com programas de desenvolvimento de gente, em potencializar a diversidade e a inclusão nos times, o que nos prepara melhor para seguirmos formando pessoas e contribuindo com a sociedade. **Também vejo que temos desafios a serem superados, principalmente os de ordem logística. O custo financeiro segue sendo uma das maiores preocupações do varejo.**

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

IB – Eles se complementam. Cada canal tem suas vantagens. As lojas físicas oferecem uma experiência sensorial que o e-commerce não pode replicar completamente. Os clientes podem ver, tocar, experimentar produtos e interagir com o time da loja, que funciona como showroom. Isso é especialmente relevante para

stores, and trailers are used to transfer between distribution centers and logistics operators. Of these, delivery goes directly to stores in 3/4 vehicles. In the Le Biscuit operation, we use trailer, Truck, Toco, ¾ trucks and UCV for distribution to stores. Soon, the transfer of the distribution center in Camaçari to logistics operators in Ceará, Rio Grande do Norte and Espírito Santo will be done by road train. From logistics operators, delivery goes directly to stores in Toco, Truck and trailer vehicles.

DO YOU HAVE YOUR OWN CREDIT AND FINANCING?

IB – We offer a huge range of financial services to meet customer needs, in partnership with specialist providers. We have chosen, at least for now, not to have credit risk on our balance sheet. Among the financial services we have are a private label credit card, which allows customers to purchase in our stores with special conditions, direct consumer credit, to facilitate payment in installments, personal and payroll loans, advance payments from the Fund Length of Service Guarantee (FGTS), Warranty Insurance and Insurance Protection for smartphones and mobile devices.

DOES CVLB HAVE STREET AND SHOPPING MALL STORES?

IB – Our stores, whether in shopping mall or street, have a very similar layout and organization. The main difference between street and mall stores is the sales curve. Stores located in shopping malls tend to register a significant increase in sales after 5pm and stronger sales on weekends, when shopping malls receive a greater flow of visitors. Street stores attract shoppers from 9am on weekdays and follow more traditional opening hours.



Temos construído parcerias sólidas com a indústria. A fusão das duas companhias resultou em um aumento de escala considerável, o que insere a CVLB em outro patamar de negociações. A empresa consolidou-se como um parceiro confiável para seus fornecedores.”

“We have built solid partnerships with the industry. The merger of the two companies resulted in a considerable increase in scale, which places CVLB on another level of negotiations. The company has established itself as a reliable partner for its suppliers.”

MONTE SUA PLAYLIST COM GRANDES HITS DE VENDAS.

As Caixas de Som Letron são a escolha perfeita para quem busca alta potência e as melhores oportunidades.

Elas combinam praticidade, alta durabilidade e um design moderno.

Esta é a fórmula do sucesso para conquistar o seu público.

Letron



Iluminação
LED

Som de alta
qualidade

Diferentes tamanhos
e potências

Diversos tipos
de conectividade

GRUPO
LEONORA



  /mundoletron

Acesse e encontre o representante
mais próximo de você:

gruposleonora.com.br/representantes

“Dentro da agenda ESG, cerca de 50% das nossas lojas são abastecidas por energia renovável. Contamos com um programa de trainee de lojas exclusivo para pessoas trans e travestis e outro que apoia a inclusão de refugiados no mercado de trabalho.”

“As part of the ESG agenda, around 50% of our stores are powered by renewable energy. We have a store trainee program exclusively for transsexuals and another that supports the inclusion of refugees in the job market.”

produtos de alto valor. Já a opção de comprar sem sair de casa, pelo smartphone, em qualquer horário, agrega facilidade.

AS NEGOCIAÇÕES COM A INDÚSTRIA ESTÃO MAIS FÁCEIS NOS DIAS ATUAIS?

IB – As negociações com a indústria têm sido um ponto de destaque positivo para o Grupo CVLB em virtude de sua escala e crescimento. O cenário atual do mercado é desafiador, tanto para os varejistas quanto para a indústria. Isso ocorre, principalmente, pela taxa de juros, escassez de crédito e aversão ao risco. **Temos construído do parcerias sólidas com a indústria, e isso se deve a alguns fatores-chave. A fusão das duas companhias resultou em um aumento de escala considerável, o que insere o Grupo CVLB em outro patamar de negociações. A empresa consolidou-se como um parceiro confiável para seus fornecedores.** Buscamos estabelecer parcerias com a indústria, em que ambas as partes se beneficiam. Isso envolve não apenas negociações de preço, mas também colaboração em estratégias de marketing, lançamento de produtos e inovação.

DOES THE COMPANY PRACTICE MULTICHANNEL?

IB – Multichannel is a priority for CVLB. We are increasingly investing in purchase and delivery/collection options. We integrate the assortment sold on the website with our store. This allows the customer to buy a product in store that it does not have in stock (only on the website) and receive it at home or buy it online and collect it in store within 3 hours. Today, around 70% of the group's digital sales go through one of our physical stores.

WHAT IS YOUR ASSESSMENT OF BRAZILIAN RETAIL?

IB – I have seen significant advances in recent years. The sector has quickly adapted to the reality of digital sales, providing consumers with greater convenience. Organizations are investing in improving the customer experience, from service to personalization of offers. We are the sector that employs the most in Brazil. I see companies more concerned with people development programs, in enhancing diversity and inclusion in teams, which better prepares us to continue training people and contributing to society. **I also see that we have challenges to overcome, especially logistical ones. The financial cost remains one of the biggest concerns for retailers.**

HOW DO YOU SEE THE COEXISTENCE BETWEEN THE PHYSICAL STORE AND E-COMMERCE?

IB – They complement each other. Each channel has its advantages. Physical stores offer a sensory experience that e-commerce cannot completely replicate. Customers can see, touch, try products and interact with the store team, which functions as a showroom. This is especially relevant for high-value products. The option to purchase without leaving home, via smartphone, at any time, adds ease.

ARE NEGOTIATIONS WITH INDUSTRY EASIER THESE DAYS?

IB – Negotiations with the industry have been a positive highlight for the Grupo CVLB due to its scale and growth. The current market scenario is challenging, both for retailers and the industry. This occurs mainly due to interest rates, scarcity of credit and risk aversion. **We have built solid partnerships with the industry, and this is due to a few key factors. The merger of the two companies resulted in a considerable increase in scale, which places the Grupo CVLB on another level of negotiations. The company has established itself as a reliable partner for its suppliers.** We seek to establish partnerships with the industry, in which both parties' benefit. This involves not only price negotiations, but also collaboration on marketing strategies, product launches and innovation.



THE INSPIRED HOME

SHOW | IHA'S GLOBAL HOME +
HOUSEWARES MARKET

17 A 19 DE MARÇO | CHICAGO, EUA
TheInspiredHomeShow.com

QUANDO A INDÚSTRIA SE CONECTA EM TORNO DA INOVAÇÃO E DA INSPIRAÇÃO

A preparação do **The Inspired Home Show 2024** está bem encaminhada – o conselho de administração da IHA ouviu atentamente as necessidades da indústria e fez várias mudanças para criar a experiência mais produtiva possível. A Feira terá a duração de três dias inteiros, e as três exposições principais – Dine + Décor, Clean + Contain e Wired + Well – estarão localizados nos dois salões principais do McCormick Place. Este novo formato criará uma experiência de feira mais produtiva, altamente eficiente e, tremendamente bem-sucedida para a indústria.

Estamos ansiosos pelo **The Inspired Home Show 2024**, que apresentará todas as novidades e inovações que esta indústria oferece anualmente.

– **DEREK MILLER**, *President & CEO, International Housewares Association*

Inscreva-se para obter o seu passe de entrada GRATUITO: TheInspiredHomeShow.com



Para mais informação podem também contactar nosso representante para o Show no Brasil:
Alex Pinheiro, Monchy Lacroix, Tel: +55 11 95431 6634, alex@monchylacroix.com



HÁ PLANOS PARA AMPLIAR O NÚMERO DE LOJAS?

IB – A expansão de lojas é uma de nossas grandes apostas na fusão. Na Casa&Vídeo, conseguimos chegar a um modelo de expansão diferenciado em termos de custo, tempo de execução e retorno financeiro. Queremos replicar esse modelo na bandeira Le Biscuit, testando diferentes formatos de loja. Estamos entusiasmados com a possibilidade de expandir nossa presença, aumentando a densidade de lojas em regiões onde a marca já é forte.

COMO O SENHOR AVALIA O PERFIL DO CONSUMIDOR ATUAL?

IB – Colocamos o cliente no centro das nossas decisões. Isso significa entender suas necessidades e desejos, adaptar produtos e serviços para atendê-lo, criando uma experiência de compra positiva. **O cliente fiel pode se tornar um defensor da marca e contribuir para o sucesso contínuo da empresa. O consumidor está em constante evolução, influenciado por mudanças sociais, tecnológicas e econômicas.** Valoriza a conveniência. O preço ainda é fator muito importante, mas ele também busca valor agregado e está disposto a pagar mais por conveniência, produtos e serviços que atendam às suas necessidades e expectativas. Espera atendimento eficiente, amigável e personalizado.

COMO O SENHOR VÊ O FUTURO DO VAREJO BRASILEIRO?

IB – Promissor e desafiador ao mesmo tempo. Acredito que será marcado pelas constantes melhorias na experiência do cliente. As empresas que conseguirem

ARE THERE PLANS TO EXPAND THE NUMBER OF STORES?

IB – Store expansion is one of our biggest bets in the merger. At Casa&Vídeo, we managed to achieve at a differentiated expansion model in terms of cost, execution time and financial return. We want to replicate this model under the Le Biscuit brand, testing different store formats. We are excited about the possibility of expanding our presence, increasing the density of stores in regions where the brand is already strong.

HOW DO YOU EVALUATE THE CURRENT CUSTOMER PROFILE?

IB – We place the customer at the center of our decisions. This means understanding their needs and desires, adapting products and services to suit them, creating a positive shopping experience. **A loyal customer can become a brand advocate and contribute to the company's ongoing success. The consumer is constantly evolving, influenced by social, technological, and economic changes.** Values convenience. Price is still a very important factor, but they also seek added value and are willing to pay more for convenience, products and services that meet their needs and expectations. Expect efficient, friendly and personalized service.

HOW DO YOU SEE THE FUTURE OF BRAZILIAN RETAIL?

IB – Promising and challenging at the same time. I believe it will be marked by constant improvements

Seja bem-vindo ao **TEAcolhe**, o Instituto de Apoio e Inclusão às Pessoas com Autismo e seus Familiares! Nós somos uma organização sem fins lucrativos que tem como objetivo principal promover a inclusão social das pessoas com autismo e seus familiares.



Wagner Gatto
Presidente TEAcolhe

*Estamos sempre à disposição, em busca de auxiliar na obtenção de **mais INCLUSÃO e mais ACOLHIMENTO** para os autistas e suas famílias.*



**Ame.
Respeite.
Ensine &
Inclua**



SOMOS CERTIFICADOS CENTS

O TEAcolhe convida você a participar junto a nós nessa jornada de transformação como **Apoiador e Integrante** no desenvolvimento de projetos e Parcerias Corporativas.

e-mail: contato@institutoteacolhe.org.br

CONTATOS: +55 (11) 3255-2576
+55 (11) 99106-1846
+ 55 (11) 99930-3002

VISITE-NOS:

 WWW.INSTITUTOTEACOLHE.ORG.BR

 @TEACOLHEINSTITUTO

 FB/TEACOLHEINSTITUTO

**EXISTIMOS PARA QUE A VIDA
DO AUTISTA SEJA MAIS
LEVE, MAIS DESCONTRAÍDA
E INTEGRADA!**

No TEAcolhe, **em nosso DNA temos gravado o compromisso de incentivar e promover a participação da comunidade autista**, das instituições públicas e privadas em **desenvolver parcerias nas ações, programas e projetos** voltados aos direitos e ao atendimento da pessoa com TEA – Transtorno do Espectro Autista e seus familiares, para que sejam respeitados.

APOIE

VOCÊ PODE AJUDAR!

 **APOIE ESTA CAUSA**





Nossa história está repleta de desafios significativos. Esses momentos foram cruciais para nossa jornada de crescimento e sucesso atual. Em especial, a recuperação judicial pela qual passamos em 2009, considerada um case de sucesso.”

“Our history is full of significant challenges. These moments were crucial to our current journey of growth and success. In particular, the judicial recovery we went through in 2009, considered a success story.”

se manter flexíveis, atentas às tendências e centradas no cliente estarão bem posicionadas. É preciso investir em plataformas digitais, experiência do usuário e segurança cibernética. A integração entre lojas físicas e virtuais será ainda mais importante. A personalização das ofertas e do atendimento será crucial para atrair e reter consumidores. A análise de dados desempenhará papel fundamental. A preocupação com as pessoas, diversidade, meio ambiente e a sustentabilidade aumentará ainda mais. As empresas que adotarem práticas de ESG robustas terão vantagens competitivas.

COMO A EMPRESA ATUA EM SUSTENTABILIDADE?

IB – Um dos nossos principais valores é ser gente do bem. Não pegamos atalhos. Fazemos o correto, mesmo que seja a opção mais difícil. Agimos com ética, transparência e respeito à diversidade. Trabalhamos para promover um ambiente inclusivo e livre de preconceitos. Acreditamos na importância do ESG. Dou exemplos das nossas ações que mais se destacam.

Do lado ambiental, cerca de 50% das nossas lojas são abastecidas por energia renovável. A ideia é chegarmos a 100% até o final de 2025. Do lado social, trabalhamos forte na inclusão no mercado de trabalho. Contamos com um programa de trainee de lojas exclusivo para pessoas trans e travestis. Estamos indo para mais uma edição do programa portas abertas, que apoia a inclusão de refugiados no mercado de trabalho.

QUAL É A SUA EXPECTATIVA DE VENDAS PARA ESTE FINAL DE ANO?

IB – Estamos otimistas em relação às vendas do último trimestre, é o período mais importante para o varejo, alavancado pela Black Friday e pelo Natal. Nossa equipe está empenhada em oferecer aos clientes produtos e promoções atraentes, proporcionando uma experiência de compra excepcional. ■■

in the customer experience. Companies that can remain flexible, aware of trends and customer-centric will be well positioned. It is necessary to invest in digital platforms, user experience and cybersecurity. The integration between physical and virtual stores will be even more important. Personalizing offers and service will be crucial to attract and retain consumers. Data analysis will play a fundamental role. Concern for people, diversity, the environment, and sustainability will increase even more. Companies that adopt robust ESG practices will have a competitive advantage.

HOW DOES THE COMPANY ACT IN SUSTAINABILITY?

IB – One of our main values is to be good people. We don't take shortcuts. We do the right thing, even if it is the most difficult option. We act with ethics, transparency, and respect for diversity. We work to promote an inclusive and prejudice-free environment. We believe in the importance of ESG. I give examples of our actions that stand out the most. **On the environmental side, around 50% of our stores are powered by renewable energy. The idea is to reach 100% by the end of 2025. On the social side, we work hard on inclusion in the job market. We have an exclusive store trainee program for trans and transvestites. We are going to another edition of the open door's program, which supports the inclusion of refugees in the job market.**

WHAT ARE YOUR SALES EXPECTATIONS FOR THIS END OF THE YEAR?

IB – We are optimistic about sales in the last quarter, it is the most important period for retail, driven by Black Friday and Christmas. Our team is committed to offering customers attractive products and promotions, providing an exceptional shopping experience. ■■



O ENCONTRO DO MERCADO BRASILEIRO

2024

JANTAR EXCLUSIVO

HOMENAGEM AO VAREJO

PRESENÇA DOS PRINCIPAIS LÍDERES DA INDÚSTRIA E DO VAREJO

LOCAL

VILLA BISUTTI

BERRINI

DATA

12 / MARÇO

HORÁRIO

20:00 h



Contato
+55 11 3197 4949

comercial@grupoeletrolar.com.br



cheff gourmet

Para momentos ainda mais saborosos e surpreendentes.

A Air Fryer que o seu cliente procura, você encontra na EOS!



EAF30 3 L



EAF42T 4,2 L



EAF40S 4 L



MUITO MAIS ESPAÇO

Para elaborar as melhores receitas



TIMER

Para um preparo no tempo certo, sem erro



FÁCIL DE LIMPAR

Sistema Antiaderente MaxxiClean que facilita a limpeza e não gruda

PREMIUM

EOS.

WWW.EOS.COM.BR

EFE25AID 25 L



EFE30AID 30 L



EAF90D 9L

EAF12I 12 L

4X1

MULTIFUNÇÃO
Assa, frita sem
óleo, reaquece e
desidrata



PAINEL DIGITAL
TOUCH
Preparo de receitas
com apenas um toque



MAIS PRÁTICA
Funções pré-programadas
que trazem mais
praticidade para o dia a dia

FISCHER AIR FRYER

COM AIR FRYER
FISCHER VOCÊ OBTÉM OS
MELHORES RESULTADOS EM
SABOR E CROCÂNCIA.



Conheça a linha completa
fornos, coifas, cooktops e
fogões Fischer.



FISCHER É A Nº1 NO BRASIL:

FORNOS LÍDERES EM INOVAÇÃO,
PRATICIDADE E VENDAS.

SOLUÇÃO, SAÚDE E VERSATILIDADE.

Sempre atenta aos desejos e necessidades dos consumidores, a Fischer, marca líder em vendas no país, apresenta 3 excelentes opções de produtos que vêm com air fryer.

Assa
2 pratos
ao mesmo
tempo



Sem
misturar
sabores
e aromas

» FORNO ELÉTRICO INFINITY
DE EMBUTIR 50L



- AIR CONVECTION TURBO:** asse dois pratos simultaneamente sem misturar os sabores.
- DESCONGELAR:** descongele seu alimento sem iniciar o processo de cocção.
- Revestimento interno em **EASYCLEAN.**
- 4 OPÇÕES DE CORES:** Black, Special White, Cinza Eiger e Inox.

» FORNO ELÉTRICO INFINITY
TOUCH 82L



- AUTOPROGRAMAÇÃO:** programe o horário exato que você deseja sua receita pronta.
- CAPACIDADE:** 82 litros de capacidade e 5 níveis de altura que permitem assar diferentes pratos ao mesmo tempo.
- GRATINADOR:** gratina com maior potência, deixando o assado muito mais crocante.
- DISPONÍVEL NAS CORES:** Black e Special White.

» FORNO ELÉTRICO 2.4 48L



- POTÊNCIA:** 2411w, um dos fornos mais potentes da categoria.
- PORTA COM VIDRO DUPLO:** impede a fuga de calor e economiza energia.
- 3 FUNÇÕES:** Air Convection Turbo, Air Fryer e Dourador.

Fischer

QUEM TEM,
FAZ BEM.

[fischer.official](#)

[Fischeroficial](#) [fischer.com.br](#)



LG REVELA OFERTAS IRRESISTÍVEIS NA BLACK FRIDAY!

À medida que a Black Friday de 2023 se aproxima, a LG Electronics reforça seu compromisso com a inovação e a qualidade, oferecendo produtos de alta tecnologia com os melhores preços. A Black Friday representa mais do que uma data de vendas, é um momento para celebrar o legado e o olhar constante para o futuro da tecnologia.

“A LG está sempre atenta às datas comemorativas e traça estratégias baseadas em tendências do mercado. Estamos programando fortes ações no ponto de venda para que o consumidor tenha total imersão para as compras de Black Friday, além de ofertas exclusivas no site oficial da LG, o que torna nossas expectativas de vendas positivas para o período”, explica Sonah Lee, head de Marketing da LG do Brasil.

Entre os produtos mais procurados na data estão os televisores, hoje em dia disponíveis em formato de telas cada vez maiores (70” e acima) e com os melhores recursos de



imagem e som, além de acesso direto a plataformas de streaming e com características gamers para atender com clareza públicos que buscam diferentes funcionalidades em TVs premium.

As TVs OLED, celebrando uma década de liderança global, oferecem qualidade de imagem excepcional, design elegante e som envolvente. Os modelos LG OLED evo C3 e LG OLED evo G3 proporcionam experiências de entretenimento inigualáveis.

Na categoria de linha branca, a LG fará ações especiais para a LG WashTower 17 kg e a Lava e Seca Smart LG 13 kg, que representam o compromisso da LG em tornar tarefas diárias mais convenientes, eficientes e sustentáveis, trazendo mais economia de tempo, água e energia.

Além disso, as geladeiras LG garantem a conservação dos alimentos frescos por mais tempo e possuem um design sofisticado. A LG French Door, a maior geladeira do Brasil com 695 litros de capacidade, e a LG Top Freezer, com máxima eficiência energética, são dois produtos de destaque para este período.



Para quem busca um novo monitor gamer, a LG tem duas opções da linha UltraGear, em versões de 24 (24GN60R) e 27 polegadas (27GN65R) com tela IPS e resolução Full HD. Ambos possuem excelente custo-benefício e incrível tempo de resposta de 1 ms Real (GTG), proporcionando comandos mais responsivos ao jogador.

E para quem busca uma imersão em áudio, a LG oferece a PartyBox LG XBOOM XL7, que combina potência sonora,



bateria de longa duração e entretenimento, com recursos como 250 W RMS de potência, 20 horas de bateria, show de luzes multicoloridas, display de LED e Sound Boost.

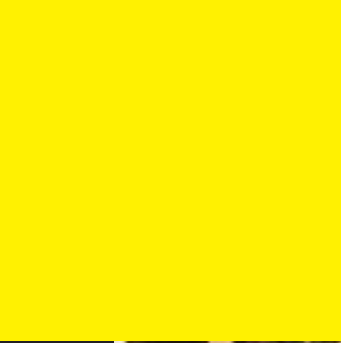
Os consumidores podem aproveitar as promoções para adquirir os produtos que só a LG tem. Orientada para a experiência do cliente, a campanha Ver Para Crer, lançada globalmente pela marca, destaca as tecnologias exclusivas da LG e mostra que, uma vez que o cliente vê e usa esses produtos, apaixonou-se e vira um consumidor fiel.

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!



LG

Para mais informações, visite
www.lg.com.br



BLACK FRIDAY

+

Natal

BLACK FRIDAY + CHRISTMAS



O QUE VALE É A EXPERIÊNCIA DO CLIENTE

Na melhor temporada de vendas, os destaques são os eletroeletrônicos, eletrodomésticos, eletroportáteis e produtos gamer.

WHAT MATTERS IS THE CUSTOMER EXPERIENCE
In the best sales season, the highlights are electronics, small and household appliances, and gamer products.

[BLACK FRIDAY + Natal] BLACK FRIDAY + CHRISTMAS

TVS SMARTPHONES REFRIGERADORES NOTEBOOKS LAVA-ROUPAS LAVA E SECA LAVA-LOUÇAS MONITORES ACESSÓRIOS ELETROPORTÁTEIS BICICLETAS

Com vocações distintas, a Black Friday e o Natal compõem um período de alta importância para as vendas. A primeira data, que neste ano será realizada em 24 de novembro, é a principal para o e-commerce e avança cada vez mais no varejo físico. Grande parte dos consumidores planeja com antecedência a compra de produtos de maior valor agregado na Black Friday, aproveitando os descontos, razão pela qual o tíquete médio é maior.

O Natal, por sua vez, tem uma atmosfera de afeto que movimenta o varejo. O gasto é um pouco mais baixo, porém compensado pelo volume de vendas. Ambas as datas são importantes, mas é fundamental entender as características de cada uma para planejar, sem erros, o estoque, a estratégia, a comunicação e a logística.

Em 2022, conforme dados da GfK, as vendas pelos canais digitais foram maiores do que no comércio tradicional, representando 56% do faturamento total, repetindo um comportamento histórico. Entretanto, vale ressaltar a retomada das lojas físicas e os resultados positivos desse canal, que avançaram 4,2% em comparação com o mesmo período de 2021.

Nas páginas seguintes, **Eletrolar News** traz para o varejo a sugestão de diversos produtos para as duas datas. Dentre eles, televisores, smartphones, refrigeradores, notebooks, lava-louças, lava e seca, lava-roupas, eletroportáteis e bicicletas. Para o público gamer, há monitores e acessórios. A variedade é grande, e o que vale é dar uma boa experiência ao consumidor.

With different vocations, Black Friday and Christmas make up a period of high importance for sales. The first date, which this year will be held on November 24th, is the main one for e-commerce and is increasingly advancing in physical retail. Most consumers plan to purchase higher value-added products on Black Friday, taking advantage of discounts, which is why the average ticket is higher.

Christmas, in turn, has an atmosphere of affection that moves retail. The expense is a little lower but balanced by sales volume. Both dates are important, but it is essential to understand the characteristics of each one to plan inventory, strategy, communication and logistics without errors.

In 2022, according to data from GfK, sales through digital channels were higher than in traditional commerce, representing 56% of total revenue, repeating historical behavior. However, it is worth highlighting the resumption of physical stores and the positive results of this channel, which increased 4.2% compared to the same period in 2021.

On the following pages, **Eletrolar News** offers retailers suggestions for various products for both dates. These include televisions, smartphones, refrigerators, notebooks, dishwashers, washers and dryers, washing machines, small appliances and bicycles. For the gamer audience, there are monitors and accessories. The variety is great, and what matters is giving the consumer a good experience.

COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR *Consumer behavior*

MOTIVAÇÃO INICIAL INITIAL TRIGGER REASON

	BLACK FRIDAY	ANO / YEAR
SUBSTITUIR PRODUTO QUEBRADO <i>Replace broken product</i>	49%	53%
UPGRADE	18%	16%
PRIMEIRA COMPRA <i>First purchase</i>	15%	14%
PRODUTO ADICIONAL <i>Additional product</i>	14%	14%
PERDA OU ROUBO <i>Loss or theft</i>	4%	4%

RAZÕES DE COMPRA DE UM VAREJO (PRINCIPAIS) REASONS TO BUY FROM A RETAIL (MAIN)

	BLACK FRIDAY	ANO / YEAR
PREÇO / PROMOÇÃO <i>Price / Promotion</i>	63%	64%
ENTREGA RÁPIDA <i>Fast delivery</i>	28%	33%
DISPONIBILIDADE DE ESTOQUE <i>Stock availability</i>	24%	29%
ENTREGA GRÁTIS <i>Free delivery</i>	25%	25%
PARCELAMENTO <i>Installment purchase</i>	18%	22%
FACILIDADE DE ENCONTRAR OS PRODUTOS <i>Ease of finding products</i>	19%	21%
FACILIDADE DE COMPRAR OS PRODUTOS <i>Ease of buying products</i>	20%	21%
VARIEDADE <i>Variety</i>	19%	20%
CONVENIÊNCIA <i>Convenience</i>	14%	17%
INFORMAÇÕES DETALHADAS <i>Detailed information</i>	15%	15%



AIWA

“Nossas expectativas são muito positivas para ambas as datas. Iniciamos a nossa jornada em 2022 com uma ampla linha de televisores. As promoções serão realizadas diretamente pelos varejistas que distribuem os produtos da nossa marca por todo o País”, conta **Giovanni M. Cardoso, cofundador do Grupo MK**.

Seu destaque é a **Android TV 4K AIWA**, de 55”, com mais de 8 milhões de pixels na tela e resolução quatro vezes maior que o Full HD, proporcionando cores vibrantes e alto contraste. A borda ultrafina, de 1,4 mm, proporciona, além do design sofisticado, uma imersão visual ampliada. O Blue Protect das TVs AIWA garante proteção contra os efeitos da luz azul, que causam cansaço visual.

O televisor tem comando de voz baseado no Google Assistente. Com ele, o usuário consegue controlar outros dispositivos e equipamentos de sua casa. Possibilita, por exemplo, reproduzir filmes, músicas, jogos e programas favoritos do smartphone, notebook ou tablet diretamente na tela da Android TV AIWA.

“Our expectations are very positive for both dates. We started our journey in 2022 with a wide range of televisions. The promotions will be carried out directly by retailers who distribute our brand's products throughout the country”, says **Giovanni M. Cardoso, co-founder of Grupo MK**.

Its highlight is the **55” AIWA 4K Android TV**, with more than 8 million pixels on the screen and a resolution four times greater than Full HD, providing vibrant colors and high contrast. The ultra-thin 1.4 mm edge provides, in addition to the sophisticated design, expanded visual immersion. Blue Protect on AIWA TVs guarantees protection against the effects of blue light, which cause eye strain.

The television has voice control based on Google Assistant. With it, the user can control other devices and equipment in their home. It makes it possible, for example, to play movies, music, games and favorite programs from your smartphone, notebook, or tablet directly on the AIWA Android TV screen.



Smart TV AIWA 55” Android (AWS-TV-55-BL-01-A)
AIWA 55” Android Smart TV (AWS-TV-55-BL-01-A)

Preço sugerido em 22/09/2023: R\$ 2.999,90.

Suggested price on 09/22/2023: BRL 2,999.90.



Giovanni M. Cardoso,
cofundador do Grupo MK
co-founder of Grupo MK

LG

“Em 2023, nós celebramos 10 anos de liderança mundial em TVs OLED. Sendo assim, nossos principais produtos para a Black Friday e o Natal não poderiam ser outros: a **TV LG OLED evo C3** e a **TV LG OLED evo G3** são os destaques”, diz **Igor Krauniski, gerente sênior de produtos de TV da LG do Brasil**.

A linha OLED C tem a maior variedade de polegadas do mundo, de 42” a 83”, informa a empresa, que destaca a TV LG OLED evo C3, de 55”, com painel que aprimora a nitidez. Sua tecnologia Brightness Booster 4 possibilita até 30% mais brilho do que o painel anterior. Dentro do conceito de casa inteligente, com o controle remoto ou pelo aplicativo LG ThinQ, é possível conectar todos os aparelhos smart da casa.

Mais uma sugestão é a TV LG OLED evo G3, de 65”. Com o novo painel evo, o brilho desse modelo é 70% maior do que a G3 anterior. Como televisor premium, a empresa cita o One Wall Design, que não deixa nenhum espaço visível quando montada na parede.

*“In 2023, we celebrate 10 years of global leadership in OLED TVs. Therefore, our main products for Black Friday and Christmas could not be other: the **LG OLED evo C3 TV** and the **LG OLED evo G3 TV** are the highlights”, says **Igor Krauniski, senior TV product manager at LG do Brasil**.*

The OLED C line has the largest range of inches in the world, from 42” to 83”, informs the company, which highlights the 55” LG OLED evo C3 TV, with a panel that improves sharpness. Its Brightness Booster 4 technology allows up to 30% more brightness than the previous panel. Within the smart home concept, with the remote control or the LG ThinQ app, it is possible to connect all smart devices in the house.

Another suggestion is the 65” LG OLED evo G3 TV. With the new evo panel, the brightness of this model is 70% higher than the previous G3. As a premium television, the company cites the One Wall Design, which leaves no visible space when mounted on the wall.



LG TV OLED evo G3 65”

Preço sugerido em 18/09/2023: R\$ 16.149,00.

Suggested price on 09/18/2023: BRL 16,149.00.



LG TV OLED evo C3 55”

Preço sugerido em 18/09/2023: R\$ 7.599,00.

Suggested price on 09/18/2023: BRL 7,599.00.



Igor Krauniski,

gerente sênior de produtos de TV da LG do Brasil
senior TV product manager at LG do Brasil

PHILCO

A **Smart TV 65" Philco 4K PTV65G3BGTSSBL Google TV QLED** é um modelo completo e acessível. Tem processador Quad-Core, que possibilita maior velocidade para apps, e tecnologia QLED, para mais qualidade visual e detalhes nítidos. É Google TV, ou seja, uma experiência Android TV ainda mais aprimorada. Possui o Eye Protection, que permite o controle automático da taxa de brilho da tela, garantindo mais conforto visual em longas sessões.

Mais uma opção é a **Smart TV 55" Philco 4K PTV55M82AGCIBBL**. Ela é Android, possui resolução 4K e painel QLED, e oferece imagens de alta definição com nitidez. Conta, também, com o processador Quad-Core, que possibilita maior velocidade para os conteúdos, Dolby Video e Dolby Audio, tecnologias para contrastes de imagem e som poderoso.

"Cada vez mais o consumidor busca por tecnologia e um mundo de entretenimento sem precisar sair de casa, e é isso que oferecemos com nossas TVs Philco", diz **Cristiane Clausen, diretora-geral da Philco**.

The **Smart TV 65" Philco 4K PTV65G3BGTSSBL Google TV QLED** is a complete and affordable model. It has a Quad-Core processor, which allows greater speed for apps, and QLED technology, for greater visual quality and clear details. It's Google TV, in other words, an even more enhanced Android TV experience. It has Eye Protection, which allows automatic control of the screen's brightness rate, ensuring more visual comfort during long viewing sessions.

Another option is the **Smart TV 55" Philco 4K PTV55M82AGCIBBL**. It is Android, has 4k resolution and a QLED panel, and offers clear high-definition images. It also has a Quad-Core processor, which allows greater speed for content, Dolby Video and Dolby Audio, technologies for image contrasts and powerful sound.

"Consumers are increasingly looking for technology and a world of entertainment without having to leave home, and that is what we offer with our Philco TVs", says **Cristiane Clausen, general director at Philco**.



Smart TV 55" Philco 4K PTV55M82AGCIBBL



Smart TV 65" Philco 4K PTV65G3BGTSSBL Google TV QLED



Cristiane Clausen,
diretora-geral da Philco
general director at Philco

SAMSUNG

"A inédita **TV Samsung OLED 4K S90C**, que chegou recentemente ao Brasil, na versão de 55", é uma das grandes apostas para a Black Friday e o Natal. Entre seus diferenciais tecnológicos estão os 8 milhões de pixels que acendem e apagam individualmente, gerando um preto absoluto, enquanto a camada de pontos quânticos, exclusiva da marca, permite que o painel exiba cores vibrantes", diz **Alexandre Gleb, gerente de produtos de TV da Samsung Brasil**.

A Samsung OLED 4K S90C também é para quem curte jogos. É a única OLED do mercado que entrega um painel com até 144 Hz de taxa de atualização, além do FreeSync Premium Pro. Conta com o novo controle remoto SolarCell, 25% menor que os anteriores, iluminação interna e USB tipo C ou radiofrequência. É recarregado com a luz solar.

Outro lançamento é a **TV Samsung UHD 4K CU7700**, de 65", que terá destaque nas promoções para as datas. O modelo aprimora a experiência visual e possui o processador Crystal 4K para aproximar o conteúdo exibido da resolução 4K, além da plataforma de games Samsung Gaming Hub. Essa plataforma garante acesso a mais de 1.000 jogos nas plataformas Xbox Game Pass e Nvidia GeForce Now, sem necessidade de downloads ou console. A TV tem Alexa integrada.

*"The unprecedented **Samsung OLED TV 4K S90C**, which recently arrived in Brazil, in the 55 version", is one of the big bets for Black Friday and Christmas. Among its technological differences are the 8 million pixels that turn on and off individually, generating absolute black, while the layer of quantum dots, exclusive to the brand, allows the panel to display vibrant colors", says **Alexandre Gleb, TV product manager at Samsung Brasil**.*

The Samsung OLED 4K S90C is also for those who enjoy games. It is the only OLED on the market that delivers a panel with up to 144 Hz refresh rate, in addition to FreeSync Premium Pro. It has the new SolarCell remote control, 25% smaller than the previous ones, internal lighting and USB type C or radio frequency. It is recharged with sunlight.

*Another launch is the **Samsung TV UHD 4K 65" CU7700** which will be highlighted in promotions for the dates. The model enhances the visual experience and features the Crystal 4K processor to bring the content displayed closer to 4K resolution, in addition to the Samsung Gaming Hub gaming platform. This guarantees access to more than 1,000 games on the Xbox Game Pass and Nvidia GeForce Now platforms, without the need for downloads or a console. The TV has Alexa built in.*

Smart TV Samsung OLED 4K 55" S90C

Preço sugerido em 18/09/2023: R\$ 6.999,00.

Suggested price on 09/18/2023: BRL 6,999.00.



Smart TV Samsung UHD 4K 65" 65CU7700

Preço sugerido em 18/09/2023: R\$ 3.849,00.

Suggested price on 09/18/2023: BRL 3,849.00.



Alexandre Gleb,
gerente de produtos de TV da Samsung Brasil
TV product manager at Samsung Brasil

TCL SEMP

“Para ambas as datas, temos ótimas expectativas de vendas e esperamos uma alta demanda por televisores. Por isso, estamos oferecendo ao mercado excelentes opções dessa categoria”, informa **Nikolas Corbacho, gerente de produtos da TCL SEMP.**

A marca destaca o modelo **TCL QLED Mini LED 4K TV C845**, de 75”, e o **TCL P745 4K UHD TV**, de 85”. A TV C845 é certificada pelo IMAX Enhanced e oferece experiência de cinema. Possui o sistema operacional Google TV e processador AiPQ 3.0, nova geração exclusiva da TCL, que permite o reconhecimento em tempo real de pessoas e tipos de cena durante o fluxo de vídeo e ajusta automaticamente a saturação de cor, brilho, nitidez e ruído. Tem sistema de som Onkyo, recurso DTS-Virtual-X e a tecnologia de áudio Dolby Atmos.

A TV P745, de 85”, conta com o sistema operacional Google TV, processador AIPO GEN 3 e tecnologia Micro Dimming, que proporciona melhor contraste e níveis de preto profundo, e é compatível com conteúdo Dolby Vision. Tem a tecnologia HDR10, que reproduz imagens com cores mais vivas e tons claros com mais brilho, além de transições de imagens mais suaves para movimentos ágeis com o algoritmo MEMC, exclusivo da TCL.

“For both dates, we have great sales expectations, and we expect high demand for televisions. Therefore, we are offering the market excellent options in this category”, informs **Nikolas Corbacho, product manager at TCL SEMP.**

The brand highlights the **TCL QLED Mini LED 4K TV 75” C845** and the **TCL TV 85” P745 4K UHD**. The C845 TV is IMAX Enhanced certified and offers a cinema-like experience. It has the Google TV operating system and AiPQ 3.0 processor, a new generation exclusive to TCL, which allows real-time recognition of people and scene types during the video stream and automatically adjusts color saturation, brightness, sharpness, and noise. It has an Onkyo sound system, DTS-Virtual-X feature, and Dolby Atmos audio technology.

The 85” P745 TV has the Google TV operating system, AIPO GEN 3 processor and Micro Dimming technology, which provides better contrast and deep black levels, and is compatible with Dolby Vision content. It has HDR10 technology, which reproduces images with more vivid colors and brighter light tones, as well as smoother image transitions for agile movements with the MEMC algorithm, exclusive to TCL.



TCL P745 4K UHD TV de 85”
TCL TV 85” P745 4K UHD

Preço sugerido em 18/09/2023: R\$ 8.499,00.

Suggested price on 09/18/2023: BRL 8,499.00.



Nikolas Corbacho,
gerente de produtos da TCL SEMP
product manager at TCL SEMP

TCL QLED Mini LED 4K TV C845 de 75”
TCL TV QLED 75” C845 Mini LED 4K

Preço sugerido em 18/09/2023: R\$ 9.799,00.

Suggested price on 09/18/2023: BRL 9,799.00.



ASUS BRASIL

Apresenta dois smartphones para essas datas. O primeiro é o **ASUS Zenfone 9**, que entrega alto desempenho, com processador da Qualcomm. Compacto e discreto, tem tela de 5,9". É um dos menores aparelhos do mercado brasileiro. E está disponível em versões de 6 GB, 8 GB ou 16 GB de memória RAM, e com 128 GB ou 256 GB de armazenamento.

Outro aparelho é o **ROG Phone 6**, com desempenho necessário para jogar. Tem detalhes exclusivos, que deixam as partidas ainda mais fluidas, como os botões ultrassônicos das bordas, que simulam gatilhos de controle. A bateria é de 6.000 mAh. Está disponível em versões de 6 GB, 8 GB ou 12 GB de memória RAM e armazenamento de 256 GB ou 512 GB.

As expectativas são positivas para a Black Friday e o Natal, conta **Manuel de Castro Junior, diretor comercial da ASUS Brasil**. "Teremos ótimas promoções. Esperamos superar em 15% as vendas de nossos produtos em relação ao mesmo período do ano passado."

It presents two smartphones for these dates. The first is the **ASUS Zenfone 9**, which delivers high performance, with a Qualcomm processor. Compact and discreet, it has a 5.9" screen. It is one of the smallest devices on the Brazilian market. And it is available in versions with 6 GB, 8 GB or 16 GB of RAM, and with 128 GB or 256 GB of storage.

Another device is the **ROG Phone 6**, with the performance necessary to play. It has exclusive details, which make games even more fluid, such as the ultrasonic buttons on the edges, which simulate control triggers. The battery is 6,000 mAh. It is available in versions with 6 GB, 8 GB or 12 GB of RAM and 256 GB or 512 GB storage.

Expectations are positive for Black Friday and Christmas, says **Manuel de Castro Junior, commercial director at ASUS Brazil**. "We will have great promotions. We hope to exceed sales of our products by 15% compared to the same period last year."

ASUS Zenfone 9

Preço sugerido em 18/09/2023: a partir de R\$ 3.509,00.

Suggested price on 09/18/2023: from BRL 3,509.00.



ASUS ROG Phone 6

Preço sugerido em 18/09/2023: a partir de R\$ 3.599,00.

Suggested price on 09/18/2023: from BRL 3,599.00.



Manuel de Castro Junior,
diretor comercial da ASUS Brasil
commercial director at ASUS Brazil

MOTOROLA

Destaca o **motorola edge 30 neo**, disponível em várias cores devido à parceria com a Pantone (Very Peri, Black Onyx, Ice Palace e Aqua Foam). Tem tela de 6,3", com taxa de atualização de 120 Hz, o que permite trocar apps, jogar e navegar de modo fácil, câmera principal de 64 MP e 13 MP ultrawide, e câmera frontal de 32 MP. Vem com bateria de 4.020 mAh, que dura o dia todo.

A empresa vem dando valor especial ao design, às cores e à textura dos materiais em seus aparelhos para atender ao desejo do consumidor, conta seu **diretor de vendas de varejo, Rodrigo Sampaio**. "Estamos trazendo produtos com telas infinitas e bordas cada vez mais reduzidas, agradáveis de manusear e com materiais sofisticados, como o vegan leather (couro vegano)."

Mais um destaque é o **razr 40 ultra**, smartphone dobrável, com display de 3,6". Quando fechado, as bordas superiores e inferiores se alinham totalmente, o que permite ao usuário acessar tudo o que importa sem abrir o aparelho. Tem tela de 6,9", câmera de 32 MP para selfies e videochamadas, e sensor de ultrawide mais macro de 13 MP, com foco automático. Nas datas, a empresa acredita em crescimento das vendas sobre o ano passado.

Highlights are the **Motorola Edge 30 Neo**, available in several colors due to the partnership with Pantone (Very Peri, Black Onyx, Ice Palace, and Aqua Foam). It has a 6.3" screen, with a 120 Hz refresh rate, which allows you to switch apps, play games and browse easily, a 64 MP main camera and a 13 MP ultrawide camera, and a 32 MP front camera. It comes with a 4,020 mAh battery, which lasts all day.

The company has been giving special value to the design, colors, and texture of the materials in its devices to meet consumer desires, says its **retail sales director, Rodrigo Sampaio**. "We are bringing products with infinite screens and increasingly smaller edges, which are pleasant to handle and with sophisticated materials, such as vegan leather."

Another highlight is the **razr 40 ultra**, a foldable smartphone, with a 3.6" display. When closed, the top and bottom edges align completely, allowing the user to access everything that matters without opening the device. It has a 6.9" screen, a 32 MP camera for selfies and video calls, and a 13 MP ultrawide plus macro sensor, with autofocus. On these dates, the company believes in sales growth over last year.

motorola edge 30 neo

Preço sugerido em 18/9/2023: R\$ 2.069,10.

Suggested price on 9/18/2023: BRL 2,069.10.



motorola razr 40 ultra

Preço sugerido em 18/09/2023: R\$ 7.199,10.

Suggested price on 09/18/2023: BRL 7,199.10.



Rodrigo Sampaio,
diretor de vendas de canais de varejo
retail sales director

POSITIVO TECNOLOGIA

Seus destaques são dois smartphones da Infinix, marca que a empresa representa no Brasil. O **Infinix Note 30 5G** tem alto desempenho, conectividade 5G e tecnologia de carregamento rápido de 45 W. Entre suas especificações estão a memória RAM de até 16 GB (8 GB + 8 GB) com tecnologia Memory Fusion, armazenamento de 256 GB e tela Full HD+ de 6,78". Os alto-falantes foram desenvolvidos em parceria com a JBL.

Outra opção é o smartphone **Infinix HOT 30i**, que também traz 16 GB de memória RAM com a tecnologia Memory Fusion e 128 GB de armazenamento, indicado para quem não quer se preocupar com espaço ao salvar mídias e instalar apps. A tela de 6,6" HD+ 90 Hz é ideal para entretenimento e desempenho gráfico em jogos e vídeos. Vem com bateria de 5.000 mAh, que demanda apenas 5% da carga para manter até duas horas de chamada de voz.

"Apesar de estarmos passando por um ano desafiador no mercado de smartphones, principalmente na categoria de entrada, temos resultados muito positivos com a Infinix, que vem sendo consistente em seu crescimento desde o lançamento no Brasil. Sem dúvida, acreditamos que manteremos esse crescimento ano após ano, com uma marca cada vez mais reconhecida no mercado nacional", diz **Rivelino Gama, diretor-executivo de negócios Infinix da Positivo Tecnologia**.



Infinix Note 30 5G

Preço sugerido em 06/09/2023: R\$ 1.999,00.

Suggested price on 09/06/2023: BRL 1,999.00.



Infinix Hot 30i

Preço sugerido em 06/09/2023: R\$ 1.099,00.

Suggested price on 09/06/2023: BRL 1,099.00.

*Its highlights are two smartphones from Infinix, a brand that the company represents in Brazil. The **Infinix Note 30 5G** has high performance, 5G connectivity and 45 W fast charging technology. Among its specifications are RAM memory of up to 16 GB (8 GB + 8 GB) with Memory Fusion technology, 256 GB storage and full screen 6.78" HD+. The speakers were developed in partnership with JBL.*

*Another option is the **Infinix HOT 30i** smartphone, which also features 16 GB of RAM with Memory Fusion technology and 128 GB of storage, suitable for those who don't want to worry about space when saving media and installing apps. The 6.6" HD+ 90 Hz screen is ideal for entertainment and graphics performance in games and videos. It comes with a 5,000 mAh battery, which requires just 5% charge to maintain up to two hours of voice calls.*

*"Although we are going through a challenging year in the smartphone market, especially in the entry-level category, we have very positive results with Infinix, which has been consistent in its growth since its launch in Brazil. Without a doubt, we believe that we will maintain this growth year after year, with a brand that is increasingly recognized in the national market", says **Rivelino Gama, executive director of Infinix business at Positivo Tecnologia**.*



Rivelino Gama,
diretor-executivo de negócios
Infinix da Positivo Tecnologia
*executive director of Infinix business
at Positivo Tecnologia*

REALME

Apresenta a nova dupla da linha Number Series: **realme 11 5G** e **realme 11x 5G**. "Além de serem dispositivos com valores acessíveis, trazem especificações premium, reforçando o compromisso da marca com a democratização de tecnologias que antes eram reservadas aos aparelhos mais caros", diz **Amauri Ademar Vargas, gerente de comunicação da realme**.

O realme 11 5G possui um conjunto de câmeras formado por uma lente principal de 108 MP com zoom de até 3x, Modo Super NightScape, tecnologia de zoom automático, câmera secundária para fotos em formato retrato e uma frontal de 16 MP. O carregador de 67 W leva a bateria de 5.000 mAh de 0 a 50% em 17 minutos.

E o realme 11x 5G tem uma câmera principal de 64 MP com zoom de até 2x e Modo NightScape, uma lente secundária para fotos em formato retrato, e câmera frontal de 8 MP para selfies. O carregamento de 33 W leva a bateria de 5.000 mAh de 0 a 50% em 29 minutos. Ambos têm processador Chipset MediaTek Dimensity 6100+ 5G e 16 GB de memória RAM com a tecnologia compartilhada. Em armazenamento, o realme 11x 5G traz 128 GB e o realme 11 5G, 256 GB.

It presents the new duo in the Number Series line: **realme 11 5G** and **realme 11x 5G**. "In addition to being affordable devices, they feature premium specifications, reinforcing the brand's commitment to the democratization of technologies that were previously reserved for more expensive devices," says **Amauri Ademar Vargas, communications manager at realme**.

The realme 11 5G has a set of cameras consisting of a 108 MP main lens with up to 3x zoom, Super NightScape Mode, automatic zoom technology, a secondary camera for portrait photos and a 16 MP front camera. The 67W charger takes the 5,000 mAh battery from 0 to 50% in 17 minutes.

And the realme 11x 5G has a 64 MP main camera with up to 2x zoom and NightScape Mode, a secondary lens for portrait photos, and an 8 MP front camera for selfies. 33W charging takes the 5,000mAh battery from 0 to 50% in 29 minutes. Both have a MediaTek Dimensity 6100+ 5G chipset processor and 16 GB of RAM with shared technology. In terms of storage, the realme 11x 5G has 128 GB and the realme 11 5G has 256 GB.

realme 11x 5G

Preço sugerido em 19/09/2023: R\$ 1.999,00.

Suggested price on 09/19/2023: BRL 1,999.00.



realme 11 5G

Preço sugerido em 19/09/2023: R\$ 2.599,00.

Suggested price on 09/19/2023: BRL 2,599.00.



Amauri Ademar Vargas,
gerente de comunicação da realme
communications manager at realme

XIAOMI

Um de seus destaques é o **Redmi 12 5G**, com processador Snapdragon 4 Gen 2, que garante estabilidade no uso diário. Tem bateria com capacidade de 5.000 mAh, de longa duração, e carregador de 18 W para carga rápida. Possui esmerado design e 8,17 mm de espessura.

Na categoria intermediário premium, oferece o **Redmi Note 12 Pro 5G**, com tela AMOLED 120 Hz e design inovador. Tem alto desempenho, processador da linha MediaTek Dimensity 1080, bateria de 5.000 mAh, que dura o dia todo, e carregador com potência de 67 W. O sistema de câmeras possui três lentes com 50 MP na câmera principal, 8 MP de câmera grande-angular, 2 MP de câmera macro e 13 MP de câmera selfie.

A expectativa para essas datas é sempre muito positiva, afirma **Luciano Barbosa, head da Operação Xiaomi no Brasil**. "Estamos preparando algumas campanhas e surpresas para os nossos fãs, possibilitando que a tecnologia e a experiência Xiaomi estejam ainda mais acessíveis."

One of its highlights is the **Redmi 12 5G**, with a Snapdragon 4 Gen 2 processor, which guarantees stability in daily use. It has a long-lasting 5,000 mAh battery and an 18 W charger for quick charging. It has a careful design and is 8.17 mm thick.

In the premium intermediate category, it offers the **Redmi Note 12 Pro 5G**, with a 120 Hz AMOLED screen and innovative design. It has high performance, a MediaTek Dimensity 1080-line processor, a 5,000 mAh battery that lasts all day, and a charger with a power of 67 W. The camera system has three lenses with 50 MP in the main camera, 8 MP in the large camera - angle, 2 MP macro camera and 13 MP selfie camera.

The expectation for these dates is always very positive, says **Luciano Barbosa, head of Xiaomi Operation in Brazil**. "We are preparing some campaigns and surprises for our fans, making Xiaomi technology and experience even more accessible."



Redmi 12 5G

Preço sugerido em 13/09/2023: a partir de R\$ 1.699,99.

Suggested price on 09/13/2023: from BRL 1,699.99.



Redmi Note 12 Pro 5G

Preço sugerido em 13/09/2023: a partir de R\$ 1.999,00.

Suggested price on 09/13/2023: from BRL 1,999.00.



Luciano Barbosa,
head da Operação Xiaomi no Brasil
head of Xiaomi Operation in Brazil

BLACK FRIDAY + Natal

REFRIGERADORES

BLACK FRIDAY + CHRISTMAS / REFRIGERATORS

TVS SMARTPHONES REFRIGERADORES NOTEBOOKS LAVA-ROUPAS LAVA E SECA LAVA-LOUÇAS MONITORES ACESSÓRIOS ELETROPORTÁTEIS BICICLETAS

LG

"Black Friday e Natal são datas importantes para o varejo, portanto estamos otimistas quanto ao desempenho de vendas. Vamos lançar duas novidades para essas datas: as geladeiras **LG Top Freezer** e **LG French Door**, ambas com alta eficiência energética e ampla capacidade de armazenamento", conta **Rodrygo Silveira, gerente de produtos de linha branca da LG do Brasil**.

A LG Top Freezer tem alta tecnologia, preço mais acessível e está disponível nas cores inox, platinum e preta. Seu principal diferencial é a tecnologia Inverter, que entrega máxima economia de energia. Toda a linha tem classificação A+++. Com capacidade de 395 litros, tem recursos como a gaveta Fresh Zone, para a conservação de frutas e legumes, e Multi Air Flow, com saídas de ar que garantem temperatura uniforme em todo o refrigerador.

A outra geladeira, a LG French Door, é a maior do Brasil, com capacidade de até 695 litros. Tem freezer na parte inferior. O DoorCooling+ é um diferencial. Por uma saída de ar posicionada próximo à parte superior da porta, o eletrodoméstico atinge o resfriamento completo até 35% mais rápido do que outros modelos. Possui gavetas com controle de umidade, para melhor conservação de frutas e legumes, e máquina de gelo automática no freezer.

"Black Friday and Christmas are important dates for retail, so we are optimistic about sales performance. We will launch two new products for these dates: the **LG Top Freezer** and **LG French Door** refrigerators, both with high energy efficiency and ample storage capacity", says **Rodrygo Silveira, white goods manager at LG do Brasil**.

The LG Top Freezer has high technology, a more affordable price and is available in stainless steel, platinum and black. Its main differentiator is Inverter technology, which delivers maximum energy savings. The entire line has an A+++ rating. With a capacity of 395 liters, it has features such as the Fresh Zone drawer, for preserving fruits and vegetables, and Multi Air Flow, with air vents that guarantee a uniform temperature throughout the refrigerator.

The other refrigerator, the LG French Door, is the largest in Brazil, with a capacity of up to 695 liters. It has a freezer at the bottom. DoorCooling+ is a differentiator. Through an air outlet positioned near the top of the door, the appliance reaches complete cooling up to 35% faster than other models. It has drawers with humidity control, for better preservation of fruits and vegetables, and an automatic ice machine in the freezer.

Geladeira LG Top Freezer
LG Top Freezer Refrigerator

Preço sugerido em 15/09/2023: a partir de R\$ 3.799,00.

Suggested price on 09/15/2023: from BRL 3,799.00.



Rodrygo Silveira,
gerente de produtos de linha
branca da LG do Brasil
white goods manager at
LG do Brasil

Geladeira LG French Door
LG French Door Refrigerator

Preço sugerido em 15/09/2023: a partir de R\$ 10.499,00.

Suggested price on 09/15/2023: from BRL 10,499.00.



PANASONIC

A visão da empresa para a temporada de vendas é otimista, diz **Caio Marques, gerente-geral de marketing da Panasonic do Brasil**. "Temos grande expectativa de superar o resultado de 2022 nessas datas sazonais, acompanhando o momento do mercado e o aumento no PIB."

Seus destaques são dois lançamentos. A **geladeira duplex BB53, na versão Black Glass**, possui a tecnologia Inverter, que reduz em até 36% o consumo de energia, pois regula o compressor de acordo com a temperatura que varia conforme o abre e fecha da porta e os alimentos armazenados. O compressor é silencioso e congela os alimentos rapidamente. A porta conta com um painel de LED que acende ao ser tocado.

Outra novidade é o **refrigerador Panasonic Frost Free 397L Titânio**. Oferece muito espaço, com 262 litros de capacidade na geladeira e 125 litros no freezer. Tem sistema Inverter e selo A+++, o que certifica que o produto consome menos energia do que o de gerações anteriores. É silencioso e conta com a tecnologia antibactéria Ag², que mantém o refrigerador e os alimentos livres de bactérias, eliminando 99,9% delas.

The company's vision for the sales season is optimistic, says **Caio Marques, general marketing manager at Panasonic do Brasil**. "We have great expectations of surpassing the 2022 result on these seasonal dates, following the market momentum and the increase in GDP."

Its highlights are two releases. The **BB53 duplex refrigerator in the Black Glass version**, has Inverter technology, which reduces energy consumption by up to 36%, as it regulates the compressor according to the temperature that varies depending on the opening and closing of the door and the food stored. The compressor is silent and freezes food quickly. The door has an LED panel that lights up when touched.

Another novelty is the **Panasonic Frost Free 397L Titanium refrigerator**. It offers a lot of space, with 262 liters of capacity in the refrigerator and 125 liters in the freezer. It has an Inverter system and an A+++ seal, which certifies that the product consumes less energy than previous generations. It is silent and features Ag² antibacterial technology, which keeps the refrigerator and food free of bacteria, eliminating 99.9% of them.



Geladeira BB53 Black Glass
BB53 Black Glass Refrigerator

Preço sugerido: em 27/09/2023: R\$ 5.990,00.

Suggested price: on 09/27/2023: BRL 5,990.00.



Geladeira Panasonic Frost Free 397L Titânio
Panasonic Frost Free 397L Titanium Refrigerator

Preço sugerido em 27/09/2023: R\$ 4.548,00.

Suggested price on 09/27/2023: BRL 4,548.00.



Caio Marques,
gerente-geral de marketing da
Panasonic do Brasil
general marketing manager at
Panasonic do Brasil

SAMSUNG

Um de seus destaques é a geladeira **Side by Side RS60**, com capacidade de 602 litros, disponível no modelo inox tradicional e na nova cor black inox. "Ela conta com a tecnologia SpaceMax, que garante maior capacidade para armazenamento dos alimentos. Possui também a tecnologia All Around Cooling, da Samsung, cujas saídas de ar estrategicamente posicionadas mantêm a temperatura estável em todos os cantos do produto", conta **Ricardo Tavares, gerente sênior da divisão de home appliances da Samsung Brasil**.

Além de espaçosa, a geladeira é resistente à marca de dedos. O filtro desodorizador remove as partículas de odor e preserva o sabor da comida por mais tempo. O motor tem a tecnologia Dual Inverter, que garante mais economia de energia, maior silêncio e durabilidade: são 20 anos de garantia no motor e compressor.

Destaca, também, a **geladeira Evolution Duplex RT43**, com capacidade de 440 litros e alto nível de eficiência energética, graças à tecnologia Digital Inverter, que, além de economizar até 40% de energia, a torna uma das opções mais sustentáveis no médio e longo prazo em sua categoria. Está disponível nas cores preta, inox e branca, e tem a tecnologia Power Cool, que injeta mais ar frio na geladeira, permitindo congelar e resfriar mais rapidamente alimentos e bebidas com o toque de um botão.

One of its highlights is the **Side-by-Side RS60** refrigerator, with a capacity of 602 liters, available in the traditional stainless-steel model and in the new black stainless-steel color. "It has SpaceMax technology, which guarantees greater capacity for food storage. It also features Samsung's All-Around Cooling technology, whose strategically positioned air vents maintain a stable temperature in all corners of the product", says **Ricardo Tavares, senior manager of the home appliances division at Samsung Brasil**.

In addition to being spacious, the refrigerator is resistant to fingerprints. The deodorizing filter removes odor particles and preserves the flavor of food for longer. The engine has Dual Inverter technology, which guarantees more energy savings, greater silence, and durability: there is a 20-year warranty on the engine and compressor.

Another highlight is the **Evolution Duplex RT43** refrigerator, with a capacity of 440 liters and a high level of energy efficiency, thanks to Digital Inverter technology, which, in addition to saving up to 40% of energy, makes it one of the most sustainable options in the medium and long term in your category. It is available in black, stainless steel and white, and has Power Cool technology, which injects more cold air into the refrigerator, allowing you to freeze and cool food and drinks more quickly at touching a button.

Geladeira Samsung Side by Side RS60
Samsung Side by Side RS60 Refrigerator

Preço sugerido em 19/09/2023: R\$ 12.999,00.
Suggested price on 09/19/2023: BRL 12,999.00.



Ricardo Tavares,
gerente sênior da divisão de home appliances da Samsung Brasil
senior manager of the home appliances division at Samsung Brasil



Geladeira Samsung Evolution Duplex RT43
Samsung Evolution Duplex RT43 Refrigerator
Preço sugerido em 19/09/2023: R\$ 4.099,00.
Suggested price on 09/19/2023: BRL 4,099.00.

WHIRLPOOL

“As expectativas para a Black Friday e o Natal são boas, pois as pessoas buscam por produtos com novas tecnologias e funcionalidades para renovar os eletrodomésticos. Queremos trazer oportunidades para que o varejo possa oferecer o melhor em performance e qualidade”, diz **Gabriel Barbieri, diretor de marketing da Whirlpool.**

O **Refrigerador French Door, modelo BRO85AK, Brastemp**, na cor inox, tem capacidade de 554 litros e tecnologia Inverter, que economiza até 30% de energia. Possui o Carbon AirFilter, tecnologia Brastemp de filtragem do ar, que neutraliza odores. O painel eletrônico tem controle de temperatura e iluminação em LED, que, combinada às Infinity Shelves, prateleiras em vidro temperado com borda infinita, melhora a visibilidade dos alimentos. Tem acabamento que protege contra ferrugem e corrosão e três anos de garantia.

Da marca **Consul**, o **Refrigerador Frost Free, modelo CRM56**, tem 450 litros de capacidade e espaço flexível na porta, com compartimentos ajustáveis e mais de 10 combinações para customizar o produto. A prateleira Flex Freezer 3 em 1 possibilita armazenar no freezer itens de diferentes tamanhos. Possui fruteira, que mantém as frutas protegidas, e gavetão transparente para armazenar verduras e legumes, visualizados sem abrir a gaveta. Está disponível nas cores branca e inox.



Refrigerador French Door Brastemp BRO85AK
Brastemp BRO85AK French Door Refrigerator
Preço sugerido em 29/09/2023: R\$ 6.199,00.
Suggested price on 09/29/2023: BRL 6,199.00.



Refrigerador Frost Free Consul CRM56
Frost Free Consul CRM56 Refrigerator
Preço sugerido em 29/09/2023: R\$ 3.699,00.
Suggested price on 09/29/2023: BRL 3,699.00.



Gabriel Barbieri,
diretor de marketing da Whirlpool
marketing director at Whirlpool

“Expectations for Black Friday and Christmas are good, as people are looking for products with new technologies and features to renew their home appliances. We want to bring opportunities so that retailers can offer the best in performance and quality”, says **Gabriel Barbieri, marketing director at Whirlpool.**

The **French Door Refrigerator model BRO85AK Brastemp**, in stainless steel, has a capacity of 554 liters and Inverter technology, which saves up to 30% of energy. It has Carbon AirFilter, Brastemp air filtration technology, which neutralizes odors. The electronic panel has temperature control and LED lighting, which, combined with the Infinity Shelves, tempered glass shelves with an infinity edge, improves the visibility of food. It has a finish that protects against rust and corrosion and a three-year warranty.

From the **Consul** brand, the **Frost-Free Refrigerator model CRM56**, has 450 liters of capacity and flexible space on the door, with adjustable compartments and more than 10 combinations to customize the product. The 3-in-1 Flex Freezer shelf allows you to store items of different sizes in the freezer. It has a fruit bowl, which keeps the fruit protected, and a transparent drawer to store vegetables, viewed without opening the drawer. It is available in white and stainless-steel colors.

ACER DO BRASIL

Seus principais destaques para a Black Friday e Natal são os notebooks da linha **Nitro 5**. Nessa linha, a empresa tem equipamentos com diferentes configurações, que incluem processadores AMD Ryzen 5H e 7H, Ci5H e i7H com placas gráficas Nvidia RTX 3050, GTX 1650 e RTX 3070 Ti.

O grande diferencial nessa linha, destaca a empresa, é oferecer máquinas de alta performance com preços competitivos. São produtos que atendem a diversas demandas, desde as de jogadores iniciantes e avançados até as de profissionais que necessitam de qualidade gráfica e performance de processamento.

A expectativa para a temporada de vendas é otimista, diz **Milton Junior, gerente de produtos da Acer do Brasil**. "A Black Friday e o Natal estão entre as datas mais importantes do ano para nós, e sempre trabalhamos muito para trazer produtos inovadores e com bom preço aos consumidores. Teremos promoções em todas as nossas linhas de produtos, incluindo kits com acessórios, cupons e preços incríveis."

*Its main highlights for Black Friday and Christmas are the **Nitro 5** line notebooks. In this line, the company has equipment with different configurations, which include AMD Ryzen 5H and 7H, Ci5H and i7H processors with Nvidia RTX 3050, GTX 1650 and RTX 3070 Ti.*

The big difference in this line, highlights the company, is offering high-performance machines at competitive prices. These are products that meet diverse demands, from beginners and advanced players to professionals who require graphic quality and processing performance.

*Expectations for the sales season are optimistic, says **Milton Junior, product manager at Acer do Brasil**. "Black Friday and Christmas are among the most important dates of the year for us, and we always work hard to bring innovative and well-priced products to consumers. We will have promotions across all our product lines, including kits with accessories, coupons and incredible prices."*

Notebook Acer Nitro 5
Acer Nitro 5 Notebook

Preço sugerido em 18/09/2023: a partir de R\$ 4.000,00.

Suggested price on 09/18/2023: from BRL 4,000.00.



Milton Junior,
gerente de produtos da Acer do Brasil
product manager at Acer do Brasil

ASUS BRASIL

O foco de vendas para a Black Friday será em notebooks com processadores Intel de 11ª geração, como a família **ASUS Vivobook 15 (X1500)**. Possui notebooks com processador até Intel Core i5, 16 GB de memória RAM e 512 GB SSD. É uma família desenvolvida para quem precisa de produtividade e mobilidade, pois o peso desses notebooks é de apenas 1,8 kg.

Para o Natal, destaca notebooks como o **ASUS Zenbook 14 OLED (UX3402)**, que traz alto desempenho e design clean. É equipado com uma tela Asus Lumina OLED de 14" e resolução de 2,8 K, com certificação Pantone, processador Intel Core i7 de 12ª geração, placa de vídeo integrada Intel Iris Xe, 16 GB de memória RAM e 1 TB de armazenamento SSD.

A expectativa da empresa para o período é superar em 20% as vendas registradas no ano passado, informa o **diretor comercial da ASUS Brasil, Manuel de Castro Junior**.

The sales focus for Black Friday will be on notebooks with 11th generation Intel processors, such as the **ASUS Vivobook 15 (X1500)** family. It has notebooks with up to an Intel Core i5 processor, 16 GB of RAM and 512 GB SSD. It is a family developed for those who need productivity and mobility, as the weight of these notebooks is only 1.8 kg.

For Christmas, it highlights notebooks like the **ASUS Zenbook 14 OLED (UX3402)**, which brings high performance and a clean design. It is equipped with a 14" Asus Lumina OLED screen with 2.8K resolution, Pantone certification, 12th generation Intel Core i7 processor, integrated Intel Iris Xe graphics card, 16 GB of RAM and 1 TB of SSD storage.

The company's expectation for the period is to exceed sales recorded last year by 20%, informs the **commercial director of ASUS Brazil, Manuel de Castro Junior**.

ASUS Vivobook 15 (X1500)

Preço sugerido em 27/09/2023: a partir de R\$ 2.069,00.

Suggested price on 09/27/2023: from BRL 2,069.00.



ASUS Zenbook 14 OLED (UX3402)

ASUS Zenbook 14 OLED (UX3402)

Preço sugerido em 27/09/2023: R\$ 6.929,00.

Suggested price on 09/27/2023: BRL 6,929.00.

LENOVO

As datas são vistas com otimismo pela empresa. “Nosso maior foco é ofertar produtos inovadores que atendam às necessidades dos clientes e consumidores”, diz **Luiz Sakuma, diretor de produtos de consumo da Lenovo**. Um destaque da marca é o **notebook Yoga Slim 6i**, com design elegante, projetado para oferecer mais produtividade ao usuário em sua rotina diária. É fino (14,9 mm), pesa cerca de 1,38 kg e vem equipado com recursos de IA.

Conta com tela de 14” IPS OLED com Dolby Vision e dois alto-falantes com certificação Dolby Atmos. É apresentado em três versões de processadores: Core i3 Intel, Core i5 e Core i7. Com memória RAM de 16 GB e SSD de até 512 GB, o notebook otimiza videoconferências com cancelamento de ruído e recursos de desfoque de fundo para uma configuração mais profissional.

Outro destaque é o **Legion Slim 7**, modelo premium da linha gamer da Lenovo. É o notebook mais fino e leve da história da Lenovo Legion. Oferece alto desempenho com hardware robusto, eficaz gerenciamento térmico e soluções para os entusiastas de jogos. Seu chassi leve e ultrafino (1,9 kg e 19,9 mm) é feito em alumínio. Tem teclado retroiluminado branco e protetor de webcam, processadores AMD Ryzen 7, memória RAM até 32 GB e SSD expansível até 1 TB.

The dates are viewed with optimism by the company. “Our main focus is to offer innovative products that meet the needs of customers and consumers”, says **Luiz Sakuma, director of consumer products at Lenovo**. A highlight of the brand is the **Yoga Slim 6i notebook**, with an elegant design, designed to offer more productivity to the user in their daily routine. It is thin (14.9 mm), weighs around 1.38 kg and comes equipped with AI features.

It has a 14” IPS OLED screen with Dolby Vision and two speakers with Dolby Atmos certification. It is presented in three processor versions: Core i3 Intel, Core i5 and Core i7. With 16 GB RAM and up to 512 GB SSD, the notebook optimizes video conferences with noise cancellation and background blurring features for a more professional configuration.

Another highlight is the **Legion Slim 7**, a premium model from Lenovo’s gaming line. It is the thinnest and lightest notebook in Lenovo Legion history. It offers high performance with robust hardware, effective thermal management, and solutions for gaming enthusiasts. Its lightweight and ultra-thin chassis (1.9 kg and 19.9 mm) is made of aluminum. It has a white backlit keyboard and webcam protector, AMD Ryzen 7 processors, RAM memory up to 32 GB and SSD expandable up to 1 TB.



Luiz Sakuma,
diretor de produtos de consumo da Lenovo
director of consumer products at Lenovo



Lenovo Yoga Slim 6i

Preço sugerido em 22/09/2023: a partir de R\$ 6.999,99.

Suggested price on 09/22/2023: from BRL 6,999.99.

Lenovo Legion Slim 7

Preço sugerido em 22/09/2023: a partir de R\$ 19.999,99.

Suggested price on 09/22/2023: from BRL 19,999.99.



POSITIVO TECNOLOGIA

Os dois principais notebooks da empresa para a Black Friday e o Natal são o **Positivo Vision C14** e o **Positivo Vision C15**. Ambos se destacam pelos recursos exclusivos em suas faixas de preço, como o Lumina Bar, composto por duas barras de iluminação em LED posicionadas ao lado da webcam para uso em chamadas de vídeo, gravações e fotografias.

As teclas de setas, a enter e a backspace têm detalhes em laranja, que ajudam intuitivamente o usuário a localizá-las. Além da diferença no tamanho de telas, pois o primeiro tem 14" e o segundo 15,6", o Positivo Vision C15 possui a funcionalidade smart touch, com três botões retroiluminados customizáveis, e dois anos de garantia de fábrica.

"O Positivo Vision C14 tem bateria com duração média de 7 horas, 18,7 mm de espessura e pesa 1,4 kg. O Positivo Vision C15 tem bateria com duração média de 8 horas, 19,9 mm de espessura e pesa 1,7 kg", conta **Cinthy Ermoso, gerente de produtos da Positivo Tecnologia**.

The company's two main notebooks for Black Friday and Christmas are the **Positivo Vision C14** and the **Positivo Vision C15**. Both stand out for their exclusive features in their price ranges, such as the Lumina Bar, made up of two LED lighting bars positioned next to the webcam for use in video calls, recordings, and photographs.

The arrow keys, enter and backspace have orange details, which intuitively help the user to locate them. In addition to the difference in screen size, as the first is 14" and the second is 15.6", the Positivo Vision C15 has smart touch functionality, with three customizable backlit buttons, and a two-year factory warranty.

"The Positivo Vision C14 has an average battery life of 7 hours, is 18.7 mm thick and weighs 1.4 kg. The Positivo Vision C15 has an average battery life of 8 hours, is 19.9 mm thick and weighs 1.7 kg", says **Cinthy Ermoso, product manager at Positivo Tecnologia**.



Positivo Vision C14

Preço sugerido em 15/09/2023: R\$ 1.499,00.

Suggested price on 09/15/2023: BRL 1,499.00.



Positivo Vision C15

Preço sugerido em 15/09/2023: R\$ 1.699,00.

Suggested price on 09/15/2023: BRL 1,699.00.

VAIO

O **notebook VAIO FE15** é o destaque da marca, da qual a Positivo Tecnologia é a detentora, para a Black Friday e o Natal. Equipamento de alta performance, atende todas as atividades do usuário, como trabalhar, estudar, se entreter assistindo a filmes e séries, e acessar redes sociais e vídeos on demand.

Com design ultrafino, o equipamento é leve, pesa apenas 1,75 kg, e tem tela de 15,6". "São características muito úteis para quem está sempre em movimento e prioriza a portabilidade", diz **Cinthy Ermoso, gerente de produtos da Positivo Tecnologia**.

O VAIO FE15 está disponível em diferentes modelos, e dois deles devem se destacar na temporada de vendas. Um é o que tem processador Intel Core i3 de 12ª geração, memória RAM DDR4 de 8 GB e SSD de 256 GB. Outro, para quem busca mais desempenho, é o modelo com processador Intel Core i5 de 12ª geração, memória RAM DDR4 de 8 GB e SSD de 512 GB.

For Black Friday and Christmas the **VAIO FE15 notebook** is the brand's highlight, of which Positivo Tecnologia is the owner. High-performance equipment meets all user activities, such as working, studying, entertaining yourself by watching films and series, and accessing social networks and videos on demand.

With an ultra-thin design, the equipment is light, weighs just 1.75 kg, and has a 15.6" screen. "These are very useful features for those who are always on the move and prioritize portability", says **Cinthy Ermoso, product manager at Positivo Tecnologia**.

The VAIO FE15 is available in different models, and two of them should stand out during the sales season. One of them is 12th generation Intel Core i3 processor, 8 GB DDR4 RAM and 256 GB SSD. Another, for those looking for more performance, is the model with a 12th generation Intel Core i5 processor, 8 GB DDR4 RAM and 512 GB SSD.



Notebook VAIO FE15 com processador Intel Core i3
VAIO FE15 notebook with Intel Core i3 processor
Preço sugerido em 15/09/2023: R\$ 2.999,00.
Suggested price on 09/15/2023: BRL 2,999.00.



Notebook VAIO FE15 com processador Intel Core i5
VAIO FE15 notebook with Intel Core i5 processor
Preço sugerido em 15/09/2023: R\$ 3.499,00.
Suggested price on 09/15/2023: BRL 3,499.00.



Cinthy Ermoso,
gerente de produtos da Positivo Tecnologia
product manager at Positivo Tecnologia

MIDEA

Lança a máquina de lavar modelo **MA500, 13 kg**, branca. Seu diferencial é o sistema Anti-impacto, que propicia fechamento seguro e suave da tampa, mitigando as possibilidades de acidentes e ruídos. É a mais econômica em consumo energético de sua categoria. Lava itens grandes, como edredom, sem a preocupação de espaço, por não ter agitador. Possui 12 programas.

Tem o sistema Ciclone, que gera ondas de água com três movimentos para limpeza profunda em 360°, e tambor Water Cube, que remove manchas de vários tipos de tecidos. A tecnologia AutoClean, fluxo de água em alta velocidade, elimina resíduos entre os tambores. Possui as funções Avança Etapa, Reúso de Água e Turbo, com ciclos até 20% mais rápidos, que economizam água.

“Para nós, é essencial expandir a linha de máquinas de lavar Midea com a versão na cor branca, dada sua relevância no segmento de lavanderia nacional. Nosso objetivo é proporcionar ao consumidor um produto de excelência, prático e econômico”, diz **Eduardo Ataíde, gerente de produto de lavanderia da Midea**.

Launches the **MA500 13 kg** model washing machine, white. Its differential is the Anti-impact system, which provides safe and smooth closing of the lid, mitigating the possibility of accidents and noise. It is the most economical in energy consumption in its category. Washes large items, such as duvets, without worrying about space, as it does not have an agitator. It has 12 programs.

It has the Cyclone system, which generates waves of water with three movements for deep cleaning in 360°, and the Water Cube drum, which removes stains from various types of fabrics. AutoClean technology, high-speed water flow, eliminates residue between the drums. It has the Advance Stage, Water Reuse and Turbo functions, with cycles up to 20% faster, which save water.

“For us, it is essential to expand the Midea washing machine line with the white version, given its relevance in the national laundry segment. Our objective is to provide the consumer with an excellent, practical, and economical product”, says **Eduardo Ataíde, laundry product manager at Midea**.



Máquina de lavar Midea MA500 branca
White Midea MA500 washing machine

Preço sugerido em 03/10/2023: R\$ 1.999,00.

Suggested price on 10/03/2023: brl 1,999.00.



Eduardo Ataíde,
gerente de produto de lavanderia da Midea
laundry product manager at Midea

MUELLER

Um dos destaques para a Black Friday e o Natal é o **tanquinho Family Lite 10 kg**, ícone de vendas da Mueller. Possui dispenser para sabão e amaciante, quatro programas de lavagem e função Family Filter, supereficiente para a retenção de fiapos das roupas.

Outro destaque é o modelo **Big 20 kg**. Com sistema de drenagem de água no painel, tem quatro programas de lavagem e dispenser para sabão e amaciante, exclusivo na categoria. Possui motor com 40% a mais de torque do que o modelo anterior, o que lhe fornece força mais do que suficiente para lavar edredons ou cobertores king size. Os dois produtos estão disponíveis nas cores branca e preta.

“A expectativa da empresa é seguir crescendo nessa reta final do ano, acelerando as vendas nas categorias de primeira necessidade, especialmente os tanquinhos e as centrífugas”, diz **Luciano Dressel, diretor comercial e de marketing da unidade de lavadoras da Mueller**.

One of the highlights for Black Friday and Christmas is the **Family Lite 10 kg spin dryer**, Mueller's sales icon. It has a soap and fabric softener dispenser, four washing programs and a Family Filter function, super-efficient for retaining lint from clothes.

Another highlight is the **Big 20 kg** model. With a water drainage system on the panel, it has four washing programs and a soap and fabric softener dispenser, exclusive in the category. It has a motor with 40% more torque than the previous model, which gives it more than enough power to wash king size duvets or blankets. Both products are available in white and black.

“The company's expectation is to continue growing in this final stretch of the year, accelerating sales in the basic necessity categories, especially spin dryers and washing machines”, says **Luciano Dressel, commercial and marketing director of Mueller's washing machine unit**.



Tanquinho Mueller Family Lite 10 kg
Mueller Family Lite spin dryer 10 kg
Preço sugerido em 14/09/2023: R\$ 559,00.
Suggested price on 09/14/2023: BRL 559.00.



Tanquinho Mueller Big 20 kg
Mueller Big 20 kg spin dryer
Preço sugerido em 14/09/2023: R\$ 689,00.
Suggested price on 09/14/2023: BRL 689.00.



Luciano Dressel,
diretor comercial e de marketing da unidade
de lavadoras da Mueller
commercial and marketing director of Mueller's
washing machine unit

PANASONIC

Traz dois produtos para as datas: a **máquina de lavar NAF180P7T**, com nova capacidade de 18 kg. O modelo economiza 28 litros de água por ciclo na comparação com produtos da mesma categoria. O sistema Ciclone remove as manchas mais difíceis ao liberar jatos de água em movimentos distintos, sem a necessidade do agitador central. Possui o sistema Antibactéria Ag, que elimina 99,9% da proliferação de vírus e bactérias por meio das partículas de prata.

O segundo produto é a **máquina de lavar Panasonic Lavagem Inteligente 17 kg Branca NAF170B7W**. Também conta com o sistema Ciclone para remover manchas mais difíceis, tem maior espaço interno e economiza 28 litros de água por lavagem. A tecnologia Smartsense ajusta o nível de água de acordo com o peso da roupa, evitando o desperdício e proporcionando uma lavagem eficiente.

“O mercado de máquinas de lavar voltou a apresentar crescimento nos últimos dois meses. Por isso, estamos em um bom momento para esperar ótimas vendas durante a Black Friday e o Natal”, diz **Caio Marques, gerente-geral de marketing da Panasonic do Brasil**.

*It brings two products to the dates: the **NAF180P7T washing machine**, with a new capacity of 18 kg. The model saves 28 liters of water per cycle compared to products in the same category. The Cyclone system removes the most difficult stains by releasing jets of water in distinct movements, without the need for a central agitator. It has the Antibacteria Ag system, which eliminates 99.9% of the proliferation of viruses and bacteria through silver particles.*

*The second product is the **Panasonic Washing Intelligent 17 kg White NAF170B7W washing machine**. It also has the Cyclone system to remove more difficult stains, has greater internal space and saves 28 liters of water per wash. Smartsense technology adjusts the water level according to the weight of the clothes, avoiding waste and providing efficient washing.*

*“The washing machine market has shown growth again in the last two months. Therefore, we are in a good time to expect great sales during Black Friday and Christmas”, says **Caio Marques, general marketing manager at Panasonic do Brasil**.*



Máquina de lavar Panasonic NAF180P7T
Panasonic NAF180P7T washing machine

Preço sugerido em 27/09/2023: R\$ 2.519,00.

Suggested price on 09/27/2023: BRL 2,519.00.



Máquina de lavar Panasonic NAF170B7W
Panasonic NAF170B7W washing machine

Preço sugerido em 27/09/2023: R\$ 3.299,00.

Suggested price on 09/27/2023: BRL 3,299.00.

SAMSUNG

Seus destaques são as máquinas de lavar **WW4000 10 kg** e **WW4000 11 kg**, lançadas no início deste ano. O motor dos produtos tem 20 anos de garantia. Contam com a tecnologia Digital Inverter, que economiza energia, e modo de lavagem rápida, de 15 minutos. O design do tambor Diamond Drum é delicado com as roupas, pois seus pequenos relevos em formato de diamante têm uma tecnologia que reduz o atrito e evita que as roupas desfiem durante a lavagem.

Possuem, também, a tecnologia de lavagem do Tambor Eco, que remove 99,9% das bactérias causadoras de odor sem a utilização de produtos químicos. Isso mantém o tambor limpo de modo mais ecológico. Para garantir roupas sem resíduos de sabão, a função Enxaguar+ utiliza mais água e uma agitação poderosa para que fiquem bem limpas e macias, o que ajuda quem tem pele mais sensível.

"A nossa maior expectativa quanto à Black Friday e ao Natal é mantermos a liderança dos últimos anos no segmento de máquinas de lavar", informa **Ricardo Tavares, gerente sênior da divisão de home appliances da Samsung Brasil.**

*Its highlights are the **WW4000 10 kg** and **WW4000 11 kg** washing machines, launched at the beginning of this year. The products' motor has a 20-year warranty. They feature Digital Inverter technology, which saves energy, and a quick 15-minute wash mode. The design of the Diamond Drum is gentle on clothes, as its small diamond-shaped reliefs have a technology that reduces friction and prevents clothes from fraying during washing.*

They also have the Eco Drum washing technology, which removes 99.9% of odor-causing bacteria without the use of chemicals. This keeps the drum clean in a more environmentally friendly way. To ensure clothes are free from soap residue, the Rinse+ function uses more water and powerful agitation so that they are very clean and soft, which helps those with more sensitive skin.

*"Our biggest expectation regarding Black Friday and Christmas is to maintain the leadership of recent years in the washing machine segment", informs **Ricardo Tavares, senior manager of the home appliances division at Samsung Brasil.***



Lavadora Samsung WW4000 11 kg
Samsung WW4000 11 kg washing machine
Preço sugerido em 18/09/2023: R\$ 3.299,00.
Suggested price on 09/18/2023: BRL 3,299.00.



Lavadora Samsung WW4000 10 kg
Samsung WW4000 10 kg washing machine
Preço sugerido em 18/09/2023: R\$ 2.949,00.
Suggested price on 09/18/2023: BRL 2,949.00.

WHIRLPOOL

A **lavadora Brastemp 16 kg Double Wash BWD16** tem a exclusiva tecnologia Double Wash, ou seja, dois cestos independentes, permitindo a lavagem de roupas coloridas e brancas ao mesmo tempo sem manchar. Possui também o ciclo Tira Manchas Advanced, que remove mais de 40 tipos de manchas – de gordura à caneta. Os modelos Brastemp lavam edredons de vários tamanhos. O de 16 kg lava até o king size.

Outra sugestão é a **máquina de lavar Consul 17 kg, modelo CWK17AB, com lavagem econômica e ciclo Edredom**. Tem soluções como o nível de sujeira da roupa (muito suja, suja e pouco suja), executando a limpeza conforme a sua intensidade. Lava edredons até o tamanho king size. Seu sistema lavagem Eco permite o reúso da água. Basta o consumidor direcionar a mangueira para um balde quando indicado no painel do produto.

“Tanto a Brastemp quanto a Consul têm investido em inovações para melhor atender às necessidades do mercado, com lançamentos de produtos de alta performance, design e tecnologia, como esses dois destaques para o varejo nessas datas”, diz **Gabriel Barbieri, diretor de marketing da Whirlpool**.

The **Brastemp 16 kg Double Wash BWD16 washer** has the exclusive Double Wash technology, that is, two independent baskets, allowing you to wash colored and white clothes at the same time without staining. It also has the Advanced Stain Remover cycle, which removes more than 40 types of stains – from grease to pen stains. Brastemp models wash duvets of various sizes. The 16 kg washes up to king size.

Another suggestion is the **Consul 17 kg washing machine, model CWK17AB with economical washing and Duvet cycle**. It has solutions such as the level of dirt on the clothes (very dirty, dirty, and lightly dirty), cleaning according to the intensity. Washes duvets up to king size. Its Eco washing system allows water to be reused. The consumer simply directs the hose to a bucket when indicated on the product panel.

“Both Brastemp and Consul have invested in innovations to better meet market needs, with launches of high-performance, design and technology products, such as these two highlights for retail on these dates”, says **Gabriel Barbieri, marketing director at Whirlpool**.



Lavadora 16 kg Double Wash Brastemp BWD16
16 kg Double Wash Brastemp BWD16 washing machine

Preço sugerido em 29/09/2023: R\$ 3.499,00.

Suggested price on 09/29/2023: BRL 3,499.00.

Máquina de lavar Consul 17 kg com lavagem econômica e ciclo Edredom CWK17AB
Consul 17 kg washing machine with economical washing and Duvet cycle CWK17AB

Preço sugerido em 29/09/2023: R\$ 2.369,00

Suggested price on 09/29/2023: BRL 2,369.00.

LG

Sua **LG WashTower** traz um novo conceito de lavanderia premium, pois é uma lavadora e secadora vertical, com portas de vidro temperado e acabamento de aço escovado. Com 17 kg de capacidade na lavadora e 16 kg na secadora, o principal destaque fica por conta da Inteligência Artificial (IA), que detecta qual tipo de roupa vai ser lavada e escolhe os movimentos de lavagem e a temperatura da secagem correta. O pareamento smart conecta lavadora e secadora, programando os ciclos da secadora automaticamente. Também é possível higienizar as roupas a seco, eliminando ácaros e bactérias com o vapor.

Outro produto é a **lava e seca Smart LG 13 kg Titanium**. Também utiliza IA para otimizar o processo de higienização das roupas. Isso é possível por conta do sistema AI DD (Artificial Intelligence Direct Drive), que analisa o peso e os tipos de tecido dentro do tambor, com base em um estudo de 20 mil combinações de lavagens acumuladas. Fornece o melhor padrão de lavagem e protege as roupas até 18% mais que os equipamentos tradicionais. Conta com portas de vidro temperado, resistente a altas temperaturas e impacto, e é instalada com travas. A parte externa é robusta, e o cesto interno é fabricado com aço inox.

"A Black Friday e o Natal representam períodos cruciais para o setor varejista. Por isso, nutrimos um grande otimismo quanto ao desempenho de vendas em produtos essenciais, como as máquinas que lavam e secam", diz **Rodrygo Silveira, gerente de produtos de linha branca da LG do Brasil**.

*Its **LG WashTower** brings a new concept of premium laundry, as it is a vertical washer and dryer, with tempered glass doors and brushed steel finish. With 17 kg of capacity in the washer and 16 kg in the dryer, the main highlight is Artificial Intelligence (AI), which detects what type of clothes will be washed and chooses the washing movements and the correct drying temperature. Smart pairing connects washer and dryer, programming dryer cycles automatically. It is also possible to dry clean clothes, eliminating mites and bacteria with steam.*

*Another product is the **Smart LG 13 kg Titanium washer and dryer**. It also uses AI to optimize the clothes cleaning process. This is possible due to the AI DD (Artificial Intelligence Direct Drive) system, which analyzes the weight and types of fabric inside the drum, based on a study of 20 thousand combinations of accumulated washes. Provides the best washing standard and protects clothes up to 18% more than traditional equipment. It has tempered glass doors, resistant to high temperatures and impact, and is installed with locks. The external part is robust, and the internal basket is made of stainless steel.*

*"Black Friday and Christmas represent crucial periods for the retail sector. Therefore, we are very optimistic about the sales performance of essential products, such as washing and drying machines", says **Rodrygo Silveira, white goods manager at LG do Brasil**.*



Lava e seca Smart LG 13 kg Titanium
Smart LG 13 kg Titanium washer and dryer

Preço sugerido em 15/09/2023: R\$ 4.999,00.
Suggested price on 09/15/2023: BRL 4,999.00.

Lava e seca LG WashTower 17 kg
LG WashTower 17 kg washer and dryer

Preço sugerido em 15/09/2023: R\$ 25.999,00.
Suggested price on 09/15/2023: BRL 25,999.00.



PHILCO

Destaca as lavadoras e secadoras 2 em 1, **PLS11T** e **PLS11B**. A primeira é Invertplus, propicia mais economia de energia, é silenciosa e tem vida útil maior que o produto convencional. Com capacidade de 10 kg para lavagem e 7 kg para secagem, permite escolher velocidade, temperatura da água e opção de secagem. Tem 16 programas de operação, tecnologia Optimuwash, design especial no cesto, que otimiza a lavagem sem danificar o tecido, sistema de segurança, desligamento automático e dispenser com três compartimentos.

A lavadora e secadora Philco PLS11B também é Inverter e tem 16 programas de lavagem. Com capacidade de 10 kg para lavagem e 7 kg para secagem, possui classificação A. Conta com travamento do painel e tecnologia Power Off Memory, que salva as configurações em caso de queda de energia e retoma o trabalho a partir do momento da interrupção. A função Reload possibilita adicionar peças de roupa durante um ciclo já iniciado.

“Esperamos crescimento maior de vendas nessa categoria. Os custos internacionais de frete e câmbio ajudaram a reajustar a categoria para baixo”, afirma **Emerson Wojcik, diretor comercial de linha branca da Philco.**

Highlights the 2-in-1 washers and dryers, **PLS11T** and **PLS11B**. The first is Invertplus, which provides more energy savings, is silent and has a longer useful life than the conventional product. With a capacity of 10 kg for washing and 7 kg for drying, it allows you to choose speed, water temperature and drying option. It has 16 operating programs, Optimuwash technology, special design in the basket, which optimizes washing without damaging the fabric, safety system, automatic shutdown, and dispenser with three compartments.

The Philco PLS11B washer and dryer is also inverter and has 16 washing programs. With a capacity of 10 kg for washing and 7 kg for drying, it is rated A energy consumption. It has a panel lock and Power Off Memory technology, which saves the settings in the event of a power outage and resumes work from the moment of interruption. The Reload function makes it possible to add items of clothing during a cycle that has already started.

“We expect greater sales growth in this category. International freight and exchange costs helped to readjust the category downwards”, says **Emerson Wojcik, commercial director of white goods at Philco.**

Lavadora e secadora Philco PLS11T Invertplus 10 kg/7 kg
Philco PLS11T Invertplus 10 kg/7 kg washer and dryer

Preço sugerido em 20/09/2023: R\$ 3.399,00.

Suggested price on 09/20/2023: BRL 3,399.00.



Lavadora e secadora Philco PLS11B 10 kg Inverter 16 programas
Philco PLS11B washer and dryer 10 kg Inverter 16 programs

Preço sugerido em 20/09/2023: R\$ 3.099,00.

Suggested price on 09/20/2023: BRL 3,099.00.



Emerson Wojcik,
diretor comercial de linha
branca da Philco
*commercial director of white
goods at Philco*

SAMSUNG

Sua **lava e seca de 11 kg, modelo WD11A**, em branco ou em aço inox, tem o menor consumo de água do mercado, gera mais economia de energia e menos barulho na lavagem de roupas. O motor, com a tecnologia Digital Inverter, tem garantia de 20 anos. Conta com a função 3 em 1, para lavar, secar e esterilizar a seco. A tecnologia exclusiva Ecobubble produz bolhas de sabão para tornar a lavagem mais cuidadosa. Facilita em 40 vezes a penetração do sabão no tecido.

Com 13 kg de capacidade, a **lava e seca Samsung WD13T** se destaca por ser conectada com o ecossistema SmartThings, que identifica os hábitos de lavagem do usuário e recomenda os ciclos. No app SmartThings, é possível programar o horário da lavagem e obter dicas sobre os ciclos variados. "A função QuickDrive reduz o tempo de lavagem em até 50% com a tecnologia Q-Bubble de movimento do tambor", afirma Ricardo Tavares, gerente sênior da divisão de home appliances da Samsung Brasil. Com o ciclo Super Speed, uma carga de roupas é lavada em apenas 39 minutos.

Its **11 kg washer and dryer, model WD11A**, in white or stainless steel, has the lowest water consumption on the market, generates more energy savings and less noise when washing clothes. The engine, with Digital Inverter technology, has a 20-year warranty. It has a 3-in-1 function to wash, dry and dry sterilize. The exclusive Ecobubble technology produces soap bubbles to make washing more careful. It makes it 40 times easier for soap to penetrate the fabric.

With 13 kg of capacity, the **Samsung WD13T washer and dryer** stands out for being connected to the SmartThings ecosystem, which identifies the user's washing habits and recommends cycles. In the SmartThings app, you can program your washing time and get tips on the different cycles. "The QuickDrive function reduces washing time by up to 50% with Q-Bubble drum movement technology", says Ricardo Tavares, senior manager of the home appliances division at Samsung Brasil. With the Super Speed cycle, a load of clothes is washed in just 39 minutes.

Lava e seca Samsung WD11A Ecobubble 11 kg
Samsung WD11A Ecobubble 11 kg washer and dryer

Preço sugerido em 18/09/2023: R\$ 4.099,00.

Suggested price on 09/18/2023: BRL 4,099.00.



Lava e seca Samsung WD13T Smart Inox 13 kg
WD13T Smart Inox washer and dryer 13 kg

Preço sugerido em 18/09/2023: R\$ 5.299,00.

Suggested price on 09/18/2023: BRL 5,299.00.

ELECTROLUX

Os destaques são as **lava-louças LL10X e LL14X**. A diferença entre elas é a quantidade de louças que podem ser lavadas. A LL10X tem 44,8 cm de largura da bandeja e a LL14X, 59,8 cm. Com moderno design e display digital com controle de tempo, os produtos contam com a função higienizar compras. Dispõem do Programa Inteligente AutoSense, em que sensores identificam o nível de sujeira das louças e selecionam automaticamente o melhor ciclo de lavagem.

As lava-louças também vêm com o Programa Adiar Início, que permite que o ciclo seja programado para o momento ideal. A função Pré-Lavar enxágua e tira o excesso da sujeira sem deixar resíduos e odores, permitindo o acúmulo de grande quantidade de louças para a utilização do ciclo completo. E a função Trava Pannel evita o acionamento indevido, oferecendo maior segurança ao usuário.

“Nossa expectativa é de grande demanda do mercado para a lava-louças, categoria que se desenvolveu muito desde a pandemia. Vem aumentando cada vez mais a sua penetração nos lares”, informa **Aline Casarejos, gerente de categoria no Electrolux Group**.

The highlights are the **LL10X and LL14X dishwashers**. The difference between them is the number of dishes that can be washed. The LL10X has a tray width of 44.8 cm and the LL14X has a tray width of 59.8 cm. With a modern design and digital display with time control, the products have the function to sanitize purchases. They feature the AutoSense Intelligent Program, in which sensors identify the level of dirt on dishes and automatically select the best washing cycle.

The dishwashers also come with the Programa Adiar Início (Delay Start Program), which allows the cycle to be programmed for the ideal time. The Pre-Wash function rinses and removes excess dirt without leaving residues or odors, allowing the accumulation of a large quantity of dishes for use in the complete cycle. And the Panel Lock function prevents improper activation, offering greater security to the user.

“We expect great market demand for dishwashers, a category that has developed a lot since the pandemic. Its penetration in homes is increasing more and more”, informs **Aline Casarejos, category manager at Electrolux Group**.



Lava-louças Electrolux LL10X
Electrolux LL10X dishwasher

Preço sugerido em 18/09/2023: R\$ 4.329,00.

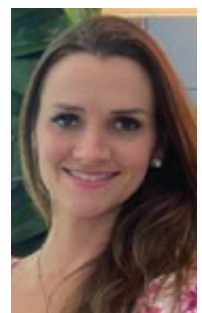
Suggested price on 09/18/2023: BRL 4,329.00.



Lava-louças Electrolux LL14X
Electrolux LL14X dishwasher

Preço sugerido em 18/09/2023: R\$ 4.599,00.

Suggested price on 09/18/2023: BRL 4,599.00.



Aline Casarejos,
gerente de categoria no Electrolux Group
category manager at Electrolux Group

PHILCO

Seu mais recente lançamento e principal destaque para a Black Friday e o Natal é a **lava-louças Philco PLL14ID Digital**. São sete programas de lavagem – intenso, médio, ECO, vidros, 90 min, modo rápido e autolimpeza ou talheres – e 14 serviços, ou seja, lava as louças de 14 jogos por ciclo de lavagem. Tem largura de 59,8 cm.

A lava-louças também é equipada com filtro de resíduos, para evitar que alimentos bloqueiem os tubos ou componentes internos. Possui trava do painel e sistema de proteção contra transbordamento, oferecendo mais segurança para a família.

“O produto é muito procurado por sua praticidade e pela economia de tempo que oferece no dia a dia”, conta **Emerson Wojcik, diretor comercial de linha branca da Philco**.

*Its latest launch and main highlight for Black Friday and Christmas is the **Philco PLL14ID Digital dishwasher**. There are seven washing programs – intense, medium, ECO, windows, 90 min, quick mode and self-cleaning or cutlery – and 14 services, that is, it washes 14 sets of dishes per wash cycle. It is 59.8 cm wide.*

The dishwasher is also equipped with a residue filter to prevent food from blocking the pipes or internal components. It has a panel lock and overflow protection system, offering greater security for the family.

*“The product is highly sought after due to its practicality and the time savings it offers in everyday life”, says **Emerson Wojcik, commercial director of white goods at Philco**.*



Lava-louças Philco PLL14ID Digital 14 Serviços
Philco PLL14ID Digital dishwasher 14 Services

Preço sugerido em 20/09/2023: R\$ 3.399,90.

Suggested price on 09/20/2023: BRL 3,399.90.

AOC

Indica o **Monitor AOC Hero Quad – Q27G2**. “Ele não é só um dos grandes destaques da Black Friday e Natal, mas também é o destaque do ano de 2023”, afirma **Bruno Morari, diretor de marketing e produto da AOC**. É o primeiro da marca com resolução QHD (2560 x 1440 pixels) de produção local. Com 27”, o tamanho ideal para jogar em QHD, tem taxa de atualização de 155 Hz e 1 ms de tempo de resposta. Conta com painel LCD VA, que proporciona ótima qualidade de contraste e de cenas de alta e baixa luminosidade.

Outro monitor é o **Agon AG275QXR**, com design único, desenvolvido nas cores branca e rosa, o que é um diferencial. Com 27” e resolução QHD, tem taxa de atualização de 170 Hz, 1 ms de tempo de resposta e tecnologia NVIDIA G-Sync garantindo um gameplay veloz, sem cortes ou efeito fantasma. Os dois monitores foram projetados com ajustes de altura, inclinação, giro e pivô, isso tudo para garantir a melhor configuração ergonômica para proteger o usuário da fadiga física.”

Indicates the **AOC Hero Quad Monitor – Q27G2**. “the t is not biggest highlights of Black Friday and Christmas, but it is also the biggest highlight of 2023”, says **Bruno Morari, marketing and product director at AOC**. It is the brand’s first with QHD resolution (2560 x 1440 pixels) produced locally. At 27”, the ideal size for gaming in QHD, it has a refresh rate of 155 Hz and 1 ms response time. It has a VA LCD panel, which provides excellent contrast quality and high and low light scenes.

Another monitor is the **Agon AG275QXR**, with a unique design, developed in white and pink, which is a differentiator. With 27” and QHD resolution, it has a refresh rate of 170 Hz, 1 ms response time and NVIDIA G-Sync technology ensuring fast gameplay, without cuts or ghosting effect. The two monitors were designed with height, tilt, swivel and pivot adjustments, all to ensure the best ergonomic configuration to protect the user from physical fatigue.”



Monitor AOC Hero Quad Q27G2
AOC Hero Quad Q27G2 Monitor

Preço sugerido em 15/09/2023: R\$ 1.899,00.

Suggested price on 09/15/2023: BRL 1,899.00.



Monitor AOC AGON Branco e Rosa AG275QXR
AOC AGON White and Pink Monitor AG275QXR

Preço sugerido em 15/09/2023: R\$ 3.499,00.

Suggested price on 09/15/2023: BRL 3,499.00.



Bruno Morari,
diretor de marketing e produtos da AOC
director of marketing and products at AOC

LG

Destaca os monitores de toda a linha gamer e semi-gamer. Em especial, os modelos da linha gamer **LG UltraGear 24GN60R** e **27GN65R** de 24" e 27" respectivamente, ambos com resolução Full HD, painel IPS, tempo de resposta de 1 ms e 144 Hz de taxa de atualização. O monitor 27GN65R tem tela com tecnologia IPS e resolução Full HD (1920 x 1080) em proporção 16:9 Widescreen. É compatível com G-Sync testado e oficialmente validado pela Nvidia. Reduz as rupturas e rasgos durante jogos de ação.

O monitor LG UltraGear 24GN60R também tem resolução Full HD e tela IPS, compatível com G-Sync. Por ter painel menor, é uma ótima opção na relação custo-benefício, pois garante os mesmos recursos do modelo maior. "O objetivo da marca é expandir ainda mais o market share, aumentando a oferta e distribuição no mercado com ampliação dos canais de venda nas polegadas de 24" e 27", que correspondem aos dois segmentos mais relevantes do mercado gamer", diz **Leonardo Almeida, gerente sênior de IT e B2B da LG Brasil**.

Highlights monitors from the entire gamer and semi-gamer line. In particular the gaming line models **LG UltraGear 24GN60R** and **27GN65R** measuring 24" and 27" respectively, both with Full HD resolution, IPS panel, 1 ms response time and 144 Hz refresh rate. The 27GN65R monitor has a screen with IPS technology and Full HD resolution (1920 x 1080) in a 16:9 Widescreen aspect ratio. It is G-Sync compatible, tested and officially validated by Nvidia. Reduces breakages and tears during action games.

The LG UltraGear 24GN60R monitor also has Full HD resolution and an IPS screen, compatible with G-Sync. Because it has a smaller panel, it is a great cost-benefit option, as it guarantees the same features as the larger model. "The brand's objective is to further expand market share, increasing supply and distribution in the market by expanding sales channels in the 24" and 27" inches, which correspond to the two most relevant segments of the gamer market", says **Leonardo Almeida, senior IT and B2B manager at LG Brasil**.



Monitor LG UltraGear Full HD IPS 24GN60R
LG Ultragear Full HD IPS 24GN60R Monitor

Preço sugerido em 18/09/2023: R\$ 1.299,00.

Suggested price on 09/18/2023: BRL 1,299.00.



Monitor LG UltraGear Full HD IPS 27GN65R
LG Ultragear Full HD IPS 27GN65R Monitor

Preço sugerido em 18/09/2023: R\$ 1.499,00.

Suggested price on 09/18/2023: BRL 1,499.00.



Leonardo Almeida,
gerente sênior de IT e B2B da LG Brasil
senior IT and B2B manager at LG Brasil

SAMSUNG

Amplia a linha de monitores gamers. A tela super ultrawide da marca recebeu nova versão no **Odyssey OLED G9**. O monitor tem a tecnologia exclusiva de pontos quânticos da Samsung, que gera cores mais precisas e alta intensidade de brilho. O tempo de resposta é de apenas de 0,03 ms, evitando o efeito ghost em jogos de alta velocidade. A taxa de atualização pode chegar até a 240 Hz, permitindo ao jogador não perder nenhum detalhe dos movimentos de seu adversário e reagir rápido. Tem tela curva de 49", equivalente a dois monitores de 27" lado a lado, com proporção de 32:9, para mais imersão no jogo, e tecnologia HDR, que reproduz maior gama de cores e nível de contraste.

O monitor **Odyssey G30** tem 24", taxa de atualização de 144 Hz, tempo de resposta de 1 ms, e suporte ergonômico que permite girar, inclinar e ajustar a altura. O design sem bordas em três lados revela o máximo de área jogável, e o modo Eye Saver minimiza a luz azul para manter os olhos dos jogadores relaxados. "Estamos ajustando os últimos detalhes para realizar uma campanha bem forte ao varejo na Black Friday e Natal, com muitas oportunidades de combos, nas quais quem adquirir um produto poderá levar outro gratuitamente", diz Marina Correia, gerente de monitores da Samsung Brasil.

*Expands the line of gaming monitors. The brand's super ultrawide screen received a new version in the **Odyssey OLED G9**. The monitor has Samsung's exclusive quantum dot technology, which generates more accurate colors and high brightness. The response time is just 0.03 ms, avoiding ghosting effect in high-speed games. The refresh rate can reach up to 240 Hz, allowing the player not to miss any details of his opponent's movements and to react quickly. It has a 49" curved screen, equivalent to two 27" monitors side by side, with a 32:9 aspect ratio, for more immersion in the game, and HDR technology, which reproduces a greater range of colors and contrast level.*

*The **Odyssey G30** monitor is 24", 144 Hz refresh rate, 1 millisecond response time, and ergonomic stand that allows you to rotate, tilt and adjust the height. The three-sided borderless design reveals maximum playable area, and Eye Saver mode minimizes blue light to keep gamers' eyes relaxed. "We are adjusting the last details to carry out a very strong retail campaign on Black Friday and Christmas, with many opportunities for combos, in which anyone who purchases one product will be able to get another for free", says Marina Correia, monitor manager at Samsung Brasil.*



Monitor Samsung Odyssey G30
Samsung Odyssey G30 Monitor

Preço sugerido em 18/09/2023: R\$ 1.299,00.

Suggested price on 09/18/2023: BRL 1,299.00.

Monitor Samsung Odyssey OLED G9

Samsung Odyssey OLED G9 Monitor

Preço sugerido em 18/09/2023: R\$ 11.999,00.

Suggested price on 09/18/2023: BRL 11,999.00.



Marina Correia,
gerente de monitores da Samsung Brasil
monitor manager at Samsung Brasil

HARMAN

Um dos destaques é o fone de ouvido TWS gamer com conexão estável de baixa latência, o **JBL Quantum TWS Air**. Possui design de fácil adaptabilidade nos ouvidos e tecnologia Quantum Surround, que oferece som imersivo e nitidez, além da baixa latência para jogos em smartphones. Também pode ser usado em viagens, pois tem até 24h de som, com 8 horas de duração da bateria e até 16 horas no estojo de carregamento. Com a tecnologia JBL Dual Source, permite conexão ao PC e dispositivo Bluetooth ao mesmo tempo.

Outro destaque é **a barra de som JBL Bar 1300X de 11.1.4 canais**, que oferece experiência de home theater. São 11 canais reproduzindo o áudio principal, como diálogos, músicas e efeitos sonoros centrais. Tem um canal de sons graves profundos, como explosões, e quatro canais para criar efeito de som tridimensional. Possui seis alto-falantes, quatro na barra e dois surrounds removíveis, alimentados por bateria de até 12 horas. Com as caixas de som destacáveis sem fio, é possível levar os alto-falantes para outros ambientes, tudo configurado por meio do aplicativo exclusivo JBL One App.

“Como líder global do segmento de áudio, nos últimos anos a Harman vem fortalecendo cada vez mais sua presença no mercado de fones de ouvido True Wireless (TWS) e headphones, seja com JBL ou Harman Kardon”, diz **Luciano Sasso, vice-presidente de vendas e marketing para Latam da Harman**.

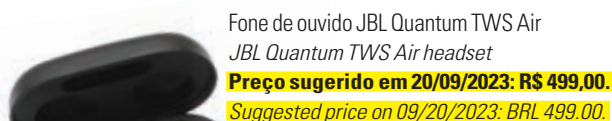
One of the highlights is the TWS gamer headset with a stable low latency connection, the **JBL Quantum TWS Air**. It has a design that is easy to adapt to the ears and Quantum Surround technology, which offers immersive sound and clarity, in addition to low latency for smartphone games. It can also be used when traveling, as it has up to 24 hours of sound, with 8 hours of battery life and up to 16 hours in the charging case. With JBL Dual Source technology, it allows connection to a PC and a Bluetooth device at the same time.

Another highlight is the **11.1.4 channel soundbar JBL Bar 1300X**, which offers a home theater experience. There are 11 channels reproducing the main audio, such as dialogue, music, and central sound effects. It has one channel for deep bass sounds, like explosions, and four channels for creating three-dimensional sound effects. It has six speakers, four on the bar and two removable surrounds, powered by a battery life of up to 12 hours. With the detachable wireless speakers, you can take the speakers to other environments, all configured through the exclusive JBL One App.

“As a global leader in the audio segment, in recent years Harman has increasingly strengthened its presence in the True Wireless earphones (TWS) and headphones market, whether with JBL or Harman Kardon”, says **Luciano Sasso, vice president of sales and marketing for Latam at Harman**.



Luciano Sasso, vice-presidente de vendas e marketing para Latam da Harman
vice president of sales and marketing for Latam at Harman



Fone de ouvido JBL Quantum TWS Air
JBL Quantum TWS Air headset

Preço sugerido em 20/09/2023: R\$ 499,00.
Suggested price on 09/20/2023: BRL 499.00.



Barra de som JBL Bar 1300X de 11.1.4 canais
JBL Bar 1300X soundbar with 11.1.4 channels

Preço sugerido em 20/09/2023: R\$ 9.999,00.
Suggested price on 09/20/2023: BRL 9,999.00.

LOGITECH

O **teclado MX Keys S** conta com iluminação inteligente: a luz de fundo das teclas acende quando as mãos do usuário se aproximam do teclado e automaticamente se apaga quando não há digitação. Com o software Logi Option+, é possível ajustar a intensidade das luzes. O MX Keys S tem carregamento via USB-C e permite autonomia de bateria de até 10 dias com uma carga completa. Também traz dupla conectividade: Bluetooth e receptor USB (incluso).

Outro destaque é o **mouse G705**, da coleção Aurora. É um dos poucos sem fio para jogos e tem iluminação RGB. Conta com seis botões programáveis, bateria recarregável e conexão Bluetooth. É compatível com Windows, macOS, iPadOS e iOS. Pesa apenas 85 gramas e tem bateria de longa duração, permitindo até 40 horas de uso contínuo.

“Os produtos para office na linha MX Anywhere e MX Keys S contam com longa duração de bateria e precisão, grandes aliados para uma ótima produtividade”, diz **Ricardo Filó, head de marketing da Logitech Brasil**.

The **MX Keys S keyboard** has intelligent lighting: the backlighting of the keys turns on when the user's hands approach the keyboard and automatically turns off when there is no typing. With the Logi Option+ software, you can adjust the intensity of the lights. The MX Keys S charges via USB-C and allows for a battery life of up to 10 days on a full charge. It also has dual connectivity: Bluetooth and USB receiver (included).

Another highlight is the **G705 mouse**, from the Aurora collection. It is one of the few wireless mice for gaming and has RGB lighting. It has six programmable buttons, rechargeable battery, and Bluetooth connection. It is compatible with Windows, macOS, iPadOS and iOS. It weighs just 85 grams and has a long-lasting battery, allowing up to 40 hours of continuous use.

“The office products in the MX Anywhere and MX Keys S line have long battery life and precision, big allies for great productivity”, says **Ricardo Filó, head of marketing at Logitech Brasil**.



Teclado sem fio Logitech MX Keys S
Logitech MX Keys S wireless keyboard

Preço sugerido em 14/09/2023: R\$ 859,90.
Suggested price on 09/14/2023: BRL 859.90.



Mouse sem fio Logitech G705
Logitech G705 wireless mouse

Preço sugerido em 14/09/2023: R\$ 499,90.
Suggested price on 09/14/2023: BRL 499.90.



Ricardo Filó,
head of marketing da Logitech Brasil
head of marketing at Logitech Brasil

OEX

Seu **headset gamer Spark HS317G** tem som virtual surround 5.1 e é multiplataforma, compatível com PS5, PS4, Nintendo Switch, PC, Mac e dispositivos móveis. Tem três tipos de conexões: rede 2,4 GHz, cabo USB e Bluetooth. O controle é acoplado com funções para áudio e microfone. A haste é ajustável, para maior conforto, e os alto-falantes são acolchoados. O microfone é removível. O cabo tem 2,1 metros de comprimento.

A **pulseira Smartwatch Partner Ultra PS302** é relógio e calendário. Mede frequência cardíaca e passos, calcula calorias queimadas e monitora o sono. Usa conexão Bluetooth versão 5.2 e sincroniza os dados com o app WeatFit Pro, em português, disponível de graça na Apple Store e no Google Play. Compatível com iOS 10 e Android 5.0, é à prova d'água, com certificação IP67: pode ficar imersa por 30 minutos seguidos. Vem com pulseira de silicone e uma de tecido. Tem display colorido e bateria de 200 mAh, com recarga em carregador sem fio.

"A empresa espera incremento de aproximadamente 10% no faturamento em relação ao mesmo período do ano passado. É preciso se preparar para as vendas nessas datas competitivas, com produtos de alta qualidade", diz **Marcelo Sztajn, diretor-executivo da OEX**.

The **Spark HS317G Gamer Headset** has 5.1 virtual surround sound and is multiplatform, compatible with PS5, PS4, Nintendo Switch, PC, Mac, and mobile devices. It has three types of connections: 2.4 GHz network, USB cable and Bluetooth. The control is coupled with audio and microphone functions. The headband is adjustable for greater comfort and the speakers are padded. The microphone is removable. The cable is 2.1 meters long.

The **Partner Ultra PS302 Smartwatch bracelet** is both a clock and a calendar. Measures heart rate and steps, calculates calories burned and monitor's sleep. It uses a Bluetooth version 5.2 connection and synchronizes data with the WeatFit Pro app, in Portuguese, available for free on the Apple Store and Google Play. Compatible with iOS 10 and Android 5.0, it is waterproof, IP67 certified: it can be immersed for 30 minutes at a time. Comes with a silicone strap and a fabric strap. It has a colorful display and a 200 mAh battery, rechargeable via a wireless charger.

"The company expects an increase of approximately 10% in revenue compared to the same period last year. It is necessary to prepare for sales on these competitive dates, with high quality products", says **Marcelo Sztajn, executive director at OEX**.



Marcelo Sztajn,
diretor-executivo da OEX
executive director at OEX



Headset gamer Spark HS317G
Spark HS317G gaming headset

Preço sugerido em 20/09/2023: R\$ 399,00.
Suggested price on 09/20/2023: BRL 399.00.



Pulseira Smartwatch Partner Ultra PS302
Partner Ultra PS302 Smartwatch Bracelet

Preço sugerido em 20/09/2023: R\$ 329,90.
Suggested price on 09/20/2023: BRL 329.90.

TRUST

Apresenta o **gamepad Muta**, projetado para desktop e notebook, com a finalidade de aumentar a imersão nos jogos. "É um produto que oferece movimentos precisos e tem retorno de vibrações realistas, cada impacto e cada movimento são sentidos, tornando a experiência de jogo mais imersiva. Também colabora com o meio ambiente, pois seu acabamento é produzido com 75% de material reciclado", conta **Nathalia Borges, country manager da Trust Brasil**.

Outro produto da empresa para as datas é a **webcam Taxon 2k Eco**, com resolução QHD (2560 x 1440), que filma 30 fotogramas por segundo. Possui lente de vidro e focagem automática, microfones duplos para captação de áudio com maior nitidez e filtro de privacidade, para o usuário não ser espionado. Tem ângulo de visão de 92°, sendo muito útil para videoaula e pequenas salas de reuniões. Também foi projetado com 85% de materiais reciclados.

*It presents the **Muta gamepad**, designed for desktop and notebook, with the purpose of increasing immersion in games. "It is a product that offers precise movements and has realistic vibration feedback, every impact and every movement is felt, making the gaming experience more immersive. It also helps the environment, as its finish is produced with 75% recycled material", says **Nathalia Borges, country manager at Trust Brasil**.*

*Another product from the company for the dates is the **Taxon 2k Eco webcam**, with QHD resolution (2560 x 1440) that films 30 frames per second. It has a glass lens and automatic focusing, dual microphones for capturing audio with greater clarity and a privacy filter, so the user is not spied on. It has a 92° viewing angle, making it very useful for video classes and small meeting rooms. It was also designed with 85% recycled materials.*



Gamepad Muta
Muta Gamepad

Preço sugerido em 20/09/2023: R\$ 229,90.

Suggested price on 09/20/2023: BRL 229.90.



Webcam Taxon 2k Eco
Taxon 2k Eco Webcam

Preço sugerido em 20/09/2023: R\$ 419,90.

Suggested price on 09/20/2023: BRL 419.90.



Nathalia Borges,
country manager da Trust Brazil
country manager at Trust Brasil

XZONE

Destaca o **headset XZone GHS-04**, com sistema virtual sound surround 7.1, para uma experiência sonora mais realista e imersiva. Os alto-falantes, de 50 milímetros, oferecem som de alta qualidade. Conta com iluminação LED RGB. A espuma macia no revestimento interno proporciona conforto durante as partidas. O microfone tem haste flexível e é removível.

Outro produto é a **cadeira gamer CGR-03-R**, com espuma injetada de alta densidade e design ergonômico. É resistente, tem um ano de garantia, almofadas para a lombar e o pescoço e apoio para o braço com ajuste de altura e posição. Gira 360° em torno do seu eixo de metal. Tem encosto reclinável, ajustável até 180°, e estofamento de couro sintético PU. A altura do assento é ajustável e as molas a gás facilitam o elevar e o abaixar da cadeira. Suporta peso de até 135 kg.

"Enxergamos a Black Friday e o Natal como ótimas oportunidades para o varejo, pois oferecemos produtos adequados aos jogadores iniciantes e, também, aos que buscam performance profissional", diz **John Zak, diretor-geral de áudio e vídeo da XZone**.

Highlights the **XZone GHS-04 headset**, with a 7.1 virtual sound surround system, for a more realistic and immersive sound experience. The 50-millimeter speakers offer high quality sound. It has RGB LED lighting. The soft foam in the inner lining provides comfort during matches. The microphone has a flexible boom and is removable.

Another product is the **CGR-03-R gaming chair**, with high-density injected foam and ergonomic design. It is resistant, has a one-year warranty, pillows for the lumbar and neck and arm support with height and position adjustment. Rotates 360° around its metal axis. It has a reclining backrest, adjusted up to 180°, and PU synthetic leather upholstery. The seat height is adjustable, and the gas springs make it easy to raise and lower the chair. Supports weight of up to 135 kg.

"We see Black Friday and Christmas as great opportunities for retail, as we offer products suitable for beginner players and those looking for professional performance," says **John Zak, general director of audio and video at XZone**.

Headset XZone GHS-04
XZone GHS-04 Headset

Preço sugerido em 22/09/2023: R\$ 324,90.
Suggested price on 09/22/2023: BRL 324.90.



Cadeira gamer XZone CGR-03R
XZone CGR-03R gaming chair

Preço sugerido em 22/09/2023: R\$ 1.173,90.
Suggested price on 09/22/2023: BRL 1,173.90.



John Zak,
diretor de áudio e vídeo da XZone
director of audio and video at XZone

AGRATTO

Destaca a **Batedeira Planetária 5 litros Inox 700 W e a Fritadeira Forno Digital 12 litros 1.800 W**. Com 700 W de potência, a batedeira tem 12 velocidades, capacidade de 5 litros, batedores resistentes para massas leves, médias e pesadas, tampa antipingos, com abertura para acrescentar os ingredientes, sistema de trava e pés com ventosas. Possui garantia de 12 meses.

A Fritadeira Forno Digital é um produto 5 em 1: assa, frita, grelha, desidrata e descongela os alimentos. Não necessita de óleo, tem capacidade de 12 litros, temperatura entre 80°C e 200°C, timer para até 90 minutos, duas bandejas teladas e uma coletora para ajudar na limpeza. Dispõe de cesto antiaderente e painel digital com funções pré-programadas.

“Os eletroportáteis sempre foram os queridinhos da Black Friday, temos alta expectativa para a data. Quanto ao Natal, as famílias preparam a casa para as festas. Então sabemos que, por tradição, os eletros estão entre os produtos mais requisitados. Afinal, nada melhor que um bolo delicioso na manhã de Natal. Acreditamos que, até o final deste ano, vamos superar 2022”, diz **Moisés Botelho, gerente de marketing da Ventisol/Agratto**.

Highlights for the **5-liter stainless steel 700 W planetary mixer** and the **12-liter 1,800 W Digital oven fryer**. With 700 W of power, the mixer has 12 speeds, 5-liter capacity, resistant beaters for light, medium and heavy doughs, anti-drip lid, with opening for adding ingredients, locking system and feet with suction cups. It has a 12 month warranty.

The Digital oven fryer is a 5-in-1 product: bakes, fries, grills, dehydrates and defrosts food. It does not require oil, has a capacity of 12 liters, a temperature between 80°C and 200°C, a timer for up to 90 minutes, two screened trays and a collector to help with cleaning. It has a non-stick basket and a digital panel with pre-programmed functions.

“Small appliances have always been the favorites of Black Friday; we have high expectations for the date. As for Christmas, families prepare their homes for the holidays. So, we know that, traditionally, electronics are among the most requested products. After all, there’s nothing better than a delicious cake on Christmas morning. We believe that, by the end of this year, we will surpass 2022”, says **Moisés Botelho, marketing manager at Ventisol/Agratto**.



Batedeira Planetária 5 litros Inox 700 W
Planetary mixer 5 liters Stainless Steel 700 W
Preço sugerido em 11/09/2023: R\$ 389,90.
Suggested price on 09/11/2023: BRL 389.90.



Fritadeira Forno Digital 12 litros 1.800 W
Digital oven fryer 12 liters 1,800 W
Preço sugerido em 11/09/2023: R\$ 689,90.
Suggested price on 09/11/2023: BRL 689.90.



Moisés Botelho,
gerente de marketing da Ventisol/Agratto
marketing manager at Ventisol/Agratto

BLACK+DECKER

Um de seus destaques é o **umidificador 3 em 1 AUP4, da linha Freestyle**. É um produto multifuncional, pois permite umidificar, aquecer ou ventilar. Compacto, portátil e pessoal, pode ser utilizado em todos os lugares, proporcionando mais conforto ao usuário.

Outro destaque é a AFDLG, da linha Gourmand Gris. É uma air fryer digital, tamanho família, com visor no cesto e iluminação interna, o que permite acompanhar o ponto de cozimento. Tem sistema inteligente, que avisa quando é hora de virar o alimento. Conta com funções pré-programadas, incluindo a de desidratar alimentos.

“Nossa expectativa é, sem dúvida, de crescimento em relação ao ano passado. São datas em que o consumidor está mais propenso às compras, e as novidades sempre ajudam e incentivam um pouco mais as vendas. Teremos ações promocionais nos pontos de vendas”, conta **Marta Schulz, gerente de marketing da Black+Decker**.

One of its highlights is the **AUP4 3-in-1 humidifier, from the Freestyle line**. It is a multifunctional product, as it allows you to humidify, heat or ventilate. Compact, portable, and personal, it can be used everywhere, providing more comfort to the user.

Another highlight is AFDLG, from the Gourmand Gris line. It is a digital air fryer, family size, with a display on the basket and internal lighting, which allows you to monitor the cooking point. It has an intelligent system that notifies you when it is time to turn the food. It has pre-programmed functions, including dehydrating food.

“Our expectation is, without a doubt, growth compared to last year. These are dates when consumers are more likely to make purchases, and news always helps and encourages sales a little more. We will have promotional actions at points of sale”, says **Marta Schulz, marketing manager at Black+Decker**.

Umidificador Freestyle AUP4
Freestyle AUP4 Humidifier

Preço sugerido em 20/09/2023: R\$ 309,00.

Suggested price on 09/20/2023: BRL 309.00.



Air fryer Gourmand Gris AFDLG
Air fryer Gourmand Gris AFDLG

Preço sugerido em 20/09/2023: R\$ 799,00.

Suggested price on 09/20/2023: BRL 799.00.

BRITÂNIA

A **air fryer Oven** é um destaque 4 em 1: fritar, assar, reaquecer e desidratar. Tem 1.800 W de potência, capacidade de 12 litros e controle de temperatura de 80°C a 200°C. "Seu grande diferencial é ter três prateleiras que permitem preparar mais de um alimento ao mesmo tempo. As funções de forno e fritadeira podem ser utilizadas simultaneamente", diz **Fabio Lins, diretor comercial de portáteis da Britânia**. Tem painel digital com nove funções predefinidas, cesto e a tecnologia Air Flow 360°, isto é, circulação de ar quente em 360° para mais eficiência.

Outro destaque é o mais recente lançamento da marca, a **escova secadora BES26SR, com 1.300 W**, a maior potência da categoria. O produto é bivolt e tem cabeça redonda e removível. Por isso, pode ser utilizado como secador. Conta com cerdas duplas em dois tipos e tamanhos diferentes, adaptando-se a todos os cabelos.

Possui revestimento em nanocerâmica, que evita o ressecamento e o atrito, e a tecnologia tourmaline ion, que deixa os cabelos mais macios e brilhantes graças aos íons que fecham as cutículas dos fios e reduzem o frizz. Tem duas temperaturas e velocidades, mais jato de ar frio. O produto seca, alisa, modela e dá volume.

Air fryer Oven
Air fryer oven



The **Oven air fryer** is a 4-in-1 highlight: fry, bake, re-heat, and dehydrate. It has 1,800 W of power, a capacity of 12 liters and temperature control from 80°C to 200°C. "Its biggest difference is that it has three shelves that allow you to prepare more than one food at the same time. The oven and fryer functions can be used simultaneously", says **Fabio Lins, commercial director of small appliances at Britânia**. It has a digital panel with nine predefined functions, basket, and Air Flow 360° technology, that is, hot air circulation in 360° for more efficiency.

Another highlight is the brand's most recent launch, the **BES26SR drying brush, with 1,300 W**, the highest power in the category. The product is bivolt and has a rounded and removable head. Therefore, it can be used as a hair dryer. It has double bristles in two different types and sizes, adapting to all hair types.

It has a nanoceramic coating, which prevents dryness and friction, and tourmaline ion technology, which leaves hair softer and shinier thanks to the ions that close the hair cuticles and reduce frizz. It has two temperatures and speeds, plus a cold air jet. The product dries, straightens, models and adds volume.



Escova secadora BES26SR
BES26SR dryer brush



Fabio Lins,
diretor comercial de portáteis da Britânia
commercial director of small appliances at Britânia

ELECTROLUX

Direciona o foco, na Black Friday, para a **air fryer EAF90** e o **robô aspirador ERB40**. A primeira tem cinco modos de preparo: air fryer, gratinar, reaquecer, desidratar e rotisserie. Possui painel digital com mais de 10 funções programadas e 12 litros de capacidade, além de um kit de acessórios completo para todos os tipos de receitas.

O robô aspirador varre, aspira e passa pano seco ou úmido ao mesmo tempo. Tem bateria de lítio com 2h20 de autonomia, sensor antiqueda e anticollisão, controle remoto e base de carregamento, tudo o que é necessário para garantir uma limpeza autônoma e completa sem esforço.

"A Electrolux entende que a Black Friday é uma das datas mais importantes do varejo e, como em anos anteriores, está estruturando ações promocionais para portáteis, principalmente desses produtos, cujas vendas vêm crescendo. Cada vez mais o consumidor busca produtos com maior capacidade, e a data é uma oportunidade para comprar itens de desejo ou trocar os que tem em casa por outros com mais tecnologia e benefícios", diz **Flamarion Pirtouscheg, gerente de categoria da Electrolux no Brasil**.

Focus on Black Friday, on the **EAF90 air fryer** and the **ERB40 robot vacuum cleaner**. The first has five preparation modes: air fryer, browning, reheating, dehydrating and rotisserie. It has a digital panel with more than 10 programmed functions and 12 liters of capacity, as well as a complete accessory kit for all types of recipes.

The robot vacuum cleaner sweeps, vacuums and wipes dry or damp at the same time. It has a lithium battery with 2h20 autonomy, anti-fall and anti-collision sensor, remote control and charging base, everything needed to guarantee autonomous and complete cleaning without effort.

"Electrolux understands that Black Friday is one of the most important dates in retail and, as in previous years, it is structuring promotional actions for laptops, especially these products, whose sales have been growing. Consumers are increasingly looking for products with greater capacity, and the date is an opportunity to buy desired items or exchange those they have at home for others with more technology and benefits", says **Flamarion Pirtouscheg, category manager at Electrolux in Brazil**.

Air fryer EAF90
Air fryer EAF90



Flamarion Pirtouscheg,
gerente de categoria da Electrolux no Brasil
category manager at Electrolux in Brazil



Robô aspirador ERB40
ERB40 robot vacuum cleaner

EOS

Em setembro último, entrou no mercado de ar-condicionado Split. Destaca os modelos do tipo Inverter, nas capacidades de 9 mil a 36 mil BTU, nas opções frio e quente/frio. **Um deles é o ar-condicionado 9.000 BTU.** Todos são produzidos na Zona Franca de Manaus (AM) e possuem Classe A em consumo energético. Contam com dois anos de garantia total e 10 anos no compressor.

Para o Natal, apresenta a linha mais completa de adegas e cervejeiras do Brasil, informa a empresa. Destaque para a **cervejeira 100 litros, Frost Free ECE120**, com porta de vidro preto (Black Glass). Tem painel externo que facilita a programação sem a necessidade de abrir a porta. Com moderno design, tem compressor de alta potência com menor consumo de energia graças ao gás ecológico e iluminação em LED.

“Esperamos superar as vendas do ano passado em pelo menos 30%. As condições climáticas, com a presença do El Niño, já apontam forte calor no Brasil. Temos condições especiais de venda nas principais categorias de interesse dos nossos clientes, focando muito em portáteis e refrigeração, praticidade na compra e rapidez na entrega”, conta **Maurício Mota, gerente comercial da EOS.**

*Last September, it entered the Split air conditioning market. It highlights the Inverter type models, in capacities from 9 to 36 thousand BTU, in cold and hot/cold options. **One of them is the 9,000 BTU air conditioning.** All are produced in the Manaus Free Trade Zone (AM) and are Class A in energy consumption. They come with a two-year full warranty and a 10-year warranty on the compressor.*

*For Christmas, it presents the most complete line of wineries and breweries in Brazil, informs the company. Highlight for the **100-liter brewer Frost Free ECE120**, with black glass door (Black Glass). It has an external panel that facilitates programming without the need to open the door. With a modern design, it has a high-power compressor with lower energy consumption thanks to ecological gas and LED lighting.*

*“We hope to surpass last year’s sales by at least 30%. The weather conditions, with the presence of El Niño, already point to strong heat in Brazil. We will have special sales conditions in the main categories of interest to our customers, focusing heavily on small appliances and refrigeration, practicality in purchasing and speed in delivery”, says **Maurício Mota, commercial manager at EOS.***



Cervejeira ECE 120 Black Glass
ECE 120 Black Glass Brewer

Preço sugerido em 28/09/2023: R\$ 2.199,90.

Suggested price on 09/28/2023: BRL 2,199.90.



Ar-condicionado 9.000 BTU
Air conditioning 9,000 BTU

Preço sugerido em 05/10/2023: R\$ 1.799,00.

Suggested price on 10/05/2023: BRL 1,799.00.



Maurício Mota,
gerente comercial da EOS
commercial manager at EOS

MALLORY

Neste ano, investiu na renovação de seu portfólio, trazendo novos conceitos com uma proposta premium. Para a Black Friday e o Natal, tem dois lançamentos. Um é **air fryer Digital Premium**, que se destaca por seu design sofisticado. Possui display digital e funções pré-programadas, além de um cesto com capacidade tamanho família, com 5,5 litros.

Outro lançamento é a **Oven Fryer Easy Cook**, com 12 litros de capacidade, que traz a funcionalidade do forno e a praticidade de uma air fryer. Possui acessórios como forma, grelha e cesto giratório com pegador para preparar batatas com crocância e outros alimentos. Tem um visor de vidro e luz interna para acompanhar o preparo dos alimentos sem ter que abrir o produto durante o processo de cocção.

"Nossa expectativa é bastante positiva. Esperamos superar as vendas em 10% a 15% em relação ao ano passado. Teremos pacotes promocionais focados em auxiliar nossos clientes no sell out nesse período, pensando tanto no canal físico quanto no e-commerce", conta **Kedma Vieira, gerente de marketing e trade da Mallory**.

*This year, it invested in renewing its portfolio, bringing new concepts with a premium proposal. For Black Friday and Christmas, there are two launches. One is the **Digital Premium air fryer**, which stands out for its sophisticated design. It has a digital display and pre-programmed functions, as well as a family-size basket with 5.5 liters.*

*Another launch is the **Oven Fryer Easy Cook**, with 12 liters of capacity, which brings the functionality of an oven and the practicality of an air fryer. It has accessories such as pan, grill and rotating basket with handle to prepare crispy potatoes and other foods. It has a glass display and internal light to monitor food preparation without having to open the product during the cooking process.*

*"Our expectations are very positive. We expect to exceed sales by 10% to 15% compared to last year. We will have promotional packages focused on helping our customers sell out during this period, thinking about both the physical channel and e-commerce", says **Kedma Vieira, marketing, and trade manager at Mallory**.*



Kedma Vieira,
gerente de marketing e trade da Mallory
marketing, and trade manager at Mallory



Oven Fryer Easy Cook Mallory
Oven Fryer Easy Cook Mallory

Preço sugerido em 20/09/2023: R\$ 799,00.

Suggested price on 09/20/2023: BRL 799.00.



Air fryer Digital Premium Mallory
Digital Premium Mallory air fryer

Preço sugerido em 20/09/2023: 499,00.

Suggested price on 09/20/2023: BRL 499.00.

MONDIAL

Para as datas, destaca a **air fryer AFO-12L-BI**, produto 2 em 1: é fritadeira a ar e forno. Assa, cozinha e frita sem óleo. A capacidade total de 12 litros permite o preparo de grandes porções de uma só vez. Tem porta com amplo visor, iluminação interna e duas exclusivas assadeiras antiaderentes, com tecnologia Duraflon, exclusiva da Mondial, que não deixa os alimentos grudarem no fundo. A tecnologia de circulação de ar quente e a alta potência de 2.000 W possibilitam rapidez no preparo das receitas. Conta com função timer de 90 minutos e tem um ano de garantia.

Mais um produto é o **ventilador coluna VTX-40C-8P**. Tem hélice de oito pás e 40 cm de diâmetro. O motor de 1.300 W oferece alta potência e grande volume de ar. O produto é versátil, pode ser colocado em qualquer ambiente e permite direcionar o ar para cima, para os lados e para baixo, bem como regular a intensidade do vento. Conta com três velocidades.

“Nossas expectativas para essas datas, principalmente o Natal, são muito positivas, uma vez que a Mondial oferece uma gama extensa de produtos que atendem às mais diferentes necessidades e facilitam a rotina dos consumidores. A previsão de um verão mais intenso também nos traz boas perspectivas de vendas de ventiladores. As promoções serão realizadas diretamente pelos varejistas que distribuem os produtos da nossa marca por todo o País”, diz **Giovanni M. Cardoso, co-fundador do Grupo MK**.



Air fryer AFO-12L-BI

Preço sugerido em 25/09/2023: R\$ 1.399,90.

Suggested price on 09/25/2023: BRL 1,399.90.

*For dates, the **AFO-12L-BI air fryer** stands out, a 2-in-1 product: it's an air fryer and an oven. Bake, cook and fry without oil. The total capacity of 12 liters allows you to prepare large portions at once. It has a door with a large display, internal lighting and two exclusive non-stick baking trays, with Duraflon technology, exclusive to Mondial, which prevents food from sticking to the bottom. The hot air circulation technology and high power of 2,000 W enable quick preparation of recipes. It has a 90-minute timer function and has a one-year warranty.*

*Another product is the **VTX-40C-8P column fan**. It has an eight-bladed propeller and is 40 cm in diameter. The 1,300 W motor offers high power and large air volume. The product is versatile, can be placed in any environment and allows you to direct air upwards, to the sides and downwards, as well as regulating the intensity of the wind. It has three speeds.*

*“Our expectations for these dates, especially Christmas, are very positive, as Mondial offers an extensive range of products that meet the most different needs and make consumers’ routines easier. The forecast of a more intense summer also brings us good prospects for fan sales. The promotions will be carried out directly by retailers who distribute our brand’s products throughout the country”, says **Giovanni M. Cardoso, co-founder of Grupo MK**.*



Ventilador coluna VTX-40C-8P
VTX-40C-8P column fan

Preço sugerido em 25/09/2023: R\$ 349,90.

Suggested price on 09/25/2023: BRL 349.90.

PHILCO

O **mixer Philco PMX2000** é 3 em 1: mixer, processador e batedor de claras. Dessa forma, proporciona mais autonomia e versatilidade na hora de cozinhar. Possui 800 W de potência e quatro lâminas de inox, duas grandes e duas pequenas, que garantem mais resistência e durabilidade. Tem copo com alça e tampa, com capacidade de 1,05 litro, e jarra de 1,2 litro para atender toda a família.

Mais uma opção é o **aspirador robô PAS26P BIV Philco**. Ele aspira, passa pano seco ou úmido e tem potência superior à do mercado, informa a empresa. Possui filtro Hepa, que retém até 99,5% de ácaros e poeiras, e sensor antiqueda e de obstáculos. O reservatório de água é de 200 ml, e o de pó, de 610 ml. Tem controle remoto e retorna automaticamente para a base carregadora quando sua bateria está acabando.

“O Natal continua sendo uma data muito forte para o mercado de eletroeletrônicos e eletrodomésticos. Como os consumidores se programam para adquirir os presentes antecipadamente, durante a Black Friday nossa expectativa é crescer em torno de 15% em relação a essa data em 2022. Estamos animados e prontos para esse período, um dos mais movimentados para o varejo”, diz **Cristiane Clausen, diretora-geral da Philco**.

*The **Philco PMX2000 mixer** is 3 in 1: mixer, processor, and egg white beater. This way, it provides more autonomy and versatility when cooking. It has 800 W of power and four stainless steel blades, two large and two small, which guarantee more resistance and durability. It has a cup with handle and lid, with a capacity of 1.05 liters, and a 1.2-liter jug to serve the whole family.*

*Another option is the **PAS26P BIV Philco robot vacuum cleaner**. It vacuums, wipes with a dry or damp cloth and has a higher power than the market, informs the company. It has a Hepa filter, which retains up to 99.5% of mites and dust, and an anti-fall and obstacle sensor. The water reservoir is 200 ml, and the powder reservoir is 610 ml. It has a remote control and automatically returns to the charging base when its battery is running low.*

*“Christmas continues to be a very strong date for the electronics and household appliances market. As consumers plan to purchase gifts in advance, during Black Friday our expectation is to grow around 15% compared to this date in 2022. We are excited and ready for this period, one of the busiest for retail”, says **Cristiane Clausen, general director at Philco**.*



Mixer Philco PMX2000
Philco PMX2000 mixer



Aspirador robô PAS26P BIV Philco
Robot vacuum cleaner PAS26P BIV Philco

ATHOR

Com expectativa alta para as datas, a empresa destaca a **Bliss**, uma bicicleta para crianças entre 6 e 9 anos, voltada para o lazer e o uso diário. Possui geometria rebaixada, que facilita o subir e o descer. Disponível em duas opções de cores, tem como diferencial o design com monotubo rebaixado, cobre-corrente clean, cesto e bagageiro aramados, aros 16" e 20", e sistema de freio V-brake.

Outra bicicleta é a **TN-21**, aro 29", quadro esportivo de alumínio 6061, disponível em três cores. Com 21 velocidades, tem câmbio traseiro Shimano, suspensão de 100 mm de curso, que garante mais conforto para pedalar e alta absorção de impacto. O sistema de freios a disco oferece maior capacidade de força de frenagem e baixo ruído nas pastilhas. "Baseados em nossa diversificação de produtos, novidades e melhora do mercado, estamos bem confiantes e otimistas na alavancagem de vendas para as datas de final de ano", diz **Leonardo Machado Gomes, diretor comercial da Athor**.

*With high expectations for the dates, the company highlights **Bliss**, a bicycle for children between 6 and 9 years old, aimed at leisure and daily use. It has a lowered geometry, which makes getting on and off easier. Available in two color options, its distinctive feature is the design with a lowered monotube, clean chain cover, wired basket and luggage rack, 16" and 20" rims, and V-brake system.*

*Another bike is the **TN-21**, 29" rim, 6061 aluminum sports frame, available in three colors. With 21 speeds, it has a Shimano rear derailleur, 100 mm travel suspension, which guarantees more pedaling comfort and high impact absorption. The disc brake system offers better braking force capacity and low pad noise. "Based on our product diversification, new developments and market improvements, we are very confident and optimistic about boosting sales for the end of the year", says **Leonardo Machado Gomes, commercial director at Athor**.*

Bliss 20"

Preço sugerido em 21/09/2023: R\$ 769,99.

Suggested price on 09/21/2023: BRL 769.99.



TN-21

Preço sugerido em 21/09/2023: R\$ 1.299,00.

Suggested price on 09/21/2023: BRL 1,299.00.



Leonardo Machado Gomes,
diretor comercial da Athor
commercial director at Athor

HOUSTON

A empresa trará vantagens e facilidades para lojistas e varejistas que adquirirem os produtos da nova linha comemorativa dos 25 anos da Houston, conta **Adilson Custódio, diretor comercial da Houston Bike**. "Neste ano, estamos preparados para ótimos resultados e pretendemos surpreender com o crescimento percentual. Para a Black Friday, nossa expectativa de crescimento das vendas é de 6% em relação ao mesmo período de 2022. E para o Natal, é em torno de 10%."

Os destaques são os modelos **Rift** e **Skyler**, ambos aro 29. A **Rift** é uma bicicleta da linha de aventura, que possui quadro de alumínio, freio hidráulico, suspensão dianteira com trava remota e blocagem no selim. Elegante, está disponível em três variações de cores: laranja, cinza taurus e amarelo flúor. Com design arrojado, a **Skyler** é apresentada em duas cores clássicas, vermelho pimenta e inox. Conta com 21 marchas, quadro de alumínio e câmbio traseiro Shimano.

The company will bring advantages and facilities to shopkeepers and retailers who purchase products from the new line commemorating Houston's 25th anniversary, says **Adilson Custódio, commercial director at Houston Bike**. "This year, we are prepared for great results, and we intend to surprise with the percentage growth. For Black Friday, our expectation of sales growth is 6% compared to the same period in 2022. And for Christmas, it is around 10%."

The highlights are the **Rift** and **Skyler** models, both 29 rim. The **Rift** is an adventure bike, which has an aluminum frame, hydraulic brakes, front suspension with remote locking and saddle locking. Elegant, it is available in three color variations: orange, taurus gray and fluorine yellow. With a bold design, the **Skyler** is presented in two classic colors, pepper red and stainless steel. It has 21 gears, an aluminum frame and Shimano rear derailleur.



Rift

Preço sugerido em 15/09/2023: R\$ 2.399,00.

Suggested price on 09/15/2023: BRL 2,399.00.



Skyler

Preço sugerido em 15/09/2023: R\$ 1.399,00.

Suggested price on 09/15/2023: BRL 1,399.00.



Adilson Custódio,
diretor comercial da Houston
commercial director at Houston

NATHOR BIKES

A empresa investe em tecnologia, qualidade e segurança para continuar fazendo parte do desenvolvimento da criança até a vida adulta. Seu destaque é a bicicleta **Balance Bike Raiada**. Ela promove e desenvolve o equilíbrio estático e dinâmico, a coordenação motora, bilateral, e a percepção de espaço. Possui quadro de alumínio, limitador de giro de guidão, selim em PU, cubos de roda com rolamentos e pneus com câmara de ar com válvula angular. É apresentada em quatro cores.

Lançada em agosto, a bicicleta aro 26" **Single Speed**, da linha Louis e Lis, conta com o quadro low entry, que facilita a subida na bike, cobre-corrente, que garante maior proteção, e cubos com rolamentos de alumínio. "O ano de 2023 tem sido desafiador para todo o mercado, mas confiamos neste semestre. Para nós, as melhores datas de venda são o Dia das Crianças, a Black Friday e o Natal. Nossas projeções apontam crescimento com base nos números do ano passado. Estamos muito confiantes e preparados para atender o mercado", diz **Jaqueline Bacheti, gerente de marketing da Nathor Bikes**.

The company invests in technology, quality, and safety to continue to be part of a child's development until adulthood. Its highlight is the **Balance Bike Raiada** bicycle. It promotes and develops static and dynamic balance, motor and bilateral coordination and perception of space. It has an aluminum frame, handlebar rotation limiter, PU saddle, wheel hubs with bearings and tires with an inner tube with angle valve. It is presented in four colors.

Launched in August, the 26" rim **Single Speed** bicycle, from the Louis and Lis line, features a low entry frame, which makes getting on the bike easier, a chain cover, which guarantees greater protection, and hubs with aluminum bearings. "The year 2023 has been challenging for the entire market, but we are confident in this semester. For us, the best sales dates are Children's Day, Black Friday, and Christmas. Our projections point to growth based on last year's numbers. We are very confident and prepared to serve the market", says **Jaqueline Bacheti, marketing manager at Nathor Bikes**.

Balance Bike Raiada 12"

Preço sugerido em 19/09/2023: a partir de R\$ 500,00.

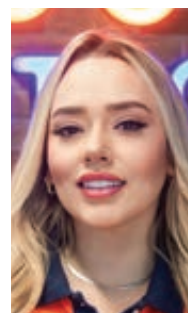
Suggested price on 09/19/2023: from BRL 500.00.



Aro 26" Single Speed
26" Single Speed Rim

Preço sugerido em 19/09/2023: a partir de R\$ 1.260,00.

Suggested price on 09/19/2023: from BRL 1,260.00.



Jaqueline Bacheti,
gerente de marketing da Nathor Bikes
marketing manager at Nathor Bikes

TK3

“Estamos muito otimistas com o calendário de vendas que teremos pela frente, principalmente no mercado infantojuvenil, que dá sinais bem positivos de crescimento”, diz **João Paulo Argieri, gerente comercial da TK3**. Atenta à demanda, a empresa destaca a **Kit Kat**, sua bike de equilíbrio 4 rodas, recém-lançada. Apresenta um design moderno, que garante segurança e desenvolvimento de coordenação, confiança e equilíbrio, para o público da primeira idade, entre 12 e 24 meses.

Mais uma opção é a **bicicleta elétrica TKE 26**, indicada para uso urbano e recreativo. Lançada na cor branca, tem aro 26, suspensão dianteira e rodas aero. Sua estrutura é reforçada com quadro fabricado em aço, suportando adultos de até 110 kg. A bateria de lítio, bivolt, é alocada em uma gaveta removível e gera potência de 350 W. Vem com o auxílio de pedal assistido obrigatório. Seu módulo elétrico é blindado, possibilitando o uso na chuva e o contato com a água. Sua autonomia é de aproximadamente 40 km.

“We are very optimistic about the sales calendar ahead, especially in the children’s market, which shows very positive signs of growth”, says **João Paulo Argieri, commercial manager at TK3**. Attentive to demand, the company highlights the **Kit Kat**, its recently launched 4-wheel balance bike. It features a modern design, which guarantees safety and development of coordination, confidence, and balance, for the first age group, between 12 and 24 months.

Another option is the **TKE 26 electric bicycle**, suitable for urban and recreational use. Launched in white, it has a 26-inch rim, front suspension, and aero wheels. Its structure is reinforced with a steel frame, supporting adults weighing up to 110 kg. The lithium battery, bivolt, is in a removable drawer and generates power of 350 W. It comes with the obligatory assisted pedal. Its electrical module is shielded, making it possible to use it in the rain and contact with water. Its autonomy is approximately 40 km.



Kit Kat

Preço sugerido em 28/09/2023: R\$ 139,00.

Suggested price on 09/28/2023: BRL 139.00.



João Paulo Argieri,
gerente comercial da TK3
commercial manager at TK3



Bicicleta elétrica TKE 26

TKE 26 electric bicycle

Preço sugerido em 28/09/2023: R\$ 6.000,00.

Suggested price on 09/28/2023: BRL 6.000.00.



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

EVENTOS
PARALELOS: **eletrolarshow**
ALL CONNECTED

**LATIN AMERICAN
ELECTRONICS**
International Trade Show

**LATIN AMERICAN
HOUSEWARES**

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



PAINÉIS SOLARES
SOLAR PANELS

por / by **Dilnara Titara**

ENERGIA SOLAR, POR QUE ADERIR?

**Além de ser uma fonte renovável e limpa,
ela oferece benefícios econômicos.**

SOLAR ENERGY, WHY ADHERE?

*In addition to being a renewable and clean source, it
offers economic benefits.*



PAINÉIS SOLARES - SOLAR PANELS

O Sol, uma fonte de energia inesgotável e plenamente disponível, tem sido a chave para um futuro sustentável e limpo, principalmente em um país tropical como o Brasil. A energia solar não apenas promete uma solução para a crescente demanda como representa uma significativa oportunidade econômica para a indústria e o varejo.

A energia solar avança a passos largos e já ultrapassa a eólica no País, ficando atrás apenas das usinas hidroelétricas, e se torna a segunda maior fonte usada. Nesse cenário, a energia solar se destaca não apenas por ser sustentável, mas também por aproveitar o potencial do Brasil, que possui uma das maiores insolações do mundo.

O Brasil está se tornando uma potência mundial na geração solar fotovoltaica, diz **Guilherme Susteras, coordenador da Associação Brasileira de Energia Fotovoltaica (ABSOLAR)**. O País foi o quarto que mais recebeu investimentos no ano passado nessa área. **“A gente ainda tem muito para crescer, apenas 3 milhões de consumidores se beneficiam do sistema. Temos um enorme potencial de crescimento, e a expectativa da ABSOLAR é que a energia solar fotovoltaica seja a principal fonte de energia do Brasil até 2050.”**

BENEFÍCIOS

Para o varejo e a indústria, além da economia direta com os custos de energia, sua adoção pode representar uma

The Sun, an inexhaustible and fully available source of energy, has been the key to a sustainable and clean future, especially in a tropical country like Brazil. Solar energy not only promises a solution to growing demand but also represents a significant economic opportunity for industry and retail.

Solar energy is advancing at a rapid pace and is already surpassing wind energy in the country, behind only hydroelectric plants, and is becoming the second largest source used. In this scenario, solar energy stands out not only for being sustainable, but also for taking advantage of the potential of Brazil, which has one of the highest levels of sunshine in the world.

*Brazil is becoming a world power in photovoltaic solar generation, says **Guilherme Susteras, coordinator of the Brazilian Photovoltaic Energy Association (ABSOLAR)**. The country was the fourth country that received the most investments last year in this area. **“We still have a lot to grow, only 3 million consumers benefit from the system. We have enormous potential of growth, and ABSOLAR’s expectation is that photovoltaic solar energy will be the main source of energy in Brazil by 2050.”***

BENEFITS

For retail and industry, in addition to direct savings on energy costs, its adoption can represent a greener image for companies, attracting conscious consum-



A gente ainda tem muito para crescer, apenas 3 milhões de consumidores se beneficiam do sistema. Temos um enorme potencial de crescimento, e a expectativa da ABSOLAR é que a energia solar fotovoltaica seja a principal fonte de energia do Brasil até 2050.”

“We still have a lot to grow, only 3 million consumers benefit from the system. We have enormous potential of growth, and ABSOLAR’s expectation is that photovoltaic solar energy will be the main source of energy in Brazil by 2050.”



GUILHERME SUSTERAS,
COORDENADOR DA ABSOLAR
COORDINATOR AT ABSOLAR



imagem mais verde para as empresas, atraindo consumidores conscientes e posicionando-as à frente em termos de responsabilidade social e ambiental. Gera estabilidade nos custos e protege contra a flutuação nos preços de eletricidade. Tem incentivos fiscais, financiamento facilitado e resiliência em caso de interrupções na rede elétrica, garantindo continuidade nas operações.

Os benefícios dessa fonte vão além, com a possibilidade de redução de até 90% das despesas, diz André Souza, CEO da Vivensis. "A energia solar reduz a geração de CO₂, o que é um ganho em termos ambientais, e proporciona autonomia na produção de energia elétrica, reduzindo a dependência de fontes externas."

É uma fonte inesgotável e renovável. A indústria solar gera empregos e a valorização das propriedades, tornando-as mais atrativas para compradores.

COMO FUNCIONA?

O sistema fotovoltaico funciona por meio da conversão dos raios ultravioleta provenientes do Sol em energia elétrica. A energia pode ser consumida em sua totalidade no próprio local, seja casa, empresa ou indústria, ou exportada para a concessionária, que gera um crédito que fica acumulado na conta para ser gasto em até 60 meses. No caso de consumo maior que o gerado, ele será suprido pelo valor normal da tarifa no local.

O custo médio de um sistema residencial de 5 kWp (quilowatt-pico) é de R\$ 17 mil. Existem cooperativas financeiras e fintechs que facilitam o empréstimo, pagan-

ers and positioning them ahead in terms of social and environmental responsibility. Generates cost stability and protects against fluctuations in electricity prices. It has tax incentives, easy financing, and resilience in the event of interruptions in the electricity grid, ensuring continuity of operations.

The benefits of this source go further, with the possibility of reducing expenses by up to 90%, says André Souza, CEO at Vivensis. "Solar energy reduces the generation of CO₂, which is a gain in environmental terms, and provides autonomy in the production of electrical energy, reducing dependence on external sources." It is an inexhaustible and renewable source. The solar industry generates jobs and increases property values, making them more attractive to buyers.

HOW DOES THIS WORK?

The photovoltaic system works by converting ultraviolet rays from the Sun into electrical energy. The energy can be consumed in its entirety at the location itself, be it a home, company, or industry, or exported to the concessionaire, which generates a credit that is accumulated in the account to be spent within 60 months. In case of consumption greater than that generated, it will be supplied at the normal local tariff value.

The average cost of a 5 kWp (kilowatt-peak) residential system is BRL17,000. There are financial cooperatives and FinTech's that facilitate loans, paying an average

PAINÉIS SOLARES - SOLAR PANELS

do-se uma média do mesmo valor que se paga para a distribuidora, com boleto do financiamento. Os painéis garantem 84% da capacidade projetada de geração, mesmo após 25 anos de uso. A manutenção adequada é simples, requer limpeza dos módulos e a verificação elétrica por um engenheiro ou eletricista especializado.

O QUE ESPERAR?

O mercado está em constante transformação e, no Brasil, continua a apresentar perspectivas promissoras. A energia solar pode desempenhar um papel crucial no fornecimento da eletricidade em áreas remotas e isoladas, onde a infraestrutura de energia convencional é limitada. Em termos de produtos, a tendência é a adoção contínua de baterias e carregadores veiculares, acoplados aos sistemas solares.

Houve um acúmulo de vendas no período pré-regulamentação, destaca **Marcio Osli, diretor da unidade de energia solar da Intelbras. "O desconhecimento dos aspectos e resoluções da nova lei fizeram com que as vendas em microgeração caíssem. Entretanto, sentimos que o cenário vem mudando no segundo semestre deste ano, quando observamos queda de 20% a 30% dos preços, tornando o negócio ainda mais rentável e atrativo. Para os próximos anos, temos boas perspectivas e uma percepção do futuro muito promissora."**

of the same amount that is paid to the distributor, with a financing invoice. The panels guarantee 84% of projected generation capacity, even after 25 years of use. Proper maintenance is simple, requiring cleaning of the modules and electrical checking by a specialized engineer or electrician.

WHAT TO EXPECT?

The market is in constant transformation and, in Brazil, it continues to present promising prospects. Solar energy can play a crucial role in providing electricity in remote and isolated areas where conventional energy infrastructure is limited. In terms of products, the trend is the continued adoption of vehicle batteries and chargers, coupled to solar systems.

There was an accumulation of sales in the pre-regulation period, highlights **Marcio Osli, director of the solar energy unit at Intelbras. "The lack of knowledge about the aspects and resolutions of the new law caused microgeneration sales to fall. However, we feel that the scenario has been changing in the second half of this year, when we observed a 20% to 30% drop in prices, making the business even more profitable and attractive. For the coming years, we have good prospects and a very promising perception of the future."**



VIVENSIS

A empresa tem geradores solares de todas as potências e **kits Mono Weg**. Todos os kits incluem 25 metros de cabo, estrutura de teclado cerâmico, fibra ou metálico, módulos WEG de 550 W e Inversor família SIW-200G. Os produtos são ofertados a clientes que consomem a partir de R\$ 500,00 mensais de energia, com instalação sem custo do sistema, atrelado a um contrato de uso por meio do qual o cliente ganha até 20% de desconto na energia gerada. Após o final do contrato, o sistema fotovoltaico passa a ser propriedade do cliente. São duas vantagens em um único sistema: reduzir a despesa de energia em até 20% e poder adquirir os equipamentos sem custo ao final do contrato.

*The company has solar generators of all types of powers and **Mono Weg kits**. All kits include 25 meters of cable, ceramic, fiber, or metallic keyboard structure, 550 W WEG modules and SIW-200G family inverter. The products are offered to customers who consume from BRL500.00 per month of energy, with free installation of the system, linked to a usage contract through which the customer receives up to 20% discount on the energy generated. After the end of the contract, the photovoltaic system becomes the property of the customer. There are two advantages in a single system: reducing energy expenses by up to 20% and being able to purchase equipment free of charge at the end of the contract.*

“Os benefícios dessa fonte vão além da economia de energia elétrica, com possibilidade de redução de até 90% das despesas.”

“The benefits of this source go beyond saving electricity, with the possibility of reducing expenses by up to 90%.”



INTELBRAS

No final de agosto, a empresa apresentou mais de 15 lançamentos. O **módulo fotovoltaico monocristalino Half Cell 550 W**, com eficiência de 21,3%, garante uma performance alta na geração de energia para projetos de pequeno, médio e grande porte. Tem 12 anos de garantia de produto e 25 anos para garantia de eficiência, bem como suporte nacional e rede de assistência técnica especializada em todo o Brasil.

Entre os principais diferenciais da solução está a tecnologia Passivated Emitter and Rear Cell (PERC), que consiste em uma camada refletiva nas células fotovoltaicas dos módulos, que maximiza a irradiação solar, fazendo com que a perda de energia seja consideravelmente menor. Dessa forma, é possível produzir mais energia com a mesma quantidade de luz do Sol, o que aumenta a eficiência energética, contribuindo ainda mais para a sustentabilidade. ■■

At the end of August, the company presented more than 15 launches. The **Half Cell 550 W monocrystalline photovoltaic module**, with an efficiency of 21.3%, guarantees high performance in energy generation for small, medium and large projects. It has a 12-year product warranty and a 25-year efficiency guarantee, as well as national support and a specialized technical assistance network throughout Brazil.

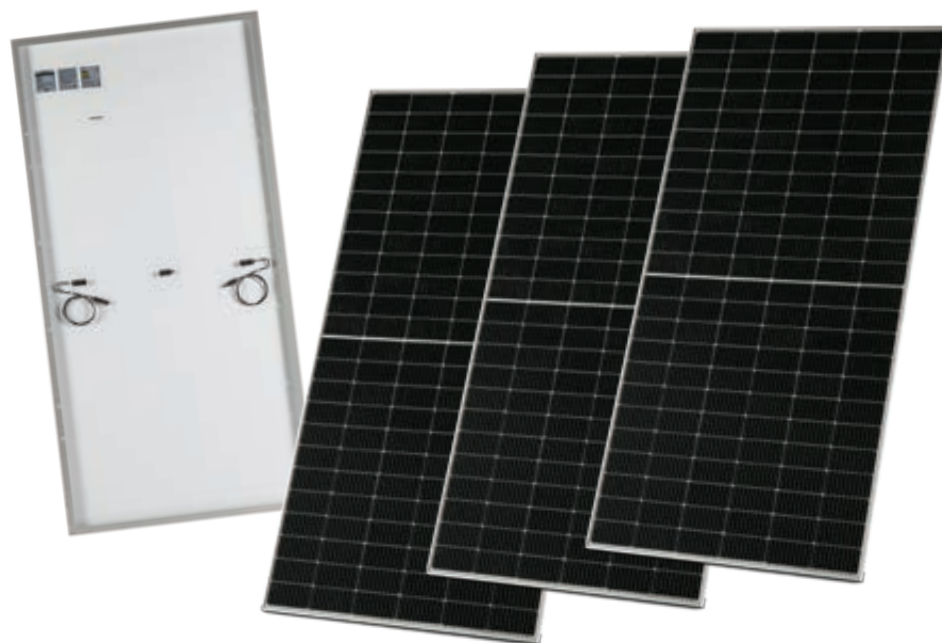
Among the main differentiators of the solution is the Passivated Emitter and Rear Cell (PERC) technology, which consists of a reflective layer on the modules' photovoltaic cells, which maximizes solar irradiation, making energy loss considerably less. This way, it is possible to produce more energy with the same amount of sunlight, which increases energy efficiency, further contributing to sustainability. ■■

“ Sentimos que o cenário vem mudando no segundo semestre deste ano, quando observamos queda de 20% a 30% dos preços, tornando o negócio ainda mais rentável e atrativo. Para os próximos anos, temos boas perspectivas e uma percepção do futuro muito promissora.”

“ We feel that the scenario has been changing in the second half of this year, when we saw a 20% to 30% drop in prices, making the business even more profitable and attractive. For the coming years, we have good prospects and a very promising perception of the future.”



Marcio Osli,
diretor da unidade de energia solar da Intelbras
director of the solar energy unit at Intelbras





LIDERANÇAS FEMININAS - *FEMALE LEADERSHIPS*

por / by **Dilnara Titara** e / and **Leda Cavalcanti**

TRAJETÓRIAS EXEMPLARES

Histórias de mulheres no mundo corporativo.

EXEMPLARY TRAJECTORIES

Stories of women in the corporate world.



A liderança feminina avança nas empresas em todo o mundo e ganha visibilidade, o que é um bom sinal. Mostra que as empresas estão implementando práticas e condutas com a meta de estabelecer a igualdade de gênero, atendendo aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) elaborados pela Organização das Nações Unidas (ONU). A meta é que até 2025 haja 30% de mulheres em cargos de liderança e, até 2030, que elas sejam 50%.

Empresas cujas estratégias visam à igualdade contribuem para o desenvolvimento social, e já se nota que o caminho é sem volta, embora seja longo. As mulheres recebem, em média, 20,5% menos que os homens, mostra um estudo de 2021 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Outro estudo, do Instituto Ipsos, revela que 27% dos brasileiros se sentem desconfortáveis em ter uma mulher na chefia.

São obstáculos a serem superados à medida que o Brasil avance mais nas áreas de educação, formação, informação e políticas públicas, levando à criação de um ambiente mais propício para o desenvolvimento de lideranças independentemente de gênero. Mulheres em cargos de chefia abordam, nesta matéria, suas trajetórias, condutas, inspirações, capacidades, conquistas e desafios no universo corporativo.

Educação, formação, informação e políticas públicas levam à criação de um ambiente mais propício para o desenvolvimento de lideranças, independentemente de gênero.

Education, training, information, and public policies lead to the creation of a more conducive environment for the development of leadership, regardless of gender.

Female leadership is advancing in companies around the world and gaining visibility, which is a good sign. It shows that companies are implementing practices and conduct with the goal of establishing gender equality, meeting the Sustainable Development Goals (SDGs) drawn up by the United Nations (UN). The goal is that by 2025 there will be 30% of women in leadership positions and, by 2030, that they will be 50%.

Companies whose strategies aim at equality contribute to social development, and there is no way back, although it is long. Women receive, on average, 20.5% less than men, shows a 2021 study by the Brazilian Institute of Geography and Statistics (IBGE). Another study, by the Ipsos Institute, reveals that 27% of Brazilians feel uncomfortable having a woman in charge.

These are obstacles to be overcome as Brazil advances further in the areas of education, training, information, and public policies, leading to the creation of a more conducive environment for the development of leadership regardless of gender. Women in management positions address, in this matter, their trajectories, conduct, inspiration, capabilities, achievements and challenges in the corporate world.







Iniciou a carreira em tecnologia. Foi para CRM e transformação digital na indústria automotiva, onde atuou por mais de 10 anos. Liderou um projeto de Inteligência Artificial numa grande empresa de tecnologia e o marketing de uma empresa asiática. Em 2021, Patrícia Pessoa entrou na Whirlpool e, desde então, é diretora de marketing e inovação e contribui para o desenvolvimento do portfólio das marcas.

Os desafios de gênero são inegáveis, diz Patrícia. **"A sociedade está se transformando, e, cada vez mais, as mulheres se empoderam e buscam sua realização. Hoje, ocupam 38% dos cargos de liderança no Brasil, um crescimento significativo comparado a 2019, quando a proporção era de 25%."** A Whirlpool caminha para maior equidade por meio da política de contratação de líderes, com a presença de 50% de mulheres e 50% de homens nos processos seletivos.

Patrícia já sofreu discriminação, mas não a reconheceu na época. "Mais importante que o ato em si é como reagir a qualquer evento que tenha como objetivo gerar constrangimento ou discriminação pelo fato de

She started her career in technology. She moved into CRM and digital transformation in the automotive industry, where she worked for more than 10 years. She led an Artificial Intelligence project at a large technology company and the marketing of an Asian company. In 2021, Patrícia Pessoa joined Whirlpool and, since then, she has been director of marketing and innovation and contributes to the development of the brands' portfolio.

*Gender challenges are undeniable, says Patrícia. **"Society is transforming, and, more and more, women are empowering themselves and seeking fulfillment. Today, they occupy 38% of leadership positions in Brazil, a significant growth compared to 2019, when the proportion was 25%."** Whirlpool is moving towards greater equity through its leadership hiring policy, with the presence of 50% women and 50% men in the selection processes.*

Patrícia has already suffered discrimination but did not recognize it at the time. "More important than the act itself is how to react to any event that aims to

WHIRLPOOL

Patrícia Pessoa

DIRETORA DE MARKETING E INOVAÇÃO
DIRECTOR OF MARKETING AND INNOVATION

ser uma mulher liderando. Enxergo as possibilidades e oportunidades em grande espectro, com humor e acolhimento, busco qualificação e agilidade na tomada de decisões. Cada ser é único, e as mulheres fazem parte dessa diversidade. Somos multifacetadas e com habilidades riquíssimas para liderança”, afirma.

Para a Whirlpool, a diversidade dos colaboradores é fundamental e reflete a variedade da sua base de consumidores, diz a executiva. “Tenho o privilégio de liderar outras mulheres no time e de inspirá-las com a minha trajetória. O Instituto Consulado da Mulher, ação social da marca Consul, ajuda a melhorar a qualidade de vida das pessoas, investindo no empreendedorismo feminino. Em 21 anos, estivemos presentes na vida de mais de 38 mil pessoas beneficiadas em 2.202 projetos apoiados em todo o Brasil.”

Para Patrícia, é inspirador ver a presença feminina em posições de liderança. “Quanto mais representatividade nessas posições, maior a motivação para outras mulheres que desejam estar à frente de grandes equipes e empresas. E para que esse cenário seja mais promissor, é preciso frear a perpetuação de estereótipos de gênero e aumentar as oportunidades e referências femininas para que as jovens profissionais não desistam por acharem que determinada indústria ou setor não é para elas.”

O sucesso de um líder é resultado da paixão pelo que faz todos os dias, assim como a dedicação e o cuidado com a equipe e os processos, diz a diretora. “Ter valores individuais claros e que casam com os da companhia é um caminho sólido para a construção da carreira. E a integridade é a chave para ter sucesso nos desafios diários.”

generate embarrassment or discrimination since it is a woman leading. I see possibilities and opportunities in a broad spectrum, with humor and acceptance, I seek qualification and agility in decision making. Each being is unique, and women are part of this diversity. We are multifaceted and have very rich leadership skills,” she says.

For Whirlpool, employee diversity is fundamental and reflects the variety of its consumer base, says the executive. “I have the privilege of leading other women on the team and inspiring them with my journey. The Instituto Consulado da Mulher, a social action under the Consul brand, helps improve people’s quality of life by investing in female entrepreneurship. In 21 years, we have been present in the lives of more than 38 thousand people benefiting from 2,202 supported projects throughout Brazil.”

For Patrícia, it is inspiring to see the female presence in leadership positions. “The more representation in these positions, the greater the motivation for other women who want to be at the head of large teams and companies. And for this scenario to be more promising, it is necessary to stop the perpetuation of gender stereotypes and increase female opportunities and references so that young professionals do not give up because they think that a certain industry or sector is not for them.”

A leader’s success is the result of passion for what they do every day, as well as dedication and care for the team and processes, says the director. “Having clear individual values that match those of the company is a solid path to building a career. And integrity is the key to succeeding in daily challenges.”



Paraibana, 44 anos, mãe, Tarciana Medeiros foi feirante e professora antes de iniciar carreira no Banco do Brasil, em março de 2000. Desde janeiro deste ano, é a CEO do BB. Bacharel em administração de empresas, pós-graduada em administração, negócios, marketing, liderança e inovação, tem MBA em BI e analytics, e formação para atuação em cargos de alta gestão executiva. Exerceu diversas funções no BB pelo País.

“O avanço feminino nas lideranças do mundo corporativo tem evoluído, mas o protagonismo está longe de ser uma realidade na maioria das organizações brasileiras. Sempre digo que um aspecto relevante da liderança feminina é ter alguém que coloque em pauta nomes de mulheres que puxem outras.

Assim que fui nomeada, trouxe na composição do conselho diretor as mulheres que estavam habilitadas para as funções. Pela primeira vez na história do BB, temos três vice-presidentas e novas diretoras. A mulher tem um olhar detalhista, cuidadoso”, diz Tarciana.

Aspectos de diversidade são valorizados não só pelo consumidor, conta. “O público de investidores observa aspectos ASG nas empresas. Como exemplo disso, tenho muito orgulho de ver que nossas ações já são re-

She was born in the Brazilian State of Paraíba, 44 years old, mother, Tarciana Medeiros was a street market vendor and teacher before starting her career at Banco do Brasil, in March 2000. Since January this year, she has been the CEO of BB. With a bachelor's degree in business administration, a postgraduate degree in administration, business, marketing, leadership, and innovation, she has an MBA in BI and analytics, and was trained to work in senior executive management positions. She held various roles at BB across the country.

“Female advancement in leadership in the corporate world has evolved, but protagonism is far from being a reality in most Brazilian organizations. I always say that a relevant aspect of female leadership is having someone to put on the agenda the names of women who take after others. As soon as I was appointed, I brought women who were qualified for the roles into the composition of the board of directors. For the first time in BB's history, we have three vice presidents and new directors. The woman has a detailed, careful eye”, says Tarciana.

Aspects of diversity are valued not only by consumers, she says. “The investor observes ESG aspects in com-

BANCO DO BRASIL

Tarciana Medeiros

PRESIDENTA
PRESIDENT

conhecidas pelo mercado, ainda que os desafios sejam os de superar barreiras. Entre as empresas de capital aberto no País, o Banco do Brasil é uma das que possuem mais presença feminina em postos de liderança.”

No conselho de administração do BB, metade das vagas é ocupada por mulheres. No conselho diretor, são 45% ante 11% em 2022. Na diretoria executiva como um todo, as mulheres representam 21% dos cargos, acima dos 13% de 2022. “A velocidade das mudanças nesses meses de gestão traz para nós, mulheres negras, a convicção de que esse movimento de maior participação em níveis decisórios veio para ficar de forma definitiva”, diz Tarciana.

O BB foi selecionado para compor o Índice de Diversidade da B3, que inclui 79 ativos de 75 empresas, de 10 setores econômicos. É a empresa com maior peso na carteira. O iDiversa é o primeiro índice latino-americano a combinar, em um único indicador, critérios de gênero e raça, e reconhece as companhias listadas que se destacam em diversidade e promovem maior representatividade desses grupos no mercado.

A definição do que é ser bem-sucedida é uma métrica muito especial, de cada um, diz Tarciana. “Minha gestão está sendo pautada pela transparência, pelo diálogo aberto, franco e propositivo. Eu não sou apenas a representante do meu time. Sou o seu espelho. Valorizo o que cada um tem de melhor. Não faço nada sozinha, engajo pessoas alinhadas com o mesmo propósito. Saber que posso fazer a diferença positiva na vida das pessoas me motiva e é um dos pontos do que significa ser bem-sucedida, por exemplo.”

panies. As an example of this, I am very proud to see that our actions are already recognized by the market, even though the challenges are to overcome barriers. Among publicly traded companies in the country, Banco do Brasil is one of those with the most female presence in leadership positions.”

On BB’s board of directors, half of the vacancies are occupied by women. On the board of directors, there are 45% compared to 11% in 2022. On the executive board, women represent 21% of positions, up from 13% in 2022. “The speed of changes in these months of management brings us, black women, the conviction that this movement towards greater participation at decision-making levels is here to stay permanently”, says Tarciana.

BB was selected to compose the B3 Diversity Index, which includes 79 assets from 75 companies, from 10 economic sectors. It is the company with the greatest weight in the portfolio. iDiversa is the first Latin American index to combine, in a single indicator, gender and race criteria, and recognizes listed companies that stand out in terms of diversity and promote greater representation of these groups in the market.

The definition of what it means to be successful is a very special metric, for each person, says Tarciana. “My management is guided by transparency, open, frank, and purposeful dialogue. I’m not just the representative of my team. I am their mirror. I value what each person has to offer. I don’t do anything alone; I engage people aligned with the same purpose. Knowing that I can make a positive difference in people’s lives motivates me and is one of the points of what it means to be successful, for example.”



Começou sua jornada com empreendedorismo ainda na faculdade e estagiou em empresas de comunicação. Demonstrou eletroeletrônicos em lojas populares, onde ampliou sua visão das jornadas de compra, recusas e formas de comunicação. Trabalhou em empresas como Whirlpool, Fast Shop, Samsung, Lexmar e Cyrela, e entrou na Vivo há quatro anos, na área B2B. Hoje, Paola Campanari é a diretora de negócios da Casa Inteligente da empresa.

Enfrentou obstáculos em sua jornada. "Alguns desafios que observamos em temas mais abordados em grupos de mulheres na liderança dos quais participo, hoje, são bem mais suaves em determinadas áreas. Mas, no caso de lideranças de negócios ou áreas mais técnicas, algumas questões devem ser amplamente discutidas, como ter autoconfiança, saber ouvir e abrir espaço para ser ouvida em arenas com muitos homens sem perder a feminilidade", conta Paola.

"Algumas vezes, ao longo da carreira, por ser a única mulher em discussões e projetos estratégicos"

She began her journey with entrepreneurship while still in college and interned at communication companies. She demonstrated electronics in popular stores, where she expanded her view of purchasing journeys, refusals, and forms of communication. She worked at companies such as Whirlpool, Fast Shop, Samsung, Lexmar and Cyrela, and joined Vivo four years ago, in the B2B area. Today, Paola Campanari is the company's Smart Home business director.

She faced obstacles on her journey. "Some challenges that we observe in topics most discussed in women's leadership groups in which I participate today are much milder in certain areas. But, in the case of business leaders or more technical areas, some issues must be widely discussed, such as having self-confidence, knowing how to listen, and making room to be heard in arenas with many men without losing your femininity", says Paola.

"Sometimes, throughout my career, because I was the only woman in discussions and strategic projects"

CASA INTELIGENTE VIVO

Paola Campanari

DIRETORA
DIRECTOR

cos, tive que aprender a confiar na minha visão e achar espaço para me expressar e ser ouvida com atenção. Isso reforçou em mim habilidades como empatia e resiliência, que considero fundamentais para uma liderança que abraça transformações e diversidade.

Observo que as mulheres possuem características importantes de visão holística e ampla, facilidade para buscar e aceitar mentoria, feedbacks construtivos, terapias e outras ações que fortalecem o equilíbrio de um líder e suas equipes para resultados mais sustentáveis”, diz.

Empresas com diversidade em seu quadro profissional são mais bem avaliadas, conta. “A humanidade é plural, o talento está em todo lugar. E a Vivo enxergou isso há alguns anos, com um ambiente mais aberto e diverso, onde as pessoas se sentem seguras para se expressar de maneira genuína. Desde 2018, tem um programa cujo manifesto prega menos preconceito. O Vivo Diversidade é pautado nos pilares de gênero, LGBTI+, raça e pessoas com deficiência. Vale dizer que o compromisso da Vivo é com ESG como um todo.”

Paola acredita que o sucesso está ligado à evolução pessoal. “Um líder bem-sucedido deve desenvolver mais do que formação e quilometragem em experiência técnica. Tem que desenvolver uma gama de habilidades para o novo modelo de trabalho que as gerações híbridas e digitais valorizam e desejam, como flexibilidade, resiliência, negociação de conflitos, construção de equipes diversas, escuta ativa, feedbacks 360°, agenda de debates e inovação colaborativa, espaço para criatividade e sugestões, mentoria de pessoas para alinhamento de carreira, e ser exemplo na busca de equilíbrio entre vida pessoal e trabalho.”

jects, I had to learn to trust my vision and find space to express myself and be listened to carefully. This reinforced in me skills such as empathy and resilience, which I consider fundamental for leadership that embraces transformation and diversity. I observe that women have important characteristics of a holistic vision and broad, ease in seeking and accepting mentoring, constructive feedback, therapies, and other actions that strengthen the balance of a leader and their teams for more sustainable results,” she says.

Companies with diversity in their professional staff are better evaluated, she says. “Humanity is plural, talent is everywhere. And Vivo saw this a few years ago, with a more open and diverse environment, where people feel safe to express themselves in a genuine way. Since 2018, there has been a program whose manifesto preaches less prejudice. Vivo Diversidade is based on the pillars of gender, LGBTI+, race and people with disabilities. It is worth saying that Vivo is committed to ESG as a whole.”

Paola believes that success is linked to personal evolution. “A successful leader must develop more than education and mileage into technical experience. You have to develop a range of skills for the new work model that hybrid and digital generations value and desire, such as flexibility, resilience, conflict negotiation, building diverse teams, active listening, 360° feedback, debate agenda and collaborative innovation, space for creativity and suggestions, mentoring people for career alignment, and being an example in the search for balance between personal life and work.”



É formada em administração, pós-graduada em negócios internacionais e fez cursos de liderança e gestão nas fundações Dom Cabral e Getulio Vargas. Karin entrou na Fischer há mais de 20 anos, como auxiliar de escritório. Fascinada pelo mercado dinâmico e o desenvolvimento de produtos, gerenciou o marketing num período de transformações, com o projeto de trade marketing e o lançamento do e-commerce. Contribuiu com a área de importação, principalmente no desenvolvimento de produtos para a linha Built-in. Desde 2017, é diretora comercial e de marketing.

Para enfrentar os desafios, sempre teve o apoio da família. **“O mercado é dinâmico e desafiador, a liderança feminina exige que estejamos preparadas e organizadas para gerenciar todas as atividades. Em termos de discriminação, uma única palavra transpõe este assunto: resultados. A entrega desses e de projetos de sucesso é o principal filtro que importa.”**

Hoje, 47% do quadro de trabalhadores da Fischer é ocupado por mulheres. “Homens e mulheres possuem

She has a degree in administration, a postgraduate degree in international business and leadership and management courses at the Dom Cabral and Getulio Vargas foundations. Karin joined Fischer more than 20 years ago, as an office assistant. Fascinated by the dynamic market and product development, she managed marketing during a period of transformation, with the trade marketing project and the launch of e-commerce. She contributed to the import area, mainly in the development of products for the Built-in line. Since 2017, she has been commercial and marketing director.

*To face the challenges, she always had the support of her family. **“The market is dynamic and challenging, female leadership requires us to be prepared and organized to manage all activities. In terms of discrimination, a single word conveys this issue: results. The delivery of these and successful projects is the main filter that matters.”***

Today, 47% of Fischer's workforce is occupied by women. “Men and women have unique characteristics

FISCHER

Karin Fischer

DIRETORA COMERCIAL E DE MARKETING
COMMERCIAL AND MARKETING DIRECTOR

características singulares para as funções que desempenham. As mulheres se destacam pelo cuidado e zelo aplicado, sensibilidade, empatia e comunicação. Saber extrair o melhor de cada um da equipe é qualidade de uma líder para fazer uma companhia se diferenciar”, diz.

Diversidade em uma empresa é importante, explica Karin. “Conversamos com um país plural, de regiões etnicamente bem diferentes. A Fischer sempre teve um olhar humano para gerar oportunidades. É natural da nossa essência, porque os atributos que esperamos da equipe estão diretamente ligados às suas competências, ética e resultados. Nossos diálogos, inclusive, ficam muito mais ricos com essa pluralidade no time para transmitir e impactar o consumidor.”

Para expandir a atuação feminina em cargos de liderança, a empresa aloca cada uma na posição em que possa exercer plenamente suas capacidades, diz. “Nosso desafio é proporcionar um ambiente favorável à inovação e à comunicação para que as mulheres conquistem seus espaços. Temos programas internos, com olhar para a família, saúde e educação. Construímos a creche CEI Bisa Olga Fischer, um de nossos projetos mais importantes, onde oferecemos vagas aos filhos de colaboradores e à comunidade. Acreditamos que temos o poder de trazer soluções para fazer uma gestão humanizada, especialmente para a mulher que deseja aliar a carreira com a maternidade, aproveitando o melhor dos dois mundos.”

Uma líder bem-sucedida tem que saber ouvir, aprender sempre e buscar autoconhecimento. “Dessa forma, descobrimos quais são as nossas fortalezas e propósitos de vida. Só assim nos tornamos profissionais e seres humanos melhores para a sociedade em que estamos inseridos”, afirma a executiva.

for the roles they perform. Women stand out for their care and diligence, sensitivity, empathy, and communication. Knowing how to extract the best from everyone on the team is a leader's quality to make a company stand out,” she says.

Diversity in a company is important, explains Karin. “We spoke to a plural country, with very different ethnic regions. Fischer has always had a human approach to generating opportunities. It is natural to our essence, because the attributes we expect from the team are directly linked to their skills, ethics, and results. Our dialogues, in fact, are much richer with this plurality in the team to transmit and impact the consumer.”

To expand women's role in leadership positions, the company allocates each woman to a position in which she can fully exercise her capabilities, she says. “Our challenge is to provide an environment favorable to innovation and communication so that women can conquer their spaces. We have internal programs, focusing on family, health, and education. We built the CEI Bisa Olga Fischer daycare center, one of our most important projects, where we offer places for the children of employees and the community. We believe that we have the power to bring solutions to provide humanized management, especially for women who want to combine their career with motherhood, making the most of the best of both worlds.”

A successful leader must know how to listen, always learn, and seek self-knowledge. “In this way, we discover what our strengths and purposes in life are. Only in this way will we become better professionals and human beings for the society in which we operate”, says the executive.



Desde os 17 anos, Socorro Canton trabalha na mesma empresa. Aos 60 anos de idade, acumula 43 de trabalho na Bemol S/A. "Comecei como secretária, e minha carreira aconteceu junto com o crescimento da empresa. À medida que ela foi se expandindo, galghei outros cargos. Passei pela gerência de marketing, gerência e supervisão de loja e superintendência até chegar a diretora operacional, responsável pelas lojas físicas, negócio farma, logística e área de expansão", conta.

Since the age of 17, Socorro Canton has worked at the same company. At 60 years of age, she has worked for Bemol S/A for 43 years. "I started as a secretary, and my career happened alongside the company's growth. As it expanded, I moved up to other positions. I went through marketing management, store management and supervision and superintendency until I became operational director, responsible for physical stores, pharmaceutical business, logistics and expansion area", she says.

BEMOL S/A



Socorro Canton

DIRETORA OPERACIONAL
OPERATIONAL DIRECTOR

"As minorias sempre têm uns degraus a mais, faltam referências, e as comparações nem sempre são tão justas, mas no meu caso específico tive a sorte de trabalhar em uma empresa em que a presença feminina na liderança é muito forte. Temos mulheres presentes em todos os principais cargos, como diretoria, conselho e outros. Infelizmente, essa não é uma realidade na maioria das empresas", diz Socorro. Em sua trajetória, sentiu a discriminação, que, na maioria das vezes, vem dos próprios subordinados, mas pode ocorrer também fora da empresa. "Ainda é muito comum, em qualquer fórum do varejo, uma presença muito pequena de mulheres", conta.

"A liderança feminina se destaca, na minha opinião, por conseguir fazer várias coisas ao mesmo tempo, ter muita energia, administrar com menos recursos e gerenciar bem as crises. Acho que é uma herança da vida doméstica. As empresas com maior diversidade são mais criativas, as pessoas são mais felizes, se importam mais com os outros e, conseqüentemente, estão mais bem preparadas para atender melhor", diz a diretora.

No entanto, há toda uma conjuntura cultural, social e econômica que ainda não enxerga todo o potencial da mulher e não cria as oportunidades necessárias para seu crescimento e acolhimento, destaca Socorro. "Para ser uma líder bem-sucedida, a mulher tem que acreditar no seu potencial, ter metas claras, estar sempre atualizada e trabalhar muito."

"Minorities always have a few more steps, there is a lack of references, and the comparisons are not always so fair, but in my specific case I was lucky to work in a company where the female presence in leadership is very strong. We have women present in all main positions such as management, council, and others. Unfortunately, this is not a reality in most companies", says Socorro. Along the way, she felt discrimination, which, in most cases, comes from her subordinates, but can also occur outside the company. "It is still very common, in any retail forum a very small presence of women," she says.

"Female leadership stands out, in my opinion, for being able to do several things at the same time, have a lot of energy, manage with fewer resources, and manage crises well. I think it's a legacy of domestic life. Companies with greater diversity are more creative, people are happier, they care more about others and, consequently, they are better prepared to provide better service", says the director.

However, there is an entire cultural, social, and economic situation that still does not see women's full potential and does not create the necessary opportunities for their growth and acceptance, highlights Socorro. "To be a successful leader, a woman has to believe in her potential, have clear goals, always be up to date and work hard."



Começou a carreira como estagiária e teve seu primeiro cargo de liderança aos 26 anos. Atuou sempre na área de marketing, desde gerência de produtos até branding, trade marketing, pesquisa, e em várias empresas e culturas diferentes, como japonesa, alemã, francesa, holandesa, chinesa e americana. "Foi uma jornada de muito aprendizado e crescimento pessoal e profissional", diz Marta Schulz.

A executiva discorda dos que dizem que o segmento de eletros, especialmente o de eletroportáteis, seja predominantemente masculino. **"Na minha trajetória, sempre trabalhei com muitas mulheres, pares, líderes e subordinadas, e mesmo onde havia predominância de homens na liderança, nunca me senti discriminada por ser mulher. Acredito que a chave, aqui, é agir com clareza e objetividade nas propostas, com postura firme, sem abrir mão de uma visão mais feminina"**, conta Marta.

She began her career as an intern and had her first leadership role at the age of 26. She has always worked in the marketing area, from product management to branding, trade marketing, research, and in several different companies and cultures, such as Japanese, German, French, Dutch, Chinese and American. "It was a journey of a lot of learning and personal and professional growth", says Marta Schulz.

The executive disagrees with those who say that the electronics segment, especially small appliances, is predominantly male. "In my career, I have always worked with many women, pairs, leaders, and subordinates, and even where there was a predominance of men in leadership, I never felt discriminated against because I was a woman. I believe that the key here is to act clearly and objectively in the proposals, with a firm posture, without giving up a more feminine vision", says Marta.

BLACK+DECKER

Marta Schulz

GERENTE DE MARKETING
MARKETING MANAGER

Nem sempre a liderança feminina é mais flexível. “Conheci líderes mulheres muito mais rígidas que homens, talvez adotassem essa postura como uma forma de se impor e/ou se proteger. Percebo que a mulher tem um lado muito criativo, que foi desenvolvido pela cobrança da sociedade. Precisamos ser boas profissionais, mães, donas de casa, amantes, esposas/namoradas... A cobrança sobre as mulheres é muito mais intensa, e isso, provavelmente, nos fez desenvolver melhor um “se vira nos 30” para dar conta de tudo. Nesse cenário, a presença de mulheres na liderança, junto com homens, traz uma diversidade de pensamentos e uma possibilidade de encontrarem, juntos, soluções melhores”, diz.

Em sua opinião, a diversidade no quadro profissional das empresas é um processo em desenvolvimento. “As pessoas ainda estão amadurecendo esse entendimento, mas já percebemos que as mais bem instruídas tendem a avaliar melhor as empresas que, de fato, atuam com diversidade em seu quadro profissional. A evolução do mercado é um dos fatores que irão colaborar para expandir essa atuação. O desafio está em acreditar que podemos assumir esses cargos de liderança, trabalhar para isso independentemente das barreiras e ir aprendendo com elas.”

Para Marta, é importante, no caso de liderança, estar em constante aprendizado. “Não digo só tecnicamente, mas pessoalmente. Você tem que aprender a se conhecer, a entender o próximo e as diferenças de estilos e perfis para conseguir liderar e ser bem-sucedida.” Na Stanley Black & Decker, no Brasil, 46% dos cargos de liderança são ocupados por mulheres.

Female leadership is not always more flexible. “I met female leaders who were much more rigid than men, perhaps they adopted this attitude as a way of imposing themselves and/or protecting themselves. I realize that women have a very creative side, which was developed by society’s demands. We need to be good professionals, mothers, housewives, lovers, wives/girl-friends... The pressure on women is much more intense, and this probably made us better develop a “just get it done” approach to handle everything. In this scenario, the presence of women in leadership, together with men, brings a diversity of thoughts and the possibility of finding better solutions together,” she says.

In her opinion, diversity in the professional staff of companies is a process in development. “People are still maturing this understanding, but we have already noticed that those who are better educated tend to better evaluate companies that, in fact, operate with diversity in their professional staff. The evolution of the market is one of the factors that will help to expand this activity. The challenge is to believe that we can take on these leadership roles and work towards this regardless of the barriers and learning from them.”

For Marta, it is important, in the case of leadership, to be constantly learning. “I don’t just mean technically, but personally. You must learn to know yourself, understand others and the differences in styles and profiles to be able to lead and be successful.” At Stanley Black & Decker, in Brazil, 46% of leadership positions are held by women.



CARLOS CLUR, PRESIDENTE DO GRUPO ELETROLAR
PRESIDENT AT GRUPO ELETROLAR

“Estamos empenhados em fazer uma feira melhor a cada ano e que gere ainda mais negócios e oportunidades.”

“We are committed to creating a better trade show every year that generates even more business and opportunities.”



RUMO À 17ª ELETROLAR SHOW

Em 2024, a maior feira de eletroeletrônicos da América Latina será realizada de 15 a 18 de julho, em São Paulo, e ocupará os 36 mil m² do Transamerica Expo Center.



TOWARDS THE 17th ELETROLAR SHOW

In 2024, the largest consumer electronics and household appliances trade show in Latin America will be held from July 15th to 18th, in São Paulo, and will occupy the 36 thousand sqm of the Transamerica Expo Center.

ELETROLAR SHOW 2024

A edição de 2024 da Eletrolar Show está em plena caminhada para suplantare o resultado de 2023, quando recebeu mais de 32 mil visitantes em seus quatro dias de duração. Foi a maior edição da feira, que é um marco no segmento, e já indica que em 2024 os números serão maiores. Neste ano, foram mais de 10 mil produtos de 1.500 marcas nacionais e internacionais e mais de 600 expositores. Para o próximo ano, a projeção é de 12 mil produtos, 1.700 marcas e 700 expositores, que ocuparão os 36 mil m² do Transamerica Expo Center.

“Estamos empenhados em fazer uma feira melhor a cada ano e que gere ainda mais negócios e oportunidades. Ao propiciar o encontro presencial entre a indústria e o varejo, a Eletrolar Show quebra barreiras comerciais, incentiva a interatividade entre os parceiros e facilita as negociações. São fatores que geram resultados extremamente positivos às empresas e queremos torná-los mais fortes a cada edição”, diz Carlos Clur, presidente do Grupo Eletrolar, criador da feira.

The 2024 edition of the Eletrolar Show is on its way to surpassing the 2023 result, when it received more than 32 thousand visitors over its four days. It was the biggest edition of the fair, which is a milestone in the segment, and already indicates that in 2024 the numbers will be greater. This year, there were more than 10 thousand products from 1,500 national and international brands and more than 600 exhibitors. For next year, the projection is for 12 thousand products, 1,700 brands and 700 exhibitors, which will occupy the 36 thousand sqm of the Transamerica Expo Center.

“We are committed to creating a better trade show every year that generates even more business and opportunities. By providing face-to-face meetings between industry and retail, Eletrolar Show breaks down commercial barriers, encourages interactivity between partners and facilitates negotiations. These are factors that generate extremely positive results for companies, and we want to make them stronger with each edition”, says Carlos Clur, president at Grupo Eletrolar, creator of the show.

EXPOSITORES CONFIRMADOS PARA A ES 2024

EXHIBITORS CONFIRMED FOR ES 2024



Parte expressiva de expositores já confirmou a participação em 2024, como Amet, Assurant, Atacado de Acessórios, Bedinsat, Bomber, Cairu Bicycles, Danx, Days Brasil, Dévia, Ecooda, Elements, EOS, Evolut Gamer, FAM, Grupo MK (Mondial, AIWA e XZone), Gshield, Guzzini, HÄNDZ, Hprime, Hrebos, Ikase, Imenso, IPC Brasil, Kemei, KM Cargo, Knup, Kodak, Kouda, LehmoX, Letron, Lucky Amazonia, Maxxi House, Peining, Pepe, Realce, Rock Space, Solid Power, TecToy, TS Shara, Ultraar, Vention, Ventisol e Agratto, Very Rio, Vivensis, WaveOne, X-One Brasil e YGGY.

A significant number of exhibitors have already confirmed their participation in 2024, Amet, Assurant, Atacado de Acessórios, Bedinsat, Bomber, Cairu Bicycles, Danx, Days Brasil, Dévia, Ecooda, Elements, EOS, Evolut Gamer, FAM, Grupo MK (Mondial, AIWA e XZone), Gshield, Guzzini, HÄNDZ, Hprime, Hrebos, Ikase, Imenso, IPC Brasil, Kemei, KM Cargo, Knup, Kodak, Kouda, LehmoX, Letron, Lucky Amazonia, Maxxi House, Peining, Pepe, Realce, Rock Space, Solid Power, TecToy, TS Shara, Ultraar, Vention, Ventisol e Agratto, Very Rio, Vivensis, WaveOne, X-One Brasil and YGGY.

REPERCUSSÃO REPERCUSSION

Os expositores continuam repercutindo os bons resultados obtidos na feira de 2023 destacando sua importância para a concretização de negócios, para a abertura de novas parcerias, consolidação das já existentes, bem como a ampliação da abrangência da marca no Brasil e na América Latina. Veja os depoimentos de expositores que já garantiram seu espaço em 2024.

Exhibitors continue to reflect the good results obtained at the 2023 fair, highlighting their importance for concluding business, opening new partnerships, consolidating existing ones, as well as expanding the brand's reach in Brazil and Latin America. See testimonials from exhibitors who have already secured their space in 2024.

ASSURANT

“A Eletrolar Show é importante para conhecermos a demanda dos clientes e planejarmos o futuro da companhia. Na feira, reencontramos clientes, fechamos novas parcerias e vimos as necessidades do mercado.”

“The Eletrolar Show is important for us to understand customer demand and plan the company's future. At the fair, we met customers, closed new partnerships, and saw the market's needs.”

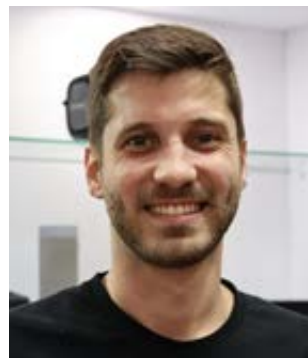


DANIEL BRANDÃO,
DIRETOR COMERCIAL DA ASSURANT
COMMERCIAL DIRECTOR AT ASSURANT

BOMBER SPEAKERS

"A Eletrolar Show representa para a Bomber uma oportunidade valiosa para o reconhecimento da marca e a consolidação da empresa como uma opção de áudio de qualidade para o mercado. Estou otimista em relação aos resultados obtidos."

"The Eletrolar Show represents a valuable opportunity for Bomber to gain brand recognition and consolidate the company as a quality audio option for the market. I am optimistic about the results obtained."



MANFRED KRAS LERMEN,
GERENTE COMERCIAL DA BOMBER SPEAKERS
COMMERCIAL MANAGER AT BOMBER SPEAKERS



RODRIGO LACERDA,
CEO DA HÄNDZ
CEO AT HÄNDZ

HÄNDZ

"Participamos 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."

"We participated in the 16th Eletrolar Show to showcase 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 relationships. The value of networking is immeasurable."

KOUDA

"A feira foi uma ótima oportunidade para fazer negócios, tendo a presença de empresas do Brasil inteiro com vontade e condições de comprar. No ano passado, fizemos boas transações comerciais durante e após o evento e apostamos o mesmo em 2023."

"The fair was a great opportunity to do business, with the presence of companies from all over Brazil willing and able to buy. Last year, we had good commercial transactions during and after the event and we are betting on the same in 2023."



YURI LIMA,
DIRETOR DA KOUDA
DIRECTOR AT KOUDA

LETRON

"A Eletrolar Show foi estimuladora para mostrar quem somos e a nossa marca ao mercado B2B. Já no primeiro dia da feira fechamos negócios."

"The Eletrolar Show was encouraging to show who we are and our brand to the B2B market. On the first day of the fair, we closed deals."



BRUNO ASTOLFI,
GERENTE DE MARKETING DA LETRON
MARKETING MANAGER AT LETRON

“A Eletrolar Show quebra barreiras comerciais, incentiva a interatividade entre a indústria e o varejo e facilita as negociações.”

"The Eletrolar Show breaks down commercial barriers, encourages interactivity between industry and retail and facilitates negotiations."



LUCIANO WALTRICH,
GERENTE REGIONAL DE VENDAS DA REALCE
REGIONAL SALES MANAGER AT REALCE

REALCE

"Na feira, recebemos importantes players. A visitação foi surpreendentemente movimentada, com a presença de clientes nacionais e internacionais, vindos da Argentina, Colômbia e Paraguai."

"At the fair, we welcomed important players. The visitation was surprisingly busy, with the presence of national and international customers, coming from Argentina, Colombia, and Paraguay."

TECTOY

“A Eletrolar Show tem se mostrado um palco importante para impulsionar o mercado de eletrônicos. Aproveitamos para apresentar nossos principais produtos. 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.”

“The Eletrolar Show has proven to be an important stage to boost the electronics market. We take the opportunity to present our main products. 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.”



VALDENI RODRIGUES,
CEO DA TECTOY
CEO AT TECTOY



FELIPE CAMPAGNOLI,
DIRETOR COMERCIAL DA WAVEONE
COMMERCIAL DIRECTOR AT WAVEONE

WAVEONE

“A Eletrolar Show foi o caminho que a companhia escolheu como primeiro contato para entrar no mercado B2C de áudio, em uma escala de referência. A participação na feira nos proporcionou visibilidade, oportunidades de negócios e um saldo muito positivo, com a realização de negócios tanto no Brasil quanto para exportação.”

“The Eletrolar Show was the path the company chose as its first contact to enter the B2C audio market, on a reference scale. Participating in the fair provided us with visibility, business opportunities and a very positive balance, with business being done both in Brazil and for export.”

YGGY

“Na Eletrolar Show, a empresa visou alavancar seu crescimento e estabelecer-se entre as melhores do mercado. É o maior evento da América Latina e estarmos presentes foi fundamental para destacar a marca e atrair novos parceiros. Trabalhamos a credibilidade e o fortalecimento da marca, isso gera oportunidades de negócio. Essa foi a nossa intenção com a participação.”

“At the Eletrolar Show, the company aimed to leverage its growth and establish itself among with the best in the market. It is the biggest event in Latin America and being present was essential to highlight the brand and attract new partners. We work on credibility and strengthening the brand, which creates business opportunities. That was our intention with participation.”



SAULO ESTEVES,
DIRETOR DA YGGY
DIRECTOR AT YGGY

ELECTRONICS HOME . Argentina

A FEIRA DE NEGÓCIOS B2B MAIS IMPORTANTE DA ARGENTINA **2024** | **22 a 24 de julho**



15 categorias de produtos variados fazem da Electronics Home o showroom mais completo para indústria e varejo. *Não perca!*

- ▶ 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

Organização

Grupo **eletrolar azuloplay** **INTEGRACION**

Revista oficial



HOME





DOSSIÊ – FOGÕES DE PISO E DE EMBUTIR
DOSSIER – FLOOR-STANDING AND BUILT-IN STOVES

NOVAS TECNOLOGIAS ESTIMULAM AS VENDAS

NEW TECHNOLOGIES BOOST SALES

Com atributos diferenciados, que incluem sofisticado design e novas tecnologias, os fogões, sejam eles de piso ou de embutir, ampliam o seu espaço na cozinha, amparados, inclusive, pelo conceito gourmet. Dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) revelam que 98,2% dos lares brasileiros têm um fogão, mas as novidades sempre atraem o consumidor. Esta é uma época muito apropriada para o varejo incentivar as vendas de novos modelos, que são os personagens deste **Dossiê**.

With differentiated attributes, which include sophisticated design and new technologies, the stoves, whether floor-standing or built-in, expand your kitchen space, supported by the gourmet concept. Data from the Brazilian Institute of Geography and Statistics (IBGE) reveal that 98.2% of Brazilian homes have a stove, but new products always attract consumers. This is a very appropriate time for retailers to encourage sales of new models, which are the protagonists in this **Dossier**.

ATLAS

Modelo de piso, o **fogão Mônaco Top 4Q** é moderno, econômico e oferece praticidade. Tem painel na mesa, o que facilita a utilização dos botões. Suas grades duplas de aço possuem design novo e reforçado, garantindo maior estabilidade das panelas. Conta com pés altos, que facilitam a limpeza do espaço embaixo do fogão, e puxador de aço. Possui acendimento automático, e a porta de vidro permite uma visão ampla do forno. Seu interior tem o revestimento Limpa Fácil.

*The floor-standing model, **Mônaco Top 4Q stove** is modern, economical and offers practicality. It has a panel on the table, which makes it easier to use the buttons. Its double steel grates have a new and reinforced design, ensuring greater stability for the pans. It has tall feet, which make it easier to clean the space under the stove, and a steel handle. It has automatic ignition and allows a wide view of the oven with a glass door. Its interior has the Easy Clean coating.*



Preço sugerido em 18/09/2023: R\$ 839,00.

Suggested price on 09/18/2023: BRL839.00.

BRASTEMP



Preço sugerido em 22/09/2023: R\$ 3.235,00.

Suggested price on 09/22/2023: BRL 3,235.00.

O **fogão com air fryer BFS5LAE** é o primeiro modelo 3 em 1 do Brasil. É air fryer, forno e fogão. A novidade oferece a tecnologia air fryer com cesto exclusivo para garantir a crocância dos alimentos sem o uso de óleo, com maior versatilidade e alta capacidade de preparo das receitas. Está disponível com 5 bocas e tem, também, a função Turbo Chama, que traz mais velocidade no cozimento por conta da distribuição de calor por igual. As chamas são potentes e rápidas.

*The **BFS5LAE stove with air fryer** is the first 3-in-1 model in Brazil. It has an air fryer, oven, and stove. The new feature offers air fryer technology with an exclusive basket to ensure crispiness of food, without the use of oil, with greater versatility and high capacity for preparing recipes. It is available with 5 burners and has the Turbo Flame function, which brings more speed to cooking due to even heat distribution. The flames are powerful and fast.*

CONSUL

O novo **fogão CFO4VBE**, com moderno design, possui 4 queimadores e forno assa rápido. Conta com mesa de vidro temperado e botões removíveis na cor preta. O vidro interno do forno é vedado para facilitar a limpeza. Para maior segurança no preparo das refeições, tem grades individuais estáveis, com mais pontos de contato com a panela, quinas não cortantes, válvula contra vazamento de gás e regulagem nos pés traseiros. O forno tem capacidade de 58 litros, prateleira ajustável em três alturas e paredes esmaltadas.

*The new **CFO4VBE stove**, with a modern design, has 4 burners and a fast oven. It has a tempered glass table and removable black buttons. The internal glass of the oven is sealed for easy cleaning. For greater safety when preparing meals, it has stable individual grates, with more points of contact with the pan, non-cutting corners, valve against gas leaks and adjustment on the rear feet. The oven has a capacity of 58 liters, a shelf adjustable to three heights and enamelled walls.*



Preço sugerido em 20/09/2023: R\$ 1.450,00.

Suggested price on 09/20/2023: BRL 1,450.00.

DAKO

Com design moderno, o **fogão Magister Inox 4Q Dako** conta com uma porta de vidro, cantoneiras de inox e puxador de alumínio escovado. Tem tripla chama na versão com 5 queimadores, acendimento automático e forno com 100 litros de capacidade e duas prateleiras, sendo uma autodeslizante e outra deslizante. Permite ampla visão do forno, que tem lâmpada interna. Suas grades duplas são de piatina, o que traz mais segurança ao movimentar a panela. A versão de 4 queimadores possui Mega Chama e forno de 60 litros.

*With a modern design, the **Magister Inox 4Q Dako stove** has a glass door, stainless steel corners and brushed aluminum handles. It has a triple flame, in the version with 5 burners, automatic ignition and an oven with 100 liters of capacity and two shelves, one self-sliding and the other sliding. Allows a wide view of the oven, which has an internal lamp. Its double grates are made of piatina, which makes it safer when moving the pan. The 4-burner version has Mega Flame and a 60-liter oven.*



Preço sugerido em 18/09/2023: R\$ 1.699,00.

Suggested price on 09/18/2023: BRL 1,699.00.

ELECTROLUX

O novo **fogão Electrolux 5 Bocas Preto** (FE5DP) tem a tecnologia PerfectCook360, que combina um forno com cavidade selada, para maior controle da temperatura e menor perda de calor, e convecção, que assa por igual através do ventilador interno que circula o ar quente de modo uniforme. Para reaquecer a comida, o Regenerar a Vapor, através do aquecimento a vapor, ajuda a manter o sabor e o aroma sem ressecar os alimentos. Tem duplo forno, um superior, de 35,1 litros, e outro inferior, de 108,9 litros, mesa de vidro temperada, multichama e timer que emite aviso sonoro.

*The new **Electrolux 5 Bocas Black stove** (FE5DP) has PerfectCook360 technology, which combines an oven with a sealed cavity, for greater temperature control and less heat loss, and convection, which bakes evenly through the internal fan that circulates the hot air uniformly. To reheat food, Regenerar a Vapor (Steam Regenerate), through steam heating, it helps maintain the flavor and aroma without drying out the food. It has a double oven, an upper one, 35.1 liters, and a lower one, 108.9 liters, tempered glass table, multi-flame and timer that emits an audible warning.*



Preço sugerido em 18/09/2023: R\$ 5.349,00.

Suggested price on 09/18/2023: BRL 5,349.00.

ESMALTEC

Seu **fogão Diamante Glass** tem duplo forno, o superior elétrico e o inferior a gás, para o preparo de duas receitas ao mesmo tempo. Possui mesa de vidro temperado e trempes de ferro fundido e individuais, que dão mais estabilidade às panelas. Tem timer analógico com aviso sonoro, queimador tripla chama (5Q), acendimento automático e forno autolimpante. Conta com puxador de alumínio escovado, alça lateral, que facilita o deslocamento para a limpeza, e e-sensor, que indica o momento exato em que o forno está pré-aquecido. O forno tem duas prateleiras, uma deslizante e uma autodeslizante, e luz interna.

*Its **Diamante Glass stove** has a double oven, the upper electric and the lower gas, for preparing two recipes at the same time. It has a tempered glass table and individual cast iron trivets, which give the pans more stability. It has an analog timer with audible warning, triple flame burner (5Q), automatic ignition and self-cleaning oven. It has a brushed aluminum handle, side handle, which makes it easier to move for cleaning, and an e-sensor, which indicates the exact moment when the oven is preheated. The oven has two shelves, one sliding and one self-sliding, and an internal light.*



5 bocas - Preço sugerido em 19/09/2023: R\$ 2.869,00.

5 burners - Suggested price on 09/19/2023: BRL 2,869.00.



Preço sugerido em 18/09/2023: R\$ 2.899,00.

Suggested price on 09/18/2023: BRL 2,899.00.

FISCHER

O **fogão de embutir Fischer 5Q TC Gran Cheff Gás** traz design e praticidade para a cozinha. Possui trempes em ferro fundido, que garantem robustez e maior estabilidade para as panelas. Tem 5 queimadores com tecnologia italiana de alta performance, sendo um tripla chama de 3.750 W de potência. Possui forno com 110 litros de capacidade e controle de temperatura de 190°C a 300°C, além de lâmpada. Tem grill elétrico, que doura e gratina os alimentos, bandeja coletora de resíduos e revestimento interno EasyClean, para fácil limpeza.

*The **Fischer 5Q TC Gran Cheff Gás built-in stove** brings design and practicality to the kitchen. It has cast iron trivets, which guarantee robustness and greater stability for the pans. It has 5 burners with high-performance Italian technology, including a triple flame with 3,750 W of power. It has an oven with 110 liters of capacity and temperature control from 190°C to 300°C, as well as a lamp. It has an electric grill, which browns and grills food, a waste collection tray and EasyClean internal lining, for easy cleaning.*

ITATIAIA

Moderno, o **fogão Itamaster Digital 4Q** está disponível nas cores reflecta fumê e preto fosco. Possui painel touchscreen, acendimento automático e a função de bloqueio, oferecendo mais segurança e agilidade no dia a dia da cozinha. Conta, também, com trempes individuais de ferro fundido, com oito apoios para maior estabilidade das panelas, timer com contagem regressiva e mesa de vidro temperado. Os botões e manípulos são removíveis.

*Modern, the **Itamaster Digital 4Q stove** is available in the colors reflect smoke and matte black. It has a touchscreen panel, automatic ignition and a lock function, offering more security and agility in everyday kitchen work. It also has individual cast iron trivets, with eight supports for greater pan stability, a countdown timer and a tempered glass table. The buttons and knobs are removable.*



Preço sugerido em 18/09/2023: R\$ 1.699,00.
Suggested price on 09/18/2023: BRL 1,699.00.

REALCE


A **linha Iris Glass 5 bocas** tem o sistema Top Control e manipuladores na mesa. A mesa é de vidro preto temperado 6 mm. Possui trempes individuais em ferro fundido de 5 mm, com seis pontos de apoio, e frente em peça única. Tem o sistema de esmaltação Cleartec no forno de 94 litros de capacidade, acendimento automático, puxador de alumínio escovado e vidro duplo temperado na porta do forno. A grade é cromada, e o queimador central é tripla chama. Disponível em branco, preto, inox com silver e golden rosa.


*The **Iris Glass 5-burner line** has the Top Control system and manipulators on the table. The table is made of 6 mm black tempered glass. It has individual 5 mm cast iron trivets, with six support points, and a single-piece front. It has the Cleartec enameling system in the 94-liter oven, automatic ignition, brushed aluminum handle and double tempered glass on the oven door. The grill is chrome, and the central burner has a triple flame. Available in white, black, stainless steel with silver and rose gold.*




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;¹

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

 **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.

POR QUE O CARTÃO DE CRÉDITO LIDERA COMPRAS ONLINE?

WHY DO CREDIT CARDS LEAD ONLINE PURCHASES?

RODRIGO BANDEIRA
VICE-PRESIDENTE DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE COMÉRCIO ELETRÔNICO (ABCOMM)
 VICE PRESIDENT AT ABCOMM



Foto: Divulgação

Graças aos avanços tecnológicos, as compras na internet estão bastante facilitadas, com meios de pagamentos que privilegiam o conceito da praticidade. Assim, métodos rápidos, seguros e simples facilitam a vida do consumidor, aumentam a retenção e, claro, a receita. Entre todas as opções disponíveis, o cartão de crédito conquista um lugar de destaque no coração e na carteira dos consumidores.

Entre tantas formas existentes no mercado – PIX, boleto, transferências, carteira digital –, essa preferência é reflexo das vantagens e comodidades que esse meio de pagamento oferece aos consumidores, como agilidade no processo, parcelamento do valor total, recompensas em pontos e milhas, cashback, possibilidade de cancelar a compra caso haja algum problema na entrega do produto e possibilidade de complementar pagamentos (parte no cartão de crédito e parte em boleto bancário, por exemplo).

Outra ação recente da indústria de cartões é o Click to Pay, tecnologia que cria um banco de dados para otimizar a finalização das compras online com cartão de débito ou crédito. Assim, quando o consumidor visualizar a opção Click to Pay, não haverá mais a necessidade de preencher os dados do cartão, como número, data de validade e código de segurança. Essa novidade promete ser muito útil para todos os atores da cadeia.

Em resumo, a preferência do consumidor pelo uso do cartão de crédito nas compras online é lógica e justificável. Trata-se de mais conveniência, segurança, flexibilidade financeira e proteção. O cartão de crédito pode se manter como grande aliado na era do comércio eletrônico, abrindo espaço para novos avanços tecnológicos. ■■

Thanks to technological advances, shopping on the internet has become much easier, with payment methods that prioritize the concept of practicality. Thus, fast, safe, and simple methods make the consumer's life easier, increase retention and, of course, revenue. Among all the options available, credit cards occupy a prominent place in the hearts and wallets of consumers.

Among so many payment means on the market – PIX, bank slip, transfers, digital wallet –, this preference is a reflection of the advantages and amenities that this payment method offers to consumers, such as agility in the process, installments of the total amount, rewards in points and miles, cashback, possibility of canceling the purchase if there is a problem with product delivery and possibility of supplementing payments (partly by credit card and part by bank slip, for example).

Another recent action by the card industry is Click to Pay, a technology that creates a database to optimize the completion of online purchases using a debit or credit card. Thus, when the consumer sees the Click to Pay option, there will no longer be a need to fill in card details, such as number, expiration date and security code. This new feature promises to be very useful for all actors in the chain.

In summary, consumer preference for using credit cards when shopping online is logical and justifiable. It's about more convenience, security, financial flexibility, and protection. The credit card can remain a great ally in the era of electronic commerce, opening space for new technological advances. ■■

A GESTÃO DE RH COMO COMPETITIVIDADE DAS EMPRESAS

HR MANAGEMENT AS COMPANIES' COMPETITIVENESS

MARCELO SAMOGIN

DIRETOR E CONSULTOR SÊNIOR DA REMUNERAR E RESPONSÁVEL PELA PESQUISA SALARIAL DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA DISTRIBUIÇÃO DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO (ABRADISTI)

CONSULTANT AT ABRADISTI, DIRECTOR AND SENIOR CONSULTANT AT REMUNERAR



Foto: Divulgação

Ajuste de rotas e de estratégias de remuneração para atrair, engajar e reter os melhores profissionais do mercado é um dos benefícios de acessar um estudo como a 6ª Pesquisa Salarial Abradisti.

Dados sobre práticas de RH e benefícios oferecidos no setor de TIC permitem aos gestores a elaboração de estratégias para ampliar a competitividade da empresa. Ao acessar um levantamento como esse, a empresa entende, também, o grau de competitividade do seu próprio pacote de remuneração.

Se o engajamento do profissional nos dias de hoje é crucial, crucial também é a elaboração de um pacote de remuneração abrangente, composto por elementos como salário fixo, remuneração variável e benefícios compatíveis com o mercado ou ainda melhores.

Neste ano, a pesquisa foi expandida e engloba entrevistas com 29 empresas associadas da entidade, realizadas durante os meses de julho e agosto de 2023. Essa abordagem resultou na coleta de mais de 3 mil dados salariais, de 87 cargos distintos, incluindo funções de gestão, técnicas, administrativas e de vendas.

Os gestores dessas 29 empresas que contribuíram com o estudo acessam seu resultado na íntegra. Uma edição resumida é divulgada para todo o mercado.

À medida que as empresas competem pelo reconhecimento dos consumidores por meio da oferta de produtos e serviços, é imperativo que se destaquem na sua gestão de Recursos Humanos. ■■

Adjusting routes and compensation strategies to attract, engage and retain the best professionals in the market is one of the benefits of accessing a study like the 6th Abradisti Salary Survey.

Data on HR practices and benefits offered in the ICT sector allow managers to develop strategies to increase the company's competitiveness. By accessing a survey like this, the company also understands the degree of competitiveness of its own remuneration package.

If professional engagement these days is crucial, it is also crucial to develop a comprehensive remuneration package, made up of elements such as a fixed salary, variable remuneration and benefits compatible with the market or even better.

This year, the research was expanded and includes interviews with 29 member companies of the entity, carried out during the months of July and August 2023. This approach resulted in the collection of more than 3 thousand salary data, from 87 different positions, including management functions, technical, administrative and sales.

The managers of these 29 companies that contributed to the study access the results in full. A summarized edition is released to the entire market.

As companies compete for consumer recognition through the offering of products and services, it is imperative that they stand out in their Human Resources management. ■■

O PÓS-VENDA COMO REFERÊNCIA PARA O FABRICANTE, IMPORTADOR E DISTRIBUIDOR

AFTER-SALES AS A REFERENCE FOR THE MANUFACTURER, IMPORTER AND DISTRIBUTOR

WAGNER GATTO

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

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



Foto: Arquivo

O comportamento dos consumidores no momento da aquisição de um produto eletroeletrônico vai além do preço, qualidade ou marca, principalmente quando o item apresenta um alto valor agregado. Pesquisas nos mostram que os consumidores estão realizando consultas no site, meios de comunicação, redes sociais e plataforma de reclamações, verificando os históricos de Pós-Vendas e Sustentabilidade.

Na Eletrolar Show 2023, notamos que um dos grandes fatores impeditivos nas negociações comerciais junto à rede de varejo de inúmeros fabricantes, importadores e distribuidores de novas marcas ou produtos foi a falta de Pós-Vendas.

A ABRASA vem trabalhando junto a parceiros em prol da rede cadastrada de Pós-Vendas, em nível nacional, no desenvolvimento e transformação de oficinas de assistências técnicas para uma Rede Premium, com o conceito de Centro de Conveniência em Pós-Vendas de Eletroeletrônicos.

Com isso, o objetivo é investir em treinamentos de qualificação técnica, de atendimento e Inteligência Artificial, a fim de proporcionar ao segmento a excelência não só em consertos, reparos de defeitos e orientação aos consumidores, mas também em suporte de Pós-Vendas aos fabricantes, importadores e distribuidores nas transações comerciais junto à rede de varejo. ■■

Consumer behavior when purchasing an electronic product goes beyond price, quality, or brand, especially when the item has a high added value. Research shows us that consumers are carrying out consultations on the website, media, social networks, and complaints platform, checking After-Sales and Sustainability records.

At Eletrolar Show 2023, we noticed that one of the major impeding factors in commercial negotiations with the retail chains of numerous manufacturers, importers and distributors of new brands or products was the lack of After-Sales.

ABRASA has been working together with partners on behalf of the registered After-Sales network, at a national level, in the development and transformation of technical assistance workshops into a Premium Network, with the concept of After-Sales Convenience Center for Electronics.

With this, the objective is to invest in technical qualification, service and Artificial Intelligence training, in order to provide the segment with excellence not only in repairs, defect repairs and guidance to consumers, but also in After-Sales support for manufacturers, importers and distributors in commercial transactions within the retail chains. ■■

COMO APROVEITAR A BLACK FRIDAY PARA PROMOVER A RECICLAGEM DE ELETROELETRÔNICOS E ELETRODOMÉSTICOS E VENDER AINDA MAIS

HOW TO TAKE ADVANTAGE OF BLACK FRIDAY TO PROMOTE THE RECYCLING OF ELECTRONICS AND APPLIANCES AND SELL EVEN MORE

NILSON MAESTRO

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

PRESIDENT OF THE BRAZILIAN ASSOCIATION FOR RECYCLING ELECTRONICS AND HOUSEHOLD APPLIANCES (ABREE)



Foto: Divulgação

A Black Friday, que ocorre sempre no final de novembro, é um excelente ponto de contato entre marcas e consumidores. Diante disso, a data também pode ser vista como um momento de conscientização a respeito da reciclagem dos mesmos produtos que muitas vezes estão nos radares de compra dos clientes.

No ano passado, nessa época, o faturamento do varejo atingiu R\$ 6,15 bilhões, conforme dados da Confi.Neotrust, e espera-se que as vendas sejam maiores em 2023. Em 2022, houve uma queda ante o ano anterior. As marcas buscam estratégias para engajar mais os consumidores. E um jeito interessante de se destacar e fugir do lugar-comum é atrelar esse ensejo de consumo ao sentimento positivo de contribuir para um mundo melhor, preservando o meio ambiente.

No cenário de eletroeletrônicos e eletrodomésticos, em que uma compra nova quase sempre está ligada ao descarte de um equipamento antigo, a proposta é condicionar as ações promocionais do varejo ligadas a essa nova compra à ação do consumidor de descartar os produtos antigos de forma ambientalmente correta. Muitos centros comerciais do Brasil todo já possuem pontos de recebimento para descarte de produtos antigos ou inutilizados, e ações promocionais já são propostas comuns aos varejistas de diversos setores.

Para esta Black Friday, é importante considerar a adoção desse tipo de ação. Isso, com certeza, ampliará as vendas e, ao mesmo tempo, garantirá um futuro melhor e uma economia mais sustentável. As pessoas desejam fazer mais pelo meio ambiente e, muitas vezes, só precisam de um pequeno incentivo. ■■

Black Friday, which always takes place at the end of November, is an excellent point of contact between brands and consumers. Given this, the date can also be seen as a moment to raise awareness about recycling the same products that are often on customers' purchasing radars.

Last year, at this time, retail revenue reached BRL 6.15 billion, according to data from Confi.Neotrust, and sales are expected to be higher in 2023. In 2022, there was a drop compared to the previous year. Brands seek strategies to engage consumers more. And an interesting way to stand out and escape the commonplace is to link this opportunity for consumption to the positive feeling of contributing to a better world, preserving the environment.

In the scenario of electronics and household appliances, where a new purchase is almost always linked to the disposal of old equipment, the proposal is to condition retail promotional actions linked to this new purchase to the consumer's action of disposing of old products in an environmentally correct way. Many shopping centers throughout Brazil already have collection points for disposing of old or unused products, and promotional actions are already common proposals for retailers from different sectors.

For this Black Friday, it is important to consider adopting this type of action. This will certainly increase sales and, at the same time, guarantee a better future and a more sustainable economy. People want to do more for the environment and often just need a little encouragement. ■■

QUEDA NOS JUROS TRAZ OTIMISMO, MAS PRECISA SEGUIR AVANÇANDO PARA IMPACTAR A REALIDADE

DROP IN INTEREST RATES BRINGS OPTIMISM, BUT IT NEEDS TO CONTINUE MOVING FORWARD TO IMPACT REALITY

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

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



Foto: Divulgação

A redução de 0,75% na taxa de juros, saindo de 13,25% para 12,75%, é uma demonstração muito positiva de que, de fato, o Banco Central entende que os juros devem seguir em queda progressiva se os indicadores macroeconômicos permanecerem estáveis.

Ainda que houvesse a expectativa de um corte ainda maior para que, de forma mais acelerada, pudéssemos experimentar uma retomada mais consistente no consumo, a sinalização de uma política monetária mais flexível já melhora o nível de confiança do setor produtivo.

Juros mais baixos tornam o crédito mais acessível, contexto fundamental para o crescimento de diversos setores da economia, impulsionados pelo consumo. Esta também é a realidade do setor eletroeletrônico.

Outros elementos, como inflação sob controle, crescimento do PIB e iniciativas do poder público, como o programa Desenrola, ajudam a compor um cenário mais otimista.

Com a próxima reunião do Copom prevista para acontecer poucas semanas antes da Black Friday, pode ser que uma nova queda nos juros deixe de ser uma expectativa de melhora no futuro e passe a interferir de forma concreta na realidade. ■■

The 0.75% reduction in the interest rate, from 13.25% to 12.75%, is a very positive demonstration that, in fact, the Central Bank understands that interest rates should continue to decrease progressively if the indicators macroeconomic conditions remain stable.

Even though there was an expectation of an even greater cut so that, we could experience a more consistent recovery in consumption, the sign of a more flexible monetary policy already improves the level of confidence in the productive sector.

Lower interest rates make credit more accessible, a fundamental context for the growth of various sectors of the economy, driven by consumption. This is also the reality of the electronics sector.

Other elements, such as controlled inflation, GDP growth and government initiatives, such as the Desenrola program (Disembroil program), help to create a more optimistic scenario.

With the next Copom meeting scheduled to take place a few weeks before Black Friday, it may be that a new drop in interest rates will no longer be an expectation of improvement in the future and will interfere in reality. ■■

QUEDA DE JUROS E DESENROLA AJUDARÃO A ACELERAR VENDAS NO COMÉRCIO

LOWER INTEREST AND UNROLL WILL HELP ACCELERATE SALES IN TRADE

GUILHERME DIETZE

ASSESSOR ECONÔMICO DA FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO DO ESTADO DE SÃO PAULO (FECOMERCIOSP)

ECONOMIC ADVISOR OF THE FEDERATION OF TRADE OF GOODS, SERVICES AND TOURISM OF THE STATE OF SÃO PAULO (FECOMERCIOSP)



Foto: Divulgação

Os dados mais recentes do setor varejista indicam uma desaceleração nas vendas a partir do segundo trimestre. De acordo com o IBGE, durante os primeiros três meses, houve crescimento de 2,43% em relação ao mesmo período do ano anterior, mas, no trimestre seguinte, esse aumento diminuiu para 0,23%.

Apesar disso, o saldo ainda permanece positivo. O setor se beneficiou da recuperação da renda das famílias em virtude da baixa inflação, principalmente por causa da deflação dos alimentos e da criação significativa de empregos. No entanto, as taxas de juros elevadas trouxeram desafios, como o crédito caro e o aumento da inadimplência, causando um impacto considerável nas vendas.

De acordo com a FecomercioSP, a taxa de famílias com contas atrasadas na capital paulista atingiu o recorde de 25,8%, em novembro de 2022. Mesmo após um longo período, ainda permanecia em torno de 25%, em agosto passado. Além disso, a taxa média de juros para o consumidor no País, segundo o Banco Central (Bacen), chegou a quase 60% ao ano em maio, um nível não visto desde 2017.

No entanto, as perspectivas para o fim deste ano e para 2024 parecem mais favoráveis. O início da redução da Selic, a taxa básica de juros, em agosto, e o programa Desenrola, que beneficiou milhões de consumidores por meio de renegociações de dívidas com descontos, criarão condições para a expansão do crédito às famílias a um custo mais baixo.

É importante destacar que esse é um processo gradual, pois as mudanças não acontecem da noite para o dia. A Selic deve atingir a casa de um dígito apenas no próximo ano. Contudo, setores que foram afetados pelos altos juros — como eletrodomésticos, móveis e materiais de construção — podem se preparar para um ciclo de aumento de preços e aceleração do consumo nos próximos anos. ■■

The most recent data from the retail sector indicates a slowdown in sales from the second quarter onwards. According to IBGE, during the first three months, there was growth of 2.43% compared to the same period of the previous year, but, in the following quarter, this increase decreased to 0.23%.

Despite this, the balance remains positive. The sector benefited from the recovery in family income due to low inflation, mainly due to food deflation and significant job creation. However, high interest rates brought challenges, such as expensive credit and increased defaults, causing a considerable impact on sales.

According to FecomercioSP, the rate of families with overdue bills in the capital of São Paulo reached a record 25.8%, in November 2022. Even after a long period, it remained at around 25%, last August. Furthermore, the average interest rate for consumers in the country, according to the Central Bank (Bacen), reached almost 60% per year (p.a.) in May, a level not seen since 2017.

However, the prospects for the end of this year and for 2024 appear more favorable. The beginning of the reduction in the Selic, the basic interest rate, in August, and the Desenrola program (Unroll program), which benefited millions of consumers through debt renegotiations with discounts, will create conditions for the expansion of credit to families at a lower cost.

It is important to highlight that this is a gradual process, as changes do not happen overnight. Selic should only reach single digits next year. However, sectors that were affected by high interest rates — such as household appliances, furniture, and construction materials — could prepare for a cycle of rising prices and accelerating consumption in the coming years. ■■

EMPRESAS DEVEM ESTAR ATENTAS À LOGÍSTICA REVERSA DE ELETROELETRÔNICOS

COMPANIES MUST PAY ATTENTION TO THE REVERSE LOGISTICS OF ELECTRONICS

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



Foto: Divulgação

A conscientização sobre as questões ambientais e sociais está cada vez mais presente nas empresas. Felizmente, estamos percebendo que as práticas ESG não são apenas uma escolha, mas uma necessidade.

A gestão dos eletroeletrônicos assume um papel fundamental nessa jornada, já que são aparelhos amplamente presentes no nosso dia a dia. O lixo eletrônico é um grande desafio ambiental para o planeta, e as companhias têm grande responsabilidade com a destinação desse tipo de resíduo, que deve acontecer por meio de uma eficiente logística reversa. Mas não para aí. A educação é tão importante quanto!

Conscientizar as pessoas é uma maneira de criar uma cultura organizacional que estimule iniciativas sustentáveis, levando à mudança real no comportamento de quem faz o negócio acontecer. É essencial que os colaboradores compreendam a necessidade do descarte correto do lixo eletrônico e do impacto negativo que a destinação incorreta causa no meio ambiente e, consequentemente, em nosso futuro. Então, a promoção de cursos, treinamentos e palestras é um bom caminho nesse sentido.

Também é preciso estar atento à rede de fornecedores e em como eles tratam a pauta ESG. Parcerias e trocas de informação podem ajudar a garantir não somente que a conscientização se espalhe, mas também o alcance do impacto positivo dentro e fora da organização. Acesse o Instagram @eletroniconaolixo. ■■

Awareness about environmental and social issues is increasingly present in companies. Fortunately, we are realizing that ESG practices are not just a choice, but a necessity.

The management of electronics plays a fundamental role in this journey, as they are devices that are widely present in our daily lives. Electronic waste is a major environmental challenge for the planet, and companies have great responsibility for disposing of this type of waste, which must happen through efficient reverse logistics. But it doesn't stop there. Education is just as important!

Raising people's awareness is a way to create an organizational culture that encourages sustainable initiatives, leading to real change in the behavior of those who make the business happen. It is essential that employees understand the need to correctly dispose of electronic waste and the negative impact that incorrect disposal causes on the environment and, consequently, on our future. So, promoting courses, training and lectures is a good way in this regard.

It is also necessary to pay attention to the supplier network and how they treat the ESG issue. Partnerships and information exchanges can help ensure not only that awareness spreads, but also that positive impact is achieved within and outside the organization. Access Instagram @eletroniconaolixo. ■■

eletrocompras

PLATAFORMA B2B



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

Perfeita para a indústria e o varejo

Fornecedores vendem diretamente ao
pequeno varejo, aumentando a agilidade
no fechamento de negócios



**Plataforma simples
e fácil de utilizar**



Apoio:

eletrobank

eletrocompras

PLATAFORMA B2B



Oferece ao pequeno varejista
suporte ativo nas compras
feitas direto da indústria.



Um novo canal de vendas com
negociações preestabelecidas,
protegendo a rentabilidade
da indústria e do varejo.



 eletrocompras.com

 contato@eletrocompras.com.br

eletrolarshow

ALL CONNECTED

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



OS VAREJISTAS DA AMÉRICA LATINA ESPERAM PELA SUA MARCA!
DE 15 A 18 JULHO DE 2024
SÃO PAULO - SP - BRASIL

60% DOS ESPAÇOS VENDIDOS, GARANTA HOJE A MELHOR POSIÇÃO PARA SUA MARCA!

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

EVENTOS
PARALELOS:

LATIN AMERICAN ELECTRONICS
International Trade Show

LATIN AMERICAN HOUSEWARES
International Trade Show

LIGHTING SHOW
SÃO PAULO, BRASIL

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



Escaneie o QRcode
e se torne um expositor