



GELADEIRA BB53

DIAMOND GLASS

SOFISTICAÇÃO QUE REFLETE O SEU ESTILO.

**DESIGN SOFISTICADO, PORTA DE VIDRO
TEMPERADO COM ACABAMENTO
DIAMOND GLASS E AINDA ECONOMIZA
MAIS DE 36% DE ENERGIA* COM A
TECNOLOGIA INVERTER.**

 PANASONIC.BR  @PANASONICBRASIL

*Considerado o consumo médio de produtos fresh free por marca produzidos no Brasil, segundo a nova classificação energética de Inmetro. Alguns produtos podem conter ainda a etiqueta do antigo artigo, porém o consumo enquadra-se na atual classificação.

*O QUE VOCÊ PREFERE?
COZINHAR PRA
FAMÍLIA, OU
CURTIR EM FAMÍLIA?*

NO MODO BRITÂNIA, SEU CLIENTE VAI SE SURPREENDER!



britaniaeleetro



britaniaeletrodomesticos



Air fryer no
modo prático,
saudável
e gostoso.



SEU DIA A DIA NO MODO BRITÂNIA







✦ **BFR50**
Revestimento
REDSTONE

✦ **BFR51** ✦
Revestimento
GOLD

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.

BRITÂNIA
Para Britaniar sua vida

-  CONECTIVIDADE
-  POTÊNCIA
-  QUALIDADE
-  TECNOLOGIA

Os produtos da
linha de áudio **Philco**
transformam todos
os momentos em
uma verdadeira festa!



Caixa Acústica PCX10100



Caixa Acústica PCX1800



Speaker PBS30



Caixa Acústica PCX3800



Caixa Acústica PCX7200

EXTREME
Sinta a batida.

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.

Philco

THE QUALITY DOES NOT STOP AT PHILCO FOR THE WORLD.

MONDIAL - Portáteis



Acesse: [!\[\]\(3d8c13c92b853674f749aac6fa869926_img.jpg\)](#) [!\[\]\(ce455c990c00145a2dda1d9a310cb682_img.jpg\)](#) [!\[\]\(de9e6664b8ceb5519927d73e240a55d9_img.jpg\)](#) [!\[\]\(f7025958c2763d977981ad2aefd8cb1b_img.jpg\)](#) [!\[\]\(c79aab4cc4759dcfa2fb254491c41188_img.jpg\)](#) [!\[\]\(56e23255b166b55762fcb63763d2d332_img.jpg\)](#) /mondialbr

Linha Cozinha | Ventilação | Linha Lar | Cuidados Pessoais



MONDIAL - A ESCOLHA INTELIGENTE

MONDIAL - Eletrônicos



Acesse: [f](#) [@](#) [v](#) [in](#) [p](#) [d](#) /mondialbr

Caixas Amplificadas | Party Box
Torres de Som



MONDIAL - A ESCOLHA INTELIGENTE

MONDIAL - Linha Branca



Acesse: [f](#) [@](#) [v](#) [in](#) [p](#) [d](#) /mondialbr

Micro-ondas | Fornos Elétricos | Cooktops à Gás e Indução
Coifas | Depuradores | Frigobares | Freezers



MONDIAL - A ESCOLHA INTELIGENTE

**Portáteis, Eletrônicos
e Linha Branca com
alta qualidade e a melhor
relação custo-benefício.
Excelente serviço de
pós-venda, atendimento
humanizado e muito mais.**

Por isso,

MONDIAL É A ESCOLHA INTELIGENTE

MONDIAL





Frigobar Consul Retrô

Design e versatilidade bem pensados em um só frigobar



Design Retrô

Congelador bem pensado

Espaçoso e versátil

Níveis de temperatura para todas as ocasiões

Consul

Bem pensado

pág. **90** **MATÉRIA DE CAPA**
17ª ELETROLAR SHOW

Os melhores negócios e oportunidades. Conheça os nomes que estão por trás das marcas.

*COVER STORY / 17TH ELETROLAR SHOW
The best deals and opportunities. Get to know the names behind the brands.*

EDITORIAL 16

PÁGINAS VERDES

META DA ACER É REDUZIR O CONSUMO MÉDIO DE ENERGIA DOS COMPUTADORES PESSOAIS EM 45% ATÉ 2025

GREEN PAGES – THE ACER'S GOAL IS TO REDUCE THE AVERAGE ENERGY CONSUMPTION OF PERSONAL COMPUTERS BY 45% BY 2025 21

LIDERANÇAS FEMININAS

MULHERES EM POSIÇÕES DE LIDERANÇA SÃO ESTRATÉGIA EFICAZ

WOMEN LEADERSHIP – WOMEN IN LEADERSHIP POSITIONS ARE AN EFFECTIVE STRATEGY 36

IA NA LOGÍSTICA

OPERAÇÕES MAIS ÁGEIS E EFICIENTES COM A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

AI IN LOGISTICS – MORE AGILE AND EFFICIENT OPERATIONS WITH ARTIFICIAL INTELLIGENCE 66

CARROS ELÉTRICOS

PREVISÃO É QUE AS VENDAS SUPEREM 150 MIL UNIDADES NESTE ANO

ELECTRIC CARS – FORECAST PREDICTS SALES WILL EXCEED 150,000 UNITS THIS YEAR 160

CONSUMO NO 2º SEMESTRE

TECNOLOGIA TERÁ PAPEL IMPORTANTE NAS VENDAS

CONSUMPTION IN THE 2ND SEMESTER – TECHNOLOGY WILL PLAY AN IMPORTANT ROLE IN SALES 166

EM DEFESA DOS EMPREENDEDORES E DA INICIATIVA PRIVADA

ASSOCIAÇÃO COMERCIAL DE SÃO PAULO LUTA POR MENOS BUROCRACIA E TRIBUTOS

ADVOCACY FOR ENTREPRENEURS AND PRIVATE INITIATIVE – SÃO PAULO COMMERCIAL ASSOCIATION FIGHTS FOR LESS BUREAUCRACY AND TAXES 176

ITATIAIA 60 ANOS

PROJEÇÃO DE CRESCIMENTO DE 30,6% NO FATURAMENTO ANTE 2023

ITATIAIA 60 YEARS – PROJECTED REVENUE GROWTH OF 30.6% COMPARED TO 2023 182

TRIATLO DE NEGÓCIOS EM 2025

TRÊS SEMANAS CONSECUTIVAS DE NEGÓCIOS NOS MESES DE JUNHO E JULHO

BUSINESS TRIATHLON IN 2025 – THREE CONSECUTIVE WEEKS OF BUSINESS IN JUNE AND JULY 188

ARTIGOS – ARTICLES

ABCOMM 202

ABRADISTI 203

ABRASA 204

ABREE 205

ELETROS 206

FECOMERCIO SP 207

GREEN ELETRON 208

SUFRAMA 209

Transforme sua Logística com a Asia Shipping na Eletrolar Show 2024!

Maior Integradora Logística Digital da América Latina

Na Asia Shipping, acreditamos que caminhos inteligentes são tão importantes quanto o destino final. Você sabe onde quer chegar, e nós ajudamos a orientar por caminhos inteligentes que otimizam seu percurso.

Eficiência e Inovação Constante

Somos uma multinacional com orgulho de ser brasileira, líder em tecnologia e soluções digitais para o setor. Nossa eficiência, inovação constante e conectividade global transformam sua logística com agilidade e precisão, agregando valor real ao seu negócio.



Caminhos Inteligentes em Ação

A Asia Shipping traz para a Eletrolar Show 2024 uma inovação exclusiva e conhecimento aplicado. Nós te convidamos a transformar sua rota em uma experiência logística que redefine seu caminho com inovação, insights e conectividade.

Baixe nosso Aplicativo Exclusivo

Navegue pelos nossos caminhos inteligentes e tenha uma imersão completa com tecnologia que possibilitará ao seu negócio novas perspectivas, durante a feira Eletrolar Show 2024.

Funcionalidades do App

- Acompanhamento em Tempo Real: Veja nosso caminho inteligente em ação.
- Networking e Agendamento: Conecte-se e marque reuniões facilmente.
- Mapa do Estande: Saiba onde nos encontrar com facilidade.
- Imersão e Sortelos: Participe e ganhe gifts exclusivos.
- Condições Comerciais Especiais: Aproveite ofertas únicas no período da feira.
- Cronograma Antecipado: Receba atualizações sobre nossos talkings com palestrantes exclusivos e grandes nomes do mercado.

Baixe o Aplicativo Agora!

Saiba mais em:



Visite-nos na Eletrolar Show

Descubra como nossa logística inteligente pode transformar seu caminho. Aproveite essa oportunidade de otimizar sua rota conosco.

Acompanhe-nos nas Redes Sociais:



@asiashippingoficial



asiashipping.co



Asia Shipping



aiwa - Eletrônicos



TVs | Torres de Som | Party Box | Boombox | Speakers | Fones | Car Áudio

**QUEM CONHECE
QUER PRA SEMPRE**



aiwa
JAPANESE TECHNOLOGY SINCE 1951

Em primeiro lugar, sejam todos muito bem-vindos à Eletrolar Show de 2024, a maior feira B2B da América Latina, que apresenta tendências, inovações, produtos, serviços e grandes oportunidades de negócios em área de exposição de 36 mil m². São mais de 600 expositores e acima de 12 mil produtos, abrangendo todas as categorias do segmento de eletros, como eletroeletrônicos, eletrodomésticos, eletroportáteis, celulares, gamers, tecnologia, TI, IoT e UD.

Desde já, convido todos para a edição da Eletrolar Show de 2025, que será ainda mais especial. O crescimento da feira e do número de categorias motivou a mudança para o Distrito Anhembi, o maior centro de eventos da América Latina, onde ocupará o espaço de 50 mil m². Será realizada no período de 23 a 26 de junho. Em 2025, o Grupo Eletrolar promove mais duas feiras, a Electronics Home, na Argentina, e a Latin American Electronics, no México. Juntos, caminhamos para a expansão das boas oportunidades.

Grandes negócios na 17ª Eletrolar Show!

Welcome everyone to Eletrolar Show 2024, the largest B2B fair in Latin America showcasing trends, innovations, products, services, and significant business opportunities in a 36,000 sqm of exhibition area. With over 600 exhibitors and more than 12,000 products, covering all categories of the household appliances sector including consumer electronics, large and small home appliances, cell phones, gaming, technology, IT, IoT, and housewares.

I also invite you all to the 2025 edition of Eletrolar Show, which promises to be even more special. The growth of the fair and the increase in categories have led to a relocation to the Anhembi District, the largest exhibition center in Latin America, occupying a space of 50,000 sqm. The event will take place from June 23 to 26, 2025. In 2025, Grupo Eletrolar will also organize two more fairs: Electronics Home & Expo in Argentina and Latin American Electronics in Mexico. Together, we are advancing towards expanding great opportunities.



Carlos Clur

Great business at the 17th Eletrolar Show!

CEO & Publisher - Carlos Clur - clur@grupoletrolar.com

Diretor / Director - Mariano Botindari

Head de Vendas / Head of Sales - 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 - Abgail 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 e Nina Ferri

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

Av. Córdoba, 5.869, 1º A

(C1414BBE) CABA - Buenos Aires - Argentina

Tels. (54 11) 4773-5656 / 7371 / 8737

www.editoracyc.com.ar info@editoracyc.com.ar

Grupo Eletrolar LLC

66 W Flagler ST # 989

33130 - Miami - FL - USA

Tels. +1 786 600 1816

www.grupoletrolar.com commercial@grupoletrolar.com

ELETROLAR NEWS é uma revista de negócios para a indústria e o varejo de eletroeletrônicos, eletrodomésticos, celulares, TI e UD. As matérias, marcas, produtos, ilustrações e preços têm caráter exclusivo de informação e sua publicação não implica compromisso ou responsabilidade.

ELETROLAR NEWS is a business magazine for the industry and retail of consumer electronics, home appliances, mobile phones, housewares and IT. The materials, brands, products, illustrations and prices are exclusive information and this publication does not imply commitment or responsibility.

ELETROLAR NEWS não recebe remuneração pelas informações que publica. Os editores não se responsabilizam pela opinião dos entrevistados, ou pelo conteúdo das matérias recebidas por meio da assessoria das empresas citadas. A reprodução total ou parcial das matérias só será permitida após prévia autorização da editora.

ELETROLAR NEWS does not receive remuneration for the information it publishes. The editor is not responsible for the opinion of the interviewees, or for the content of the material received through the press office of the companies mentioned. The total or partial reproduction of the materials will only be published after previous authorization of the editor.



REVISTA
ELETROLAR
NEWS

anotec



Presença confirmada na

Eletrolar Show

15 a 18 de Julho

13h às 21h
Transamérica

Venha nos visitar no **stand B104** e conheça a ampla diversidade de produtos para atender aos seus clientes.

De utilidades domésticas, ferramentas, móveis e muito mais.

Esperamos você.

eletrolarshow
ALL CONNECTED

TRAMONTINA

parceria para fazer bem feito

eletrolarshow

ALL CONNECTED



Organização
Grupo
eletrolar

Realização
azuloplay
Feiras e Eventos

Mídia Partner
ELETROLAR
SHOWS

EVENTOS PARALELOS: **eletrolarshow**
ALL CONNECTED

LATIN AMERICAN ELECTRONICS
International Trade Show

LIGHTING SHOW

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



ABRASA

abree

ACREFI

ELETROS

greenelectron



UBRAFE

unicef



FEA

Sindicatos



17ª EDIÇÃO DA MAIOR FEIRA B2B ENTRE A INDÚSTRIA E O VAREJO DA AMÉRICA LATINA



SUA MARCA E SEUS PRODUTOS JUNTOS AO VAREJO NACIONAL

15 A 18 DE JULHO, 2024 | SÃO PAULO - SP - BRASIL
WWW.ELETROLARSHOW.COM.BR

PÁGINAS VERDES

PENSE VERDE, RESPONSABILIDADE & SUSTENTABILIDADE

Green Talk

Por / by Leda Cavalcanti

“Vamos avançar em direção à meta de reduzir o consumo médio de energia dos computadores pessoais em 45% até 2025.”

“We are moving towards the goal of reducing the average energy consumption of personal computers by 45% by 2025.”

ACER DO BRASIL

CAROLINE RAIMUNDO

Em conformidade com as políticas de ESG, a Acer implantou o Comitê de Sustentabilidade Corporativa (CSC), que tem a participação de toda a liderança executiva. É responsável por aprovar as visões de sustentabilidade. O CSC cria grupos de trabalho em governança corporativa, gestão de riscos, inovação e ciclo de vida do produto e em gestão ambiental e da cadeia de suprimentos, que tratam dessas questões nos vários departamentos, facilitando a comunicação, a coordenação e o planejamento.

A cada ano, a empresa prioriza suas atividades com a avaliação de materialidade e das demandas de vários stakeholders. Integra critérios ESG em sua estratégia de negócios e na tomada de decisões por meio de iniciativas como a promoção de práticas sustentáveis e responsáveis na cadeia de suprimentos, o desenvolvimento de produtos energeticamente eficientes com o uso de materiais sustentáveis e a implementação de programas de reciclagem. Une funcionários e parceiros.

In accordance with ESG policies, Acer has implemented the Corporate Sustainability Committee (CSC), which includes participation from all executive leadership. It is responsible for approving sustainability visions. The CSC establishes working groups in corporate governance, risk management, innovation, and product lifecycle, as well as environmental management and supply chain, addressing these issues across various departments, facilitating communication, coordination, and planning.

Each year, the company prioritizes its activities through materiality assessment and the demands of various stakeholders. It integrates ESG criteria into its business strategy and decision-making through initiatives such as promoting sustainable and responsible practices in the supply chain, developing energy-efficient products using sustainable materials, and implementing recycling programs. This effort unites employees and partners.



Diretora de marketing Latam da Acer
Latam marketing director at Acer

Sobre / About

Caroline Raimundo tem mais de 18 anos de experiência em marketing, branding e vendas para os setores de consumo, tecnologia, informática e telecomunicações. Há 13 anos atua na Acer e há dois lidera a área de marketing da empresa na América Latina. Formada em comunicação social pela Faculdade Anhembí Morumbi, possui especialização em gestão empresarial com ênfase em marketing pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), onde também fez o MBA em marketing executivo. Anteriormente, passou pelas áreas de marketing e vendas de outras empresas globais, como a Tim e a Melitta.

Caroline Raimundo has over 18 years of experience in marketing, branding, and sales within the consumer, technology, IT, and telecommunications sectors. She has been with Acer for 13 years, leading the company's marketing efforts in Latin America for the past two years. Caroline holds a degree in Social Communication from Faculdade Anhembí Morumbi and has specialized in Business Management with an emphasis on Marketing from Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), where she also completed an Executive Marketing Program. Previously, she held positions in marketing and sales at other global companies such as Tim and Melitta.

No caso de parceiros, também prioriza a cooperação com os que são dedicados às causas sociais, como visto no Projeto Humanity e no programa Earthion. Os principais desafios incluem responder às crescentes expectativas ambientais e sociais de seus muitos stakeholders, garantindo que a Acer tenha um impacto positivo no meio ambiente e na sociedade, aumentando a conscientização dos consumidores sobre a importância da sustentabilidade.

PÁGINAS VERDES – Quais os principais compromissos da empresa nos temas ESG?

Caroline Raimundo – Estabelecemos várias metas de curto prazo a serem alcançadas até 2025 nas áreas de economia circular, mudanças climáticas e impacto social. Em economia circular, a meta é incorporar de 20% a 30% de plásticos de conteúdo reciclado pós-consumo (PCR) em computadores e monitores. Para mudanças climáticas, o Grupo Acer tem como objetivos alcançar 60% de uso de eletricidade renovável, reduzir o consumo médio de energia dos computadores em 45% em comparação com 2016 e garantir que 80% dos fornecedores críticos estejam comprometidos com a RE100 ou estabeleçam metas de redução de carbono (SBTs). Na área de impacto social, a meta é ter mais de 90% dos funcionários engajados no Projeto Humanity. A longo prazo, a Acer se comprometeu a usar 100% de energia renovável até 2035 e zerar as emissões líquidas de carbono até 2050. Também está comprometida com iniciativas como o programa Earthion e a adesão a metas baseadas na ciência (SBT), com o objetivo de reduzir as emissões de carbono em 50% até 2030. Está envolvida, ainda, na iniciativa RE100, que visa garantir que 100% de sua energia provenha de fontes renováveis até 2035.

PV – Quando a Acer iniciou a produção de máquinas com materiais sustentáveis?

CR – A incorporação de materiais sustentáveis em produtos e embalagens remonta a 2012, quando a empresa começou a projetar produtos para atender aos padrões de ecoetiqueta, como o EPEAT. E continua a projetar produtos que podem alcançar a designação EPEAT e TCO Certified em todo o mundo, que são, atualmente, os rótulos ambientais mais reconhecidos. Além dos requisitos relacionados às substâncias químicas do produto e ao

Regarding partners, it also prioritizes collaboration with those dedicated to social causes, as seen in the Humanity Project and Earthion program. Key challenges include meeting the growing environmental and social expectations of its many stakeholders, ensuring that Acer has a positive impact on the environment and society, and raising consumer awareness about the importance of sustainability.

GREEN PAGES – What are the company's main commitments on ESG topics?

Caroline Raimundo – We have established several short-term goals to be achieved by 2025 in the areas of circular economy, climate change, and social impact. In circular economy, the goal is to incorporate 20% to 30% post-consumer recycled plastics (PCR) in computers and monitors. For climate change, Acer Group aims to achieve 60% renewable electricity usage, reduce the average energy consumption of computers by 45% compared to 2016, and ensure that 80% of critical suppliers are committed to RE100 or have carbon reduction targets (SBTs). In the area of social impact, the goal is to have over 90% of employees engaged in the Humanity Project. In the long term, Acer has committed to using 100% renewable energy by 2035 and achieving net-zero carbon emissions by 2050. It is also committed to initiatives like the Earthion program and adhering to science-based targets (SBT), aiming to reduce carbon emissions by 50% by 2030. Additionally, Acer is involved in the RE100 initiative, which aims to ensure that 100% of its energy comes from renewable sources by 2035.

PV – When did Acer start producing machines with sustainable materials?

CR – The incorporation of sustainable materials in products and packaging dates to 2012, when the company began designing products to meet eco-label standards like EPEAT. It continues to design products that can achieve EPEAT and TCO Certified designation worldwide, which are currently the most recognized environmental labels. In addition to requirements related to product chemical substances and energy consumption, aspects such as the use of recycled materials, product repairability, extension of its lifecycle, and



A Acer está envolvida na iniciativa RE100, que visa garantir que 100% de sua energia provenha de fontes renováveis até 2035.

Acer is involved in the RE100 initiative, which aims to ensure that 100% of its energy comes from renewable sources by 2035.

CAROLINE RAIMUNDO

consumo de energia, aspectos como o uso de materiais reciclados, a reparabilidade do produto, a extensão do seu ciclo de vida e a oferta de serviços de retoma são cobertos. Recentemente, passou a priorizar máquinas feitas com materiais sustentáveis com o lançamento da linha Vero. Temos trabalhado ativamente para incorporar materiais sustentáveis, como plásticos reciclados pós-consumo, em notebooks, monitores, projetores e purificadores de ar. A linha Vero é um exemplo concreto do nosso compromisso de oferecer opções mais ecológicas aos consumidores.

PV – Servidores e computadores são programados com modos de economia de energia?

CR – A eficiência energética sempre foi um dos principais indicadores no design de nossos produtos. Utilizamos o padrão ENERGY STAR dos Estados Unidos como base para o design. Com a introdução do gerenciamento de energia Modern Standby, o consumo típico de energia (ETEC) de notebooks e computadores desktop diminuiu. Comparado a 2016, reduzimos o consumo médio de energia de nossos notebooks em 39% e dos desktops em 35%. Isso também representa uma redução na pegada de carbono de nossos produtos durante o uso. Vamos avançar em direção à meta de reduzir o consumo médio de energia dos computadores pessoais em 45% até 2025.

PV – É possível unir performance e sustentabilidade?

CR – Sim, é possível combinar performance e sustentabilidade. A Acer desenvolve produtos com eficiência energética, longa vida útil e materiais sustentáveis, garantindo que eles ofereçam alto desempenho enquanto minimizam seu impacto ambiental.

PV – As embalagens são feitas de material reciclado?

CR – Através dos Princípios de Design de Embalagem da Acer, examinamos o ciclo de vida de nossas embalagens e tomamos decisões informadas sobre o impacto ambiental delas em cada estágio, desde a pesquisa e desenvolvimento inicial e seleção de materiais, passando pela fabricação e transporte, até o uso e o processamento de resíduos. Estamos reduzindo o volume e o peso das embalagens, simplificando-as, padronizando os tamanhos e impressões, e diminuindo ainda mais o consumo de energia para transporte. Também estamos substituindo materiais de embalagem à base de plástico por outros à base de papel, sempre que possível, para amortecer os produtos durante o transporte.

offering take-back services are covered. Recently, it has prioritized machines made with sustainable materials with the launch of the Vero line. We have been actively working to incorporate sustainable materials, such as post-consumer recycled plastics, into notebooks, monitors, projectors, and air purifiers. The Vero line is a concrete example of our commitment to offering more eco-friendly options to consumers.

PV – Are servers and computers programmed with energy-saving modes?

CR – Energy efficiency has always been one of the key indicators in the design of our products. We use the ENERGY STAR standard from the United States as a basis for design. With the introduction of Modern Standby power management, the typical energy consumption (ETEC) of notebooks and desktop computers has decreased. Compared to 2016, we have reduced the average energy consumption of our notebooks by 39% and desktops by 35%. This also represents a reduction in the carbon footprint of our products during use. We are advancing towards the goal of reducing the average energy consumption of personal computers by 45% by 2025.

PV – Is it possible to combine performance and sustainability?

CR – Yes, it is possible to combine performance and sustainability. Acer develops products with energy efficiency, long lifespan, and sustainable materials, ensuring they deliver high performance while minimizing their environmental impact.

PV – Are the packages made from recycled materials?

CR – Through Acer's Packaging Design Principles, we examine the lifecycle of our packaging and make informed decisions about their environmental impact at each stage, from initial research and material selection, through manufacturing and transportation, to use and waste processing. We are reducing the volume and weight of packaging, simplifying and standardizing sizes and prints, and further reducing energy consumption for transportation. We are also replacing plastic-based packaging materials with paper-based alternatives whenever possible to cushion products during transportation.

PV – Can you give an example?

CR – The packaging design of the Acer Aspire Vero laptop maintains the concept of reducing and reusing



PV – Pode dar um exemplo?

CR – O design da embalagem do notebook Acer Aspire Vero mantém o conceito de reduzir e reutilizar o plástico. Substituí o filme termorretrátil e os sacos plásticos por papel reciclado, melhorando a funcionalidade dos materiais de embalagem reutilizáveis. Por exemplo, a caixa da embalagem pode ser facilmente montada e reutilizada como uma caixa de armazenamento, e a divisão interna, transformada em um suporte para notebook com apenas alguns passos simples. A bandeja de papel e a almofada podem ser usadas como vaso de plantas, prolongando a vida útil do material da embalagem, ecoando o conceito de design circular da Acer. A caixa da embalagem deste ano utiliza 90% de polpa reciclada, e 100% dessa polpa é utilizada para fazer materiais de almofada moldada. A capa do notebook e a folha de proteção entre o teclado e a tela são todas feitas de material PET 100% reciclado.

PV – E quanto à logística reversa?

CR – Somos associados da Green Eletron para coleta de eletrônicos e destinação correta dos itens. Os pontos de entrega voluntária recebem notebooks, eletrônicos de escritório, eletrônicos de pequeno porte, acessórios de informática, cabos, carregadores e muitos outros itens. Também temos um processo de logística reversa em nosso centro de reparos para destinar o lixo eletrônico e embalagens.

PV – Como a empresa atua em temas sociais e de inclusão?

CR – Trabalhamos em parceria com várias instituições e ONGs, como o Lar Pequeno Cidadão, para promover iniciativas sociais e melhorar a qualidade de vida nas comunidades onde operamos. Também implementamos programas internos voltados ao bem-estar e à saúde mental dos funcionários, reconhecendo a importância de abordar essas questões no ambiente de trabalho. Pela segunda vez consecutiva, a empresa foi nomeada uma das melhores empresas do mundo para mulheres pela revista *Forbes*. Essa conquista é um testemunho do compromisso exemplar e da dedicação de cada membro de nossa equipe, especialmente nossas colegas mulheres, que desempenham um papel fundamental para fazer da Acer um lugar inclusivo e acolhedor para todos.

plastic. It replaces shrink wrap and plastic bags with recycled paper, improving the functionality of reusable packaging materials. For example, the packaging box can be easily assembled and reused as a storage box, and the internal divider can be transformed into a laptop stand with just a few simple steps. The paper tray and cushion can be used as a plant pot, extending the life cycle of the packaging material, echoing Acer's circular design concept. This year's packaging box uses 90% recycled pulp, and 100% of this pulp is used to make molded cushion materials. The notebook cover and the protective sheet between the keyboard and the screen are all made from 100% recycled PET material.

PV – What about reverse logistics?

CR – We are partners with Green Eletron for the collection of electronics and proper disposal of items. Voluntary drop-off points accept laptops, office electronics, small electronics, computer accessories, cables, chargers, and many other items. We also have a reverse logistics process at our repair center to dispose of electronic waste and packaging.

PV – How does the company engage in social and inclusion issues?

CR – We work in partnership with various institutions and NGOs, such as Lar Pequeno Cidadão, to promote social initiatives and improve quality of life in the communities where we operate. We also implement internal programs focused on employee well-being and mental health, recognizing the importance of addressing these issues in the workplace. For the second consecutive time, the company has been named one of the world's best employers for women by *Forbes* magazine. This achievement is a testament to the exemplary commitment and dedication of each member of our team, especially our female colleagues, who play a key role in making Acer an inclusive and welcoming place for everyone.

NOVIDADE

VENTILADORES CADENCE BONS VENTOS PARA SUAS VENDAS



VTR830

Refresh Turbo Pro Coluna
140W | 6 pás | 40 cm



VTR410

Refresh Turbo
140W | 6 pás | 40 cm



VTR310

Fresh Mini
50W | 6 pás | 30 cm



cadence

sim.pli.fi.que



REFRESH TURBO PRO
VTR420



ALTA PERFORMANCE

140W



DESIGN INOVADOR

GRADE DIRECIONADORA



COMPACTO E EFICIENTE

6 PÁS | 40 CM

LANÇAMENTO

Air Fryer Dako 5 litros

Faz tudo o que você espera
e surpreende no que você nem imagina.

1700V



Digital

Analógica

Em versões de **110V** **220V**

DAKO
SURPREENDE

Fogão Magister Mesa Inox

Design que chama a atenção,
inovação que faz a diferença



60L

100L



Puxador de alumínio
escovado



Prateleira auto deslizante
e outra deslizante



Grades duplas
de platina



Tripla Chama*
*Na versão com 5 queimadores

DAKO
SURPREENDE

Oster

100 ANOS

CONQUISTE O SEU PÚBLICO COM
UMA LINHA REPLETA DE DETALHES.

Beleza, sabor e desempenho.

As **fritadeiras Oster®** surpreendem a cada receita.

Uma linha completa e de alta qualidade para você
conquistar consumidores de todos os perfis.

Faça já o seu pedido.



FRITADEIRA INOX
COMPACT 4,6L



FRITADEIRA OVEN
FRYER 12L 3 EM 1



FRITADEIRA DIGITAL
CLEAR 4,6L COM VISOR
TRANSPARENTE



FRITADEIRA BLACK
PERFORM 4,5L

Janaina Torres

MELHOR CHEF FEMININA DO MUNDO 2024
THE WORLD'S 50 BEST RESTAURANTS



Assista
ao filme da
campanha:





AS MULHERES AVANÇAM

WOMEN ARE ADVANCING

O número de mulheres em altos cargos cresce a cada ano, mas ainda de modo lento. Dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) mostram que há 39,3% de mulheres em cargos de liderança, o que coloca o Brasil atrás de países como Espanha e França. O crescimento em relação a 2023 foi de 1,1%, conforme o estudo *Women in Business: Pathways to Parity*, conduzido pela Grant Thornton, empresa global de consultoria, auditoria e tributos.

As razões para tal cenário são muitas e incluem desde os parâmetros que a sociedade impôs para o papel das mulheres como responsáveis pelos cuidados da casa até o preconceito. Mas eles vão se quebrando à medida que as pessoas e as corporações evoluem. O que mais importa, hoje, é a competência e não a disputa. Nesta matéria, lideranças femininas colocam seus pontos de vista e abordam aspectos, desafios e vitórias de suas carreiras.

*The number of women in senior positions is growing each year, albeit slowly. Data from the Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) (Brazilian Institute of Geography and Statistics) shows that 39.3% of leadership positions are held by women, placing Brazil behind countries like Spain and France. The growth compared to 2023 was 1.1%, according to the study *Women in Business: Pathways to Parity* conducted by Grant Thornton, a global consulting, auditing, and tax firm.*

There are many reasons for this scenario, including societal norms that traditionally assign women the role of caregivers and lingering prejudices. However, these barriers are gradually breaking down as both individuals and corporations evolve. Today, what matters most is competence, not gender. In this feature, female leaders share their perspectives and discuss aspects, challenges, and triumphs in their careers.



ÂNGELA SAKUMA,

GERENTE SÊNIOR DE COMUNICAÇÃO CORPORATIVA E RELAÇÕES PÚBLICAS DA LG ELECTRONICS DO BRASIL

SENIOR MANAGER OF CORPORATE COMMUNICATION AND PUBLIC RELATIONS AT LG ELECTRONICS DO BRASIL

Brasileira com ascendência japonesa, Ângela Sakuma é formada em comunicação pela Faculdade Cásper Libero e pela Columbia College Chicago, nos Estados Unidos. É casada e mãe de um casal de filhos. "Nas horas de lazer, gosto de praticar esporte e andar de bicicleta com minha família", conta. Por mais de 20 anos, atuou no departamento de comunicação e relações públicas de grandes companhias globais. Na LG Electronics do Brasil, onde está há mais de 14 anos, atualmente é gerente sênior de comunicação corporativa e relações públicas, estando à frente da comunicação integrada.

A trajetória até a liderança é consideravelmente mais árdua para as mulheres do que para os homens, afirma. "É necessário que as mulheres se imponham mais, mesmo possuindo a mesma capacidade que seus colegas, e isso é uma questão que perpassa diferentes culturas, países e organizações. Felizmente esse cenário vem mudando, e as mulheres estão conquistando maior espaço."

Na sua opinião, as mulheres conseguem ter visão mais empática e detalhada sem deixar de lado uma perspectiva ampla dos objetivos estabelecidos e a exigência pela qualidade nos resultados. **"Em minha trajetória como líder, não enfrentei discriminação, mas, profissionalmente, todos nós, principalmente mulheres, minorias e quem foge do padrão, presenciamos e vivenciamos situações em que a nossa capacidade foi posta à prova pelos colegas. No entanto, com maturidade e diálogo, é possível superar e aprender"**, ressalta.

Ângela acredita que os principais desafios para ampliar o número de mulheres em cargos de liderança são o incentivo e o empoderamento. As empresas têm um papel fundamental nesse processo, investindo nos talentos internos e promovendo o protagonismo das mulheres. "Na LG, temos um grupo chamado "Mulheres Conectadas", que se reúne com o objetivo de promover e debater temas relacionados à carreira e à liderança feminina, contribuindo para o desenvolvimento pessoal e profissional das colaboradoras."

Empresas com diversidade em seu quadro profissional são, segundo ela, mais bem avaliadas, afinal é impossível uma empresa criar produtos e serviços inovadores para um público diversificado sem que sejam desenvolvidos por colaboradores diferentes. "Cada diferencial conta para se destacar positivamente. Uma liderança de sucesso deve estar baseada em ter a mentalidade em constante aprendizado", afirma.

A Brazilian of Japanese descent, Ângela Sakuma holds degrees in Communication from Faculdade Cásper Libero, in Brazil and Columbia College Chicago in the United States. She is married and a mother of two children. "During leisure time, I enjoy practicing sports and biking with my family," she says. For over 20 years, she has worked in the communication and public relations departments of large global companies. At LG Electronics do Brasil, where she has been for over 14 years, she currently serves as senior manager of corporate communication and public relations, leading integrated communication efforts.

She emphasizes that the journey to leadership is considerably more challenging for women than for men. "Women need to assert themselves more, even though they have the same capabilities as their male colleagues, and this is an issue that spans different cultures, countries, and organizations. Fortunately, this scenario is changing, and women are gaining more space."

In her opinion, women can bring a more empathetic and detailed vision while maintaining a broad perspective on established goals and a demand for quality results. "In my leadership journey, I have not faced discrimination, but professionally, all of us, especially women, minorities, and those who deviate from the norm, witness and experience situations where our abilities are put to the test by colleagues. However, with maturity and dialogue, it is possible to overcome and learn," she emphasizes.

Ângela believes that the main challenges to increasing the number of women in leadership positions are encouragement and empowerment. Companies play a fundamental role in this process by investing in internal talents and promoting women's leadership. «At LG, we have a group called «Connected Women,» which meets to promote and discuss topics related to career and female leadership, contributing to the personal and professional development of employees.»

She states that companies with diversity in their workforce are better evaluated because it is impossible for a company to create innovative products and services for a diverse audience without involving diverse employees in their development. "Every unique perspective counts to stand out positively. Successful leadership should be based on a mindset of continuous learning," she affirms.



Angela
Sakuma

VENDAS TAMANHO FAMÍLIA

Mais capacidade com mais leveza



MELHOR PERFORMANCE

- 1500W de potência
- Time de 60 minutos
- 80°C a 200°C

MAIOR CAPACIDADE E LEVEZA

- 4 litros
- 4 hambúrgueres ao mesmo tempo
- Cesto interno removível



NOVO DESIGN

- Compacta com botões ergonômicos
- LED indicador
- Pés antiderrapantes



CESTO INTERNO REMOVÍVEL VANTAGENS

- Alimentos separados da gordura
- Leveza mesmo em grandes quantidades
- Facilidade de manipulação



cadence

sim.pli.fi.que

lança
mento



cook fryer+

1500W

4L

FRT580

**Alta performance, beleza
e ÓTIMAS VENDAS!**

select



4 queimadores
56 Litros

5 queimadores
90 Litros

Os novos **FOGÕES SELECT SUGGAR** são a escolha ideal para quem não abre mão de qualidade e estilo. Seja para preparar pratos simples ou elaborar receitas sofisticadas, oferecem a precisão e o controle que vão surpreender seu cliente na cozinha. Seu design moderno e elegante complementa qualquer decoração, fazendo da cozinha um ambiente ainda mais bonito e funcional.



MESA EM AÇO
INOX ESCOVADO



TREMPES
DUPLAS DE FERRO
FUNDIDO



ACENDIMENTO
AUTOMÁTICO
TOTAL



TRIPLA CHAMA
CENTRAL



FORNO COM
PORTA ESPELHADA



suggar.com.br

SUGGAR



Conheça todos
os modelos

SAIA DO AUTOMÁTICO

Escolha as novas lavadoras automáticas Mueller e conquiste mais clientes.

Um lançamento que combina a eficiência de lavagem e o poder de centrifugação que só a Mueller tem.

É sucesso nas suas vendas e satisfação para o seu cliente.

17 kg

11 Programas de lavagem



Botão avança etapas



Tripto dispenser



5 níveis de água



Filtro de fiapos desmontável





Ultracentrifugação*

Roupas menos tempo no varal.

*Exceto na MLA11



Robustez e Durabilidade

Projetada para aguentar o uso diário.



Alta Capacidade

Para lavar edredons e roupas pesadas.



Painel Ergonômico

Mais intuitivo e prático de usar.



Ciclo Rápido

Roupas limpas em até 27 minutos.

11 kg

15 kg

13 kg

 mueller



loja.mueller.ind.br



muellereleetro

ANNA KARINA PINTO,
DIRETORA DE MARKETING CORPORATIVO DA SAMSUNG BRASIL
CORPORATE MARKETING DIRECTOR AT SAMSUNG BRAZIL

A carreira de Anna Karina Pinto, jornalista de formação, levou-a para o marketing. Após especializações e um MBA, migrou para a área em 2003, atuando em empresas de eletroeletrônicos e expandindo sua experiência para o B2B. Há mais de dois anos, ingressou na Samsung Brasil como diretora de marketing corporativo, com o desafio de fortalecer a visão One Samsung.

“O mercado de trabalho, falando exclusivamente do segmento em que atuo, vem passando por uma transição nos últimos anos. As mulheres conquistaram seu lugar em diversos setores, quebraram barreiras, mas ainda há um caminho a percorrer. Liderar como mulher em um segmento predominantemente masculino significa superar obstáculos e inspirar outras. Reforço a importância de acreditar nas próprias capacidades”, diz. Na Samsung, encontrou outras líderes mulheres, mostrando que a empresa está no caminho certo para promover a igualdade.

Para ir mais rápido, vá sozinho. Esse é o ditado, lembra Anna Karina. “Mas, para ir mais longe, vá em time, isso resume a importância do trabalho em equipe para o sucesso do negócio. Acredito que uma das principais características de um líder é reconhecer o valor da colaboração e se dedicar a construir relações sólidas com seus colegas. A liderança não se limita à gestão, à criatividade e ao conhecimento técnico, ela transcende esses limites, abraça a flexibilidade e a capacidade de se conectar com diversos públicos.”

Reconhecer o valor da diversidade e investir na construção de um ambiente de trabalho justo e igualitário para todos é imprescindível. “Promover a igualdade, incentivar a mentoria e o networking, transformar as culturas organizacionais são algumas das medidas necessárias para construir um futuro mais justo e equitativo, no qual as mulheres tenham as mesmas oportunidades de alcançar cargos de liderança e contribuir para o desenvolvimento da sociedade”, afirma.

O consumidor está cada vez mais atento às práticas das empresas. Ele valoriza companhias que refletem a diversidade da sociedade e demonstram compromisso com valores como inclusão, respeito e igualdade, diz. “A Samsung está presente no Brasil há mais de 35 anos e trata a diversidade como um pilar fundamental para seu crescimento e sucesso. Cultiva um ambiente inclusivo, onde o respeito e a transparência são pilares da cultura organizacional.”

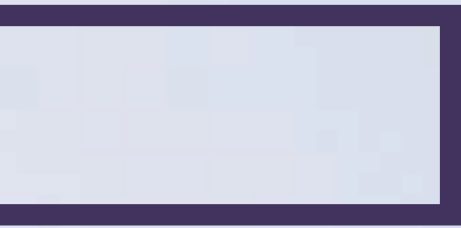
Anna Karina Pinto's career, originally in journalism, led her into marketing. After specializations and an MBA, she transitioned to the field in 2003, working in electronics companies and expanding her experience into B2B. Over two years ago, she joined Samsung Brazil as corporate marketing director, tasked with strengthening the One Samsung vision.

“In the workplace, especially in the segment I work in, there has been a transition in recent years. Women have earned their place in various sectors, broken barriers, but there is still a path to tread. Leading as a woman in a predominantly male segment means overcoming obstacles and inspiring others. I emphasize the importance of believing in one's own capabilities,” she says. At Samsung, she has found other female leaders, showing that the company is on the right path to promoting equality.

“To go fast, go alone. But to go far, go together,” Anna Karina recalls this saying. “This sums up the importance of teamwork for business success. I believe that one of the main characteristics of a leader is recognizing the value of collaboration and dedicating oneself to building strong relationships with colleagues. Leadership extends beyond management, creativity, and technical knowledge; it transcends these boundaries, embracing flexibility and the ability to connect with diverse audiences.”

Recognizing the value of diversity and investing in building a fair and equitable work environment for all is essential. “Promoting equality, encouraging mentoring and networking, transforming organizational cultures are some of the necessary steps to build a fairer and more equitable future, where women have the same opportunities to reach leadership positions and contribute to society's development,” she affirms.

“Consumers are increasingly attentive to company practices. They value companies that reflect society's diversity and demonstrate commitment to values such as inclusion, respect, and equality,” she says. “Samsung has been present in Brazil for over 35 years and treats diversity as a fundamental pillar for its growth and success. It fosters an inclusive environment where respect and transparency are core cultural values.”



*Aurora
Karina*

CHRISTIANE CRUZ CITRÂNGULO,
CMSO E RESPONSÁVEL POR MARKETING E ESTRATÉGIA NA NEOGRID
CMSO AND RESPONSIBLE FOR MARKETING AND STRATEGY AT NEOGRID

Formada em administração de empresas, pós-graduada em administração industrial e com MBA focado no varejo, Christiane Cruz Citrângulo trabalhou em grandes empresas, como Unilever e Carrefour. Tem mais de 30 anos de experiência e é uma das coautoras do livro "Mulheres do Varejo". Hoje, é chief marketing strategy officer (CMSO), responsável por marketing e estratégia na Neogrid.

"Equidade de gênero, presença da mulher no mercado de trabalho e liderança feminina são temas relevantes para mim e bem valorizados pela Neogrid, que anunciou seu compromisso de alcançar 26% de representação feminina em cargos de alta liderança em 2024, 30% em 2025 e 50% até 2030. Hoje, o índice está em 22%. A liderança feminina ainda é minoria. É importante que as mulheres se apoiem e deixem claro suas aspirações", diz.

Para ela, um dos benefícios de ter mulheres na liderança é a promoção da diversidade na empresa, em todos os níveis. "É uma forma de ter perspectivas e habilidades diferentes adicionadas à gestão. Também ajuda a fomentar outras políticas afirmativas e de inclusão como as relacionadas à diversidade de raças, idades e capacidades físicas. Isso estimula a colaboração, a busca por soluções diferentes e a integração."

As mulheres enfrentam desafios como o equilíbrio entre maternidade e trabalho, discriminação, assédio e o combate a estereótipos de que são menos capazes que os homens. "A inclusão é uma alavanca essencial para atrair, reter e melhorar a performance de colaboradores e equipes. Hoje, os talentos são o ativo mais importante das empresas, então é uma prioridade dos gestores garantir ambientes saudáveis. Quem vivencia a inclusão em seu ambiente de trabalho se sente mais livre para criar e inovar", diz.

Entre as características mais marcantes da liderança feminina estão a empatia, a colaboração, a comunicação eficaz e a resiliência. Mulheres líderes valorizam relações interpessoais fortes e criam ambientes de trabalho inclusivos. "Frequentemente, promovem uma cultura colaborativa, em que a troca de ideias e o trabalho em equipe são incentivados. A atenção ao desenvolvimento e bem-estar dos colaboradores é outra característica forte."

Na carreira, Christiane foi inspirada por mulheres que acreditaram no seu potencial. "Ser líder é uma combinação de habilidades, atitudes e experiências. Desenvolver a comunicação é essencial, bem como delegar tarefas. Também é preciso buscar o equilíbrio entre vida profissional e pessoal. Tirar um tempo para relações pessoais e hobbies é uma prática importante para o bem-estar. Nas horas vagas, eu jogo vôlei e tênis", conta.

With a degree in Business Administration, postgraduate studies in Industrial Administration, and an MBA focused on retail, Christiane Cruz Citrângulo has worked in major companies such as Unilever and Carrefour. With over 30 years of experience, she is also a co-author of the book "Mulheres do Varejo" (Women in Retail). Today, she serves as Chief Marketing Strategy Officer (CMSO), responsible for marketing and strategy at Neogrid.

"Gender equity, women's presence in the workforce, and female leadership are relevant topics for me and highly valued by Neogrid, which has announced its commitment to achieve 26% female representation in senior leadership positions by 2024, 30% by 2025, and 50% by 2030. Currently, the index stands at 22%. Female leadership is still a minority. It's important for women to support each other and make their aspirations clear," she says.

For her, one of the benefits of having women in leadership is promoting diversity throughout the company, at all levels. "It's a way to incorporate different perspectives and skills into management. It also helps foster other affirmative policies related to diversity of race, age, and physical abilities. This stimulates collaboration, the pursuit of different solutions, and integration."

Women face challenges such as balancing motherhood and work, discrimination, harassment, and combating stereotypes that they are less capable than men. "Inclusion is an essential lever to attract, retain, and enhance the performance of employees and teams. Today, talents are the most important asset of companies, so it's a priority for managers to ensure healthy environments. Those who experience inclusion in their workplace feel freer to create and innovate," she says.

Among the most striking characteristics of female leadership are empathy, collaboration, effective communication, and resilience. Women leaders value strong interpersonal relationships and create inclusive work environments. "They often promote a collaborative culture where idea exchange and teamwork are encouraged. Attention to the development and well-being of employees is another strong characteristic."

In her career, Christiane was inspired by women who believed in her potential. "Being a leader is a combination of skills, attitudes, and experiences. Developing communication is essential, as is delegating tasks. It's also important to seek balance between professional and personal life. Taking time for personal relationships and hobbies is important for well-being. In my spare time, I play volleyball and tennis," she shares.



Christiane
Cruz Citrângulo

JORDANA BARROS,
DIRETORA DE OPERAÇÕES GERAIS DA TELHANORTE TUMELERO
DIRECTOR OF GENERAL OPERATIONS AT TELHANORTE TUMELERO

Há 15 anos, Jordana Barros está no Grupo Saint-Gobain. Começou como trainee e escalou diferentes posições nas áreas de P&D e marketing, até assumir as diretorias de operações e novos negócios na Tekbond, divisão do grupo focada em adesivos. Em novembro de 2022, migrou para a divisão de varejo e, desde então, é diretora de operações gerais da Telhanorte Tumelero.

"O mercado em que estou inserida, o da construção, ainda é notoriamente masculino, mas o vejo como o reflexo dos processos de transição da nossa sociedade. É natural que a mulher comece a ocupar espaços e cargos. Como negócio, o meu papel é ser uma promotora da diversidade, com voz ativa. Em desafios, há pontos para discussão, como a falta de representatividade. Quando há poucas mulheres em posições de liderança, pode ser difícil para outras que aspiram uma carreira vertical encontrar mentoras ou modelos que compreendam as suas experiências e que possam promover o seu avanço", diz.

Outro desafio é a rotulação de gênero. Estereótipos sobre os papéis de gênero podem levar à percepção de que os homens são mais qualificados para determinadas funções. "O maior risco é esse preconceito implícito se manifestar nos processos de contratação, de promoção e de tomada de decisão, dificultando o avanço das mulheres. Enfrentar os desafios requer um esforço ativo das empresas e da sociedade. É um tripé: dispor de ferramentas e processos que quebrem o viés de gênero, trabalhar na conscientização e na capacitação da liderança e ter objetivos muito claros e mensuráveis."

Na carreira, Jordana contou com gestores ativos na pauta da diversidade, promovendo ambientes abertos e, assim, estimulando toda a equipe a manter a mesma postura. "O líder, independentemente do gênero, precisa reunir características que vão além das habilidades técnicas, como empatia, inteligência emocional, resiliência, autenticidade, colaboração, flexibilidade, adaptabilidade e agilidade, além de ter uma boa dose de coragem e ousadia."

Paciência e constância na construção de resultados são atributos de uma líder, destaca. "Qualquer nível que se almeje deve ser consequência de um trabalho bem executado e reconhecido. Ser parte de uma empresa com cultura de diversidade bem estabelecida propicia um desenvolvimento de carreira equalitário, com as mesmas réguas e critérios. Tem, também, de estar sempre preparada para dar o próximo passo, mantendo-se informada, atualizada e capacitada, mostrando-se disponível e adaptável e, sobretudo, atentando-se a uma clara comunicação sobre seus objetivos e aspirações."

For 15 years, Jordana Barros has been with the Saint-Gobain Group. She started as a trainee and climbed various positions in R&D and marketing until assuming director roles in operations and new business at Tekbond, a division of the group focused on adhesives. In November 2022, she moved to the retail division and has since been the director of general operations at Telhanorte Tumelero.

"The market I am in, construction, is still notably male-dominated, but I see it as a reflection of our society's transition processes. It's natural for women to start occupying spaces and positions. As a business leader, my role is to be a promoter of diversity with an active voice. In challenges, there are points for discussion, such as the lack of representation. When there are few women in leadership positions, it can be difficult for others aspiring to a vertical career to find mentors or role models who understand their experiences and can promote their advancement," she says.

Another challenge is gender labeling. Stereotypes about gender roles can lead to the perception that men are more qualified for certain functions. "The greatest risk is that this implicit prejudice manifests in hiring, promotion, and decision-making processes, hindering women's progress. Addressing these challenges requires active efforts from companies and society. It's a tripod: having tools and processes that break gender bias, working on awareness and leadership training, and having very clear and measurable objectives."

In her career, Jordana has had active managers advocating for diversity, promoting open environments, and thus encouraging the entire team to maintain the same posture. "The leader, regardless of gender, needs to embody characteristics that go beyond technical skills, such as empathy, emotional intelligence, resilience, authenticity, collaboration, flexibility, adaptability, and agility, as well as a good dose of courage and audacity."

Patience and consistency in delivering results are attributes of a leader, she emphasizes. "Any level one aspires to should be the result of well-executed and recognized work. Being part of a company with a well-established culture of diversity promotes equitable career development, with the same rules and criteria. You also need to always be prepared to take the next step, staying informed, updated, and skilled, showing availability and adaptability, and above all, ensuring clear communication about your goals and aspirations."



Jordana
Barros

Oster

100 ANOS

O DESEMPENHO ESTÁ NOS DETALHES.
NA COZINHA E NAS VENDAS.

As **fritadeiras Oster®** trazem o equilíbrio perfeito entre elegância e eficiência.

Uma linha com design inovador que vai conquistar os seus clientes.

Faça já o seu pedido.



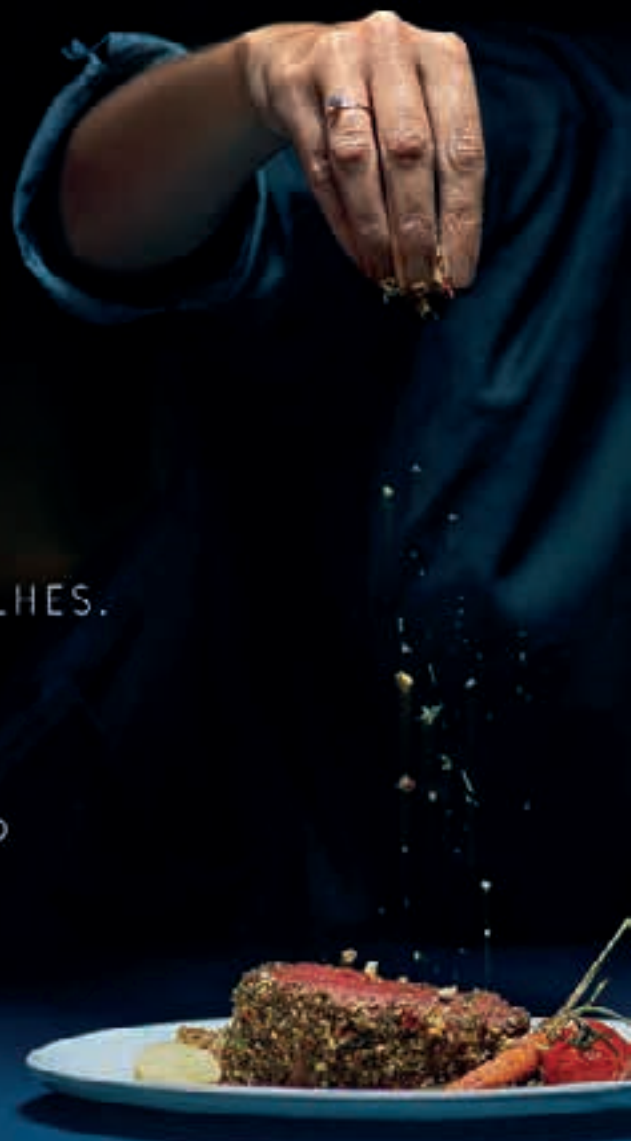
FRITEIDEIRA INOX
COMPACT 4,6L



FRITEIDEIRA OVEN
FRYER 12L 3 EM 1



FRITEIDEIRA DIGITAL
CLEAR 4,6L COM VISOR
TRANSPARENTE





**FRITADEIRA BLACK
PERFORM 4,5L**

**Assista
ao filme da
campanha:**



Sua casa ainda mais
completa e elegante
com a linha inox
da **Amvox**.

LINHA
Inox





A nova linha de produtos inox Amvox é a escolha perfeita para transformar o seu dia a dia. Encontre uma ampla variedade de produtos e aproveite a qualidade que só a Amvox oferece.

21^x anos

Há 21 anos
transformando
seu dia a dia!



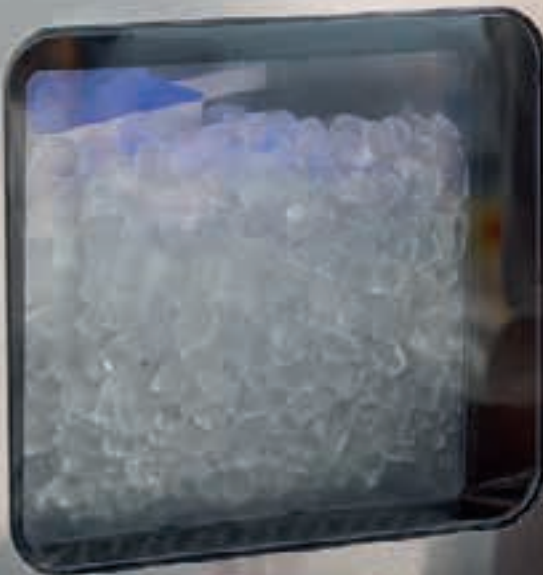
Acesse o QR Code e conheça nossos produtos.



Amvox
NO SEU RITMO.



EOS.
PREMIUM





Acesso
nosso site
e confira.
eos.com.br

Alexa, faça gelo!

Máquina de Gelo Inox Smart EOS Premium

Seja para conservar alimentos ou deixar seu drink sempre na temperatura certa, a Máquina de Gelo Inox Smart EOS Premium tem capacidade produzir 18kg por dia. Além disso, ela tem tecnologia Wi-Fi e pode ser comandada pelo aplicativo, Alexa e Google Assistant. Com sensor de gaveta cheia, tanque externo para fácil abastecimento e função Auto Limpeza você não precisa se preocupar com nada, só aproveitar!

EOS.

KEDMA VIEIRA,
GERENTE DE MARKETING E TRADE MARKETING DA MALLORY
MARKETING AND TRADE MARKETING MANAGER AT MALLORY

Há mais de 15 anos, Kedma Vieira iniciou sua carreira em marketing e conquistou posições de maior responsabilidade em empresas de vários segmentos, focada em ser um ponto de conexão entre pessoas e resultados. Entrou na Mallory há cinco anos como supervisora de trade nacional, teve três promoções e, atualmente, é gerente de marketing e trade on & off.

Embora o setor seja predominantemente masculino, Kedma viu isso como uma oportunidade para trazer novas perspectivas. **"Acredito que a diversidade de pensamento é uma vantagem competitiva", diz. Um desafio é promover a inclusão e mostrar que todos têm algo valioso a contribuir, independentemente de gênero. Sua trajetória tem sido positiva. "Sempre fui acolhida e respeitada em minhas funções, e os desafios estavam mais relacionados à natureza do trabalho do que ao gênero. Houve momentos difíceis, como em qualquer carreira, mas nunca me senti discriminada por ser mulher."**

Frequentemente, a liderança feminina é marcada pela empatia, comunicação eficaz e capacidade de construir pontes e equipes coesas e motivadas. Mulheres líderes tendem a valorizar a colaboração e a inclusão, criam um ambiente de trabalho onde todos se sentem respeitados. "A resiliência e a flexibilidade também são características importantes das mulheres", ressalta. Empresas com diversidade em seu quadro tendem a ser mais inovadoras e capazes de entender as necessidades de um mercado diverso. "Na Mallory, vivenciamos diariamente o que chamamos de Árvore de Valores, onde o respeito ao indivíduo e a discriminação zero são fundamentais."

O principal desafio para ampliar o número de mulheres em cargos de liderança é criar e manter uma cultura corporativa de valorização. Isso inclui a implementação de políticas de igualdade de oportunidades, equidade salarial, programas de mentoria, desenvolvimento de carreira e a promoção de um ambiente de trabalho que equilibre vida profissional e pessoal. "No atual cenário isso se tornou algo fundamental para todos, independentemente do gênero", observa.

Para ser uma líder bem-sucedida, Kedma acredita que é essencial ter visão clara, ser apaixonada pelo que faz e estar sempre disposta a aprender e a se adaptar. Cultivar rede de apoio e buscar mentorias pode fazer uma grande diferença. Além disso, é preciso desenvolver habilidades de comunicação e ter a capacidade de inspirar e motivar a equipe, mantendo uma atitude positiva e aberta a novas ideias e desafios.

For over 15 years, Kedma Vieira has been building her career in marketing, advancing to positions of greater responsibility across various industry sectors, focusing on being a connection point between people and results. She joined Mallory five years ago as a national trade supervisor, has been promoted three times, and currently serves as the marketing and on & off trade manager.

Although the sector is predominantly male, Kedma saw this as an opportunity to bring new perspectives. "I believe that diversity of thought is a competitive advantage," she says. One challenge is promoting inclusion and demonstrating that everyone has something valuable to contribute, regardless of gender. Her journey has been positive. "I have always been welcomed and respected in my roles, and challenges were more related to the nature of the work than to gender. There were tough moments, as in any career, but I have never felt discriminated against because I am a woman."

Often, female leadership is characterized by empathy, effective communication, and the ability to build cohesive and motivated teams. Women leaders tend to value collaboration and inclusion, creating a work environment where everyone feels respected. "Resilience and flexibility are also important characteristics of women," she emphasizes. Companies with diversity in their workforce tend to be more innovative and capable of understanding the needs of a diverse market. "At Mallory, we experience daily what we call the Values Tree, where respect for the individual and zero discrimination are fundamental."

The main challenge to increasing the number of women in leadership positions is to create and maintain a corporate culture that values diversity. This includes implementing equal opportunity policies, pay equity, mentoring programs, career development, and promoting a work environment that balances professional and personal life. "In the current scenario, this has become fundamental for everyone, regardless of gender," she notes.

To be a successful leader, Kedma believes it is essential to have a clear vision, be passionate about what you do, and always be willing to learn and adapt. Cultivating a support network and seeking mentorship can make a significant difference. Additionally, developing communication skills and the ability to inspire and motivate teams, while maintaining a positive attitude and being open to new ideas and challenges, are crucial.



*Keolma
Vieira*

MIRANA MACHADO,
HEAD OF MARKETING LATIN AMERICA GFK – AN NIQ COMPANY BRAZIL
HEAD OF MARKETING FOR LATIN AMERICA AT GFK – AN NIQ COMPANY BRAZIL

Bailarina de formação, Mirana Machado dançou profissionalmente e, aos 21 anos, abandonou a carreira para ir à faculdade. Há duas décadas, atua em marketing. Vivenciou diferentes experiências, com passagem na startup americana de tecnologia Instructure Inc. e no Union Bank of Switzerland (UBS), o maior banco suíço do mundo. Hoje é head de marketing para a América Latina da GfK.

"O maior desafio da liderança feminina é a construção de credibilidade, adicionada a como ela lida com as adversidades do dia a dia. Criar uma imagem de profissional capaz vai além do gênero, mas, sendo mulher, é preciso quebrar o paradigma de que somos frágeis, instáveis e emocionais nas decisões. Há ambientes muito masculinos que criam essa ideia de que mulheres não suportam pressão, o que vai na contramão do que é ser mulher, que acumula inúmeras funções em sua vida e administra com maestria todas essas demandas", afirma.

A mulher é uma incansável multitarefa, isso lhe dá grande vantagem, diz. "Gosto de olhar e entender tudo ao redor para propor uma estratégia, ou seja, como uma mãe que ao mesmo tempo lava a roupa, dá de comer ao filho, lembra itens para a lista de compras e ainda faz anotações para sua tese de mestrado. A capacidade de penetrar nas diferentes áreas do negócio te permite propor planos muito mais assertivos e criar um ambiente mais colaborativo e sem silos."

Abertamente, ela não sofreu discriminação, mas a reconhece nas entrelinhas e tem consciência de que, se fosse homem, teria alcançado as posições de liderança mais rápido. "Fazer o que se gosta é fundamental numa carreira", atesta. "Essa é a grande vantagem competitiva que ninguém vai tirar de você. Sou apaixonada pelo meu trabalho e digo que isso me trouxe até aqui. É isso que te faz querer trabalhar duro, aprender sempre e encontrar novos caminhos."

O aumento do número de líderes femininas passa por uma discussão mais estrutural, diz Mirana. "É preciso esgotar as conversas sobre o que é papel do homem e o que é papel da mulher na sociedade. Na minha visão, isso não deveria existir. Escuto muitos debates, no âmbito corporativo, alegando que as empresas precisam entender as necessidades das mulheres e suas outras funções para que possam desempenhar todos os papéis (que a sociedade designou) e serem mais bem-sucedidas em seus cargos. Apesar de entender e respeitar os pontos, não acredito que esse é o caminho para entregarmos oportunidades mais justas. É urgente começarmos a falar sobre essas divisões de funções masculinas e femininas (extra mundo corporativo) que foram impostas pela sociedade. É a partir dessa igualdade que veremos a transformação dentro das empresas."

Trained as a ballet dancer, Mirana Machado pursued a professional ballet dancing career and, at 21, shifted gears to attend college. For two decades, she has been involved in marketing, gaining diverse experiences including roles at the American technology startup Instructure Inc. and at Union Bank of Switzerland (UBS), the world's largest Swiss bank. Currently, Mirana serves as the head of marketing for Latin America at GfK.

"The greatest challenge of female leadership is building credibility while navigating daily adversities. Establishing a reputation as a competent professional transcends gender, but as a woman, it's crucial to break the stereotype that we are fragile, unstable, and emotional in our decision-making. In predominantly male environments, the notion that women cannot handle pressure runs counter to the reality of women who manage numerous responsibilities in their lives with skill," she states.

She sees the woman's multitasking ability as a significant advantage. "I enjoy observing and understanding everything around me to develop strategies, much like a mother who simultaneously does laundry, feeds her children, remembers items for the shopping list, and takes notes for her master's thesis. This ability to integrate different business areas allows for more effective planning and fosters a collaborative, barrier-free work environment."

Mirana acknowledges the presence of subtle discrimination, though she hasn't been directly affected. She is aware that if she were a man, she would likely have advanced to leadership positions more quickly. "It's crucial to pursue what you love in your career," she emphasizes. "This is the competitive advantage that no one can take away from you. I'm passionate about my work, and that's what has brought me this far. It's what motivates me to work hard, continuously learn, and seek new paths."

Mirana believes that increasing the number of female leaders requires a deeper and more structural discussion. "We need to move beyond discussions about what constitutes masculine and feminine roles in society. In my view, these distinctions should not exist. In the corporate environment, I hear many debates arguing that companies need to understand women's multiple roles so they can fulfill all the societal expectations and succeed in their careers. While I understand and respect these points, I don't believe this is the path to fairer opportunities. It's urgent that we start questioning these societal-imposed divisions of masculine and feminine roles. It's through achieving this equality that we'll see transformation within companies."



Miriana
Machado

SANDRA TAKATA,
PRESIDENTE DO INSTITUTO MULHERES NO VAREJO
PRESIDENT AT INSTITUTO MULHERES NO VAREJO

Durante a faculdade de jornalismo, Sandra Takata criou um jornal no bairro do Jabaquara, em São Paulo, junto com um grupo de amigos. Foi sua primeira experiência como empreendedora. Logo depois, foi selecionada no Prêmio Abril de Jornalismo e trabalhou como trainee na revista *Capricho*. Em paralelo, casou-se, engravidou e foi contratada grávida para trabalhar em um jornal que circulava no Japão.

Quando sua filha nasceu, escolheu fazer freelas em casa. Foi recontratada para trabalhar no mesmo jornal que circulava no Japão, que agora tinha a Globo Internacional como parceira. Com sua segunda gravidez, deixou a redação e começou a atuar na agência fundada por seu marido. O primeiro cliente foi a Associação ECR Brasil, que congrega indústria, varejo e empresas de logística, onde atua até hoje.

Foi nesse período que conheceu pessoas do setor e se envolveu com o Instituto Mulheres do Varejo, onde hoje é presidente e está desde os primeiros dias com as fundadoras. **“Tenho o prazer de direcionar meu conhecimento e vejo que toda a minha formação jornalística auxilia as mulheres a ter mais vivacidade em suas falas. Por isso, também tenho prazer em atuar no Instituto e conscientizar sobre a importância da diversidade, especialmente em um setor que ainda é muito masculino”**, afirma.

Empresas com diversidade em seu quadro profissional são mais bem avaliadas pelo consumidor. A pesquisa realizada pela Humanizadas, responsável pela premiação “As Melhores para o Brasil”, comprova essa questão. “O principal desafio para ampliar o número de mulheres em cargos de liderança é mudar o mindset de muitos líderes, que ainda não mantêm os mesmos padrões ao ocuparem essas posições”, explica ela.

Hoje, Sandra, que é Top Voice no LinkedIn, afirma que, para se tornar uma líder bem-sucedida, é preciso acreditar no próprio potencial. “Se podemos gestar uma vida, podemos gerir uma empresa. O desafio que nos diferencia é a gravidez e ainda enfrentamos preconceitos no mundo corporativo. Também sofri assédio quando jovem, assim como ainda ocorre com muitas mulheres. No Instituto, aconselhamos as mulheres a se posicionar de forma genuína e honesta.” ■■

During her journalism studies, Sandra Takata co-founded a newspaper in the Jabaquara neighborhood of São Paulo with a group of friends, marking her first entrepreneurial experience. Shortly after, she was selected for the Abril Journalism Award and worked as a trainee at Capricho magazine. Meanwhile, she married, became pregnant, and was hired while pregnant to work for a newspaper circulating in Japan.

When her daughter was born, Sandra chose to freelance from home. She later rejoined the newspaper, now partnered with Globo Internacional. With her second pregnancy, she left the newsroom and began working at her husband's agency. Their first client was the Associação ECR Brasil, which brings together industry, retail, and logistics companies, where Sandra still works today.

*During this time, she met people in the industry and became involved with Instituto Mulheres do Varejo, where she is now president, having been with the organization since its early days alongside its founders. **“I take pleasure in directing my knowledge and see how my journalism background helps women express themselves more vividly. That's why I also enjoy working at the Institute and raising awareness about the importance of diversity, especially in a sector that is still very male-dominated,”** she affirms.*

Companies with diversity in their workforce are better rated by consumers. This is confirmed by research conducted by Humanizadas, responsible for the “As Melhores para o Brasil” award. “The main challenge to increase the number of women in leadership positions is to change the mindset of many leaders who still do not uphold the same standards when occupying these positions,” she explains.

Today, Sandra, who is a Top Voice on LinkedIn, asserts that becoming a successful leader requires believing in one's own potential. “If we can give birth to life, we can manage a company. The challenge that sets us apart is pregnancy, and we still face prejudices in the corporate world. I also experienced harassment when I was young, as many women still do. At the Institute, we advise women to take a genuine and honest stance.” ■■

A portrait of Sandra Takata, a woman with long, wavy blonde hair, smiling. She is wearing a black top and a leopard print skirt. The background is a blurred indoor setting. A red rectangular frame is visible in the top left corner.

Sandra Takata

LOGISTICS AND AI

THE ROLE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN THIS SECTOR.

Artificial intelligence is optimizing logistics through advanced data analytics, demand forecasting, and predictive maintenance, resulting in more agile and efficient operations.



LOGÍSTICA

E IA

**O PAPEL DA INTELIGÊNCIA
ARTIFICIAL NESSE SETOR.**



A inteligência artificial está otimizando a logística com análises avançadas de dados, previsão de demanda e manutenção preditiva, o que resulta em operações mais ágeis e eficientes.

NOVO

**SUPER
LANÇAMENTO
FISCHER**
NA ELETROLAR

NOVA GERAÇÃO
PLATINIUM



**TRIPLA CHAMA
DESLOCADA:**
3.700W DE
POTÊNCIA E
UM MELHOR
APROVEITAMENTO
DO ESPAÇO NA
HORA DE
COZINHAR.

**NIVELAMENTO
CONTÍNUO:**
FACILITA O
DESLIZAR DAS
PANELAS E
CONFERE AINDA
MAIS ELEGÂNCIA
AO PRODUTO.

A **COMBINAÇÃO** DE
SOFISTICAÇÃO E PERFORMANCE.



CHAMA AUXILIAR:
UM TOQUE DE CHEF!
INDICADA PARA
PREPAROS DELICADOS
E QUE REQUEREM UM
COZIMENTO MAIS LENTO.



**FRAME FRONTAL
E POSTERIOR
EM AÇO INOX:**
EXCLUSIVIDADE
E SOFISTICAÇÃO
QUE TRANSFORMAM
A COZINHA.



**TREMPES DUPLAS
EM FERRO FUNDIDO:**
ROBUSTAS, GARANTEM
MAIOR ESTABILIDADE
PARA AS PANELAS.

DISPONÍVEL
NOS COOKTOPS:
5B / 4B / 2B / 1B

ESCOLHA O SEU



Fischer

QUEM TEM,
FAZ BEM.

@ **fischer**.oficial

f **Fischer**oficial

fischer.com.br

Milhares de ferramentas de inteligência artificial são utilizadas por empresas de logística. Mas essa descoberta não vem de hoje. Muito populares no final dos anos 2000, Waze e Google Maps – ferramentas que usam IA – se tornaram essenciais no dia a dia dos motoristas. Com a indicação de rotas mais curtas e identificação de possíveis obstáculos no caminho a ser percorrido, esses instrumentos mudaram a forma de trabalho do setor da logística.

De lá para cá, muitas ferramentas de IA surgiram e ganharam espaço nesse setor. Atualmente, os profissionais de logística, além de usarem a inteligência artificial para descobrir o melhor caminho, se beneficiam dela no sistema de gestão de frotas através do monitoramento de veículos e no cadastramento de motoristas, na análise de grandes volumes de dados regionais e muito mais.

“A IA pode ser treinada para entender particularidades regionais segmentando através de localização geográfica, para garantir o cumprimento de regulamentações locais, gerenciamento de riscos, performance no fluxo de trabalho, avaliação do comportamento do cliente para melhor estratégia na condução de negociações e comunicação”, diz Alexandre Pimenta, CEO da Asia Shipping.

Thousands of artificial intelligence tools are used by logistics companies. But this discovery is not new. Very popular in the late 2000s, Waze and Google Maps - tools that use AI - have become essential in the daily lives of drivers. With the indication of shorter routes and identification of possible obstacles along the way, these instruments have changed the way the logistics sector operates.

Since then, many AI tools have emerged and gained ground in this sector. Currently, logistics professionals not only use artificial intelligence to discover the best route but also benefit from it in fleet management systems through vehicle monitoring and driver registration, in the analysis of large volumes of regional data, and much more.

“In the logistics sector, artificial intelligence can be trained to understand regional particularities by segmenting through geographical location, ensuring compliance with local regulations, managing risks, optimizing workflow performance, assessing customer behavior for better negotiation strategies and communication,” says Alexandre Pimenta, CEO of Asia Shipping.



No setor logístico, a inteligência artificial também é utilizada na análise de dados, tornando muito mais fácil o processo de controle de estoque, de dados de clientes e vendas. Sendo assim, o uso da IA nessa área não é uma ameaça à mão de obra humana, mas sim uma ferramenta de otimização de tempo, valor e trabalho físico.

DEMANDA E ROTEIRIZAÇÃO

Um dos principais desafios logísticos é prever a demanda com precisão e roteirizar entregas de forma eficiente. A IA oferece soluções avançadas que permitem às empresas antecipar padrões de demanda, considerando variáveis sazonais e tendências do mercado. Além disso, algoritmos de roteirização baseados em IA são capazes de calcular as rotas mais eficientes, levando em conta múltiplos fatores, como tráfego e restrições de entrega.

“Usando a IA, podemos analisar grandes volumes de dados regionais e, com isso, entender as particularidades de cada um deles. Com essas informações, é possível personalizar estratégias de logística para cada região, ajustando estoques e níveis de serviço conforme as demandas locais. A inteligência artificial pode ajudar na gestão de riscos específicos, como problemas de infraestrutura ou condições climáticas adversas”, conta Jamir Carlos Cordeiro da Silva, CEO da Coopercarga.

In logistics, artificial intelligence is also used in data analysis, making inventory control, customer data, and sales processes much easier. Therefore, the use of AI in this area is not a threat to human labor but rather a tool for optimizing time, value, and physical work.

DEMAND AND ROUTING

One of the main logistical challenges is accurately predicting demand and efficiently routing deliveries. AI offers advanced solutions that allow companies to anticipate demand patterns, considering seasonal variables and market trends. Moreover, AI-based routing algorithms can calculate the most efficient routes, considering multiple factors such as traffic and delivery restrictions.

“By using AI, we can analyze large volumes of regional data and thereby understand the particularities of each region. With this information, it’s possible to personalize logistics strategies for each area, adjusting inventory and service levels according to local demands. Artificial intelligence can assist in managing specific risks, such as infrastructure problems or adverse weather conditions,” says Jamir Carlos Cordeiro da Silva, CEO at Coopercarga.



Empresas que investem em tecnologias como a IA podem ganhar uma vantagem significativa em relação à concorrência.

Companies that invest in technologies like AI can gain a significant advantage over the competition.

A utilização da IA na logística não é uma ameaça à mão de obra humana, mas sim uma ferramenta de otimização de tempo, valor e trabalho físico.

The use of AI in logistics is not a threat to human labor but rather a tool for optimizing time, value, and physical work.

GESTÃO DE ESTOQUE E ARMAZENAGEM

A gestão de estoque e a armazenagem são fundamentais para evitar excesso ou falta de produtos. Garantem a disponibilidade dos itens certos no momento certo. A IA permite uma gestão mais precisa do estoque, analisando padrões de consumo e até mesmo o comportamento do consumidor para prever a demanda futura com maior acurácia. Inclusive já é possível notar estudos de inteligência artificial em robôs e drones para melhorar o desempenho e mitigar riscos.

Os sistemas de IA, além disso, podem otimizar o layout de armazéns, maximizando o espaço disponível e reduzindo o tempo necessário para localizar produtos.

“Esses sistemas também são capazes de indicar o melhor lugar para depositar cada produto conforme a rotatividade, otimizando a separação deles e o fluxo de movimentação de armazéns”, diz Felipe Dellacqua, CSMO da Infracommerce.

MANUTENÇÃO PREDITIVA DE ROTA

Para empresas que dependem de frota própria para suas operações logísticas, a manutenção preventiva é essencial para evitar falhas e garantir a disponibilidade dos veículos. A IA está revolucionando a manutenção de frota com sistemas de manutenção preditiva, que utilizam sensores e algoritmos avançados para monitorar o estado dos veículos em tempo real. Esses sistemas podem detectar sinais de desgaste ou mau funcionamento antes que ocorram problemas graves, permitindo intervenções proativas e reduzindo o tempo de inatividade.

INVENTORY AND WAREHOUSING MANAGEMENT

Inventory and warehousing management are crucial to avoid overstocking or shortages of products, ensuring the availability of the right items at the right time. AI enables more precise inventory management by analyzing consumption patterns and even consumer behavior to predict future demand more accurately. There are already studies in artificial intelligence applied to robots and drones aimed at improving performance and mitigating risks.

Additionally, AI systems can optimize warehouse layouts, maximizing available space and reducing the time needed to locate products. **“These systems are also capable of indicating the best place to store each product based on turnover, optimizing their separation and warehouse movement flow,” says Felipe Dellacqua, CSMO at Infracommerce.**

PREDICTIVE ROUTE MAINTENANCE

For companies relying on their own fleet for logistics operations, preventive maintenance is essential to prevent failures and ensure vehicle availability. AI is revolutionizing fleet maintenance with predictive maintenance systems that use sensors and advanced algorithms to monitor vehicle conditions in real-time. These systems can detect signs of wear or malfunction before serious issues arise, enabling proactive interventions and reducing downtime.



STAGE 2

APRIMORE SUA EXPERIÊNCIA COM ALTA QUALIDADE SONORA



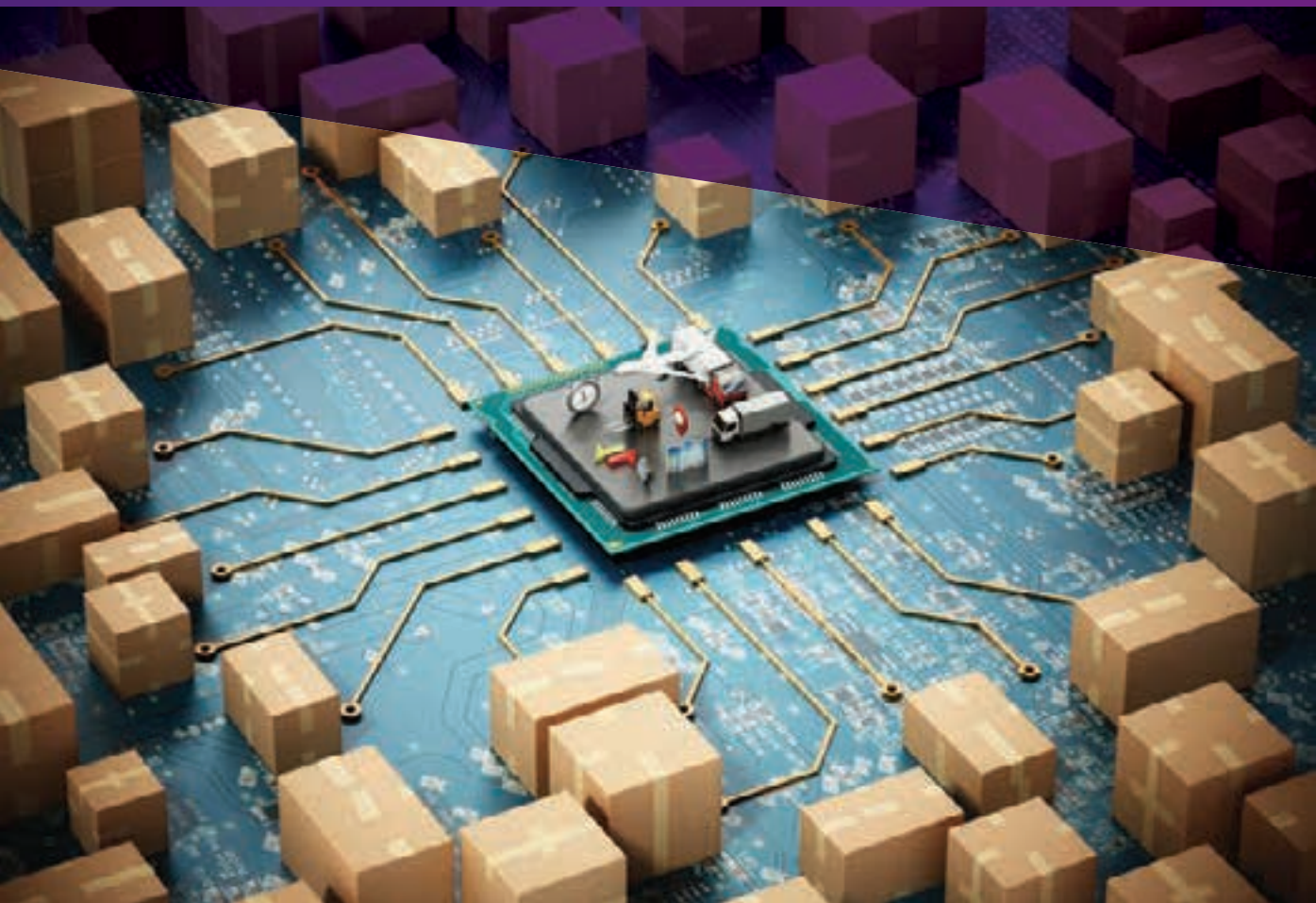
O JBL Stage 2 é um avançado sistema de alto-falantes de excelente performance sonora e novo design, composto por uma torre, um canal central, uma Bookshelf, um alto-falante Dolby ATMOS Height e dois subwoofers.

A sua acústica apresenta crossovers e voz aprimorados, contando com a nova geração do HDI Waveguide da JBL e do tweeter de alumínio anodizado, melhorando o desempenho de alta frequência e reduzindo a difração.

Seja para filmes ou música, o som da sua casa nunca mais será o mesmo.

SAIBA MAIS:





DESAFIOS E OPORTUNIDADES DO SETOR

Apesar dos benefícios evidentes, a adoção da IA na logística brasileira enfrenta alguns desafios. Um dos principais é a infraestrutura tecnológica inadequada em muitas empresas, especialmente em pequenas e médias. Além disso, questões relacionadas à segurança e privacidade dos dados também precisam ser consideradas.

No entanto, as oportunidades são vastas. Com o mercado brasileiro cada vez mais competitivo, as empresas que investem em tecnologias como IA podem ganhar uma vantagem significativa. O crescente ecossistema de startups de tecnologia no Brasil, inclusive, está impulsionando a inovação na logística, oferecendo soluções personalizadas para as necessidades do mercado local.

Nesta edição, sete empresas do setor de logística entrevistadas por **Eletrolar News** contam sobre as mudanças positivas que a inteligência artificial trouxe para os seus negócios.

CHALLENGES AND OPPORTUNITIES IN THE SECTOR

Despite the evident benefits, the adoption of AI in Brazilian logistics faces several challenges. One of the main ones is inadequate technological infrastructure in many companies, especially small and medium-sized enterprises. Additionally, issues related to data security and privacy also need to be considered.

However, the opportunities are vast. With the Brazilian market becoming increasingly competitive, companies investing in technologies like AI can gain a significant advantage. The growing ecosystem of technology startups in Brazil is driving innovation in logistics, offering customized solutions for local market needs.

In this edition, seven logistics companies interviewed by **Eletrolar News** share about the positive changes that artificial intelligence has brought to their businesses.

Letron

ESTAMOS NA ELETROLAR SHOW
**INOVAÇÕES QUE GERAM
NOVOS NEGÓCIOS**

No **Grupo Leonora** estamos prontos para criarmos o amanhã.

Por isso, aguardamos sua visita ao nosso estande, o lugar onde as **melhores ideias encontram a tecnologia.**

70 m² | **+ 40** | **4** | **1**
de estande | de lançamentos | licenças | collab

Rua 09 Avenida H



GRUPO
LEONORA



 /mundolettron

Accesa e encontra o representante mais próximo de você:
www.grupoleonora.com.br/#compre-agora ou compre pelo
leonoraB2B.com.br

ASIA SHIPPING

Fundada em 1996, a Asia Shipping é uma multinacional brasileira que atua na gestão de processos logísticos de mercadorias, tanto na importação quanto na exportação, utilizando modais aéreo, marítimo e rodoviário. Considerada a maior integradora logística digital da América Latina, a empresa está presente em 12 países, com 41 escritórios no mundo, sendo 10 no Brasil.

Há seis meses, iniciou um projeto para usar a inteligência artificial na identificação de formatos diferentes de trabalho. **"A ideia era usar a IA para tornar escaláveis os processos que entregam maior agilidade na comunicação. Após o início do projeto, tivemos um grande impacto na forma de pensar a inovação e no fluxo de trabalho revisado", explica Alexandre Pimenta, CEO da Asia Shipping.**

Atualmente, a Asia Shipping treina a inteligência artificial para gerar análises com grande volume de dados, ganhar escala em procedimentos e agilizar a comunicação no cenário global.

Founded in 1996, Asia Shipping is a Brazilian multinational specializing in managing logistics processes for goods, both in import and export, using air, sea, and road transport modes. Considered the largest digital logistics integrator in Latin America, the company operates in 12 countries with 41 offices worldwide, including 10 in Brazil.

*Six months ago, it started a project to use artificial intelligence in identifying different work formats. **"The idea was to use AI to scale processes that deliver greater agility in communication. After starting the project, we had a significant impact on innovation thinking and revised workflow,"** explains Alexandre Pimenta, CEO at Asia Shipping.*

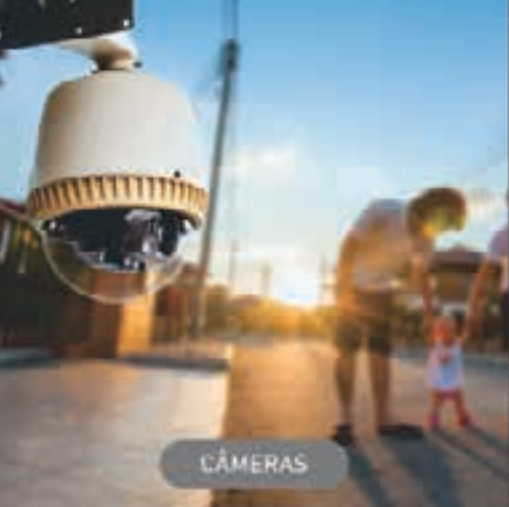
Currently, Asia Shipping is training artificial intelligence to generate analyses with large volumes of data, scale procedures, and streamline communication on a global scale.

"Com a inteligência artificial, o profissional de logística terá uma grande redução de tarefas repetitivas e assim poderá realizar um papel mais analítico, buscando inovação em conjunto com o time de tecnologia."

"With artificial intelligence, logistics professionals will experience a significant reduction in repetitive tasks, enabling a more analytical role focused on innovation alongside the technology team."



ALEXANDRE PIMENTA,
CEO DA ASIA SHIPPING
CEO AT ASIA SHIPPING



CÂMERAS



CFTV6



PORTÕES

Algumas situações não podem ser interrompidas



HOME OFFICE



PC GAMERS



TELEVISORES

Lembre-se sempre, **FALTOU ENERGIA?**

Sua garantia é poder contar com a segurança e confiabilidade dos Nobreaks e Estabilizadores da TS Shara, **energia com proteção total!**

tsshara
nobreaks & estabilizadores



COOPERCARGA

Criado em 1990, o grupo Coopercarga conta com filiais em diversas regiões do Brasil e em outros países do Mercosul. Para acompanhar o crescimento, a empresa de logística passou, também, a agregar postos de combustíveis e a criar centros logísticos e de distribuição.

Jamir Carlos Cordeiro da Silva, CEO da Coopercarga, explica que a empresa usa a IA de várias formas. "Utilizamos modelos de linguagem natural para captação de cargas em vários canais simultaneamente, que são registrados em nossa plataforma, onde são realizadas roteirizações inteligentes."

A empresa, que iniciou a implementação da IA junto com o desenvolvimento da Plataforma CooperPlace, em 2021, também utiliza algoritmos inteligentes, que realizam o match de carga, veículo, motorista e geolocalização, cadastros de motoristas com biometria facial e digitalização de documentos. **"Temos em nosso planejamento estratégico a ideia de aprofundar os estudos e ampliar as aplicações para outras verticais de negócios e operações a partir deste semestre", diz o CEO.**

Founded in 1990, the Coopercarga group has branches in various regions of Brazil and other Mercosur countries. To keep up with growth, the logistics company has also begun integrating fuel stations and establishing logistics and distribution centers.

Jamir Carlos Cordeiro da Silva, CEO at Coopercarga, explains that the company uses AI in several ways. "We use natural language models to capture loads from multiple channels simultaneously, which are registered on our platform where intelligent routing is performed."

The company, which began implementing AI alongside the development of the CooperPlace Platform in 2021, also utilizes smart algorithms that match cargo, vehicles, drivers, and geolocation, as well as driver registrations with facial biometrics and document digitization. "In our strategic planning, we aim to deepen studies and expand applications to other business verticals and operations starting this semester," says the CEO.



JAMIR CARLOS CORDEIRO DA SILVA,
CEO DA COOPERCARGA
CEO AT COOPERCARGA

"A IA já está sendo um dos principais motores de transformação no setor de logística. Ela permitirá operações mais ágeis, eficientes e sustentáveis."

"AI is already one of the primary drivers of transformation in the logistics sector. It will enable more agile, efficient, and sustainable operations."

Mallory: Dedicados a inovar e maximizar suas vendas!

Com um mix que agrega valor ao seu negócio, a Mallory combina tradição com as mais recentes inovações do mercado. Nossa ampla linha de produtos é especialmente desenvolvida para alavancar as vendas e aumentar a rentabilidade no PDV.

**Se tem Mallory,
o sucesso
é garantido!**



Quer conhecer mais sobre
os produtos da Mallory?
Escanele o QR CODE
ao lado e assista aos vídeos



MALLORY

DEDICADOS A SER SUA MARCA FAVORITA

MALLORY.COM.BR —    MYMALLORY

CONTRAIL LOGÍSTICA

Fundada em 2010 com o objetivo de transportar contêineres entre o porto de Santos e o Planalto Paulista, a Contrail Logística criou os Centros Ferroviários de Consolidação de Carga para facilitar a captação e distribuição de produtos. É responsável pela implantação do primeiro hub intermodal do País, com 300 mil m² de área e capacidade para movimentar até 1,2 milhão de contêineres.

Segundo **Danilo Ferreira Guimarães, coordenador de TI da Contrail Logística**, no momento o recurso mais utilizado na empresa, quando se trata de inteligência artificial, é o ChatGPT. A ferramenta trabalha para otimizar treinamentos de processos.

“Na Contrail Logística, a tecnologia sempre esteve muito presente. Estamos sempre buscando inovações e atentos às novas tecnologias do mercado digital, procurando melhorar nossos processos e garantir a eficiência e excelência operacional. Já iniciamos a fase de estudo para inclusão de IA em nossos sistemas operacionais”, conta Danilo.

Founded in 2010 with the goal of transporting containers between the port of Santos and the Planalto de São Paulo, Contrail Logística created the Centros Ferroviários de Consolidação de Carga (Cargo Consolidation Rail Centers) to facilitate the collection and distribution of products. It is responsible for implementing the country's first intermodal hub, spanning 300,000 sqm with the capacity to handle up to 1.2 million containers.

*According to **Danilo Ferreira Guimarães, IT coordinator at Contrail Logística**, currently the most utilized resource in the company concerning artificial intelligence is ChatGPT. The tool works to optimize training processes.*

“At Contrail Logistics, technology has always been very present. We are constantly seeking innovations and keeping an eye on new technologies in the digital market, aiming to improve our processes and ensure operational efficiency and excellence. We have already started the study phase for incorporating AI into our operational systems,” says Danilo.

“A excelência operacional será impulsionada pela capacidade da IA de transformar um grande volume de dados em insights acionáveis. Quem abraçar essa tecnologia estará na vanguarda, beneficiando-se de operações mais rápidas, seguras e eficientes.”

“Operational excellence will be driven by AI's ability to transform vast amounts of data into actionable insights. Embracing this technology will place companies at the forefront, benefiting from faster, safer, and more efficient operations.”



DANILO FERREIRA GUIMARÃES,
COORDENADOR DE TI DA CONTRAIL LOGÍSTICA
TI COORDINATOR AT CONTRAIL LOGÍSTICA

GREE
MAIOR FABRICANTE DE AR-CONDICIONADO DO MUNDO

Venha conferir o **lançamento** do primeiro **Cassete 1 via** da Gree!
Teremos sorteios, presenças VIP e muito mais



Presença do **Craque Neto** no stand.

Visite o nosso stand - **i130**
Contamos com sua **presença!**

17^a
EDIÇÃO

eletrolarshow
ALL CONNECTED

INFRACOMMERCE

A Infracommerce, que foi criada em 2012, hoje atua em nove países da América do Sul. Com 10 centros de distribuição e cerca de 3,5 mil funcionários, a empresa tem como um de seus principais pontos fortes a interação de tecnologias avançadas.

Há dois anos, as ferramentas de inteligência artificial passaram a ser utilizadas na companhia. Através da aquisição da TEVEC, a Infracommerce começou a antecipar a demanda dos clientes, fazendo um planejamento mais inteligente de estoque e evitando rupturas.

"A atuação da IA é centrada em inteligência de consumo, inteligência de marketing & growth e inteligência de estoques e abastecimento. Mais de 1 bilhão de dados e 4 milhões de processamentos são feitos por dia, com atendimento a mais de 255 mil lojas. Ao longo dos anos foram desenvolvidas diversas ferramentas, entre as quais foram aplicados mais de 60 algoritmos de inteligência artificial, resultando em mais de 100 casos de uso prático com resultados relevantes", relata Felipe Dellacqua, CSMO da Infracommerce.

Founded in 2012, Infracommerce currently operates in nine South American countries. With 10 distribution centers and approximately 3,500 employees, the company's strength lies in the integration of advanced technologies.

Two years ago, artificial intelligence tools began to be used within the company. Through the acquisition of TEVEC, Infracommerce started anticipating customer demand, enabling smarter inventory planning, and avoiding stockouts.

"The AI's role focuses on consumer intelligence, marketing & growth intelligence, and inventory and supply intelligence. Over 1 billion data points and 4 million processes are handled daily, serving more than 255,000 stores. Over the years, several tools have been developed, applying more than 60 artificial intelligence algorithms, resulting in over 100 practical use cases with significant outcomes," reports Felipe Dellacqua, CSMO at Infracommerce.



FELIPE DELLACQUA,
CSMO DA INFRACOMMERCE
CSMO AT INFRACOMMERCE

"A IA vai se tornar parte dos processos e um grande diferencial competitivo para as empresas. No futuro, a área da logística terá sistemas de IA ainda mais inteligentes, capazes de otimizar end-to-end a cadeia logística e proporcionar uma experiência superior aos clientes."

"AI will become integral to processes and a major competitive advantage for companies. In the future, logistics will feature even smarter AI systems capable of optimizing the entire supply chain end-to-end and delivering a superior customer experience."

DESEMPENHO SUPERIOR, *design Sofisticado*

Explore a linha PREMIUM da Hrebos na **Eletrolar Show**.



HREBOS[®]
PREMIUM

Acesse o
nosso site e
confira!



JAMEF TRANSPORTES

Fundada há mais de 60 anos, a Jamef Transportes conta com 32 unidades espalhadas por todas as regiões do Brasil. A empresa apresenta soluções personalizadas para transporte de encomendas para clientes de todos os portes nas frentes B2B e B2C, atuando nos modais rodoviário e aéreo em todo o território nacional.

Há seis anos, a Jamef Transportes começou a investir em tecnologias com inteligência artificial. Na época, a companhia implantou uma tecnologia no setor de frotas, chamada de segurança embarcada.

“Investimos fortemente em tecnologia de ponta e equipamentos de última geração, com foco na proteção e conforto dos nossos motoristas. As modalidades de segurança envolvem a Telemetria e o Sensor de Fadiga. Ambas as tecnologias estão inseridas juntamente com vídeos de monitoramento em toda a frota de transferência da empresa”, explica Paulo Nogueirão, diretor comercial e de marketing da Jamef Transportes.

Founded over 60 years ago, Jamef Transportes has 32 units spread across all regions of Brazil. The company provides customized solutions for parcel transportation for clients of all sizes in both B2B and B2C sectors, operating in road and air modes throughout the national territory.

Six years ago, Jamef Transportes began investing in artificial intelligence technologies. At that time, the company implemented a fleet technology called embedded safety.

“We have invested heavily in cutting-edge technology and state-of-the-art equipment, focusing on the protection and comfort of our drivers. Safety modalities include Telemetry and Fatigue Sensor. Both technologies are integrated along with monitoring videos across the company’s entire fleet,” explains Paulo Nogueirão, commercial and marketing director at Jamef Transportes.

“Acredito que, em breve, veremos armazéns 100% automatizados, com robôs gerenciando todo o processo de recebimento, armazenamento e expedição de produtos. Veículos autônomos serão cada vez mais comuns.”

“I believe that soon we will see 100% automated warehouses with robots managing the entire process of receiving, storing, and shipping products. Autonomous vehicles will become increasingly common.”



PAULO NOGUEIRÃO,
DIRETOR COMERCIAL E DE MARKETING DA JAMEF
COMMERCIAL AND MARKETING DIRECTOR AT JAMEF

VX SMART



Com a alta demanda por dispositivos de streaming e TV, o VX Smart é o produto que faltava para rentabilizar o mix da sua loja.

globoplay

NETFLIX

prime video

YouTube

Disney+

Spotify

A EVOLUÇÃO DA DIVERSÃO CHEGOU:

TV aberta e streaming em um único aparelho!
Seus apps agora com +80 canais ao vivo!

SATHD REGIONAL

Programação Gratuita Via Satélite



100% Livre Sem Mensalidade*



Controle com comando de voz



Transforma Qualquer TV em Smart

4K

4K Ultra HD



Bluetooth 5.0

Android TV | Ok Google

VIVENSIS
Care technology



KM CARGO

A empresa apresenta soluções logísticas em todo o território nacional, com transporte rodoviário, cargas expressas e transporte aéreo desde 2000. Tem ampla experiência nas áreas de farmácia, produtos de higiene, cosméticos, confecção e eletrônicos.

Reconhecendo a transformação digital, a KM Cargo criou uma solução que usa IA, chamada de Centro de Crise. Através da rastreabilidade de carga online, seus clientes recebem informações automáticas e atualizadas de hora em hora.

“Essa combinação oferece uma infinidade de oportunidades para execução de tarefas, bem como para o desenvolvimento de outras tecnologias orientadas para o melhor gerenciamento de negócios”, explica Mauro Pavan, diretor comercial da KM Cargo.

The company provides logistics solutions nationwide, offering road transport, express cargo, and air transport since 2000. It has extensive experience in sectors such as pharmacy, hygiene products, cosmetics, apparel, and electronics.

Recognizing the digital transformation, KM Cargo has developed an AI-powered solution called Crisis Center. Through online cargo traceability, their clients receive automatic and hourly updated information.

“This combination offers a multitude of opportunities for task execution, as well as for the development of other technologies aimed at better business management,” explains Mauro Pavan, commercial director at KM Cargo.

“O avanço da inteligência artificial, no futuro, irá aumentar eficiência da gestão logística, personalizando os processos de acordo com a necessidade dos clientes e automatizando as atividades com agilidade na utilização de mecanismos robóticos cada vez mais presentes.”


“The advancement of artificial intelligence in the future will enhance logistics management efficiency, personalize processes according to customer needs, and automate activities with agility using increasingly prevalent robotic mechanisms.”

MAURO PAVAN,
DIRETOR COMERCIAL DA KM CARGO
COMMERCIAL DIRECTOR AT KM CARGO





Transforme sua Casa, Proteja sua Vida Digital!



Transforme sua Casa, Proteja sua Vida Digital! Agora seus clientes têm segurança e conveniência garantidas através dos produtos da Europ Assistance. Com o **Casa Conectada**, estão disponíveis desde suporte técnico para manutenção e solução de problemas relacionados a dispositivos eletrônicos até suporte na automação residencial (IOT's).


Pensando ainda em soluções tecnológicas, com o **Arquiteto Virtual**, eles podem personalizar os espaços que preferirem de forma acessível e simples.

E mais: com o **Gestor de Vida Digital**, você pode oferecer uma solução inovadora para situações delicadas, como contas hackeadas ou questões de direito digital.



Para mais informações,
acesse o QR Code e saiba mais!

    @europassistance_brasil

 www.europ-assistance.com.br



**europ
assistance**
you live we care



MAERSK

Fundada na Dinamarca em 1904, a Maersk é, hoje, um conglomerado global. Com frota de mais de 700 navios, a empresa é um dos principais nomes do transporte marítimo no mundo. No Brasil, além do marítimo, oferece transporte aéreo e soluções em logística e gestão de cadeia de suprimentos.

Alexandre Cecolim, diretor regional de desenvolvimento de negócios em contract logistics da Maersk para a América Latina, acredita que a logística verdadeiramente integrada conecta as esferas física e digital, combinando opções em tempo real para otimizar as cadeias de suprimentos, com alto grau de controle operacional e um projeto de rede modular para aumentar a flexibilidade.

Dispõe de plataformas globais que proporcionam visibilidade em toda a cadeia de suprimentos, incluindo recomendações preditivas que disponibilizam opções em tempo real para otimizar o fluxo de carga, conta Alexandre. **"A Aliança Navegação e Logística – empresa do grupo – desenvolveu o Loopt, em que a inteligência artificial entra como suporte na tomada de decisão, garantindo eficiência e precisão. Essa é uma poderosa ferramenta preditiva para análise de otimização de cargas no transporte de cabotagem, com mais de 90% de assertividade."** ■■

Founded in Denmark in 1904, Maersk is today a global conglomerate. With a fleet of over 700 ships, the company is one of the leading names in maritime transport worldwide. In Brazil, in addition to maritime services, it offers air transport and logistics solutions and supply chain management.

Alexandre Cecolim, regional director of business development in contract logistics at Maersk in Latin America, believes that truly integrated logistics connects the physical and digital spheres, combining real-time options to optimize supply chains with a high degree of operational control and a modular network design to increase flexibility.

Maersk has global platforms that provide visibility across the supply chain, including predictive recommendations that offer real-time options to optimize cargo flow, Alexandre explains. "Aliança Navegação e Logística – a company within the group – developed Loopt, where artificial intelligence supports decision-making, ensuring efficiency and precision. This is a powerful predictive tool for optimizing cargo analysis in coastal shipping, with over 90% accuracy." ■■

"A tecnologia, como um todo – considerando a inteligência artificial como parte desse todo – já impacta a logística atualmente e seguirá impactando."

"Technology as a whole – considering artificial intelligence as part of that whole – already impacts logistics today and will continue to do so."



ALEXANDRE CECOLIM,
DIRETOR REGIONAL DE DESENVOLVIMENTO
DE NEGÓCIOS EM CONTRACT LOGISTICS PARA A
AMÉRICA LATINA DA MAERSK
*REGIONAL DIRECTOR OF BUSINESS DEVELOPMENT IN
CONTRACT LOGISTICS AT MAERSK IN LATIN AMERICA*

SUA LOJA COM MOX DOTCELL

NÓS TEMOS A LINHA CERTA
DE PRODUTOS PARA VOCÊ!



GARANTA SEU ESTOQUE!
A MOX|DOTCELL TEM
UMA AMPLA VARIEDADE
DE PRODUTOS!

Uma empresa com mais de 15 anos de mercado, trazendo ao país até hoje produtos inovadores e modernos a cada ano. Com mais de 500 itens em seu portfólio é referência nacional de marcas conceituadas pela qualidade e excelência de seus produtos.

"Temos o objetivo de distribuir nossos produtos para todo o Brasil com qualidade, atendimento aprimorado, preços acessíveis e maior diversidade."

**VISITE NOSSO
ESTANDE J120
HALL B / RUA 10**


MOX®

 **dotcell**®

www.moxdotcell.com.br



17TH ELETROLAR SHOW

THE MOST IMPORTANT BUSINESS WEEK BETWEEN THE INDUSTRY AND RETAIL OF CONSUMER ELECTRONICS AND DURABLE GOODS

17ª ELETROLAR SHOW

A SEMANA MAIS IMPORTANTE DE NEGÓCIOS ENTRE A INDÚSTRIA E O VAREJO DE ELETROELETRÔNICOS E BENS DURÁVEIS

Lançamentos de produtos e espaços de relacionamento na maior edição da Eletrolar Show.

Product launches and networking areas at the largest edition of Eletrolar Show.

Novas categorias de produtos estão na Eletrolar Show 2024. São mais de 600 expositores, que apresentam as suas novidades nos segmentos de eletrodomésticos, eletroeletrônicos, celulares, TI, mobilidade elétrica, gamers, acessórios, IoT, hardware, decoração, iluminação, móveis e utilidades nos 36.000 m² do Transamerica Expo Center, na cidade de São Paulo.

É a grande oportunidade de conferir inovações, tendências, bem como estabelecer novas parcerias e fechar grandes negócios. Conheça as soluções pensadas para o mercado e que vão estimular as vendas. **Novas categorias de produtos chegam à Eletrolar Show. Nas páginas seguintes, você vai conhecer os nomes que estão por trás das marcas. Aproveite tudo o que oferece o maior showroom da América Latina.**

New product categories are featured at Eletrolar Show 2024. Over 600 exhibitors are presenting their innovations in home appliances, consumer electronics, mobile phones, IT, electric mobility, gaming, accessories, IoT, hardware, decoration, lighting, furniture, and housewares across 36,000 m² at the Transamerica Expo Center in São Paulo.

This is the prime opportunity to explore innovations, trends, and establish new partnerships while closing significant deals. Discover market-driven solutions designed to boost sales. **New product categories are making their debut at Eletrolar Show. In the following pages, you will meet the faces behind the brands. Take advantage of everything in the largest showroom in Latin America has to offer.**

LANÇAMENTOS DE PRODUTOS E ESPAÇOS DE RELACIONAMENTO ENTRE A INDÚSTRIA E O VAREJO – ALL CONNECTED

PRODUCT LAUNCHES AND NETWORKING AREAS BETWEEN INDUSTRY AND RETAIL – ALL CONNECTED

1 HORA

Expõe **fonos de ouvido sem fio, power bank e carregador**, entre outros produtos. “Nossa marca de acessórios eletrônicos de consumo 3C é a mais vendida no México. Oferecemos o melhor custo-benefício”, diz **Heidi Hong, CEO da América Latina**.

*It exhibits **wireless headphones, a power bank and a charger**, among other products. “Our 3C brand of consumer electronics accessories is the best seller in Mexico. We offer the best cost x benefit ratio,” says **Heidi Hong, CEO in Latin America**.*

CONHEÇA QUEM ESTÁ POR TRÁS

GET TO KNOW WHO IS BEHIND THE BRANDS

180 SEGUROS



Fundada por dois ex-sócios do Nubank, a 180 Seguros é a primeira seguradora tech do Brasil. Na feira, apresenta a sua **solução completa de seguros para o varejo online e offline**. “Conosco, a empresa tem flexibilidade para criar campanhas promocionais de venda de seguros e autonomia para praticar precificações diferentes por faixa de preço e SKU. Nosso time ajuda a desenhar toda a estratégia de crescimento de seguros no varejo. Também somos especialistas em jornadas digitais de oferta de seguros”, diz **Francisca Mariano, sales executive manager da empresa**, responsável pelo estande.

*Founded by two former Nubank partners, 180 Seguros is Brazil’s first tech insurance company. At the fair, the company presents its **complete insurance solution for online and offline retail**. “With us, the company has the flexibility to create promotional campaigns to sell insurance and the autonomy to set different prices by price range and SKU. Our team helps design the entire retail insurance growth strategy. We’re also specialists in digital insurance journeys,” says **Francisca Mariano, the company’s sales executive manager**, who is in charge of the booth.*

9H

Expõe uma diversidade de produtos. “Entre os principais atrativos estão **relógio, câmera, teclado, mouse, impressora de etiquetas e lousa mágica**”, conta **a CEO da empresa, He Qiu**. Junto com sua equipe, ela está no estande para atender todos os varejistas e dar informações sobre as novidades que apresenta na feira.

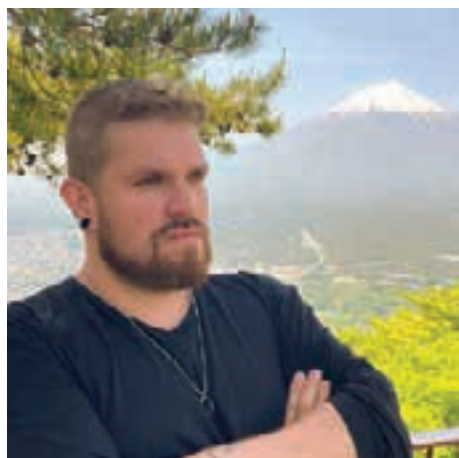
*It exhibits a variety of products. “Among the highlights are **a watch, camera, keyboard, mouse, label printer and magic slate**,” says the **company’s CEO, He Qiu**. Together with her team, she is at the booth to meet all retailers and give them information about the new products showcase at the fair.*



DAS MARCAS

eletrolarshow
ALL CONNECTED

AGRATTO / VENTISOL



Sua campanha “Acelerando as Vendas” é acompanhada por grandes lançamentos na Eletrolar Show, como a **linha de minifreezers e frigobares da marca Agratto**. Com a **marca Ventisol**, o destaque é o **novo climatizador de 125 litros**. “Estamos melhorando e ampliando ainda mais a nossa linha de produtos”, afirma **Moisés Botelho, gerente de ações e eventos** da Agratto/Ventisol. No estande, o atendimento ao varejo é da **diretora comercial, Fernanda Candido, com toda a sua equipe nacional**.

*Its “Acelerando as Vendas” (Accelerating Sales) campaign is accompanied by major launches at the Eletrolar Show, such as **the Agratto range of mini fridges and minibars**. With the Ventisol brand, the highlight is the new **125-liter air conditioner**. “We are improving and expanding our product range even further,” says **Moisés Botelho, Agratto/Ventisol’s actions and events manager**. On the stand, **the commercial director, Fernanda Candido, and her entire national team** will be attending to retailers.*

AIWA

Apresenta uma linha completa de Smart TVs e, também, faz lançamentos na linha de áudio. Com desenvolvimento e produção nacional, as duas linhas estão mais robustas, com tecnologia e inovações que são características da marca. “No estande, é possível vivenciar experiências em som e imagem”, diz **Giovanni M. Cardoso, cofundador do Grupo MK, detentor das marcas Mondial e Aiwa**. É ele quem atende os varejistas, ao lado de diretores, gerentes e representantes de vendas e trade marketing.

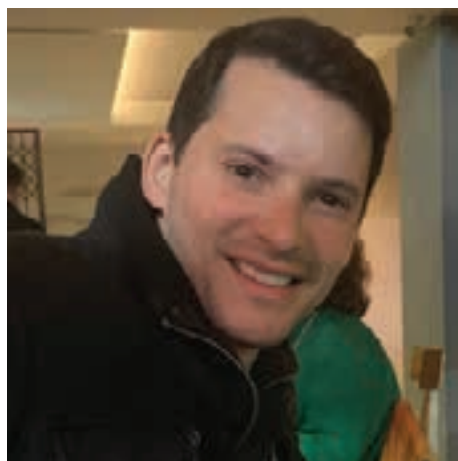
*It presents a complete range of Smart TVs and also launches its audio line. With national development and production, both lines are more robust, with the technology and innovations that are characteristic of the brand. “At the booth, you can experience sound and image experiences,” says **Giovanni M. Cardoso, co-founder at the Grupo MK, which owns the Mondial and Aiwa brands**. He attends to retailers alongside directors, managers and sales and trade marketing representatives.*



CONHEÇA QUEM ESTÁ POR TRÁS DAS MARCAS

GET TO KNOW WHO IS BEHIND THE BRANDS

ARIETE



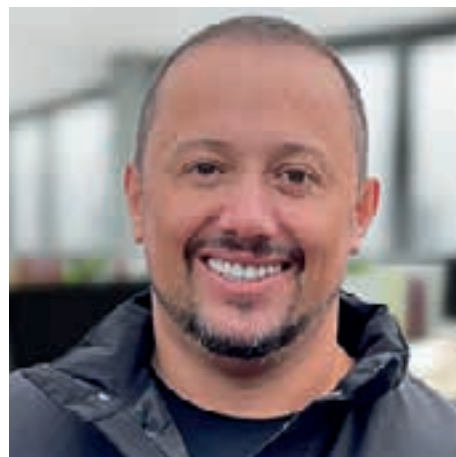
Expõe uma **linha italiana completa de eletroportáteis**, com muito design e qualidade, destaca **Bruno Nogueira, gerente de negócios da marca**, responsável pelo estande na feira. “Desde sua chegada ao Brasil, em 2023, a Ariete tem sido aclamada pelos consumidores graças às tecnologias exclusivas e ao visual surpreendente dos produtos. Venham conhecer o liquidificador que esquenta enquanto mistura os ingredientes e o mixer **7 em 1**. Estamos empolgados com mais um capítulo sendo escrito na história da marca, agora com a Eletrolar Show.”

*The company showcases a **complete line of Italian small appliances**, known for their design and quality,” highlights **Bruno Nogueira, the business manager of the brand**, responsible for the booth at the fair. “Since arriving in Brazil in 2023, Ariete has been acclaimed by consumers for its exclusive technologies and stunning product designs. Come and discover our blender that heats while mixing ingredients and the **7-in-1** mixer. We are excited about another chapter being written in the brand’s history, now at the Eletrolar Show.”*

ASIA SHIPPING

Mostra **soluções ambientais de logística reversa e destinação final de sobras industriais e produtos obsoletos**, conta **Rafael Dantas, diretor de vendas da Asia Shipping**, líder de mercado há 28 anos, presente em 12 países. “Estamos entusiasmados em destacar as inovações e tecnologias que proporcionamos aos nossos clientes para simplificar o processo logístico. Apresentamos a versão atualizada da plataforma AS Tracking 2.0, as vantagens de utilizar o eHBL, a automação dos processos através do API e o lançamento do desembaraço digital. No estande, há uma pessoa dedicada exclusivamente para falar sobre o desembaraço digital, além de mim e de um time preparado para esclarecer todos os outros serviços que oferecemos.”

*“It showcases **environmental solutions for reverse logistics and the final disposal of industrial waste and obsolete products**,” says **Rafael Dantas, sales director at Asia Shipping**, a market leader for 28 years and present in 12 countries. “We are excited to highlight the innovations and technologies we offer our customers to simplify the logistics process. We are presenting the updated version of the AS Tracking 2.0 platform, the advantages of using eHBL, the automation of processes through API and the launch of digital clearance. At the booth, there is a person dedicated exclusively to talking about digital customs clearance, as well as myself and a team prepared to explain all the other services we offer.”*



eletrolarshow
ALL CONNECTED

ASL

A empresa está apresentando diversos produtos em seu estande. “Nosso principal atrativo, porém, é oferecer o melhor custo-benefício do Brasil em **acessórios para celular, todos homologados pela Anatel e com um ano de garantia**”, destaca **Emanuel Rodrigues Pinho, gerente comercial da empresa**, responsável pelo estande.

*The company is presenting various products on its stand. “Our main attraction, however, is that we offer the best value for money in Brazil when it comes to **cell phone accessories, all of which are approved by Anatel and come with a one-year guarantee**,” says **Emanuel Rodrigues Pinho, the company’s commercial manager**, who is in charge of the stand.*

ATLAS SISTEMAS ANTIFURTO

A empresa é referência em tecnologia de **cadeados e soluções de segurança para o varejo**, ressalta **Enori Emmert, diretor comercial da Atlas Sistemas Antifurto**, também responsável pelo estande. "Neste ano, além de nossa **linha tradicional da LHT**, apresentamos na Eletrolar Show **novas soluções com custos mais baixos**, mantendo sempre o nível de qualidade que nossos clientes já conhecem. Nosso grande diferencial é oferecer a melhor solução com o melhor atendimento no pós-venda."

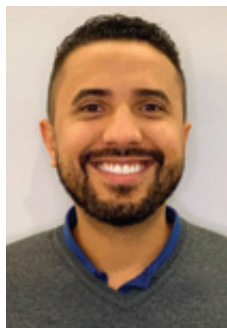
The company is a reference in padlock technology and security solutions for retailers, says Enori Emmert, commercial director at Atlas Sistemas Antifurto, which is also responsible for the booth. "This year, in addition to our traditional LHT range, we are presenting new solutions at a lower cost at the Eletrolar Show, always maintaining the level of quality that our customers already know. Our great differential is to offer the best solution with the best after-sales service."



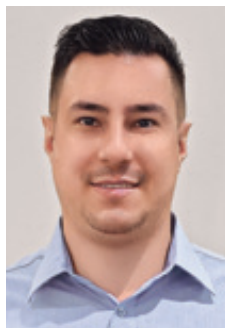
CONHEÇA QUEM ESTÁ POR TRÁS

GET TO KNOW WHO IS BEHIND THE BRANDS

BASEUS E QCY



Alan Ferreira



Diego Alexandre

A Baseus está na Eletrolar Show 2024 **com carregadores portáteis nos modelos QPow de 20.000 mAh e 22,5 W e o consagrado MagSafe de 6.000 mAh e 20 W com design mais fino e carregamento por indução**, diz **Alan Ferreira, diretor de vendas no atacado** e responsável pelo estande da marca. A QCY traz como novidade para a feira a **nova linha de smartwatches**, como os modelos GS e GT2 com a tecnologia de aferição de SPO2 (oxigênio no sangue), monitoramento de sono, controle de músicas e muito mais, destaca **Diego Alexandre, gerente de vendas**.

Baseus is at Eletrolar Show 2024 with portable chargers in the 20,000 mAh and 22.5 W QPow models and the renowned 6,000 mAh and 20 W MagSafe with a slimmer design and induction charging, says Alan Ferreira, wholesale sales director and the person responsible for the brand's booth. QCY brings as a novelty the line of smartwatches to the fair, such as the GS and GT2 models with SPO2 (blood oxygen) measurement technology, sleep monitoring, music control and much more, says Diego Alexandre, sales manager.

BEL MICRO

Na Eletrolar Show, neste ano, apresenta a ampliação do mix da **marca própria HQ Eletro**, diz **Íris Ramadas, head de marketing da empresa**. **"Apresentamos ao nosso público uma linha** completa, pensada para o nosso consumidor final." A linha de refrigeração é composta por geladeira, freezer e frigobar. Expõe, também, **aparelhos de ar-condicionado, eletroportáteis e cooktop de indução**. No estande, head de marketing presta atendimento ao varejo.

*At the Eletrolar Show, this year, the company presents the expansion of the **private label product range of HQ Eletro**, says **Íris Ramadas, head of marketing of the company**. "We present a complete line tailored for our end consumers." The refrigeration line includes refrigerators, freezers, and mini fridges. They also exhibit **air conditioners, small appliances, and induction cooktops**. At the booth, the head of marketing provides assistance to retailers.*



DAS MARCAS

eletrolarshow
ALL CONNECTED

BEM-ESTAR CLIMA



Seus destaques são as **linhas de climatizadores e ventiladores. Em breve, lança, também, aparelhos de ar-condicionado**. "A Bem-Estar atua em todo o território nacional, oferecendo produtos da mais alta qualidade e proporcionando uma experiência única aos clientes e parceiros. É a marca que mais cresce no segmento", afirma **Wisley Pessoal, diretor comercial da empresa**, que está no estande para receber os varejistas.

*Its highlights are its **series of air conditioners and fans**. Soon it will also launch air conditioning units. "Bem-Estar operates throughout the country, offering the highest quality products and providing a unique experience for customers and partners. It is the fastest-growing brand in the segment," says **Wisley Pessoal, the company's commercial director**, who is at the booth to welcome retailers.*

B-MAX

Os principais atrativos apresentados pela B-MAX são **produtos eletrônicos**. "Estão expostos em nosso estande **difusores, aromatizadores, máquinas de corte de cabelo, utensílios de uso doméstico e para cozinha, garrafas térmicas, ferramentas manuais e com bateria de lítium, utensílios de cozinha e produtos de informática**", conta **Jennifer Zheng, CEO da empresa**. Ela é uma das responsáveis pelo estande, juntamente com os sócios Eric Yang, Hong Ming e Jane Zheng.

*The main attractions presented by B-MAX are **electronic products**. "Our stand features **diffusers, air fresheners, hair clippers, household items, thermoses, manual and lithium battery tools, kitchen utensils and computer products**," says **Jennifer Zheng, the company's CEO**. She is one of the people in charge of the booth, along with the partners **Eric Yang, Hong Ming and Jane Zheng**.*



CONHEÇA QUEM ESTÁ POR TRÁS

GET TO KNOW WHO IS BEHIND THE BRANDS

BOMBER



Apresenta uma **linha de produtos 100% atualizada, que traz o melhor da tecnologia em áudio**, diz o presidente da empresa, **Gustavo Vieira Lemen**. "Os produtos têm diferenciais que não são vistos no mercado, com designs exclusivos e a qualidade de áudio que a Bomber entrega há mais de 30 anos." O responsável pelo estande é o **gerente comercial Manfred Lemen**. Além dele, mais representantes da empresa estão na feira para auxiliar no atendimento aos clientes.

*It presents a 100% **up-to-date product line that brings the best in audio technology**, says the company's president, **Gustavo Vieira Lemen**. "The products have differentials that are not seen on the market, with exclusive designs and the audio quality that Bomber has been delivering for over 30 years." **Commercial manager Manfred Lemen** is in charge of the booth. In addition to him, other company representatives are at the fair to help with customer service.*

BOOX

Expõe seu tablet com tela de tinta eletrônica e sistema Android, conta **Qunbo Guan, gerente de vendas Brasil**. "O BOOX vai quebrar as limitações dos leitores tradicionais. Todos os produtos, como **Note Air3 series, BOOX GO series, Palma, Tab miniC, Tab UltraC Pro, Poke5, Page, Tab X e Mira Pro**, utilizam o sistema Android, que não só atende às necessidades diárias de leitura como oferece outras opções." O gerente de vendas está no estande para apresentar os produtos.

*It exhibits its tablet with an electronic ink screen and Android system, says **Qunbo Guan, sales manager for Brazil**. "BOOX will break the limitations of traditional readers. **All the products, such as Note Air3 series, BOOX GO series, Palma, Tab miniC, Tab UltraC Pro, Poke5, Page, Tab X and Mira Pro**, use the Android system, which not only meets daily reading needs but also offers other options." The sales manager is at the booth to present the products.*



DAS MARCAS

eletrolarshow
ALL CONNECTED

BOYA



Expõe diversos **equipamentos de áudio, entre eles o Boyamic, Omic e o Boya Link**, para reforçar sua reputação de marca relevante e inovadora. "Temos compromisso com a qualidade e com o consumidor", afirma **Li Jianwei, diretor de marketing da empresa**, responsável pelo estande, juntamente com sua equipe.

*It exhibits a variety of **audio equipment, including Boyamic, Omic and Boya Link**, to reinforce its reputation as a relevant and innovative brand. "We are committed to quality and to the consumer," says **Li Jianwei, the company's marketing director**, who is in charge of the booth together with his team.*

BRINOX

Na quarta participação como expositora, apresenta a sua **Linha de Painéis Brinox Suprema**. **"É a primeira linha de painéis com revestimento cerâmico produzida 100% no Brasil**. Com a **marca Coza**, expomos a inovadora linha de potes herméticos MODO, para a organização inteligente da cozinha, e também a **linha para banheiro Serene**, com diferenciado design", destaca **Christian Hartenstein, CEO da Brinox**. Além de Christian, estão no estande **Alexandre Sazana, gerente nacional de vendas da Brinox**, e **Alexandre Debastiani, diretor da marca Coza**.

In its fourth appearance as an exhibitor, the company presents its Brinox Suprema cookware collection. "It's the first line of ceramic-coated cookware produced 100% in Brazil. With the Coza brand, we exhibit the innovative MODO hermetic pot line, for intelligent kitchen organization, as well as the Serene bathroom line, with its distinctive design," says Christian Hartenstein, CEO at Brinox. In addition to Christian, Alexandre Sazana, Brinox's national sales manager, and Alexandre Debastiani, director of the Coza brand, are in the booth.



CONHEÇA QUEM ESTÁ POR TRÁS

GET TO KNOW WHO IS BEHIND THE BRANDS

CANAL VERDE



Neste ano, apresenta uma **novidade na sua linha de suportes, com o modelo Duplo Spring**. "Também estamos trabalhando com modelos novos na linha de cadeiras de 2024. Um exemplo é a **cadeira ARROW**, que possui acabamento em linho e um custo-benefício excelente para as vendas. Sou o responsável pelo estande e estou ao lado de meu time durante todo o período da feira, disponível para atender o varejo", conta **André Nakasugui, diretor da empresa**.

This year, it introduces a novelty in its support line, with the Duplo Spring model. "We are also working on new models in the 2024 chair line. One example is the ARROW chair, which has a linen finish and excellent cost x benefit for retailers. I'm in charge of the booth and I'm with my team throughout the fair, available to assist retailers," says André Nakasugui, the company's director.



CAPINHAS NO ATACADO

O principal atrativo da empresa, na Eletrolar Show 2024, é o seu **Clube de Compras**. “É uma **versão B2B de um Clube VIP voltado para varejistas de todo o Brasil. As compras serão realizadas 100% online**, proporcionando praticidade, eficiência e acesso a preços extremamente competitivos das principais marcas do mercado”, conta o **diretor-geral, Caio Davanso de Morais**, também responsável pelo estande na feira.

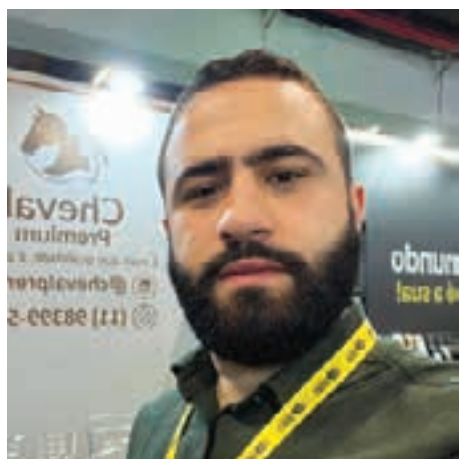
*The company's main attraction at Eletrolar Show 2024 is its **Shopping Club**. “It's a **B2B version of a VIP Club aimed at retailers from all over Brazil. Purchases will be made 100% online**, providing practicality, efficiency and access to extremely competitive prices from the main brands on the market,” says the **general director, Caio Davanso de Morais**, who is also responsible for the booth at the fair.*



DAS MARCAS

eletrolarshow
ALL CONNECTED

CHEVAL PREMIUM



Na 17ª Eletrolar Show, apresenta a sua **marca de telas para celular**. “São produtos eficientes e de muita qualidade”, afirma **Hussein Hariri, dono da Cheval Premium**. É ele que está no estande, junto com sua equipe, para atender os clientes e os proprietários de assistências técnicas de celulares.

*At the 17th Eletrolar Show, it will present its **brand of cell phone screens**. “These products are efficient and of high quality,” says **Hussein Hariri, owner of Cheval Premium**. He and his team will be at the booth to meet customers and owners of cell phone repair shops.*

CHINA LINK

A empresa é a **solução mais completa do mercado no tema importação da China**, diz o **CEO e founder, Lincoln Fracari**. "Nosso único propósito é que você e o seu negócio prosperem através do comércio internacional. Mostramos oportunidades, como feiras na China, para você conhecer fornecedores e produtos." **Em duas palestras, o CEO traz dados** sobre o crescimento da importação e cases. A responsável pelo estande é **Amanda Jacomo**, assistente de eventos. Também estão no espaço Thiago Codogno, gerente comercial, João Januário, head de marketing, e Sally Sepulveda, supervisora de SDR.

The company is the most complete solution on the market when it comes to importing from China, says the CEO and founder Lincoln Fracari. "Our sole purpose is for you and your business to thrive through international trade. We show you opportunities, such as fairs in China, for you to meet suppliers and products." In two lectures, the CEO provides data on the growth of imports and cases. Amanda Jacomo, events assistant, responsible for the booth. Also at the stand are Thiago Codogno, commercial manager, João Januário, head of marketing, and Sally Sepulveda, SDR supervisor.



CONHEÇA QUEM ESTÁ POR TRÁS

GET TO KNOW WHO IS BEHIND THE BRANDS

CICLO CAIRU



Apresenta, nesta edição da Eletrolar Show, o seu mix completo de produtos, conta **Marlon Furlan, gerente de televendas da empresa**. "São **bicicletas infantojuvenis, bicicletas de passeio e de transporte**. Expomos, também, **bicicletas da linha Pró, aro 29, em alumínio e em liga de carbono**." Marlon é o responsável pelo estande e pelo atendimento ao varejo.

In this edition of the Eletrolar Show, the company presents its complete product mix, says Marlon Furlan, the company's telesales manager. "There are children's bikes, touring bikes and transporting bikes. We're also exhibiting bikes from the Pro line, rim 29, in aluminum and carbon alloy." Marlon is responsible for the booth and retail service.

CIRCULAR BRAIN

A Circular Brain participa pela primeira vez da Eletrolar Show. “**Estamos apresentando soluções de economia circular para eletroeletrônicos**, como logística reversa, programas de trade in, ações de engajamento do consumidor final, campanhas de educação ambiental, gestão eficiente de dados, gestão da cadeia de suprimentos, descarte corporativo e rastreabilidade ponta a ponta”, conta **Fernando Begliomini, gerente de novos negócios**. Ele é um dos responsáveis pelo estande, junto com **Livia Santarelli, gerente de marketing**, e todo o time.

*Circular Brain is taking part in the Eletrolar Show for the first time. “We are presenting circular economy solutions for consumer electronics, such as reverse logistics, trade-in programs, end consumer engagement actions, environmental education campaigns, efficient data management, supply chain management, corporate disposal and end-to-end traceability,” says **Fernando Begliomini, new business manager**. He is one of the people responsible for the booth, along with **Livia Santarelli, marketing manager, and the whole team**.*



DAS MARCAS

eletrolarshow
ALL CONNECTED

COOPERCARGA



Apresenta seus **serviços de operador logístico, com soluções em transporte, armazenagem e distribuição**. “Temos, também, uma palestra para apresentar os nossos diferenciais com foco em ESG (Environmental, Social and Corporate Governance)”, conta **Jamir Carlos Cordeiro da Silva, presidente da Coopercarga**. A responsável pelo estande é Ester Lopes, da equipe de marketing, e o time comercial responde pelo atendimento.

*The company features **its Logistics Operator services, with solutions in transportation, warehousing and distribution**. “We also have a talk to present our differentials with a focus on ESG (Environmental, Social and Corporate Governance),” says **Jamir Carlos Cordeiro da Silva, president at Coopercarga**. Ester Lopes, from the marketing team, is in charge of the booth, while the sales team is responsible for customer service.*

COSAN

Apresenta, na 17ª Eletrolar Show, **purificadores de água**. “São produtos de diversos tipos”, conta o **CEO da empresa, Walter Kim**. É ele que está no estande para atender o varejo e dar todas as informações sobre os purificadores de água.

*The company is presenting **water purifiers** at the 17th Eletrolar Show. “There are different types of products,” says **the company’s CEO, Walter Kim**. He is at the booth to attend to retailers and give them all the information they need about the water purifiers.*



CONHEÇA QUEM ESTÁ POR TRÁS

GET TO KNOW WHO IS BEHIND THE BRANDS

CUSTOMIC



Expõe uma gama de **novos produtos para dispositivos digitais, com soluções abrangentes de proteção, personalização e sustentabilidade**. “Estamos entusiasmados em **lançar linhas inéditas e exclusivas de capas para o novo iPhone 16**. Elas se destacam por seus designs únicos, personalizados e pela certificação de proteção militar, garantindo segurança contra quedas e impactos”, diz **Anderson Pulz, diretor da empresa**. Apresenta, também, uma **completa solução de personalização** para proteger os dispositivos. A Customic tem, ainda, uma **linha sustentável, que utiliza materiais reciclados e biodegradáveis**, refletindo o seu compromisso com a proteção dos dispositivos e do meio ambiente. A responsável pelo estande no atendimento ao varejo é a supervisora comercial, Juliana Herrmann.

*The company showcases **a new line of products for digital devices, with comprehensive solutions for protection, customization and sustainability**. “We’re excited to **launch new and exclusive lines of cases for the new iPhone 16**. They stand out for their unique, personalized designs and military protection certification, guaranteeing safety against drops and impacts,” says **Anderson Pulz, the company’s director**. It also offers a complete customization solution to protect devices. Customic also has a **sustainable line, which uses recycled and biodegradable materials**, reflecting its commitment to protecting devices and the environment. Juliana Herrmann, sales supervisor, is in charge of booth to serve the retail.*

DIFUNG

Os principais atrativos que a marca apresenta na feira deste ano são a nova **tecnologia Q12**, o **carregador sem fio Q12** e os **power banks de 100 W**. "Além de superfinos, eles estão menores", conta **Stev Yang, presidente da empresa**. Ele e **Steven He** são os responsáveis pelo estande.

*The main attractions that the brand presents at this year's fair are the new **Q12 technology, the Q12 wireless charger and the 100 W power banks**. "As well as being super slim, they're smaller," says **Stev Yang, the company's president**. He and Steven He are in charge of the booth.*



DAS MARCAS

eletrolarshow
ALL CONNECTED

DÌON



Apresenta **fone de ouvido com as tecnologias ANC (cancelamento ativo de ruído) e ENC (cancelamento de ruído ambiente)**. "Oferecemos o **máximo em tecnologia e segurança**, trazendo conforto ao ouvir e ao falar no microfone. Além disso, as nossas fontes interrompem o carregamento quando o aparelho atinge sua carga máxima, o que resulta em maior segurança", diz **Lucio Telles, responsável pela marca e pelo estande na feira**.

*It features **headphones with ANC (active noise cancellation) and ENC (ambient noise cancellation) technologies**. "We offer the **ultimate in technology and safety**, bringing comfort when listening and speaking into the microphone. In addition, our sources stop charging when the device reaches its maximum charge, which results in greater safety," says **Lucio Telles, responsible for the brand and the booth at the fair**.*

DT3

A empresa, dedicada ao desenvolvimento de produtos para o **mercado gamer, com alta qualidade, conforto, ergonomia e tecnologia**, faz **lançamentos** e valoriza o relacionamento com parceiros comerciais e clientes. "Para parceiros em potencial, temos ferramenta de credenciamento, catálogo de produtos físicos e com QR code, agendamento de reuniões de negócios (presenciais e/ou digitais), brindes e atendimento diferenciado", afirma **Fernando Bastos, CEO da DT3**, responsável pelo estande ao lado de especialistas em produtos.

*The company, dedicated to developing products for the **gamer market, with high quality, comfort, ergonomics, and technology, launches and values the relationship with business partners and customers. "For potential partners, we have a registration tool, a physical product catalog with QR code, scheduling of business meetings (face-to-face and/or digital), gifts and distinguished service," says Fernando Bastos, CEO at DT3, who is in charge of the booth alongside product specialists.***



CONHEÇA QUEM ESTÁ POR TRÁS DAS MARCAS

GET TO KNOW WHO IS BEHIND THE BRANDS

DYLAN DO BRASIL



Apresenta a **sua linha completa de fones de ouvido, com formatos in-ear e over-ear**. "São produtos voltados aos que procuram um excelente custo-benefício sem abrir mão da qualidade sonora", diz **Ricardo Cassal, gerente de marketing**, que é também o responsável pelo estande. O destaque fica com o **novo fone Bluetooth DL-700**, que conta com um cancelamento de ruído externo ativo, conforto para os ouvidos e 20 horas de uso da bateria. Expõe, ainda, **soluções em microfones com e sem fio, além de cabos e conectores para áudio de alta performance da Roxtone**. O atendimento comercial aos clientes é do **diretor Marco Vignoli** e sua equipe: **Sandra Campos, Giselle Venâncio e Regis Santos**.

*The company presents **complete collection of headphones, in both in-ear and over-ear formats.** "These are products aimed at those looking for excellent cost x benefit ratio without sacrificing sound quality," says **Ricardo Cassal, marketing manager, who is also in charge of the booth. The highlight is the new DL-700 Bluetooth headset, which features active external noise cancellation, comfort for the ears and 20 hours of battery use. It will also be exhibiting solutions for wired and wireless microphones, as well as cables and connectors for high-performance audio from Roxtone. Commercial customer service is provided by director Marco Vignoli and his team: Sandra Campos, Giselle Venâncio and Regis Santos.***

ELEMENTS

Traz uma visão inovadora, diz **Bruna Dias, fundadora, sócia e diretora comercial da empresa**, que está à frente do estande. "Preparamos para os clientes de revenda a experiência de conhecer a fundo nossa **nova coleção Ventura**, desde o processo de desenvolvimento até o produto final. Além disso, **nossos produtos mais vendidos estão expostos para experimentação em suas novas versões apresentadas exclusivamente na feira.**" Como ponto alto, oferece uma viagem no metafigital, um presente da empresa para os que a prestigiarem com novos negócios.

*The company brings an innovative vision, says **Bruna Dias, the company's founder, partner and commercial director**, who is in charge of the booth. "We've prepared an experience for our resale customers to get to know our **new Ventura collection** in detail, from the development process to the final product. In addition, **our best-selling products are on display to try out in their new versions presented exclusively at the fair.**" As a highlight, he is offering a trip on the metafigital, a gift from the company to those who come with new business.*



eletrolarshow
ALL CONNECTED

ELETROCOMPRAS



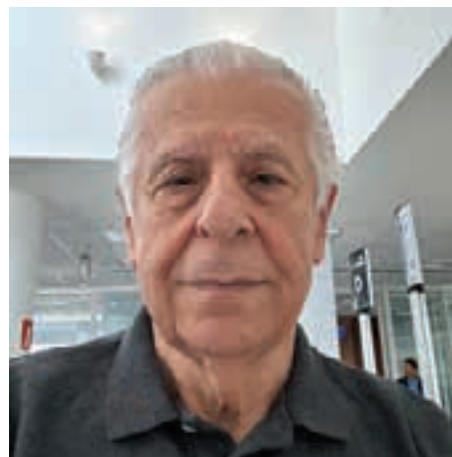
A **plataforma de negócios traz competitividade ao pequeno e ao médio varejista. Tem o maior número de fornecedores e de categorias e uma prateleira infinita de produtos.** Dá aos varejistas a certeza de que há novas oportunidades e escolhas para que consigam rentabilizar mais seus negócios. "Agilidade nas cotações online, custo competitivo e rapidez e autonomia no fechamento de pedidos e na entrega são algumas das características que colocam os pequenos varejos em ponto de igualdade com os grandes", diz **Rafaela Solla, analista de TI**, responsável pelo atendimento no estande.

*The **business platform brings competitiveness to small and medium-sized retailers. It has the largest number of suppliers and categories and an endless shelf of products.** It gives retailers the certainty that there are new opportunities and choices for them to make their businesses more profitable. "Agility in online quotations, competitive costs and speed and autonomy in closing orders and delivery are some of the characteristics that put small retailers on an equal footing with the big ones," says **Rafaela Solla, IT analyst** in charge of service at the booth.*

ELSYS

O foco é a **nova linha de fechaduras digitais** e o mais **novos receptor de TV digital, Satmax 6**. A linha de fechaduras tem modelos de sobrepor e de embutir e acabamento premium. O **novos modelo de embutir, Sax**, tem IP55 e a função InstaShot, que envia a foto de pessoas que interagem com a fechadura. O **Satmax 6** é 100% digital e possui o processador mais rápido do mercado. Conecta-se à maioria das TVs através dos cabos RCA e HDMI. Vem com kit de instalação. “As antenas Elsys são produzidas com aço galvanizado, resistem à corrosão e tem proteção contra os efeitos dos raios ultravioleta”, diz o **líder nacional do varejo, Luis Carlos Piton**. Os dispositivos têm cobertura da Banda Ku (sinal analógico) e HD digital. Na feira, há condições especiais ao varejo.

*The focus is on the **new range of digital locks and the latest digital TV receiver, Satmax 6**. The line of locks has overlay and concealed models and a premium finish. **The new mortise model, Sax**, has IP55 and the InstaShot function, which sends photos of people who interact with the lock. Satmax 6 is 100% digital and has the fastest processor on the market. It connects to most TVs via RCA and HDMI cables. It comes with an installation kit. “Elsys antennas are made from galvanized steel, resist corrosion and are protected against the effects of ultraviolet rays,” **says the national retail leader Luis Carlos Piton**. The devices cover Ku-Band (analog signal) and digital HD. At the fair, there are special conditions for retailers.*



CONHEÇA QUEM ESTÁ POR TRÁS DAS MARCAS

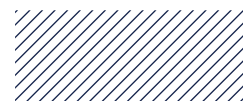
GET TO KNOW WHO IS BEHIND THE BRANDS

eletrolarshow
ALL CONNECTED

ENERGY2U E AMAZING THING

Lançam dois produtos e uma marca na Eletrolar Show, conta **Fábio Balassanian, diretor comercial** da empresa, responsável pelo estande. “O **Power Bank 3 em 1** resolve todos os problemas no quesito falta de energia. Trazemos, também, um **tipo de cabo mais durável e resistente**, com moderno design. Para personalizar o celular, lançamos as **capinhas da Amazing Thing**, que se destacam pelo estilo.”

*They company launches two products and a brand at the Eletrolar Show, says **Fábio Balassanian, the company's commercial director** and head of the booth. “The **Power Bank 3 in 1** solves all problems when it comes to lack of power. We're also **bringing a more durable and resistant type of cable**, with a modern design. To personalize your phone, we've launched the **Amazing Thing cases**, which stand out for their style.”*



ESMALTEC

Sabemos que a economia é um atributo importante para os consumidores da nossa marca, pois gera menores gastos e tarifas mais baixas na conta energia elétrica das famílias que têm um orçamento mais enxuto." No estande, o diretor comercial atende o varejo.

We know that economy is an important attribute for our brand's consumers, as it leads to lower costs and lower electricity bills for families on a tighter budget." In the booth, the commercial director attends to retailers.



EZRA



Na Eletrolar Show, apresenta, principalmente, a **EZRA**, conta **Walter Queiroz, supervisor de e-commerce**. "É uma **nova marca brasileira de eletrônicos** de consumo. Nosso objetivo é, por meio de produtos inovadores e de alta qualidade, melhorar a experiência dos consumidores brasileiros, integrando nossos produtos ao seu dia a dia." No estande, **Leonardo Lu** lidera a equipe que atende todos os varejistas.

*At the Eletrolar Show, the company presents the **EZRA**, says **Walter Queiroz, e-commerce supervisor**. "It's a **new Brazilian consumer electronics brand**. Our aim is, through innovative, high-quality products, to improve the experience of Brazilian consumers by integrating our products into their daily lives." In the booth, **Leonardo Lu** leads the team that serves all the retailers.*

EZVIZ

A EZVIZ assume momento único e com agressividade no mercado brasileiro, afirma **Raul Arakaki, gerente de e-commerce e marketing**. "Seremos uma futura potência em **fechaduras digitais**. Já somos líderes em câmeras Wi-Fi." Raul é o responsável pelo estande da empresa na feira, e **Wagner Gomes** está à frente do atendimento ao varejo.

*EZVIZ is taking on a unique and aggressive moment in the Brazilian market, says **Raul Arakaki, e-commerce, and marketing manager**. "We will be a future **powerhouse in digital locks**. We're already leaders in Wi-Fi cameras." Raul is in charge of the company's booth at the fair, and **Wagner Gomes** is responsible for serving the retail.*

CONHEÇA QUEM ESTÁ POR TRÁS

GET TO KNOW WHO IS BEHIND THE BRANDS

FAM

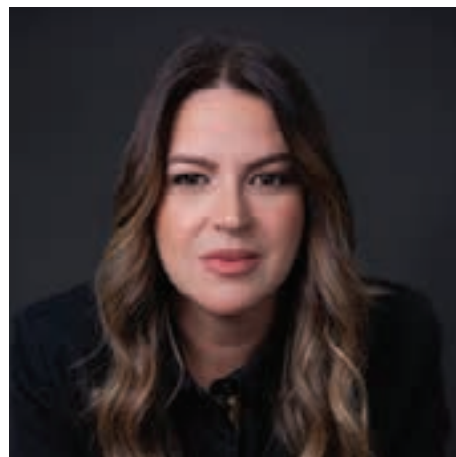
Expositora desde 2019, a FAM apresenta **novos modelos de fones de ouvido**, com autonomia de 40 horas de bateria. "Também expomos **novos modelos de caixas de som**", destaca **Anderson Schmidt, COO da marca FAM**, um dos responsáveis pelo estande da empresa na 17ª Eletrolar Show.

*Exhibitor since 2019, FAM presents **new models of headphones** with 40 hours of battery life. "We're also exhibiting **new speaker models**," says **Anderson Schmidt, COO at the FAM brand** and one of the people in charge of the company's booth at the 17th Eletrolar Show.*

FISCHER

Traz **novidades e lançamentos exclusivos** na Eletrolar Show, conta **Karin Fischer, diretora comercial e de marketing da empresa**. "Além disso, os visitantes poderão conferir todas as linhas de produtos da Fischer, vivenciar experiências em realidade virtual e, claro, degustar as delícias gastronômicas preparadas por nossos chefs gourmets, Ana Chapela e Sérgio Lopes. Será um momento especial para a marca e, com certeza, surpreendente para nossos clientes." O **estande da Fischer tem a presença de boa parte do time comercial, lideranças nacionais e equipe de trade e marketing**, todos prontos para receber os clientes.

The company brings news and exclusive launches to the Eletrolar Show, says Karin Fischer, the company's commercial and marketing director. "In addition, visitors will be able to check out all of Fischer's product lines, experience virtual reality and, of course, taste the gastronomic delights prepared by our gourmet chefs, Ana Chapela and Sérgio Lopes. It will be a special moment for the brand and certainly a surprise for our customers." Fischer's booth will have a large part of the sales team, national leaders and the trade and marketing team, all ready to welcome customers.



DAS MARCAS

eletrolarshow
ALL CONNECTED



FP IMPORT

Faz vários lançamentos. Entre eles, **Transformers**, com tela giratória de imagem rotativa automática de 1 Din e 2 Din; **Tesla**, com tela de 9,7"; **Máximus**, com memória de 4 + 64 GB, sistema de som digital HD e tela OLED; e **câmera de ré**, padrão 4K e o modelo com linha dinâmica. "Temos uma **linha completa** de **multimídias** com moldura, chicote e rede CAN, além de **produtos automotivos**, como rádio MP3, MP5, streaming box, LEDs e sensores de ré", diz **Rodrigo Luiz, sócio-diretor da empresa**, que está no estande com suas equipes de vendas e de suporte técnico.

The company brings several launches. Among them, Transformers, with a 1 Din and 2 Din automatic rotating image screen; Tesla, with a 9.7" screen; Máximus, with 4 + 64 GB memory, HD digital sound system and OLED screen; and a reversing camera, 4K standard and the dynamic line model. "We have a complete range of multimedia with bezel, harness and CAN network, as well as automotive products such as MP3 radio, MP5, streaming box, LEDs and reversing sensors," says Rodrigo Luiz, the company's managing partner, who is in the booth with his sales and technical support teams.

GOAR

Apresenta ampla gama de **soluções de climatização**, desde **ventiladores potentes e silenciosos até climatizadores modernos e eficientes**. “Essa variedade atende às diversas necessidades dos clientes, mostrando nossa capacidade de oferecer soluções personalizadas. Entre os diferenciais de nossos produtos estão a tecnologia de ponta, garantindo desempenho superior, a eficiência energética, o design moderno e funcional e a durabilidade e robustez, fatores que não só atraem novos clientes como fortalecem nossa posição no mercado”, diz **Jordan Dal Moro, diretor comercial da empresa**, também responsável pelo estande. Ele e seu time atendem o varejo.



*The company offers a wide variety of **air conditioning solutions, from powerful and quiet fans to modern and efficient air conditioners.** “This variety meets the diverse needs of our customers, demonstrating our ability to offer customized solutions. Among the differentials of our products are cutting-edge technology, guaranteeing superior performance, energy efficiency, modern and functional design and durability and robustness, factors that not only attract new customers but also strengthen our position in the market,” says **Jordan Dal Moro, the company’s commercial director**, who is also responsible for the booth. He and his team serve the retail.*

CONHEÇA QUEM ESTÁ POR TRÁS DAS MARCAS
GET TO KNOW WHO IS BEHIND THE BRANDS

eletrolarshow
ALL CONNECTED

GORILA SHIELD



A marca apresenta, no estande, inovações em produtos e lança a **película Ultra Safe, que tem seis meses de garantia contra quebra da tela**. Expõe, também, o **cabo Ultra Safe**, com seis anos de garantia. “Nossa equipe engajada está pronta para recepcionar amigos e visitantes para que conheçam nossas inovações em um espaço acolhedor e agradável, onde podem participar da atração interativa com sorteio de um prêmio”, conta **Isabel Silva, gerente comercial** e responsável pelo estande.

*The brand presents product innovations in its booth and **launches the Ultra Safe film, which comes with a six-month guarantee against screen breakage.** It is also **exhibits the Ultra Safe cable**, with a six-year guarantee. “Our committed team is ready to welcome friends and visitors to learn about our innovations in a warm and pleasant space, where they can take part in the interactive attraction with a prize draw,” says **Isabel Silva, commercial manager** and responsible for the booth.*



GREE BRASIL

Na feira, lança mais um produto para o setor de refrigeração, o **Cassete 1 Via, com desempenho superior e design discreto**, que se integra a qualquer ambiente. É equipado com um display LED intuitivo e com um sistema que oferece controle preciso da temperatura. Tem ventilação 3D, sistema de renovação de ar e proteção anticorrosão. “O Cassete 1 Via representa nossa dedicação contínua em fornecer soluções de climatização inovadoras que atendam às necessidades dos consumidores modernos, combinando eficiência energética, desempenho excepcional e design elegante”, diz **Carlos Murano, diretor comercial da Gree**, que é o responsável pelo estande. **Na feira, outras novidades da marca são a lava-louças portátil, o aquecedor de piscina e o purificador comercial.**

*At the fair, the company launches another product for the refrigeration sector, the **1 Way Cassete, with superior performance and a discreet design** that blends into any environment. It is equipped with an intuitive LED display and a system that offers precise temperature control. It has 3D ventilation, an air renewal system and anti-corrosion protection. “The 1 Way Cassete represents our continued dedication to providing innovative air conditioning solutions that meet the needs of modern consumers, combining energy efficiency, exceptional performance and elegant design,” says **Carlos Murano, Gree’s commercial director**, who is in charge of the booth. **At the fair, the other brand’s novelties include a portable dishwasher, a pool heater and a commercial purifier.***



GRUPO AYRES



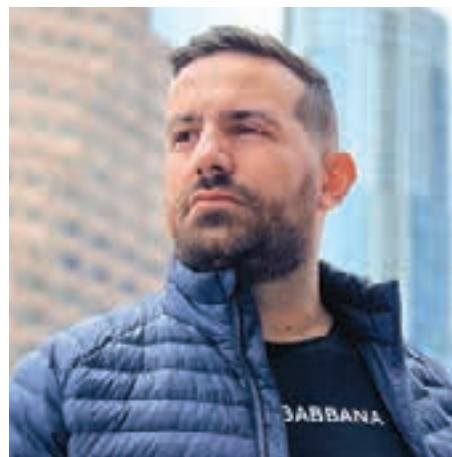
Na Eletrolar Show 2024, o Grupo Ayres destaca inovações e produtos de suas marcas **HiFuture, Forward e Devia**. Apresenta as mais recentes novidades em tecnologia e **acessórios premium**, com foco em qualidade e design. Todos os seus produtos são aprovados pela ANATEL. “Estamos entusiasmados em mostrar aos visitantes como as nossas soluções podem impulsionar o crescimento e a eficiência dos seus negócios”, afirma Renato Junior, diretor de marketing. No estande, o **CEO do grupo, Bruno Mendes**, recebe o varejo.

*At Eletrolar Show 2024, the Grupo Ayres highlights innovations and products from **its HiFuture, Forward and Devia** brands. It presents the latest in technology and **premium accessories**, with a focus on quality and design. All its products are approved by ANATEL. “We’re excited to show visitors how our solutions can boost the growth and efficiency of their businesses,” says Renato Junior, marketing director. At the booth, **the group’s CEO, Bruno Mendes**, welcomes retailers.*

GRUPO DANX / INOW

Apresenta várias novidades. Entre as principais, estão as **bicicletas elétricas INOW**, conta **Danilo Fonseca, CEO do Grupo DANX**. "Trazemos um **novo estilo de mobilidade urbana** com a **marca INOW**, já presente em diversos estados brasileiros. Temos a certeza de que as bicicletas elétricas estão emergindo como uma solução promissora para os desafios do trânsito nas grandes cidades. À medida que as cidades enfrentam problemas crescentes de congestionamento, poluição e falta de estacionamentos, as e-bikes oferecem uma alternativa prática, ecológica e econômica para o transporte diário." Uma grande equipe, que tem à frente **Bianca Barboza, diretora operacional**, está em cada um dos estandes para que a experiência de cada visitante seja a mais interessante possível.

*The company has several new features. Among the main ones are the **INOW electric bikes**, says **Danilo Fonseca, CEO at the Grupo DANX**. "We are bringing a **new style of urban mobility with the INOW brand**, which is already present in several Brazilian states. We are certain that electric bikes are emerging as a promising solution to the challenges of traffic in big cities. As cities face growing problems of congestion, pollution and lack of parking, e-bikes offer a practical, ecological and economical alternative to daily transportation." A large team, led by **Bianca Barboza, operational director**, is at each of the booths to make each visitor's experience as interesting as possible.*



CONHEÇA QUEM ESTÁ POR TRÁS DAS MARCAS
GET TO KNOW WHO IS BEHIND THE BRANDS

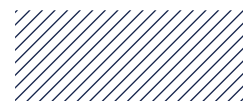
eletrolarshow
ALL CONNECTED

GRUPO LEONORA



Os principais atrativos do grupo, na 17ª Eletrolar Show, são as suas **linhas de licenciados**. "Como, por exemplo, **Hello Kitty, Harry Potter, Looney Tunes e os lançamentos SONIC, e a collab com FINI**", conta **Bruno Astolfi, gerente-geral de marca e produto**. É ele o responsável pelo estande da empresa na feira. Ao lado de seu time, atende o varejo.

*The group's main attractions at the 17th Eletrolar Show are **its licensed lines**. "For example, **Hello Kitty, Harry Potter, Looney Tunes and the launches of SONIC and the collab with FINI**," says **Bruno Astolfi, general brand and product manager**. He is responsible for the company's booth at the fair. Together with his team, he serves the retail.*



GRUPO TIMBER ECOFLOW

Apresenta inovações para atender às necessidades energéticas do lar. Suas **estações móveis de energia** mantêm os eletrodomésticos em funcionamento durante quedas ou apagões. Expõe, também, as **linhas River e Delta**, e **painéis solares** para recargas sustentáveis. “A **Delta Ultra é o lançamento mais esperado do ano**. Oferece saída de 7,2 kW a 21,6 kW, capacidade de até 90 kWh, três inversões, 15 baterias e entrada solar de 5,6 kW a 16,8 kW. Conta com bateria LFP e UPS online com tempo de transferência de 0 ms”, diz **Marília Alberti, coordenadora de marketing do Grupo Timber EcoFlow**. O **EcoFlow DELTA Pro Ultra** é um sistema de backup de energia residencial para longas interrupções e uso diário. Possui 6 kWh de capacidade, saída de 7.200 W e entrada solar de 5,6 kW. No estande, está **Perla Saldanha, responsável pela área de eventos do Grupo Timber**.

*The company presents innovations to meet the energy needs of the home. Its **mobile power stations** keep household appliances running during power outages or blackouts. It also **exhibits the River and Delta lines, and solar panels** for sustainable recharging. “**Delta Ultra is the most anticipated launch of the year**. It offers output from 7.2 kW to 21.6 kW, a capacity of up to 90 kWh, three inversions, 15 batteries and solar input from 5.6 kW to 16.8 kW. It has an LFP battery and an online UPS with a transfer time of 0 ms,” says **Marília Alberti, marketing coordinator for the Grupo Timber EcoFlow**. The **EcoFlow DELTA Pro Ultra** is a residential energy backup system for long interruptions and daily use. It has a capacity of 6 kWh, an output of 7,200 W and a solar input of 5.6 kW. **Perla Saldanha, head of the Timber Group’s events department, is in the booth**.*



GRUPO WOLI



Há mais de 21 anos, entrega soluções ao varejo através da tecnologia, diz **Wagner Oliveira, CEO do Grupo Woli**. Na ES, apresenta **uma infraestrutura completa para conectar empresas às oportunidades de aumento de rentabilidade**. “**Nossas soluções consistem em campanhas de incentivo e promocionais, como caminhão de prêmios e raspadinha digital**, de valor agregado (SVA), e-book (com imunidade tributária), antivírus e combo vida saudável (e-book, APP fitness e telemedicina), além de treinamento de vendas com chatbot baseado em IA. A Woli Hub, a partir de uma solução end to end, auxilia os empreendedores a potencializar os resultados de forma fácil e rápida. No estande, Thaís Sena e Gabriela Martins atendem o varejo.

*For over 21 years, **Wagner Oliveira, the CEO at Grupo Woli**, has been delivering retail solutions through technology. At ES, they present **a complete infrastructure to connect businesses to profitability opportunities**. “**Our solutions include incentive and promotional campaigns such as prize trucks and digital scratch cards, cost x benefit services (SVA), e-books (with tax immunity), antivirus, and healthy living combo (e-book, fitness app, and telemedicine)**, as well as sales training with AI-based chatbot. Woli Hub, with an end-to-end solution, helps entrepreneurs enhance results easily and quickly. At the booth, **Thaís Sena and Gabriela Martins** welcome the retail sector.*

GUZZINI

Há mais de 110 anos, a marca italiana produz peças requintadas para mesa, cozinha e decoração. Na feira, lança a coleção de **mesa posta Guzzini, com produtos em melamina, porcelana e talheres em aço cirúrgico**. “Com ela, o varejista de presentes e housewares pode, com uma única marca, atender uma mesa posta completa”, diz **Fernando Perfeito, diretor comercial e de marketing da Brazil Electronics**. Mais duas novidades: **a coleção Cutlery**, de talheres fabricados com aço inox austenítico 304 e 420, resistente à corrosão e oxidação, e uma **linha completa de pratos e travessas de jantar** em três diferentes designs assinados com o DNA mediterrâneo – Blue, Flower & Lemon e Fusion. No estande, apresenta uma política comercial que possibilita a oferta regional das principais coleções aliada a ações de vitrine.

For over 110 years, the Italian brand has been producing exquisite pieces for the table, kitchen, and decoration. At the fair, it launches the Guzzini tableware collection, with products in melamine, porcelain and surgical steel cutlery. “With it, gift and houseware retailers can use a single brand to provide a complete table setting,” says Fernando Perfeito, commercial and marketing director at Brazil Electronics. Two more novelties: the Cutlery collection, with cutlery made from austenitic stainless steel 304 and 420, resistant to corrosion and oxidation, and a complete range of plates and dinner dishes in three different designs with Mediterranean DNA - Blue, Flower & Lemon and Fusion. In the booth, it presents a commercial policy that allows for a regional offer of the main collections combined with showcase actions.



CONHEÇA QUEM ESTÁ POR TRÁS

HAIZ



Apresenta inovações em produtos com tecnologias avançadas como inteligência artificial, IoT e automação, além das mais recentes tecnologias em CCTV, que incluem **câmeras de alta resolução, reconhecimento facial, análise de vídeo em tempo real e integração com sistemas de segurança inteligentes**. “Essas novidades têm o potencial de impulsionar as vendas no varejo ao melhorarem a experiência do cliente, aumentarem a eficiência operacional e atenderem às demandas por práticas comerciais responsáveis”, diz **Joana Darc, gerente comercial**, que lidera a equipe de atendimento no estande.

The company presents product innovations with advanced technologies such as artificial intelligence, IoT and automation, as well as the latest CCTV technologies, which include high-resolution cameras, facial recognition, real-time video analysis and integration with intelligent security systems. “These novelties have the potential to boost retail sales by improving the customer experience, increasing operational efficiency and meeting demands for responsible business practices,” says Joana Darc, commercial manager who leads the service team in the booth.

HÄNDZ

A empresa, que fabrica seus **produtos com materiais sustentáveis**, apresenta **mais de 10 lançamentos** nesta edição da Eletrolar Show. "Também vamos contar uma novidade para os nossos clientes que nos visitarem. Estou no estande para atender a todos", diz **Rodrigo Lacerda André, CEO** da empresa. No atendimento também estão **Aryane Motta** e a equipe comercial.

*The company, which manufactures its **products using sustainable materials**, presents **over 10 new releases** at this edition of the Eletrolar Show. "We also have a surprise for our customers visiting us. I'm at the booth to assist everyone," says **Rodrigo Lacerda André, the CEO** of the company. **Aryane Motta** and the sales team are also available for assistance.*



GET TO KNOW WHO IS BEHIND THE BRANDS

DAS MARCAS

eletrolarshow
ALL CONNECTED

HAVIT



A Havit marca presença na feira deste ano com seus modelos de **fo-nes de ouvido H2002E Pro para os gamers**. "Expomos, também, o **H655BT, um fone de ouvido sem fio** com cancelamento de ruído ativo e até 76 horas de música", conta a responsável pelo estande, **Yolanda Lu, gerente de vendas internacionais**.

*Havit is present at this year's fair with **its H2002E Pro headset models for gamers**. "We also exhibits the **H655BT, a wireless headset** with active noise cancellation and up to 76 hours of music," says **Yolanda Lu, international sales manager**.*

HAYAMAX

A empresa, que está há mais de 50 anos no mercado, apresenta marcas que proporcionam alta rentabilidade para seus clientes. Como **importadora exclusiva de Toshiba (pilhas e baterias), Fortrek e ThunderX3**, e **distribuidora oficial da Philips, JBL e Duracell**, oferece uma gama variada de produtos, destaca **Willian Martins, gestor comercial**. "Estamos prontos para atender os visitantes da melhor forma no estande E30. Venha nos visitar e descubra como podemos ajudá-lo."

*The company, which has been on the market for over 50 years, offers brands that provide high profitability for its customers. As **the exclusive importer of Toshiba (batteries), Fortrek and ThunderX3, and the official distributor of Philips, JBL and Duracell**, it offers a wide range of products, **says Willian Martins, commercial manager**. "We're ready to serve visitors in the best way at the booth E30. Come and visit us and find out how we can help you."*



CONHEÇA QUEM ESTÁ POR TRÁS

GET TO KNOW WHO IS BEHIND THE BRANDS

HEYLI



Na Eletrolar Show, apresenta **caixas de som portáteis**, entre elas os **modelos HY2304, HY1106 e HY1168**. "Um destaque é o **modelo HY1093**", conta **Joey Wang, presidente da empresa**. Ele também é o responsável pelo estande e pelo atendimento dos varejistas.

*At the Eletrolar Show, it showcases **portable speakers**, including the **HY2304, HY1106 and HY1168 models**. "One highlight is the **HY1093 model**," says **Joey Wang, the company's president**. He is also responsible for the booth and for serving retailers.*

HONYAN

Direcionada à assistência técnica, tanto no varejo como no atacado, está na feira em parceria com a empresa JCI. **"No estande, faz pequenas palestras com profissionais da área sobre as técnicas para uso dos produtos** e gestão em assistência técnica de telefonia móvel", diz o **proprietário Huihong Chen**. Ele e a **gerente-geral, Lisa Wang**, atendem os visitantes.

*Aimed at both retail and wholesale technical assistance, it is at the fair in partnership with JCI. **In its booth, it gives short talks to professionals in the field about techniques for using products** and managing mobile phone technical assistance. The people in charge of the **booth are the owner, Huihong Chen, and the general manager, Lisa Wang**, who attend to visitors.*

DAS MARCAS

eletrolarshow
ALL CONNECTED

HOOTEL INTERNACIONAL LIMITED – TCBEST



A fábrica de **Dram e SSD**, componentes fundamentais na computação, localizada em Guangdong, atua com **OEM e ODM**. "Nós garantimos alta qualidade, preço competitivo e melhores serviços", afirma **Carson Liu, diretor comercial** da empresa. Ele está à frente do estande durante os quatro dias da Eletrolar Show.

*The **Dram and SSD factory**, which are key components in computing, is located in Guangdong and works with **OEM and ODM**. "We guarantee high quality, competitive prices and the best service," says **Carson Liu, the company's commercial director**. He will oversees the booth during the four days of the Eletrolar Show.*

HPRIME

A marca tem reforçado seu posicionamento Tech and Protect, fortalecendo a linha de proteção e investindo cada vez mais em **novas soluções com tecnologia**. “Estamos entusiasmados em apresentar nosso **localizador HPrime TAG, homologado pela Apple e pela Anatel**, que oferece uma experiência diferenciada a todos os usuários, ampliando o acesso a esse tipo de dispositivo tanto para varejistas quanto para consumidores finais”, diz **Felipe Almeida, diretor da empresa**, responsável pelo estande. A HPrime também desenvolve novos produtos relacionados à proteção, entregando mais inovação aos seus parceiros, garantindo lucratividade e qualidade.

*The brand has reinforced its Tech and Protect positioning, strengthening the protection line and increasingly investing in **new technology solutions**. “We’re excited to present our **HPrime TAG locator, approved by Apple and Anatel**, which offers a differentiated experience to all users, expanding access to this type of device for both retailers and end consumers,” says **Felipe Almeida, the company’s director** in charge of the booth. HPrime also develops new products related to protection, delivering more innovation to its partners and ensuring profitability and quality.*



CONHEÇA QUEM ESTÁ POR TRÁS

GET TO KNOW WHO IS BEHIND THE BRANDS

HREBOS



Na Eletrolar Show deste ano, seu principal atrativo é o **lançamento da linha premium**. “Ela é composta por produtos com alta tecnologia e design sofisticado, para atender clientes que exigem acessórios com qualidade equiparada aos seus dispositivos top de linha. Além disso, **estamos apresentando soluções para clientes que procuram personalizar produtos com sua marca**”, conta **Marcelo de Paola, diretor comercial da Hrebos no Brasil e responsável pelo estande**.

*At this year’s Eletrolar Show, its main attraction is the **launch of the premium line**. “It’s made up of high-tech products with a sophisticated design to meet the needs of customers who require accessories of a quality comparable to their top-of-the-range devices. In addition, **we are presenting solutions for customers looking to personalize products with their brand**,” says **Marcelo de Paola, Hrebos’ commercial director in Brazil and responsible for the booth**.*

IDERIS

A Ideris é um **hub de integração completo, que proporciona soluções integradas que conectam todas as pontas do negócio**. “Nossa plataforma é desenhada para facilitar a gestão de diferentes canais de vendas, estoques, logística e atendimento ao cliente, garantindo uma operação fluida e eficiente”, diz **Tiago Correa, gerente comercial da empresa**. Ele e sua equipe comercial estão no estande da Ideris, no espaço **Arena E-commerce & Services**, onde atendem os que querem conhecer mais sobre o **hub de integração para marketplace e vendas online**.

*Ideris is a **complete integration hub, providing integrated solutions that connect all ends of the business**. “Our platform is designed to facilitate the management of different sales channels, stocks, logistics and customer service, guaranteeing a smooth and efficient operation,” says **Tiago Correa, the company’s commercial manager**. He and his sales team are at the Ideris booth, in the **Arena E-commerce & Services space**, where they will be attending to those who want to find out more about **the integration hub for marketplaces and online sales**.*



DAS MARCAS

eletrolarshow
ALL CONNECTED

IKARAO

Apresenta o **alto-falante inteligente para festas e o aparelho de karaokê dois em um**. “Ambos incluem dois microfones sem fio e contam, também, com carregamento automático e tablet rotativo”, explica **Joana Tse, gerente de vendas da Ikarao**, que faz o atendimento ao varejo no estande.

*The company presents the **smart speaker for parties and the two-in-one karaoke player**: “Both include two wireless microphones and also feature automatic charging and a rotating tablet,” explains **Joana Tse, Ikarao’s sales manager**, who is serving retail at the booth.*

IMENSO

Expõe **nova linha de produtos de áudio, com fones de ouvido, caixas de som e sistemas de som ambiente**, com tecnologia de ponta para uma experiência sonora imersiva. Na Eletrolar Show, em estações de demonstração, os visitantes experimentam os produtos. Apresenta, também, a sua **tecnologia de equalização de som personalizada**, isto é, cada usuário ajusta o áudio conforme suas preferências. "Também mostramos como nossos produtos são feitos com materiais ecológicos e processos responsáveis. Todos estão convidados a visitar nosso estande", diz **o diretor da empresa, Yifeng Jiang**. No atendimento ao varejo também está **Vania Dias, gerente comercial**.

The company exhibits a new line of audio products, including headphones, speakers and surround sound systems, with cutting-edge technology for an immersive sound experience. At the Eletrolar Show, visitors can try out the products at demonstration stations. The company also presents its personalized sound equalization technology, meaning that each user adjusts the audio according to their preferences. "We also show how our products are made with environmentally friendly materials and responsible processes. Everyone is invited to visit our booth," says company director Yifeng Jiang. Vania Dias, sales manager, is also serving the retail customers.



CONHEÇA QUEM ESTÁ POR TRÁS DAS MARCAS

IPC



Destaca a **linha de extratoras, aspiradores e lavadoras de alta pressão**, produtos reconhecidos por sua eficiência e durabilidade, diz **Thiago Souza, gerente comercial e de marketing**. "Além desses produtos consolidados, apresentamos a nossa **nova linha LITE**. Projetada com foco no consumidor final, combina alta produtividade, qualidade excepcional, durabilidade robusta e preço acessível. Acreditamos que a expansão de nossa gama de produtos marcará um novo capítulo de sucesso e inovação no mercado." O executivo estará no estande, junto com os gestores comerciais **Nilson Souza e Marcelo Santos**.

The company highlights the range of extractors, vacuum cleaners and high-pressure washers, products recognized for their efficiency and durability, says Thiago Souza, sales and marketing manager. "In addition to these consolidated products, we are presenting our new LITE range. Designed with the end consumer in mind, it combines high productivity, exceptional quality, robust durability, and an affordable price. We believe that the expansion of our product range will mark a new chapter of success and innovation in the market." The executive will be at the booth, along with commercial managers Nilson Souza and Marcelo Santos.

I REST

Expositora da Eletrolar Show pela segunda vez, a I Rest destaca a sua **cadeira de massagem**. “Nosso objetivo, na feira, é contatar distribuidores para os nossos produtos no Brasil”, conta **Tim Liu, gerente de projeto** da empresa, que faz, no estande, o atendimento do varejo.

*Exhibiting at Eletrolar Show for the second time, I Rest highlights its **massage chair**. “Our goal at the fair is to connect with distributors for our products in Brazil,” says **Tim Liu, project manager of the company**, who handles retail inquiries at the booth.*

eletrolarshow
ALL CONNECTED

GET TO KNOW WHO IS BEHIND THE BRANDS

ITATIAIA ELETRO E MÓVEIS



A empresa, que tem **móveis de cozinha de aço e madeira, fogões, cooktops, fritadeiras e panelas elétricas, sanduicheira e grills portáteis**, apresenta muitas novidades. **Destaque para o cooktop de indução**, que permite aquecer os alimentos de forma mais rápida e eficiente, reduzindo o tempo de cozimento. “Oferece precisão no ajuste de temperatura e temporizadores, além de recursos como desligamento automático e travas de segurança”, conta **Robson Sampaio, diretor comercial da Itatiaia**. Lança, também, **seis modelos de air fryers**, que variam em potência e litragem, chegando a 12 litros, e funcionam como forno, grelha e desidratadora. A tecnologia de circulação de ar 360° garante o cozimento uniforme e a crocância dos alimentos, reduzindo o uso de óleo.

*The company, which has **steel and wood kitchen furniture, stoves, cooktops, fryers and electric pans, sandwich makers and portable grills**, is presents many new products. **The highlight is the induction cooktop**, which allows food to be heated more quickly and efficiently, reducing cooking time. “It offers precise temperature settings and timers, as well as features such as automatic switch-off and safety locks,” says **Robson Sampaio, Itatiaia’s commercial director**. It also launches **six models of air fryers**, which vary in power and capacity, up to 12 liters, and work as an oven, grill and dehydrator. The 360° air circulation technology ensures even cooking and crispy food, reducing the use of oil.*

JISULIFE

Apresenta **ventiladores portáteis técnicos**. “Investimos muito em inovação, o que resultou no desenvolvimento de um motor patenteado de alta velocidade e eficiente em economia de energia”, diz **Li YiFan, gerente de vendas**, responsável pelo atendimento do varejo. A empresa, que tem mais de 20 milhões de clientes em todo o mundo, lidera as vendas de ventiladores portáteis no varejo na Amazon, Shopee e Lazada. Na feira, expõe suas inovações e quer se conectar com distribuidores e revendedores.

*The company presents **technical portable fans**. “We invest a lot in innovation, which has resulted in the development of a patented high-speed, energy-saving motor,” says **Li YiFan, sales manager, responsible for retail service**. The company, which has more than 20 million customers worldwide, leads the way in retail sales of portable fans on Amazon, Shopee and Lazada. At the fair, it exhibits its innovations and wants to connect with distributors and resellers.*

CONHEÇA QUEM ESTÁ POR TRÁS

JOOMPRO

Solução de importação B2B da China, a JoomPro lança o **primeiro catálogo cross-border, exclusivo para o mercado brasileiro**. Permite aos lojistas acesso a mais de 4 milhões de itens de aproximadamente 77 mil fornecedores chineses cadastrados e de produtos para a indústria e o varejo, como matérias-primas e máquinas industriais. Com interface segura e fácil de usar, o catálogo propicia aos pequenos e médios empreendedores navegar entre as opções de produtos; avaliar preços preliminares de compra, frete e importação; e solicitar um orçamento por meio de cadastro no site da JoomPro. “A empresa é a primeira no Brasil a oferecer tal praticidade e planeja investir US\$ 50 milhões nos próximos cinco anos”, diz o **líder comercial, Pedro Rocha**.

*JoomPro, a **B2B import solution from China**, launches the **first cross-border catalog exclusively for the Brazilian market**. It enables retailers to access over 4 million items from approximately 77,000 registered Chinese suppliers, including products for both industry and retail such as raw materials and industrial machinery. With a secure and user-friendly interface, the catalog allows small and medium-sized entrepreneurs to browse product options, assess preliminary purchase prices, shipping, and import costs, and request a quote through registration on the JoomPro website. “The company is the first in Brazil to offer such convenience and plans to invest \$50 million over the next five years,” says **commercial leader Pedro Rocha**.*

JWCOM SMART

Na Eletrolar Show de 2024, faz **lançamentos da plataforma modular JWCOM SMART**. "Apresentamos, também, novidades na **linha para a casa inteligente**", conta o **diretor da empresa, Fernando Xu**. Ele é o responsável pelo estande e pelo atendimento aos varejistas.

*At the 2024 Eletrolar Show, the company **launches the JWCOM SMART modular platform**. "We're also presenting **new products in the smart home range**," says the **company's director, Fernando Xu**. He is responsible for the booth and for serving retailers.*

DAS MARCAS

GET TO KNOW WHO IS BEHIND THE BRANDS

eletrolarshow
ALL CONNECTED

KAIDI



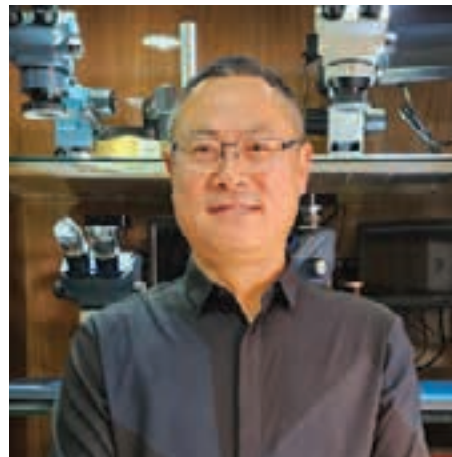
Na 17ª Eletrolar Show, expõe sua **nova marca, a KDPAN, conta Eliseu Chang, gerente comercial da empresa**. "Com forte reconhecimento no mercado, queremos expandir nossas marcas, buscar novas parcerias, ampliar o número de clientes e construir relacionamentos duradouros."

*At the 17th Eletrolar Show, the company will exhibit its **new brand, KDPAN**, says **Eliseu Chang, the company's commercial manager**. "With strong recognition in the market, we want to expand our brands, seek out new partnerships, increase the number of customers and build lasting relationships."*

KAKIA

Na feira, a empresa apresenta aos clientes **ferramentas e equipamentos exclusivos e modernos de alta qualidade**, destaca **Victor Dong, presidente da Kakia** e responsável pelo estande durante os quatro dias do evento. "São **produtos ideais para técnicos de eletrônicos em geral**, garantindo tecnologia de ponta, inovação e eficiência em suas atividades", explica.

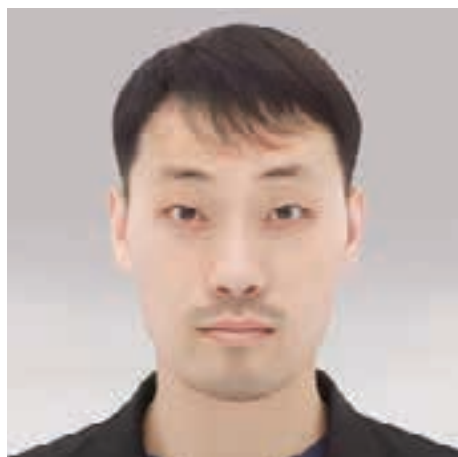
*At the fair, the company presents to its customers **exclusive, modern, high-quality tools and equipment**, says **Victor Dong, president at Kakia** and responsible for the booth during the four days of the event. "These **products are ideal for electronics technicians in general**, guaranteeing cutting-edge technology, innovation and efficiency in their activities," he explains.*



CONHEÇA QUEM ESTÁ POR TRÁS

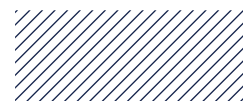
GET TO KNOW WHO IS BEHIND THE BRANDS

KINGCLEAN



Nesta edição da feira, destaca vários produtos. "Entre eles, **aspirador de pó, limpador de piso e esfregão elétrico, todos sem fio**, purificador de água, secador de cabelo BLDC e ventilador", conta **Nate Yang, diretor** de marketing das Américas. No estande, para atender os varejistas, estão, além de Nate, **Lily Zhang** e **Jasmine Zhou**.

*In this edition of the fair, the company highlights several products. "Among them are a **vacuum cleaner, a floor cleaner and an electric mop**, all cordless, a water purifier, a BLDC hair dryer and a fan," says **Nate Yang, marketing director for the Americas**. **Lily Zhang and Jasmine Zhou** are in the booth to assist retailers, as well as Nate.*



KM CARGO

A empresa apresenta, na Eletrolar Show deste ano, **tecnologia avançada em logística, soluções customizadas, inovação em carga segura, eficiência no transporte aéreo, sustentabilidade e inovação.**

“Estamos constantemente ampliando nossas iniciativas sustentáveis, incluindo a redução de emissões de carbono e práticas logísticas que minimizam nosso impacto ambiental”, diz **Mauro Pavan, diretor comercial**, responsável pelo estande juntamente com **Cibele Stern, do departamento de marketing.**

*The company presents at this year's Eletrolar Show, **advanced logistics technology, customized solutions, innovation** in secure cargo, efficiency in air transport, sustainability and innovation. “We are constantly expanding our sustainable initiatives, including reducing carbon emissions and logistics practices that minimize our environmental impact,” says **Mauro Pavan, commercial director**, who is responsible for the booth together with **Cibele Stern, from the marketing department.***



DAS MARCAS

eletrolarshow
ALL CONNECTED

KNUP



A KNUP é uma sociedade de comércio integrado, que possui um grande domínio de vendas no segmento de **produtos eletrônicos**, incluindo **linha de informática, gamer, segurança, automotivo e eletrônicos em geral.** “Nossos produtos sempre são inovadores e clássicos”, afirma **Yifeng Jian, diretor da empresa, que se destaca pelo atendimento. Ele está no estande** para receber todo o varejo, ao lado de **Luciana Duvanel**, auxiliar administrativa.

*KNUP is an integrated trading company that has a large sales domain in the **electronics segment**, including **computer, gamer, security, automotive and general electronics.** “Our products are always innovative and classic,” says **Yifeng Jian, director of the company, which stands out for its customer service. He is at the booth** to welcome all retailers, **alongside Luciana Duvanel, administrative assistant.***

KODAK

A icônica marca de fotografia expõe **câmeras instantâneas 2 em 1 Kodak Mini Shot Retrô**. Seu diferencial é a dupla funcionalidade: câmera instantânea digital e impressora de fotos de celular por Bluetooth. Expõe, também, a linha de **impressoras de fotos de celular Bluetooth Mini Retrô**, com bateria de lítio, e uma **linha de porta-retratos digitais da marca Kodak**, de 7" e 10", para bancada, e de 23" e 25", para parede, com interface Wi-Fi. "O produto traz as lembranças de fotos para dentro de casa. Agora, com o diferencial de apresentar vídeos e fotos animadas", diz **Fernando Perfeito, diretor comercial e de marketing da Brazil Electronics, importadora especializada em marcas tradicionais, que trouxe a Kodak de volta ao País**. Ele convida o público da feira para conhecer, no estande, **uma novidade em câmeras instantâneas**.



*The iconic photography brand exhibits **2-in-1 Kodak Mini Shot Retro instant cameras**. Its distinguishing feature is its dual functionality: digital instant camera and Bluetooth cell phone photo printer. It will also exhibit the **Mini Retrô Bluetooth cell phone photo printer line**, with lithium battery, and a **line of Kodak brand digital photo frames**, 7" and 10", for the bench, and 23" and 25", for the wall, with Wi-Fi interface. "The product brings photo memories into the home. Now, with the added advantage of showing animated videos and photos", says **Fernando Perfeito, commercial and marketing director of Brazil Electronics, an importer specializing in traditional brands, which brought Kodak back to the country**. He invites the trade fair public to visit his booth to find out about the latest in instant cameras.*

CONHEÇA QUEM ESTÁ POR TRÁS



KONKA

Na Eletrolar Show de 2024, apresenta muitos produtos. **"Os principais que estão em exposição são aparelhos de televisão, geladeira, ar-condicionado, máquinas de lavar louça, máquinas de lavar roupa e congelador"**, conta **Kobe Liao, diretor-geral da Konka**. É ele o responsável pelo estande e está pronto para atender todos os varejistas.

*At the 2024 Eletrolar Show, the company will present many products. "The main products on display are television sets, refrigerators, air conditioners, dishwashers, washing machines and freezers," says **Kobe Liao, Konka's general manager**. He oversees the booth and is ready to assist all retailers.*

LE SON

Expõe ampla gama de produtos, refletindo sua expertise e seu compromisso com a excelência, diz **Aguinaldo Rodrigues, CEO da empresa**. “Os visitantes vão conhecer as nossas mais recentes **inovações nas linhas de automação e sonorização de ambientes**, além dos **produtos de áudio automotivo**. E, claro, a **nossa tradicional linha de microfones profissionais**, de produção nacional, **tweeters e agulhas**, evidenciando nossa evolução.” A empresa tem condições comerciais atrativas ao varejo e ao e-commerce, e está pronta para as negociações. No estande, para atender o varejo, está **Maria Aparecida Caetano, gerente de vendas**.

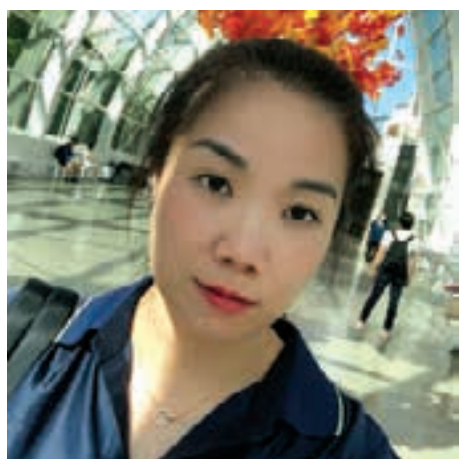
*The company exhibits a wide range of products, reflecting its expertise and commitment to excellence, says **Aguinaldo Rodrigues, the company's CEO**. “Visitors will see our **latest innovations in the automation and soundproofing lines, as well as our car audio products**. And, of course, our **traditional line of professional microphones**, produced domestically, **tweeters and needles**, highlighting our evolution.” The company has attractive commercial conditions for retailers and e-commerce and is ready to negotiate. **Maria Aparecida Caetano, sales manager, is in the booth to assist retailers**.*



GET TO KNOW WHO IS BEHIND THE BRANDS

DAS MARCAS

eletrolarshow
ALL CONNECTED



LUCKY AMAZONIA

Expositora da Eletrolar Show pela segunda vez consecutiva, apresenta como principais atrativos seus **inversores de energia e controladores de carga para painel solar**. “Nos quatro dias da feira, os responsáveis pelo estande são o CEO da empresa junto com o seu time comercial”, diz **Sandy Jin, gerente da Lucky Amazonia**.

*Exhibitor at the Eletrolar Show for the second time running, Lucky Amazonia's main attractions are its **power inverters and solar panel charge controllers**. “During the four days of the fair, the people in charge of the booth are the company's CEO and his sales team,” says **Sandy Jin, manager at Lucky Amazonia**.*

MAGIS5

Apresenta dois produtos. Um é o **Hub Magis5**, que é classificado como a mais completa **ferramenta de integração** e automação pelos principais **e-commerces e marketplaces do Brasil**. “Em uma única plataforma, é possível criar anúncios e kits, precificar produtos calculando margens de lucro, emitir notas fiscais, gerir a expedição com etiquetas casadas e monitorar e metrificar as vendas e estoque”, conta **Claudio Dias, CEO da Magis5**. Pensando em todo o ecossistema, lança, também, o **Magis Gestão**. É um ERP que pode gerir tanto e-commerces quanto lojas físicas. Para atender o varejo, estão no estande o **CEO, o diretor de aquisição, Henrique Paschoa, o gerente de vendas, Lucas Marani, e a gerente de marketing, Milena Modesto**.



*The company two products. One is the **Hub Magis5**, classified as the most comprehensive **integration and automation tool** by **Brazil's leading e-commerce platforms and marketplaces**. “On a single platform, you can create ads and bundles, price products by calculating profit margins, issue invoices, manage shipping with matching labels, and monitor sales and inventory metrics,” says **Claudio Dias, the CEO at Magis5**. Thinking of the entire ecosystem, they also launch **Magis Gestão**. It's an ERP that can manage both e-commerce and physical stores. To serve the retail sector, present at the booth are the CEO **Claudio Dias**, the **acquisition director Henrique Paschoa**, the **sales manager Lucas Marani**, and the **marketing manager Milena Modesto**.*

CONHEÇA QUEM ESTÁ POR TRÁS

GET TO KNOW WHO IS BEHIND THE BRANDS



MAXIMIDIA

Na Eletrolar Show de 2024, apresenta, como principais atrativos, **acessórios para celulares**, bem como **produtos de som e informática**, destaca **Sagar Jamnani, gerente de marketing da empresa**. “Eu sou o responsável pelo estande nos quatro dias da feira”, informa.

*At the 2024 Eletrolar Show, its main attractions are **accessories for cell phones**, as well as **sound and computer products**, says **Sagar Jamnani, the company's marketing manager**. “I'm in charge of the booth on all four days of the fair,” he says.*



MIMO STYLE E ZIPPY

Está orgulhosa de trazer à feira uma gama de produtos, desde **painelas com alto desempenho na linha Mimo Style até carros elétricos infantis na linha Zippy**. As painelas Mimo Style apresentam diversidade em design e tecnologia e estão entre as três maiores referências desses produtos, diz a **gerente de marketing, Luciana de Camargo**. “As linhas Black Rock e Isa Scherer podem ser utilizadas em fogões a gás, elétricos e vitrocerâmicos. São fáceis de limpar e livres de componentes prejudiciais à saúde”, diz Luciana. Na linha de carros elétricos infantis Zippy, expõe modelos F1 licenciados pela McLaren e Aston Martin. A gerente de marketing e **Orlando Oliveira, gerente comercial**, estão no estande para atender o varejo.



*The company is proud to bring a range of products to the fair, **from high-performance cookware in the Mimo Style line to children's electric cars in the Zippy line**. The Mimo Style pans are diverse in design and technology and are among the top three references for these products, says **marketing manager Luciana de Camargo**. “The Black Rock and Isa Scherer lines can be used on gas, electric and glass-ceramic stoves. They are easy to clean and free of components that are harmful to health,” says Luciana. Zippy’s range of children’s electric cars features F1 models licensed by McLaren and Aston Martin. The marketing manager and **Orlando Oliveira, sales manager, are in the booth to serve retailers**.*

DAS MARCAS

eletrolarshow
ALL CONNECTED

MINI ANGEL/SANLIDA

Expõe **batedeira, máquina de refrigerante e liquidificador**, entre outros produtos. “Na Eletrolar Show, esperamos contatar novos clientes e fechar pedidos”, diz **Nikki Wei, gerente sênior de vendas**, que está no estande para atender o varejo. A empresa participa pela segunda vez da feira.

*The company displays **a mixer, soda machine and blender**, among other products. “At the Eletrolar Show, we hope to contact new customers and close orders,” says **Nikki Wei, senior sales manager**, who is at the booth to serve retailers. The company is taking part in the fair for the second time.*

MINIMEN

Expõe **três modelos de câmeras de vigilância para residências e estabelecimentos comerciais**, que utilizam o sistema YouSee. "Com classificação de proteção IP66, foram projetados para operar em ambientes externos, pois resistem a condições climáticas adversas", diz o **diretor da empresa, Hongyu Yang**. Contam, também, com recursos de visão noturna por meio de tecnologia de infravermelho, detecção de movimento e alertas para atividades suspeitas. Todas as funcionalidades são facilmente controladas e monitoradas por aplicativo. No estande, além do diretor, atendem o varejo **Grazielle Sanchez, diretora comercial, e Fanhui Wei, consultor de vendas**.

The company showcase three models of surveillance cameras for homes and commercial establishments, which use the YouSee system. "With an IP66 protection rating, they are designed to operate outdoors, as they can resist adverse weather conditions," says the company's director, Hongyu Yang. They also have night vision capabilities using infrared technology, motion detection and alerts for suspicious activity. All features are easily controlled and monitored via an app. In the booth, in addition to the director, Grazielle Sanchez, commercial director, and Fanhui Wei, sales consultant, are attending the retailers.



CONHEÇA QUEM ESTÁ POR TRÁS DAS MARCAS
GET TO KNOW WHO IS BEHIND THE BRANDS

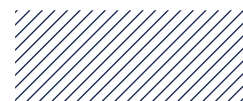
eletrolarshow
ALL CONNECTED

MODERNA TECNOLOGIA



Estreia na feira deste ano. "**A empresa é líder de mercado no segmento de certificação Anatel, como o OCD que mais certificou produtos eletrônicos em 2023 e 2024**. Tem atendimento e suporte diferenciados, além de transmitir o conhecimento do que é a certificação Anatel, sua importância e benefícios para a importação e comercialização de produtos no Brasil, e quais problemas podemos solucionar com nossos oito anos de experiência, 120 clientes satisfeitos e mais de 2.500 produtos certificados", conta **Ademir Barbaro, diretor de negócios**. No estande, a equipe de vendas está pronta para sanar dúvidas. Há vários brindes para os visitantes.

The company debuts at this year's fair. "The company is a market leader in the Anatel certification segment, as the OCD that certified the most electronic products in 2023 and 2024. It has differentiated service and support, as well as providing knowledge of what Anatel certification is, its importance and benefits for importing and marketing products in Brazil, and what problems we can solve with our eight years of experience, 120 satisfied customers and more than 2,500 certified products," says Ademir Barbaro, business director. At the booth, the sales team is ready to answer any questions. There are several gifts for visitors.



MONDIAL ELETRODOMÉSTICOS

Está com grandes novidades e preparada para surpreender na Eletrolar Show. **Tem três estandes: um dedicado aos eletroportáteis, outro à linha branca e o terceiro aos eletrônicos.** Está confiante em que as novidades vão causar um impacto significativo nos visitantes. Nos dias do evento, o estande conta, também, com a presença dos **embaixadores da Mondial, Rodrigo Hilbert e Juliette Freire.** “Isso reforça ainda mais a conexão da nossa marca com os clientes. Essa iniciativa visa criar uma experiência envolvente e memorável, aproximando a Mondial de seus clientes de maneira única”, diz o **cofundador da empresa, Giovanni M. Cardoso**, que está no estande para atender o varejo. Junto com ele, no atendimento, estão os diretores das áreas, gerentes comerciais, key accounts, representantes e a equipe de trade.

The company has great news and is ready to surprise at the Eletrolar Show. It has three booths: one dedicated to small appliances, another to white goods and the third to electronics. It is confident that the novelties will have a significant impact on visitors. On the days of the event, the booths will also be visited by Mondial ambassadors Rodrigo Hilbert and Juliette Freire. “This further strengthens our brand’s connection with customers. This initiative aims to create an engaging and memorable experience, bringing Mondial closer to its customers in a unique way,” says the company’s co-founder, Giovanni M. Cardoso, who is at the booth welcoming retailers. He is joined by area directors, commercial managers, key accounts, representatives and the trade team.



MORELLI



Expõe inovações e linhas sofisticadas, com materiais de alta qualidade. Destaque para os **fogões gourmet equipados com base de forno de tijolos refratários para distribuição uniforme do calor e grill incorporado** para um acabamento perfeito nos alimentos, entre outras funções. “Oferecemos ampla gama de produtos para atender a diferentes necessidades e preferências dos varejistas. Nossos produtos têm preços competitivos, garantindo excelente valor aos clientes”, conta **Zamir Mendes, international marketing manager, responsável pelo estande.** Ele e a equipe da Morelli, o gerente comercial, Juan Pablo Garcia, e o sócio-gerente, Ricardo Nicolás Morelli, estão disponíveis para atender o varejo e dar todas as informações sobre os produtos.

The company showcases innovations and sophisticated lines, with high quality materials. Highlights include the gourmet stoves equipped with a refractory brick oven base for even heat distribution and a built-in grill for a perfect finish on food, among other functions. “We offer a wide range of products to meet the different needs and preferences of retailers. Our products are competitively priced, guaranteeing excellent value for customers,” says Zamir Mendes, international marketing manager, in charge of the booth. He and the Morelli team, the commercial manager, Juan Pablo Garcia, and the managing partner, Ricardo Nicolás Morelli, are available to assist retailers and provide all the information about the products.

MOX DOTCELL

Lança mais de **100 produtos** na 17ª Eletrolar Show, incluindo **mini system e speakers**. “Apresentamos, também, **novos modelos de pilhas recarregáveis**, categoria em que somos líderes de mercado”, conta **Hassan Ali Abdallah, diretor e CEO da Mox Dotcell**, que está à disposição, em seu estande, para atender todos os varejistas.

*The company launches more than 100 products at the 17th Eletrolar Show, including **mini systems and speakers**. “We are also presenting **new models of rechargeable batteries**, a category in which we are the market leader,” says **Hassan Ali Abdallah, director and CEO at Mox Dotcell**, who is in the booth to assist all retailers.*



CONHEÇA QUEM ESTÁ POR TRÁS

GET TO KNOW WHO IS BEHIND THE BRANDS

NLG COMEX



Com mais de 20 anos dedicados ao comércio exterior, traz **soluções inovadoras para empresários, empreendedores e varejistas que desejam entrar no mundo da importação e exportação**, diz **José Olacyr, administrativo e comercial da NLG**. “Temos **soluções logísticas simplificadas** e tornamos o processo de importação e exportação mais eficiente.” Os clientes que fecharem negócios na feira ganharão brindes exclusivos, e os visitantes terão chance de participar de sorteios. No estande, **está Fernanda de Souza Paulo, especialista da área comercial**. Ela e seu time atendem os interessados.

*With more than 20 years dedicated to foreign trade, NLG offers **innovative solutions for businesspeople, entrepreneurs and retailers who want to enter the world of import and export**, says **José Olacyr, NLG’s administrative and commercial manager**. “We have **simplified logistics solutions** and make the import and export process more efficient.” Customers who close deals at the fair will receive exclusive gifts, and visitors will have the chance to take part in lotteries. **Fernanda de Souza Paulo, a commercial specialist**, is at the booth. She and her team serve all interested parties.*

NOVA DIGITAL

Tem muitas novidades em seu estande. “É **inédita a nossa quantidade de lançamentos de produtos neste evento**”, conta **Alex Lee, diretor da empresa**, responsável pelo estande junto com seu time de colaboradores. Entre os produtos estão **dispositivos para tornar a casa inteligente por completo, desde as áreas internas até as externas**, e muitos outros itens do **segmento de segurança**.

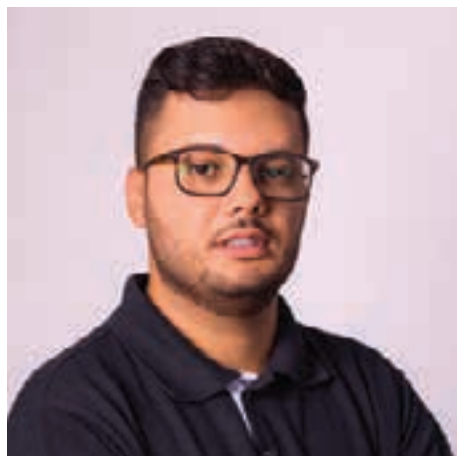
There are many new products in its booth. “Our number of product launches at this event is unprecedented,” says Alex Lee, the company’s director, who oversees the booth along with his team of collaborators. Among the products are devices to make the home completely intelligent, from indoors to outdoors, and many other items in the security segment.



DAS MARCAS

eletrolarshow
ALL CONNECTED

OBLI



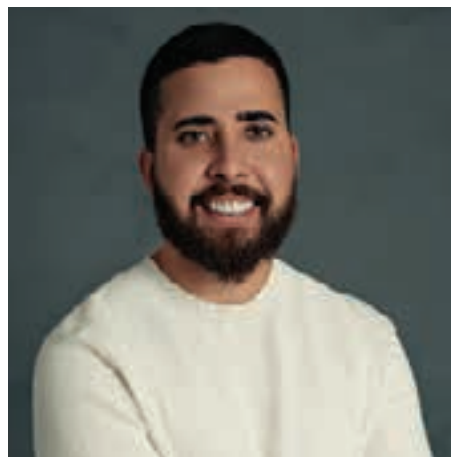
Os acessórios que a OBLI apresenta na Eletrolar Show são sinônimo de inovação e lucratividade para os varejistas no **ramo de smartphones**, diz **Lucas Ferreira Barbosa, fundador da marca**. “Acreditamos que nossos produtos têm um papel fundamental no varejo, porque oferecem **soluções inovadoras** que ajudam as empresas a se destacar.” Lucas e equipe são os responsáveis pelo estande.

*The accessories that OBLI presents at the Eletrolar Show are synonymous with innovation and profitability for retailers in the **smartphone sector**, says **Lucas Ferreira Barbosa, the brand’s founder**. “We believe that our products play a fundamental role in retail, because they offer innovative solutions that help companies stand out.” Lucas and his team are in charge of the booth.*

ONE SAFE

Apresenta **suas proteções de alta resistência para a tela e a câmera do iPhone e lança a sua case, com garantia de quatro meses da parte traseira**. “Na feira, a One Safe faz um sorteio de R\$ 10 mil em acessórios entre os lojistas coletados”, conta **Felipe Guimarães, cofundador da empresa**. Ele compartilha seu know-how no ramo de smartphones nas seis lojas da MeuCelular.com e no estande da Eletrolar Show, junto com sua equipe.

*The company presents its **high-resistance protections for the iPhone's screen and camera and launches its case, with a four-month guarantee on the back.** “At the fair, One Safe raffles off R\$10,000 in accessories among the shopkeepers collected,” says **Felipe Guimarães, the company's co-founder.** He shares his know-how in the smartphone business at the six MeuCelular.com stores and at the Eletrolar Show booth, along with his team.*



CONHEÇA QUEM ESTÁ POR TRÁS DAS MARCAS

GET TO KNOW WHO IS BEHIND THE BRANDS

PAYJOY



Apresenta seu **produto de crédito, cujo principal objetivo é promover inclusão financeira** para o público desbancarizado. “Somos uma fintech que, em parceria com varejos nacionais e internacionais, oferece crédito rápido, fácil e descomplicado para as pessoas parcelarem seus novos smartphones. Além de assumirmos todo o risco financeiro, possibilitamos que as lojas comecem a fazer vendas para um público antes desatendido e, conseqüentemente, aumentem seu faturamento”, diz o **diretor comercial Rafael Miranda**. Ele está no estande para o atendimento, ao lado de **Camila Oliveira, gerente de marketing, e de Luiz Santos, gerente comercial**.

*The company presents its **credit product, whose main objective is to promote financial inclusion for the unbanked public.** “We are a fintech that, in partnership with national and international retailers, offers fast, easy and uncomplicated credit for people to pay for their new smartphones in installments. As well as taking on all the financial risk, we enable stores to start making sales to a previously underserved public and, consequently, increase their turnover,” says the **commercial director Rafael Miranda.** He is at booth for the service, alongside **Camila Oliveira, marketing manager, and Luiz Santos, commercial manager.***

PEINING

Apresenta uma série de inovações que têm o potencial de impulsionar as vendas no varejo, diz **Danilo Goes, gerente da empresa**. "Oferecemos **produtos de alta qualidade**, com acabamento refinado, soluções de segurança que protegem os **dispositivos eletrônicos contra surtos elétricos, fones de ouvido com recursos avançados** para a redução de ruído e clareza de áudio e **acessórios eletrônicos versáteis**." A Peining ampliou sua linha de acessórios eletrônicos para atender às diversas demandas do dia a dia, o que inclui desde **cabos e carregadores até soluções inteligentes para a casa conectada**.

*The company introduces a series of innovations that have the potential to boost retail sales, says **Danilo Goes, the company's manager**. "We offer **high-quality products** with a refined finish, safety solutions that protect **electronic devices from electrical surges, headphones with advanced features** for noise reduction and audio clarity, and **versatile electronic accessories**." Peining has expanded its range of electronic accessories to meet the diverse demands of everyday life, which includes everything from **cables and chargers to smart solutions for the connected home**.*



eletrolarshow
ALL CONNECTED

PEJE



A empresa expõe pela primeira vez e apresenta a sua linha de produtos para o bem-estar. Há opções de **smartwatches fitness à prova d'água**, para o dia a dia, com funções variadas para ajudar nas atividades esportivas", diz **Jinhe Zuo, proprietário da marca**. Junto com seu time, ele é o principal responsável pelo estande.

*The company exhibits for the first time and presents its entire line of wellness products. There are options for **waterproof fitness smartwatches**, for everyday use, with a variety of functions to help with sporting activities," says **Jinhe Zuo, the brand's owner**. Together with his team, he is the main person in charge of the booth.*

POLO CLIMA

Em sua estreia como expositora na Eletrolar Show, a Polo Clima faz o **lançamento de climatizadores evaporativos portáteis**. “Os produtos são 100% nacionais”, destaca **Daniel Andreati, sócio-proprietário da empresa**. Ele é o responsável pelo estande, onde apresenta ao varejo os atributos dos produtos, entre eles o **baixo consumo de energia**.

*In its debut as an exhibitor at the Eletrolar Show, Polo Clima launches **portable evaporative air conditioners**. “The products are 100% national,” says **Daniel Andreati, the company’s partner-owner**. He is in charge of the booth, where he presents the products’ attributes to retailers, **including their low energy use**.*



CONHEÇA QUEM ESTÁ POR TRÁS DAS MARCAS

GET TO KNOW WHO IS BEHIND THE BRANDS

PONTONET



Apresenta a **Plataforma Omnichannel de Serviços**, que revoluciona o atendimento pós-venda ao cliente, diz **José Adelmo Soares de Mello, diretor da empresa**. “Com múltiplos canais de contato, incluindo vídeo, e-mail, WhatsApp, chatbot, Telegram, canal de voz (URA), mídias sociais e Reclame Aqui, garantimos que cada cliente se sinta ouvido e valorizado. É uma experiência personalizada e integrada.” Outro destaque é a **Gestão de Pós-Vendas Aperfeiçoada**, que cuida de todas as necessidades de pós-venda de modo integrado. Oferece soluções rápidas através de logística, hub de reparos de produtos, fulfillment e canais de vendas e serviços B2B/B2C. O diretor e mais **Rodrigo Negri, Walter Voss e José Roberto Musa** atendem o varejo.

*The company presents the **Omnichannel Service Platform**, which revolutionizes after-sales customer service, says **José Adelmo Soares de Mello, the company’s director**. “With multiple contact channels, including video, email, WhatsApp, chatbot, Telegram, voice channel (IVR), social media and Reclame Aqui, we guarantee that each customer feels heard and valued. It’s a personalized and integrated experience.” Another highlight is **Enhanced After-Sales Management**, which takes care of all after-sales needs in an integrated manner. It offers fast solutions through logistics, a product repair hub, fulfillment and B2B/B2C sales and service channels. The director and **Rodrigo Negri, Walter Voss and José Roberto Musa** serve the retail.*

POTENCIAL SUPRIMENTOS

Os maiores atrativos que a Potencial Suprimentos está apresentando são, na verdade, o que todos buscam em uma feira com a magnitude da Eletrolar Show, diz **Thiago Morales, gerente comercial**, que também é o responsável pelo atendimento no estande. **“São oportunidades de negócios lucrativos, parcerias com o conceito ganha-ganha e produtos bem aceitos no comércio online, ou seja, aqueles com potencial de escala para as empresas agregarem a seus portfólios.”**

*The main attractions that Potencial Suprimentos is presenting are what everyone seeks at a trade show as significant as Eletrolar Show, says **Thiago Morales, the commercial manager**, who is also responsible for attending to visitors at the booth. **“They are opportunities for profitable business deals, partnerships with a win-win concept, and products well-received in online commerce, meaning those with potential for scale that companies can add to their portfolios.”***



eletrolarshow
ALL CONNECTED

PRAXIS ELETRODOMÉSTICOS



Lança uma máquina de **lavar louças, frutas e legumes** revolucionária, disruptiva e patenteada, resultado de um grande investimento em pesquisa de mercado e desenvolvimento de tecnologia 100% nacional. Outro lançamento é a **secadora de roupas portátil com painel digital**. Apresenta, também, a sua **linha remodelada de lavadoras de roupas, centrífuga e climatizadores**. “Acreditamos demais no potencial da Eletrolar Show e, por conta disso, decidimos realizar o lançamento desses produtos na feira”, diz **Marcello Cominato, CEO da Praxis Eletrodomésticos**. O **gerente comercial e de marketing, Denis Fornari**, é o responsável direto pelo atendimento do varejo, atacado, e-commerce e exportação da empresa.

*The company launches a revolutionary, disruptive and patented **dish-washer, fruit and vegetable washer**, the result of major investment in market research and the development of 100% national technology. Another launch is the **portable clothes dryer with digital panel**. It is also presenting its revamped **range of washing machines, centrifuges and air conditioners**. “We believe too much in the potential of the Eletrolar Show and that’s why we decided to launch these products at the fair,” says **Marcello Cominato, CEO at Praxis Eletrodomésticos**. The commercial and marketing manager, **Denis Fornari**, is directly responsible for the company’s retail, wholesale, e-commerce and export services.*

RCA

Relança no Brasil, nesta edição da Eletrolar Show, a icônica marca americana. Há mais de 100 anos, a RCA inova em equipamentos de entretenimento doméstico. Na feira, apresenta, pela primeira vez, a sua gama de Smart TVs, de **32" a 70"**, e a **nova linha de produtos de áudio, de alto-falantes azuis até barras de som**. Outras novidades estão no estande, que tem como responsável **Bruno Esteve, diretor de produto e branding da RCA**. É ele quem atende os varejistas.

*The company is relaunching in Brazil, at this edition of Eletrolar Show, the iconic American brand. For over 100 years, RCA has been innovating in home entertainment equipment. At the fair, they are presenting, for the first time, their range of Smart TVs, from **32" to 70"**, and the **new line of audio products, from blue speakers to soundbars**. Other novelties are also at the booth, managed by **Bruno Esteve, product, and branding director at RCA**. He is the one who serves the retailers.*



CONHEÇA QUEM ESTÁ POR TRÁS

GET TO KNOW WHO IS BEHIND THE BRANDS



REALCE

Na Eletrolar Show 2024, **apresenta lançamentos** que chegam para fortalecer a marca. "Também relançamos produtos repaginados, com novas configurações", conta **Danimar Michels, gerente comercial nacional da Realce**, que é o responsável pelo estande durante o evento. Ele e sua equipe estão à disposição para atender o varejo e mostrar todas as novidades que prepararam para a feira deste ano.

*At Eletrolar Show 2024, it **presents launches** that comes to strengthen the brand. "We're also relaunching redesigned products, with new configurations," says **Danimar Michels, Realce's national sales manager**, who is in charge of the booth at the event. He and his team will be available to meet retailers and show them all the new products they have prepared for this year's fair.*



ROCKSPACE

Destaca a **linha de soluções eficientes e inteligentes da marca, que possibilita aos lojistas oferecer para seus clientes proteção e personalização de dispositivos** móveis sob demanda. “Apresentamos, também, uma **linha de acessórios premium**, com produtos modernos e tecnológicos, que trazem soluções incríveis para facilitar o dia a dia”, conta o **diretor, Hicham A. Hamze**. No estande da Rockspace, na feira, o atendimento ao varejo é de **Leandro Ferreira, gerente comercial**, e de **Luana Azaia, coordenadora de marketing**.

*The company highlights the brand's **line of efficient and intelligent solutions, which enable shopkeepers to offer their customers protection and customization of mobile devices** on demand. “We also present a **line of premium accessories**, with modern and technological products that bring incredible solutions to make everyday life easier,” says the **director Hicham A. Hamze**. At the Rockspace booth at the fair, the retail service is provided by Leandro Ferreira, sales manager, and Luana Azaia, marketing coordinator.*



DAS MARCAS

eletrolarshow
ALL CONNECTED



SAFEWELL

Seu destaque é a **linha E9000E de cofres inteligentes, com biometria**, que registram até 20 digitais, conta **Marcos B. Sasson, diretor comercial da empresa**. “Os produtos têm painel touch screen, luz interior e entrada para bateria de 9 V para alimentação de emergência. Também são acarpetados por dentro.” O responsável pelo estande é o próprio Marcos, junto com seu time de vendas, pós-vendas, logística e assistência técnica. Há demonstrações e, também, o sorteio de um cofre de última geração entre os visitantes.

*The company highlights the **E9000E line of smart safes, with biometrics**, which register up to 20 fingerprints, says **Marcos B. Sasson, commercial director of the company**. Sasson, the company's commercial director. “The products have a touch screen panel, interior lighting and a 9 V battery input for emergency power. They are also carpeted inside.” Marcos himself is in charge of the booth, along with his sales, after-sales, logistics and technical assistance teams. There are demonstrations and also a raffle for a state-of-the-art safe among visitors.*

SELOVAC

Com 54 anos de tradição em sua área, expõe a nova linha **Selovac NEO de seladoras a vácuo e termocirculadores sous vide**, produtos compactos, que otimizam o espaço das bancadas das cozinhas. Têm alta potência de vácuo e desempenho de cozimento. As seladoras preservam os alimentos de três a sete vezes mais do que os métodos convencionais e mantêm seu frescor e suculência. Os termocirculadores preservam o sabor, a textura e os nutrientes. “Com o lançamento do nosso e-commerce, os consumidores também terão acesso aos insumos essenciais, como sacos e rolos de sacos, lisos e ranhurados. Visite nosso estande para experimentar a nossa nova linha”, convida **Luis Augusto Pinheiro Souza, head de e-commerce** da Selovac.

*With 54 years of tradition in its field, the company showcases the new **Selovac NEO line of vacuum sealers and sous vide circulators**, compact products that optimize kitchen countertop space. They feature high vacuum power and cooking performance. The sealers preserve food from three to seven times longer than conventional methods while maintaining freshness and juiciness. The circulators preserve flavor, texture, and nutrients. “With the launch of our e-commerce platform, consumers will also have access to essential supplies such as plain and textured bags and rolls. Visit our booth to experience our new line,” invites **Luis Augusto Pinheiro Souza, head of e-commerce** at Selovac.*



CONHEÇA QUEM ESTÁ POR TRÁS

SILHOUETTE BRASIL



Apresenta as últimas inovações em máquinas de corte e personalização, como a **Silhouette Cameo 5, da Silhouette Brasil**, junto com as tecnologias avançadas da **xTool e da Mimo Crafts**, conta **Philipe Matos, superintendente comercial e de marketing da empresa**. “Essas soluções não apenas trazem possibilidades ilimitadas para a criação de projetos personalizados como entregam a mais alta tecnologia aliada aos recursos de acabamentos, agregando valor aos produtos dos varejistas”, diz **Pedro Martins, CEO da Silhouette Brasil**. Ele e sua equipe estão disponíveis no estande para compartilhar insights, demonstrar produtos e discutir oportunidades de negócios com os visitantes da feira.

*The company features the latest innovations in cutting and personalization machines, such as the **Silhouette Cameo 5, from Silhouette Brasil**, along with advanced technologies from **xTool and Mimo Crafts**, says **Philipe Matos, the company’s commercial and marketing superintendent**. “These solutions not only bring unlimited possibilities for creating personalized projects, but also deliver the highest technology combined with finishing resources, adding value to retailers’ products,” says **Pedro Martins, CEO at Silhouette Brasil**. He and his team will be available at the booth to share insights, demonstrate products and discuss business opportunities with visitors to the fair.*

SOLEUSAIR / RAUFEE

Com a **marca Soleus Air**, apresenta **umidificador e purificador de ar para automóvel**. Da **marca Raufee**, expõe **secadores de cabelo de alta velocidade**. "Seus recursos os diferenciam dos produtos normais", diz **Larry Lam, CEO da empresa**, que está no estande para atender o varejo.

*Under the **Soleus Air brand**, it displays **humidifiers and air purifiers for cars**. The **Raufee brand** is **exhibiting high-speed hair dryers**. "Their features set them apart from normal products," says **Larry Lam, the company's CEO**, who is in the booth welcoming retailers.*



DAS MARCAS

GET TO KNOW WHO IS BEHIND THE BRANDS

eletrolarshow
ALL CONNECTED



SOLID IMPORTAÇÃO

Neste ano, abre espaço para suas principais marcas, representadas com exclusividade no Brasil. Expõe **novos produtos para o mercado office e reforça as opções em todos os nichos do segmento gamer**. "Em nosso estande, parceiros, revendedores e interessados conhecem a gama de produtos que a Solid atende, como **linhas de periféricos, refrigeração para computadores** e outros itens tecnológicos", diz **Rony Uemura, diretor comercial da empresa**, também responsável pelo estande na Eletrolar Show.

*This year, it opens space for its main brands, which are represented exclusively in Brazil. It is exhibiting **new products for the office market and reinforcing the options in all niches of the gamer segment**. "At our booth, partners, resellers and interested parties get to know the range of products that Solid serves, **such as peripheral lines, computer cooling** and other technological items," says **Rony Uemura, the company's commercial director**, who is also responsible for the booth at the Eletrolar Show.*

STAR GLORY

Tem quatro marcas nesta feira, conta **Arun Mahbuban, responsável por vendas e marketing**, que também atende o varejo. "Apresentamos **Westinghouse**, com eletrodomésticos, **Kodak**, com eletrônicos de consumo, **Blaupunkt**, com eletrodomésticos e ventiladores de cozinha, e **AGFA**, com eletrônicos de consumo."

*The company brings four brands to the fair, says **Arun Mahbuban, head of sales and marketing**, who also serves the retail. "We're presenting **Westinghouse**, with household appliances, **Kodak**, with consumer electronics, **Blaupunkt**, with household appliances and kitchen fans, and **AGFA**, with consumer electronics."*



CONHEÇA QUEM ESTÁ POR TRÁS DAS MARCAS
GET TO KNOW WHO IS BEHIND THE BRANDS

eletrolarshow
ALL CONNECTED

SYMPHONY



Sediada em Palhoças, Santa Catarina, e com escritório em São Paulo, a Symphony apresenta **15 modelos de climatizadores de ar de alta capacidade, de 80 a 125 litros**. Os produtos, que climatizam e umidificam o ambiente, têm como principal característica a eficiência e são ideais para regiões quentes e secas. Vendidos até agora para clientes especializados, os produtos também estarão no varejo. "Queremos aumentar a capilaridade no varejo brasileiro e chegar a estados como Mato Grosso, Goiás, Piauí e Maranhão, cujo clima é quente e seco", diz **Tiago Piton, diretor comercial**, que responde pelo estande da empresa na Eletrolar Show.

*Headquartered in Palhoças, Santa Catarina, and with an office in São Paulo, Symphony presents **15 models of high-capacity air conditioners, ranging from 80 to 125 liters**. The products, which air-condition and humidify the environment, have efficiency as their main characteristic and are ideal for hot, dry regions. So far sold to specialized customers, the products will also be available in retail. "We want to increase our capillarity in Brazilian retail and reach states like Mato Grosso, Goiás, Piauí and Maranhão, whose climate is hot and dry," says **Tiago Piton, commercial director**, who oversees the company's booth at the Eletrolar Show.*

TECTOY

Uma das principais empresas de eletrônicos da Zona Franca de Manaus (AM), a TecToy apresenta **novidades em produtos, equipamentos para automação comercial e soluções de meios de pagamento**, considerando todas as tendências de mercado, como Pix e biometria facial. Amplia a linha de informática com o **Tectoy Tablet Neo**. Tem sistema operacional Windows, com capa e teclado como acessórios opcionais e funcionalidade semelhante ao notebook, com ou sem teclado. "A Eletrolar Show é o primeiro evento para os varejistas conhecerem a **linha de produtos Zeenix**, composta por **hardware e acessórios gamer**. O retorno da empresa ao mundo gamer vem com muita força", diz **Cristiano Silva, diretor comercial**. Ele e o **gerente nacional, Bruno Escudeiro**, dão as boas-vindas aos visitantes no estande.

*One of the leading electronics companies in the Manaus Free Trade Zone (Amazonas), the TecToy presents **innovations in products, commercial automation equipment, and payment solutions**, considering all market trends such as Pix and facial biometrics. It expands its computer line with the **Tectoy Tablet Neo**. It runs on the Windows operating system, with a cover and keyboard as optional accessories, providing functionality like a notebook, with or without the keyboard. "Eletrolar Show is the first event for retailers to explore the **Zeenix product line**, consisting of **gamer hardware and accessories**. The company's return to the gamer world is coming back strong," says **Cristiano Silva, the commercial director**. He and the **national manager Bruno Escudeiro** welcome visitors at the booth.*



THUNBEROBOT & MACHENIKE



Destaca as **novas tendências do mercado de games e seus campeões de venda, Thunderobot & Machenike**. No estande, oferece uma estrutura dedicada ao atendimento a varejistas e distribuidores, facilitando cadastro, negociação e faturamento. "Temos ofertas exclusivas para novos parceiros, com condições especiais de pagamento e descontos para pedidos fechados na feira. É um prazer receber todos para uma conversa produtiva e para concretizar ótimos negócios", diz **Emerson Lima, country manager Brasil - Haier**, responsável pelo estande. Ele e sua equipe estão à disposição para atender varejistas e distribuidores, apresentando grandes oportunidades com os produtos da empresa.

*Highlights the **new trends in the gaming market and its best-selling champions, Thunderobot & Machenike**. At the booth, it offers a dedicated structure for serving retailers and distributors, facilitating registration, negotiation, and billing. "We have exclusive offers for new partners, with special payment terms and discounts for orders placed at the fair. It's a pleasure to welcome everyone for a productive discussion and to finalize great deals," says **Emerson Lima, country manager Brazil - Haier**, responsible for the booth. He and his team are available to assist retailers and distributors, presenting significant opportunities with the company's products.*

TOKLAR MÓVEIS

A empresa é **distribuidora de cadeiras de escritório importadas**. Na feira, apresenta uma **seleção desses produtos**, projetados para oferecer mais conforto e maior produtividade no trabalho. “A TokLar vende os produtos para os lojistas e estes farão a revenda ao varejo”, diz **Anderson Beloto**, que lidera a equipe de atendimento aos clientes.

*The company **distributes imported office chairs**. At the fair, they it showcases **selection of these products** designed to provide more comfort and enhance productivity at work. “TokLar sells these products to retailers, who will then resell them to consumers,” says **Anderson Beloto**, who leads the customer service team.*



CONHEÇA QUEM ESTÁ POR TRÁS DAS MARCAS
GET TO KNOW WHO IS BEHIND THE BRANDS

eletrolarshow
ALL CONNECTED

TOLEDO AMBIENTAL



Traz à indústria e aos grandes varejistas soluções ambientais de **logística reversa e destinação final de sobras industriais e de produtos após sua vida útil**, diz o **vice-presidente da empresa, Alex Kanegae**, que está à frente do estande. “Apresentamos ao mercado soluções para todo tipo de material metálico e eletrônico de origem industrial, bem como de eletroeletrônicos e eletrodomésticos obsoletos.”

*Brings environmental solutions for reverse **logistics and final disposal of industrial leftovers and products after their useful life to the industry and major retailers**, says **Alex Kanegae, vice president of the company**, who is leading the booth. “We present market solutions for all types of metallic and electronic materials from industrial sources, as well as obsolete electronics and appliances.”*



TRAMONTINA

A Tramontina oferece uma experiência única para os visitantes em sua primeira apresentação na Eletrolar Show. **Conta com a presença de um chef parceiro da marca, que vai preparar delícias ao vivo, utilizando e apresentando os produtos da Tramontina. Além disso, apresenta ampla gama de itens, que variam de utilidades domésticas a ferramentas**, oferecendo diversas soluções para o segmento de eletrodomésticos. "É uma oportunidade imperdível para conhecer de perto a qualidade e inovação que a empresa oferece", afirma o **gerente Jones Zianni**, que é o responsável pelo estande. Para atender o varejo, também estão presentes os **gerentes Antonio Perera e Rui Zignani**, bem como toda a equipe comercial.

*Tramontina offers a unique experience for visitors in its first appearance at Eletrolar Show. **It features a guest chef who will prepare live delicacies using and showcasing Tramontina products. Additionally, it presents a wide range of items, ranging from household utilities to tools**, providing various solutions for the home appliances segment. "It's an unmissable opportunity to get up close with the quality and innovation that the company offers" says the **manager Jones Zianni**, who is responsible for the booth. To serve retail needs, **managers Antonio Perera and Rui Zignani** are also present, alongside the entire sales team.*

TS SHARA



A fabricante está apresentando a sua **linha de nobreaks para aplicações em home office & home student**, além de **nobreaks para proteção de circuitos de monitoramento por câmeras (CFTV) e nobreaks para portões automáticos e controles de acesso**, conta **Pedro Al Shara, diretor-presidente** da empresa. "Como lançamentos, estão os **novos PDUs, autotransformadores, nobreaks e filtros de linha** que contam com controle de acionamento remoto das tomadas à distância via App e compatibilidade total com Alexa e Google Assistente." O diretor-presidente recebe o varejo no estande.

*The manufacturer is showcasing its **line of uninterruptible power supplies (UPS) for home office & home student applications**, as well as **UPS for CCTV camera circuit protection and UPS for automatic gates and access controls**, says **Pedro Al Shara, the CEO of the company**. "Among the **new releases are PDUs, autotransformers, UPS units, and line filters** featuring remote control of outlets via an app and full compatibility with Alexa and Google Assistant." *The CEO welcomes retail visitors at the booth.**

UGREEN

Apresenta, na Eletrolar Show, o seu **novο carregador portátil 3 em 1 de 25 W**, que oferece carregamento completo para os dispositivos Apple: iPhone, Apple Watch e AirPods. "Com certificado MFi, o carregador propicia uma experiência de recarga mais rápida e segura", **diz Eduardo Chen, gerente de vendas**, responsável pelo estande. A marca expõe, também, a **linha de carregadores Nexode GaN**, equipados com sistema de distribuição de energia inteligente, ou seja, têm segurança contra superaquecimento, sobrecarga e sobretensão.

*At the Eletrolar Show, the company presents its **new 3-in-1 25W portable charger**, which offers full charging for Apple devices: iPhone, Apple Watch, and AirPods. "With MFi certification, the charger provides a faster and safer charging experience," **says Eduardo Chen, the sales manager**, responsible for the booth. The brand also showcases the **Nexode GaN charger line**, equipped with an intelligent power distribution system, ensuring safety against overheating, overloading, and overvoltage.*



CONHEÇA QUEM ESTÁ POR TRÁS

GET TO KNOW WHO IS BEHIND THE BRANDS



ULEFONE

A empresa de alta tecnologia, que se destaca pelo design, pesquisa e desenvolvimento, apresenta produtos inteligentes e periféricos. "Na Eletrolar Show, expomos, principalmente, nossas mais recentes novidades: **telefones e tablets Rugged, além de uma variedade de novos smartphones e wearables inteligentes**", conta **Xiong Xinan, COO da empresa**. Ele é o responsável pelo estande e lidera a equipe de vendas que presta atendimento ao setor varejista.

*The high-tech company, known for its design, research, and development, showcases smart products and peripherals. "At Eletrolar Show, we primarily exhibit our latest innovations: **Rugged phones and tablets, along with a variety of new smartphones and smart wearables**," **says Xiong Xinan, COO of the company**. He is responsible for the booth and leads the sales team catering to the retail sector."*



ULTRAAR

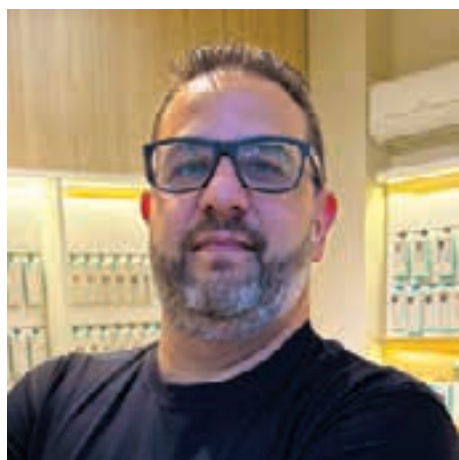
Expõe seus **climatizadores evaporativos de fabricação 100% nacional, incluindo o Ultra 80 Plus, o Ultra 55 Plus e o Ultra 80 Double com dois motores WEG.** “Os equipamentos reduzem a temperatura ambiente em até 12° Celsius, enquanto melhoram a umidade do ar, desempenhando um papel crucial na prevenção da disseminação de vírus. Também se destacam por economizarem até 95% na conta de energia elétrica na comparação com o aparelho de ar-condicionado. Orgulhamo-nos de nossa busca pela excelência e do compromisso de garantir a satisfação do cliente”, diz **Diego Narzetti, supervisor de vendas**, um dos representantes do estande na feira.

*It showcases its **100% nationally manufactured evaporative coolers, including the Ultra 80 Plus, Ultra 55 Plus, and Ultra 80 Double with two WEG motors.** “These units reduce ambient temperature by up to 12 degrees Celsius while improving air humidity, playing a crucial role in virus spread prevention. They also stand out for saving up to 95% on electricity bills compared to air conditioning units. We take pride in our pursuit of excellence and commitment to ensuring customer satisfaction,” says **Diego Narzetti, the sales supervisor** and one of the booth representatives at the fair.*



DAS MARCAS

eletrolarshow
ALL CONNECTED



USAMS

Apresenta **uma série de atrativos** que refletem seu compromisso com a inovação, a qualidade e a exclusividade. “**Neste ano, inauguramos uma filial no Brasil**, o que proporciona mais eficiência, segurança e agilidade logística ao mercado. Visamos não apenas mostrar nossos produtos, mas também reforçar o compromisso com o mercado brasileiro, promovendo, assim, conexões mais fortes com nossos clientes e parceiros”, diz **Rafael Sampaio, diretor comercial da empresa**, que, junto com seu time, está no estande para atender o varejo.

*It presents a **series of attractions** that reflect its commitment to innovation, quality, and exclusivity. “**This year, we inaugurated a branch in Brazil**, which provides greater efficiency, security, and logistical agility to the market. Our goal is not only to showcase our products but also to re-inforce our commitment to the Brazilian market, thus promoting stronger connections with our customers and partners,” says **Rafael Sampaio, commercial director of the company**, who, along with his team, is at the booth to serve retail.*

VENTIMAIS

A Ventimais está apresentando, na Eletrolar Show, a **linha de ventiladores residenciais, destaca Antonio Luchtenberg, diretor da empresa, responsável pelo estande**, junto com sua equipe comercial, durante os quatro dias da feira. "Nossos produtos buscam atender às necessidades dos clientes com o melhor custo-benefício."

*Ventimais is presenting at Eletrolar Show its **line of residential fans,** highlights **Antonio Luchtenberg, director of the company and responsible for the booth,** along with his sales team during the four days of the fair. "Our products aim to meet customers' needs with the best cost x benefit ratio."*



CONHEÇA QUEM ESTÁ POR TRÁS DAS MARCAS

GET TO KNOW WHO IS BEHIND THE BRANDS

VENTION



Apresenta seus lançamentos no mercado de eletrônicos e acessórios. Entre os principais destaques estão os **powerbanks de última geração, fones de ouvido Bluetooth com tecnologia avançada** e uma variedade de **acessórios inovadores** que complementam o estilo de vida digital moderno", conta **Alisson Yokota, diretor de comércio exterior da Vention**, também responsável pelo atendimento ao varejo. No estande, os visitantes experimentam os produtos para testarem suas funcionalidades e desempenho.

*"Presents its latest releases in the electronics and accessories market. Among the main highlights are **next-generation power banks, advanced Bluetooth headphones, and a variety of innovative accessories** that complement the modern digital lifestyle," says **Alisson Yokota, director of foreign trade at Vention**, who is also responsible for retail sales. At the booth, visitors can experience the products to test their functionalities and performance."*

VENTTOS ELECTRONICS

A empresa, localizada na Zona Franca de Manaus (AM), tem um portfólio de produtos eletrônicos que abrange inúmeros itens, entre eles **placas de motherboard, micro-ondas, ar-condicionado, monitores e câmeras de segurança.** “Somos **focados na fabricação de eletrônicos OEM,** e nossa presença na feira visa demonstrar como a estratégia da marca própria para grandes varejistas pode aumentar significativamente a rentabilidade dos negócios”, diz **Luciano Benitah Barros, fundador da empresa,** junto com seu **sócio, Antônio Carlos.** Entre as principais vantagens estão a redução de custos, os incentivos fiscais, a personalização, a qualidade, o design, a diferenciação no mercado e o lançamento rápido de produtos, respondendo agilmente às tendências e se adaptando às demandas.

*The company, located in the Manaus Free Trade Zone (AM), has a portfolio of electronic products that includes numerous items such as **motherboard panels, microwaves, air conditioners, monitors, and security cameras.** ‘We **specialize in manufacturing OEM** electronics, and our presence at the fair aims to demonstrate how a private label strategy for large retailers can significantly increase business profitability,’ says **Luciano Benitah Barros, founder of the company,** alongside his **partner, Antônio Carlos.** Among the main advantages are cost reduction, tax incentives, customization, quality, design, market differentiation, and rapid product launches, enabling quick response to trends and adapting to demands.*



eletrolarshow
ALL CONNECTED

VERY RIO



A empresa se concentra em **capas de alta qualidade para celulares,** que não só oferecem funções básicas de proteção, mas também enfatizam a experiência **premium em termos de materiais, design e funcionalidades,** afirma **Nilde Huang Lei, supervisora da Very Rio,** responsável pelo estande. “Escolher uma capa de celular de alta qualidade melhora a proteção do aparelho e destaca o gosto e o estilo da pessoa.”

*The company focuses on **high-quality phone cases** that not only provide basic protection functions but also emphasize a **premium experience in terms of materials, design, and functionalities,**” says **Nilde Huang Lei, supervisor at Very Rio** and responsible for the booth. “Choosing a high-quality phone case enhances device protection and showcases the individual’s taste and style.*

WAKE

Mostra seu ecossistema de soluções integradas. A **Wake é uma empresa de tecnologia com soluções digitais para o varejo e a indústria, com foco em atender negócios de médio e grande porte.** “Somos capazes de construir e gerenciar digitalmente toda a jornada de consumo, desde a atração até a fidelização do cliente”, diz **André Viana, diretor comercial.** Atua por meio de três verticais que se conectam: plataformas de e-commerce (Wake Commerce), de experiências comportamentais por meio de dados acionáveis (Wake Experience) e de conexão das marcas com influenciadores digitais (Wake Creators). **O diretor está no estande da Wake, no espaço Arena E-commerce & Services,** para atender todo o público.

*It showcases its ecosystem of integrated solutions. **Wake is a technology company providing digital solutions for retail and industry, focusing on serving medium and large businesses.** ‘We are capable of digitally building and managing the entire consumer journey, from attraction to customer loyalty,’ says **André Viana, the commercial director.** It operates through three interconnected verticals: e-commerce platforms (Wake Commerce), behavioral experience platforms using actionable data (Wake Experience) and connecting brands with digital influencers (Wake Creators). **The director is at Wake’s booth in the Arena E-commerce & Services space** to assist all attendees.*



CONHEÇA QUEM ESTÁ POR TRÁS DAS MARCAS GET TO KNOW WHO IS BEHIND THE BRANDS

eletrolarshow
ALL CONNECTED

WAVEONE



Há 30 anos no mercado nacional, a WaveOne é uma empresa referência em **áudio profissional e automação.** Na feira, apresenta **todo o portfólio da linha de áudio de consumo, que envolve soundbars, caixas Bluetooth, caixas Bluetooth torre, fones de ouvidos, fones Bluetooth e headsets gamer, conta Fernando Alves Jr., diretor-executivo,** um dos responsáveis pelo estande. “Temos grandes novidades em todas as linhas e uma experiência única na feira.” Todos os parceiros e clientes são recebidos pelo time das áreas técnica, de pós-venda, produtos, pricing e comercial. A **executiva de vendas, Juliana Fenali,** é a responsável pelo atendimento aos varejistas.

*For over 30 years in the national market, WaveOne is a leading company in **professional audio and automation.** At the fair, it presents the **entire portfolio of its consumer audio line, which includes soundbars, Bluetooth speakers, tower Bluetooth speakers, headphones, Bluetooth earphones, and gaming headsets,**” says **Fernando Alves Jr, executive director** and one of the booth managers. “We have major innovations across all product lines and offer a unique experience at the fair.” Partners and clients are welcomed by teams from technical, after-sales, product, pricing, and sales departments. The **sales executive Juliana Fenali** is responsible for serving retailers.*

WEI IMPORT

Traz uma série de atrativos que destacam sua expertise como **importadora de produtos da China, especializada em atender o mercado de e-commerce**. "Apresentamos um overview detalhado sobre nossa operação, desde a seleção dos produtos na China até a entrega eficiente aos clientes. E mais uma variedade de itens de alta demanda no mercado digital, além de tendências", conta **Rodrigo Tsai, CEO da empresa**, também responsável pelo estande.

*It brings a series of attractions that highlight its expertise as an **importer of products from China, specializing in serving the e-commerce market**. 'We present a detailed overview of our operation, from product selection in China to efficient delivery to customers. We also showcase a variety of high-demand items in the digital market, as well as trends,' says **Rodrigo Tsai, CEO of the company**, who is also responsible for the booth.*



WHIRLPOOL



Por meio das marcas **Brastemp e Consul**, a Whirlpool expõe produtos que oferecem performance, inovação e tecnologia. Há **geladeiras, coifas, cooktops, fornos, micro-ondas, lava-louças, adegas, cervejeiras, lavadoras, fogões, freezers e frigobares**. "Trazemos um estande inédito de ambas as marcas, com **exposição de produtos nas cozinhas Brastemp e Consul**, além de um espaço instagramável para os visitantes registrarem sua presença. É um ano de grandes novidades nas duas marcas", diz **Eduardo Akira, diretor sênior de vendas da Whirlpool**. O estande está representado pelo **Compra Direta Parceiros**, o canal de vendas oficial das marcas Brastemp, Consul e Kitchenaid, que oferece produtos e peças de reposição originais com condições especiais aos revendedores. A Whirlpool também está preparada para receber as pequenas empresas que desejam fazer negócio direto com a indústria.

*Through the brands **Brastemp and Consul**, Whirlpool showcases products that offer performance, innovation, and technology. There are **refrigerators, range hoods, cooktops, ovens, microwaves, dishwashers, wine fridges, beer fridges, washers, stoves, freezers, and mini fridges**. "We bring a unique booth for both brands, **showcasing products in the Brastemp and Consul kitchens**, along with an Instagrammable space for visitors to record their presence. It's a year of great innovations for both brands," says **Eduardo Akira, senior sales director at Whirlpool**. The booth is represented by **Compra Direta Parceiros**, the official sales channel for the Brastemp, Consul, and Kitchenaid brands, offering original products and spare parts with special conditions to retailers. Whirlpool is also prepared to welcome small businesses interested in doing business directly with the industry.*

WIWU

Marca internacionalmente reconhecida por seus **acessórios tecnológicos** de alta qualidade, a WiWU anuncia, durante a Eletrolar Show, a abertura de sua primeira loja no Brasil. Lança uma **linha exclusiva de malas e mochilas projetadas para produtos Apple**, combinando funcionalidade e design sofisticado. "Além disso, os visitantes da feira poderão conferir as novidades do aguardado **iPhone 16**. Proporcionaremos uma experiência única, com demonstrações ao vivo e ofertas exclusivas. Visite nosso estande", convida o **sócio-diretor, Ali Amine El Zein**.

*An internationally recognized brand for its high-quality **technological accessories**, WiWU announces, during the Eletrolar Show, the opening of its first store in Brazil. It unveils an **exclusive line of suitcases and backpacks designed for Apple products**, combining functionality and sophisticated design. 'Additionally, visitors to the fair will be able to check out the latest from the highly anticipated iPhone 16. We will provide a unique experience with live demonstrations and exclusive offers. Visit our booth,' invites the **managing partner Ali Amine El Zein**.*



CONHEÇA QUEM ESTÁ POR TRÁS DAS MARCAS
GET TO KNOW WHO IS BEHIND THE BRANDS

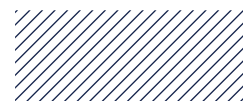
eletrolarshow
ALL CONNECTED

WYLIE TOOLS



Apresenta **ferramentas e equipamentos para eletrônicos**, na 17ª Eletrolar Show. "Expomos para que mais clientes conheçam nossa marca e a qualidade dos nossos produtos", ressalta **Vinicius Lu, representante da marca**. Ele está no estande para atender os varejistas.

*It **showcases tools and equipment for electronics** at the 17th Eletrolar Show. 'We exhibit so that more customers can get to know our brand and the quality of our products,' emphasizes **Vinicius Lu, the brand representative**. He is at the booth to assist retailers.*



X-ONE BRASIL

Traz inovações que demonstram sua visão pioneira no mercado de proteção para dispositivos móveis. “Estamos entusiasmados em apresentar o **novo conceito X-ONE** de forma inédita e visionária, elevando os padrões da marca a um novo patamar”, diz o **CEO, Breno França**. Entre as novidades, está a **linha de energia** totalmente reformulada para oferecer máxima eficiência e durabilidade robusta. Também **lança proteções para a última geração da linha S** da Samsung, S24. Como grande destaque do ano, apresenta a exclusiva **tecnologia de antiamarelamento**, que mantém os cases com aspecto impecável por um período muito prolongado. No estande, haverá palestras de mentoria para capacitar clientes e parceiros. O CEO, Breno França, e o diretor de operações, Rafael Martinez, estão à disposição, junto com um time comercial altamente capacitado, para garantir atendimento personalizado a todos os visitantes do varejo.

*It brings innovations that demonstrate its pioneering vision in the mobile device protection market. ‘We are excited to introduce the new **X-ONE concept** in a unique and visionary way, raising the brand standards to a new level, says the **CEO Breno França**. Among the novelties is the completely revamped **power line** aimed at offering maximum efficiency and robust durability. It also **launches protections for the latest generation of Samsung’s S line**, the S24. As the highlight of the year, it presents the exclusive anti-yellowing technology, keeping the cases looking impeccable for a very extended period. At the booth, there will be mentoring sessions to empower clients and partners. The CEO Breno França and the operations director Rafael Martinez, along with a highly skilled commercial team, are available to ensure personalized service to all retail visitors.”*



XAEA



A XAEA está chegando ao Brasil para atuar no mercado de acessórios para smartphones, e a Eletrolar Show é a oportunidade perfeita para apresentar a empresa e os seus produtos, afirma o CEO, Juan Cruz Gonzalez. “Ofertamos **produtos fabricados com tecnologia de ponta**, rigoroso controle de qualidade, materiais robustos, design sofisticado e preço acessível, bem como com ampla garantia para trazer mais confiança e credibilidade junto aos revendedores.”

XAEA is coming to Brazil to operate in the smartphone accessories market, and Eletrolar Show is the perfect opportunity to introduce the company and its products,” says the CEO Juan Cruz Gonzalez. “We offer **products manufactured with cutting-edge technology**, rigorous quality control, robust materials, sophisticated design, and affordable prices, along with extensive warranties to bring more confidence and credibility to retailers.”

XIAOMI

Na 17ª Eletrolar Show, apresenta **a linha completa de smartphones da marca e dispositivos inteligentes de seu segmento de conectividade**. “Esperamos, na feira, buscar novos parceiros para aumento da distribuição no pequeno varejo, bem como compartilhar as nossas expectativas em relação ao mercado brasileiro”, conta **Luciano Barbosa, head da Operação Xiaomi no Brasil. Ele lidera a equipe que atende o varejo no estande da empresa.**

At the 17th Eletrolar Show, it **showcases the full range of smartphones from the brand and smart devices from its connectivity segment.** “At the fair, we aim to seek new partners to expand distribution in small retail, as well as share our expectations regarding the Brazilian market,” says **Luciano Barbosa, head of Xiaomi’s operations in Brazil. He leads the team serving retail at the company’s booth.**



CONHEÇA QUEM ESTÁ POR TRÁS DAS MARCAS
GET TO KNOW WHO IS BEHIND THE BRANDS

eletrolarshow
ALL CONNECTED

YGGY



Com a prioridade de oferecer ao consumidor produtos essenciais, a empresa destaca na feira **a linha de proteção para celulares**. “Com o custo dos aparelhos e da manutenção em alta, buscamos garantir maior durabilidade e reduzir a probabilidade de danos aos dispositivos móveis. **Lançamos cases, películas e protetores de câmera**, que não só protegem o aparelho como têm impacto positivo no meio ambiente, minimizando o descarte de lixo eletrônico e consumo de matéria-prima”, diz **Nicolas Galvão, CEO da empresa**, que está no estande para atender o varejo.

With a focus on offering consumers essential products, the company highlights its **line of cellphone protection** at the fair. “With the cost of devices and maintenance on the rise, we aim to ensure greater durability and reduce the likelihood of damage to mobile devices. **We have launched cases, screen protectors, and camera protectors** that not only safeguard the device but also have a positive impact on the environment by minimizing electronic waste disposal and reducing raw material consumption”, says **Nicolas Galvão, CEO of the company**, who is at the booth to assist retailers.



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



CRESCER A VENDA DE VEÍCULOS ELÉTRICOS NO BRASIL

**AS EXPECTATIVAS JÁ
BATERAM RECORDE.**



**ELECTRIC VEHICLE SALES ARE GROWING IN BRAZIL
EXPECTATIONS HAVE ALREADY REACHED HIGH RECORD.**

Os carros eletrificados conquistaram a fatia de 4,6% de market share sobre o total de vendas de veículos no Brasil, em 2023. Neste ano, a participação de mercado já está em torno de 8%, sendo que 5%, em média, são representados pelos veículos plug-in. Isso significa que o mercado amadureceu rapidamente no País, diz Ricardo Bastos, presidente da Associação Brasileira do Veículo Elétrico (ABVE).

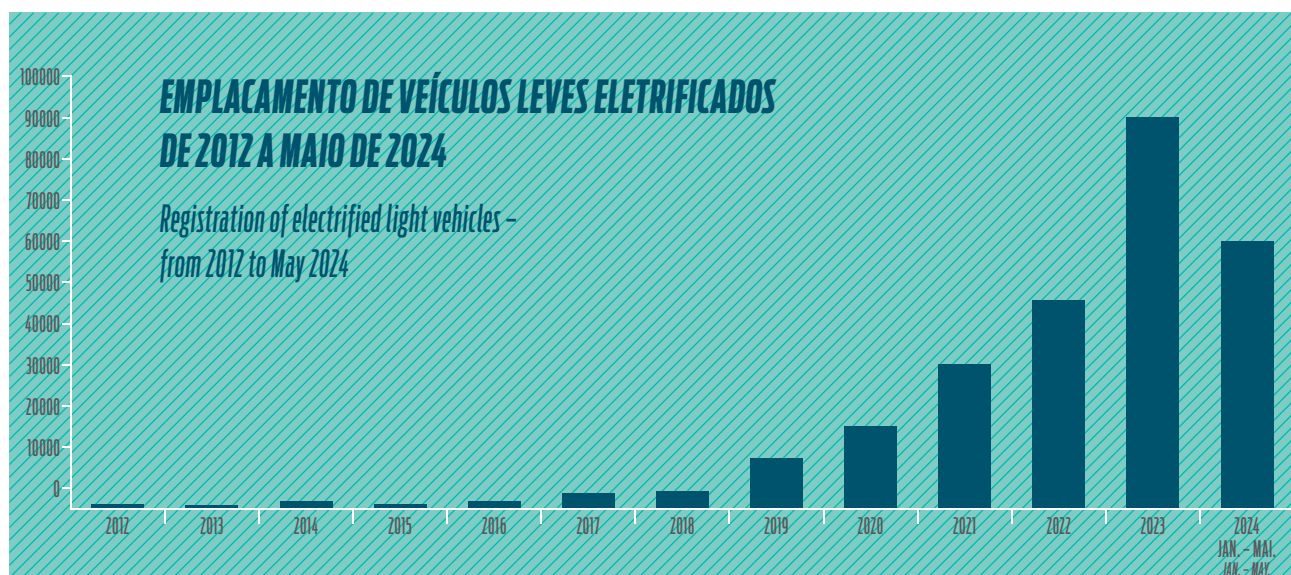
Electric cars have captured a 4.6% market share of total vehicle sales in Brazil in 2023. This year, market share has already reached around 8%, with plug-in vehicles representing an average of 5%. This indicates that the market has matured rapidly in the country, says Ricardo Bastos, president at the Associação Brasileira do Veículo Elétrico (Brazilian Electric Vehicle Association – ABVE).

A categoria, no Brasil, tem apresentado crescimento impressionante, superando expectativas e batendo recordes de vendas. Segundo a ABVE, a previsão é que as vendas de carros elétricos superem as 150 mil unidades em 2024, com os veículos plug-in, que possuem recarga externa das baterias, liderando a preferência dos consumidores.

Mesmo diante do aumento do imposto de importação para veículos elétricos e híbridos, anunciado pelo governo federal em janeiro deste ano, há uma clara tendência de crescimento contínuo. Especialistas apontam que a adoção desses veículos está transformando o cenário automotivo brasileiro.

The category in Brazil has shown impressive growth, exceeded expectations and setting sales records. According to ABVE, sales of electric cars are expected to surpass 150,000 units in 2024, with plug-in vehicles, which have external battery charging, leading consumer preferences.

Despite the increase in import taxes for electric and hybrid vehicles announced by the federal government in January this year, there is a clear trend of continuous growth. Experts point out that the adoption of these vehicles is transforming the Brazilian automotive landscape.





RECORDE DE VENDA EM 2023

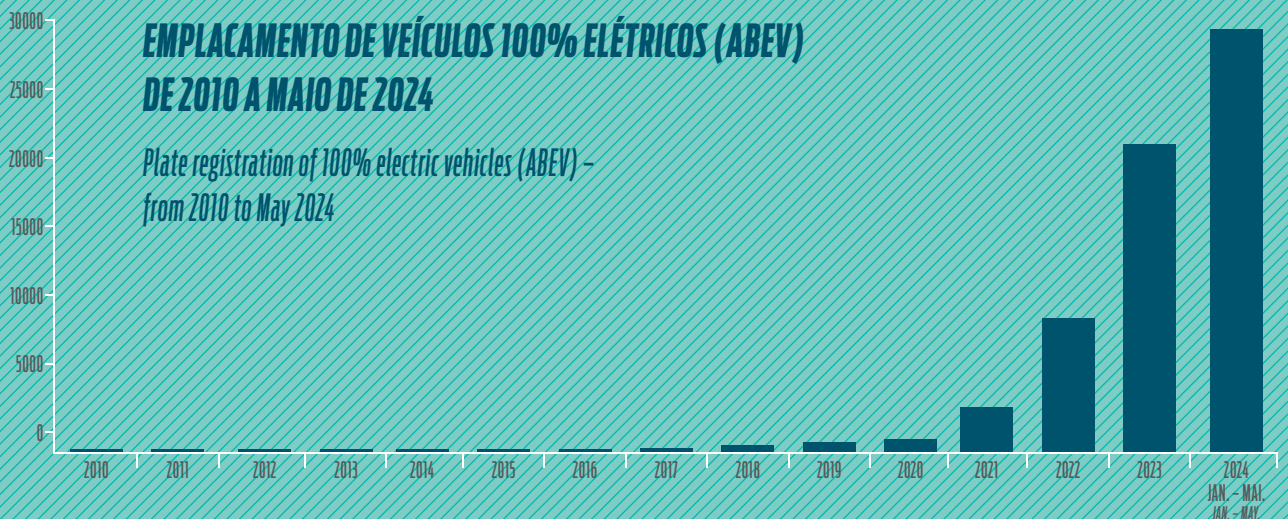
O mercado de carros elétricos no Brasil atingiu um marco em 2023. As vendas totais de veículos eletrificados chegaram a 93.927 unidades, batendo o recorde da série histórica da ABVE, conforme destaca Ricardo Bastos. "A nossa expectativa é que em 2024 o volume ultrapasse 150 mil unidades, o que significa crescimento de cerca de 60% em relação aos números de 2023."

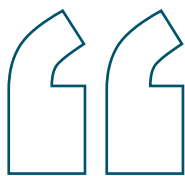
Esse crescimento pode ser atribuído a vários fatores, que transcendem a esfera tributária. Inclui, principalmente, o aumento da conscientização ambiental, que tem impulsionado a demanda por veículos elétricos, a redução nos custos de produção e os avanços tecnológicos que os tornaram mais acessíveis e atraentes aos consumidores.

SALES RECORD IN 2023

The electric car market in Brazil reached a milestone in 2023. Total sales of electrified vehicles reached 93,927 units, setting a record in the historical series of ABVE, as highlighted by Ricardo Bastos. "Our expectation is that in 2024 the volume will surpass 150,000 units, which represents a growth of about 60% compared to the numbers of 2023."

This growth can be attributed to several factors that go beyond the tax sphere. It includes primarily increased environmental awareness, which has driven





A nossa expectativa é que, em 2024, o volume ultrapasse 150 mil unidades, o que significa um crescimento de cerca de 60% em relação aos números de 2023.”

“Our expectation is that in 2024, the volume will exceed 150,000 units, which represents a growth of about 60% compared to the numbers in 2023.”

INCENTIVOS E DESAFIOS

Desde janeiro, o governo federal passou a taxar a importação de veículos elétricos e híbridos, com o intuito de incentivar a produção nacional. O grande desafio é elaborar políticas governamentais adequadas que permitam a implementação de tecnologias compatíveis com os veículos eletrificados, como a instalação de carregadores em estradas, por exemplo.

É necessário que haja um ambiente regulatório amigável e seguro para a eletromobilidade e que isso se dê nos três níveis de governo: federal, estadual e municipal. Também é preciso uma estratégia nacional de transição para a descarbonização dos transportes, integrando e harmonizando as iniciativas subnacionais.

O programa Mover, aprovado recentemente no Congresso, é um primeiro grande passo nessa direção, destaca o presidente da associação. “Ele cria um con-

demand for electric vehicles, reductions in production costs, and technological advances that have made them more accessible and appealing to consumers.

INCENTIVES AND CHALLENGES

Since January, the federal government has started taxing the importation of electric and hybrid vehicles, aiming to encourage domestic production. The major challenge is to develop appropriate government policies that facilitate the implementation of technologies compatible with electrified vehicles, such as installing chargers along highways, for example.

There is a need for a friendly and secure regulatory environment for electromobility, spanning all three levels of government: federal, state, and municipal. A national strategy for transitioning to decarbonize transportation is also essential, integrating and harmonizing subnational initiatives.

ELETROCAR SHOW

APOIO AO CRESCIMENTO DA MOBILIDADE SUSTENTÁVEL SUPPORT FOR SUSTAINABLE MOBILITY GROWTH

Serão quatro dias de negócios dedicados a apoiar o crescimento da categoria de veículos elétricos. Uma área exclusiva será montada, servindo como ponto de encontro e cenário ideal para empresas apresentarem as tendências e a evolução do setor, e fazerem negócios.

O evento proporcionará experiências únicas em um só lugar, com a presença dos veículos elétricos disponíveis no mercado brasileiro. O grande diferencial dessa feira é a oportunidade de conversar diretamente com os representantes das marcas e conhecer alguns modelos de perto no ELETROCAR Test Drive Experience.

A feira se realizará no Novo Distrito Anhembi, de 23 a 26 de junho de 2025.

Four days of business will be dedicated to supporting the growth of the electric vehicle category. An exclusive area will be set up, serving as a meeting point and ideal setting for companies to showcase trends and sector evolution, as well as conduct business.

The event will provide unique experiences all in one place, featuring electric vehicles available in the Brazilian market. The standout feature of this fair is the opportunity to engage directly with brand representatives and get up close with some models at the ELETROCAR Test Drive Experience.

The fair will take place at the New Anhembi District from June 23 to 26, 2025.

junto de incentivos tanto para a indústria automotiva quanto para a infraestrutura de recarga, promovendo a expansão do mercado de veículos elétricos no Brasil.”

EXPECTATIVAS PARA 2024

Apesar dos obstáculos fiscais, especialistas do setor automotivo preveem um futuro promissor para os carros elétricos no Brasil. **A expectativa é que, com o aumento da infraestrutura de recarga e a contínua redução dos custos de produção, os carros elétricos se tornem ainda mais acessíveis à população em geral. Além disso, políticas públicas voltadas para a mobilidade sustentável e a crescente conscientização sobre as mudanças climáticas devem impulsionar ainda mais as vendas nos próximos anos.**

Na estimativa da associação, o Brasil terá cerca de 1 milhão de carros elétricos e híbridos em circulação até 2030, com uma participação de mercado em torno de 30%. De janeiro a maio deste ano, foram comercializados 64.908 veículos leves eletrificados. ■■



RICARDO BASTOS,
PRESIDENTE DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DO VEÍCULO ELÉTRICO (ABVE)
PRESIDENT AT THE ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DO VEÍCULO ELÉTRICO (BRAZILIAN ELECTRIC VEHICLE ASSOCIATION - ABVE)

The recently approved Mover program in Congress represents a significant first step in this direction, highlighted the association’s president. “It establishes a set of incentives for both the automotive industry and charging infrastructure, promoting the expansion of the electric vehicle market in Brazil.”

EXPECTATIONS FOR 2024

*Despite fiscal obstacles, automotive industry experts foresee a promising future for electric cars in Brazil. **The expectation is that with the increase in charging infrastructure and continued reduction in production costs, electric cars will become even more accessible to the general population. Furthermore, public policies aimed at sustainable mobility and increasing awareness of climate change are expected to further boost sales in the coming years.***

According to the association’s estimate, Brazil will have approximately 1 million electric and hybrid cars on the roads by 2030, with a market share around 30%. From January to May of this year, 64,908 light electrified vehicles were sold. ■■





EXPECTATIVAS POSITIVAS NO 2º SEMESTRE

POSITIVE EXPECTATIONS FOR THE 2ND SEMESTER

2024



Diferentes categorias de produtos apresentam bons resultados, e a tecnologia deverá ter papel importante nas vendas. “Quando se fala em tech & durables, 2024 se apresenta como um ano de possível recuperação de margem para o varejo e a indústria”, diz Ricardo Moura, head de market intelligence da NielsenIQ GfK.

Different product categories are showing strong performance, and technology is expected to play a significant role in sales. “When it comes to tech & durables, 2024 appears to be a year of potential margin recovery for both retail and industry,” says Ricardo Moura, head of market intelligence at NielsenIQ GfK.

QUAIS CATEGORIAS DE PRODUTOS DEVERÃO TER MAIS DESTAQUE NESTE SEMESTRE?

RICARDO MOURA – Além das categorias que se beneficiaram pelas constantes ondas de calor que assolaram o Brasil desde o final do Q3 de 2023 (ar-condicionado e ventiladores), temos com destaque positivo **refrigeradores e máquinas de lavar**, em que a pressão inflacionária/de custos parece diminuir, além de tablets.

Os televisores continuam em um momento positivo (desde 2022) em vendas unitárias e, aparentemente, a corrosão de preços parece estar sendo superada. Por outro lado, smartphones também aparecem bem neste ano de 2024 e podem ser uma boa aposta para o segundo semestre de 2024.

Monitores e air fryers continuam avançando muito bem, mas com constante pressão em price point, seja por mix, seja por corrosão de margem, o que pode ser impeditivo para um desenvolvimento mais saudável de ambas as categorias ao longo deste ano.

Falando de tecnologia no geral, a **entrada da inteligência artificial em produtos como smartphones e laptops** – mesmo que ainda em devices premium – tende a ser algo importante para o mercado a médio prazo, quando devices intermediários deverão também ganhar esta feature.

WHICH PRODUCT CATEGORIES ARE EXPECTED TO STAND OUT THIS SEMESTER?

Ricardo Moura – Besides categories that benefited from the continuous heat waves affecting Brazil since late Q3 2023 (such as air conditioners and fans), **refrigerators and washing machines** are noteworthy with positive momentum, where inflationary pressures/costs seem to be easing, along with tablets.

Televisions continue to perform well (since 2022) in unit sales, and price erosion appears to be overcoming. On the other hand, smartphones are also showing promise in 2024 and could be a good bet for the second semester.

Monitors and air fryers continue to advance strongly, but face constant price point pressure, either through product mix or margin erosion, which may hinder healthier development in both categories throughout this year.

Speaking broadly of technology, **the integration of artificial intelligence in products like smartphones and laptops** – even if still in premium devices – is expected to be significant for the medium term, as mid-range devices are likely to adopt this feature.

guzzini 
MADE IN ITALY SINCE 1912

A Guzzini traz a cultura italiana
para o sua loja.

Dolceevita

Design sustentável

vendas@guzzinibrasil.com
www.guzzinibrasil.com

AS VENDAS, NESTE ANO, DEVERÃO SUPERAR AS REGISTRADAS EM 2023?

RM – Em 2023, tivemos um crescimento em vendas totais de unidades, mas com um esforço muito grande de mix e precificação. **Neste ano, vemos uma situação bem distinta, em que temos crescimento do volume total de vendas** sem um impacto ou esforço de precificação como visto no ano passado. Assim também há crescimento em valor do mercado. Quando se fala em **tech & durables, 2024 se apresenta como um ano de possível recuperação de margem para ambos, varejo e indústria.**

HÁ AÇÕES ESTRATÉGICAS INDICADAS PARA A INDÚSTRIA E O VAREJO NESTE SEMESTRE?

RM – **A discussão de price point para a categoria de tech & durables entre os canais é algo que deve ser**

WILL SALES IN 2024 SURPASS THOSE RECORDED IN 2023?

RM – In 2023, we saw growth in total unit sales, but with significant efforts in product mix and pricing strategies. **This year, we observe a different scenario with growth in total sales volume** without the pricing efforts seen last year. Market value is also increasing. When discussing **tech & durables, 2024 appears poised for potential margin recovery for both retail and industry sectors.**

ARE THERE STRATEGIC ACTIONS RECOMMENDED FOR THE INDUSTRY AND RETAIL THIS SEMESTER?

RM – **The discussion of price points for the tech & durables category between channels should be closely monitored by both industry and retail.** There are still recurring and significant distinctions when com-



“A experiência dentro da loja conta e muito, ainda mais com vendedores que levem conhecimento técnico sobre o produto para um consumidor que muitas vezes não é tão próximo de tecnologia.”

“The in-store experience counts a lot, especially with salespeople who have technical knowledge about the product for consumers who may not be as tech-savvy.”

monitorado de forma mais próxima pela indústria e pelo varejo.

Ainda existem distinções recorrentes e significativas quando comparamos os mesmos produtos de T&D, com a mesma marca e mesma especificação técnica, nos canais de loja física e online (1P e 3P). Isso gera um importante ponto de discussão sobre o retorno que cada canal oferece e, na perspectiva atual de equilíbrio de vendas entre online e loja física, sobre até onde é saudável explorar ou não reduções de margem para alavancar um canal em detrimento do outro.

A OMNICALIDADE TERÁ MAIS IMPORTÂNCIA?

RM – Pensando no segmento de tech & durables, o consumidor brasileiro continua sendo uma das referências globais em omnicanalidade.

O que temos, hoje, é um cenário de equilíbrio entre as vendas em lojas físicas e no canal online, indicando que a quantidade de touchpoints nesta jornada de compras é, sim, complexa. Mas o consumidor se encontra bastante confortável em explorar todas as possibilidades, o que cria um movimento natural de “push” na indústria e no varejo para a continuidade de oferta de mix, promoções e agilidade que gerem atenção e ativação de leads reais de vendas, não importando onde será a venda final (online ou loja física).

OS MARKETPLACES CONTINUARÃO CRESCENDO?

RM – O 3P (marketplace) continua sendo o canal com maior expressão de crescimento desde o ano passado, quando já havia apresentado crescimento de praticamente dois dígitos. Neste ano, com base nos resultados do Q1, vem demonstrando força ainda maior para todas as principais categorias de tech & durables. Isso mostra um amadurecimento incrível do mercado como um todo, em que a busca da maximização de vendas se torna bem fluída, seja na loja física, na venda direta (1P) ou através de sellers (3P) no online.

paring the same T&D products, with the same brand and technical specifications, across physical and online channels (1P and 3P). This raises an important point of discussion about the return each channel offers and, in the current perspective of sales balance between online and physical stores, about how far it is healthy to explore or not reduce margins to leverage one channel over the other.

WILL OMNICHANNEL STRATEGY BECOME MORE IMPORTANT?

RM – Considering the tech & durables segment, the Brazilian consumer continues to be a global reference in omnichannel behavior. What we have today is a scenario of balance between sales in physical stores and the online channel, indicating that the number of touchpoints in this shopping journey is indeed complex. However, consumers are quite comfortable exploring all possibilities, which naturally creates a “push” movement in both industry and retail to continue offering a mix of products, promotions, and agility that generate attention and activation of real sales leads, regardless of whether the final sale will be online or in a physical store.

WILL MARKETPLACES CONTINUE TO GROW?

RM – The 3P (marketplace) remains the channel with the highest growth expression since last year when it already showed growth of nearly double digits. This year, based on Q1 results, it has shown even greater strength for all major tech & durables categories. This demonstrates an incredible maturity of the market, where the pursuit of sales maximization becomes very fluid, whether in physical stores, direct sales (1P), or through sellers (3P) online.

AS VENDAS SERÃO MAIORES NOS CANAIS FÍSICOS OU NOS DIGITAIS?

RM – Não devemos mais pensar nessa separação de forma tão rígida. Como sabemos, hoje a jornada de compra do consumidor é totalmente integrada e fluída. Para ele, entrar em uma loja física e acessar o aplicativo dessa ou de outra loja é algo natural. Por isso mesmo, a experiência dentro da loja, por exemplo, conta e muito, ainda mais com vendedores que levem conhecimento técnico sobre o produto para um consumidor que muitas vezes não é tão próximo de tecnologia. Para o mundo online, essa regra também é válida, mas com as marcas fazendo uso de influenciadores com conhecimento técnico, por exemplo, para destacar as funcionalidades dos produtos.

Independentemente desse estímulo de experiência e conhecimento técnico que ambos os canais oferecem, fica claro que em uma jornada de compra mais longa, como é a de T&D, a integração da estratégia

WILL SALES BE HIGHER IN PHYSICAL OR DIGITAL CHANNELS?

RM – We should no longer think of this separation in such a rigid way. As we know, today's consumer buying journey is fully integrated and seamless. For them, entering a physical store and accessing the app of that store or another is natural. Therefore, the experience within the store, for example, matters greatly, especially with salespeople who bring technical knowledge about the product to consumers who may not be as tech-savvy. This rule also applies to the online world, but with brands utilizing influencers with technical expertise, for instance, to highlight product functionalities.

Regardless of the stimulus of experience and technical knowledge offered by both channels, it is clear that in a longer buying journey, such as that of T&D, the integration of on and off strategies is not just talk. It is indeed a necessary reality for new consum-

RICARDO MOURA,
HEAD DE MARKET INTELLIGENCE
DA NIELSENIQ GFK
HEAD OF MARKET INTELLIGENCE
AT NIELSENIQ GFK.





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.



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

EVENTO

PARALELO:

lightingshow

ALL CONNECTED

LATIN AMERICAN
ELECTRONICS

International Trade Show

LATIN AMERICAN
HOUSEWARES

Contate:
+55 11 3032-4343
comercial@gnpoeletronic.com.br



“A entrada da inteligência artificial em produtos como smartphones e laptops – mesmo que ainda em devices premium – tende a ser algo importante para o mercado a médio prazo.”

“The integration of artificial intelligence into products like smartphones and laptops – even though still in premium devices – is expected to be important for the market in the medium term.”

on e off não é um mero discurso. É, sim, uma realidade necessária para que novos consumidores entrem em categorias com baixa incidência domiciliar, como o aspirador de pó robô ou cafeteiras single serve. Ou é preciso que consumidores das categorias se integrem de forma total com o avanço de tecnologia (smart TV, smartphones, etc.) e, com isso, se sintam mais seguros em investir seu dinheiro em um novo device.

O CONSUMIDOR ESTÁ MAIS CONFIANTE OU AINDA TEME CONTRAIR DÍVIDAS?

RM – Se nos restringirmos à perspectiva de evolução do mercado de T&D até o momento, neste ano, fica claro que temos um consumidor muito mais confiante do que tínhamos no passado, talvez impulsionado por uma taxa Selic um pouco mais palatável. Outro ponto importante é o maior controle do planejamento de gastos por parte dos consumidores, o que está em linha com a queda gradual e constante da inadimplência nos últimos meses. ■■

ers to enter categories with low household penetration, such as robot vacuum cleaners or single-serve coffee makers. Or for consumers of these categories to fully integrate with the advancement of technology (smart TVs, smartphones, etc.) and thereby feel more secure in investing their money in a new device.

IS THE CONSUMER MORE CONFIDENT OR STILL AFRAID OF INCURRING DEBT?

RM – If we focus on the evolution perspective of the T&D market up to this point in the year, it’s clear that we have a consumer who is much more confident than we had in the past, perhaps driven by a slightly more palatable Selic rate. Another important point is the increased control over spending planning by consumers, which aligns with the gradual and steady decline in delinquency rates over the last few months. ■■



“Admiro muito a dedicação e seriedade do UNICEF empregadas na defesa dos direitos de crianças e adolescentes. Agora, tenho a satisfação de fazer parte desse importante movimento de impacto social para o nosso país.”

Fábio Colletti Barbosa

CEO da Natura & Co e membro dos Conselhos do Itaú Unibanco, Ambev, Centro de Liderança Pública e UN Foundation.

TRANSFORME O FUTURO COM O UNICEF

Fábio Barbosa faz parte do Conselho Consultivo do UNICEF - comunidade de pessoas influentes que utilizam suas experiências para investir nas próximas gerações.

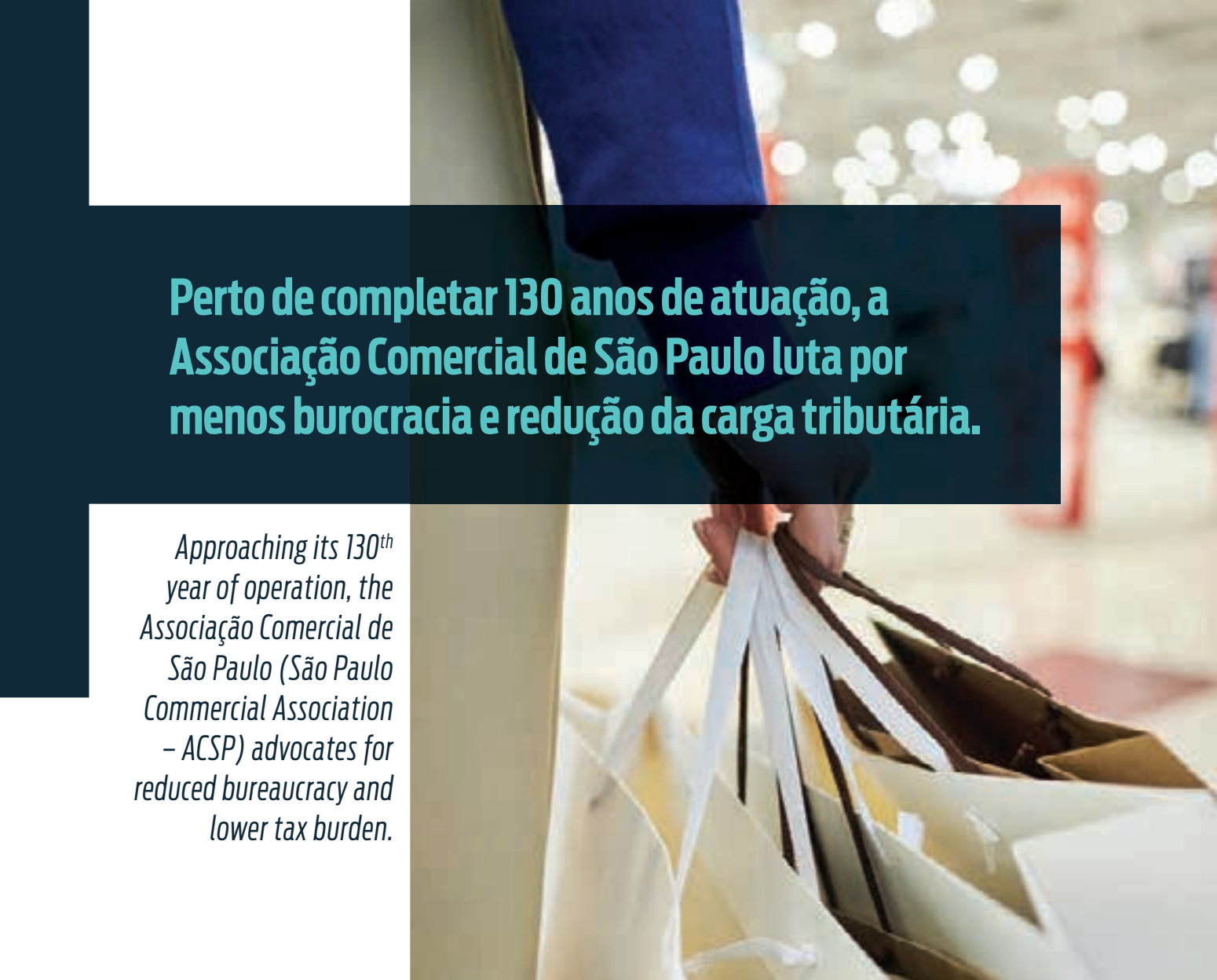
Com você ao nosso lado, temos o poder de impactar positivamente o futuro do mundo.

Faça parte dessa jornada. **SHAPE THE FUTURE**

ACSP: DEFESA DOS EMPREENDEDORES E DA INICIATIVA PRIVADA

ACSP: ADVOCACY FOR ENTREPRENEURS
AND PRIVATE INITIATIVE





Perto de completar 130 anos de atuação, a Associação Comercial de São Paulo luta por menos burocracia e redução da carga tributária.

Approaching its 130th year of operation, the Associação Comercial de São Paulo (São Paulo Commercial Association – ACSP) advocates for reduced bureaucracy and lower tax burden.

A defesa da livre iniciativa e do empreendedorismo são bandeiras da Associação Comercial de São Paulo (ACSP), a mais antiga entidade de classe da capital paulista, que completa, em 17 de dezembro de 2024, 130 anos de atividades. “Não recebemos incentivo federal. **Defendemos sem nenhuma preocupação tudo o que for da economia privada, pois é ela que gera emprego e renda**”, diz seu presidente, **Roberto Mateus Ordine**.

Sua atuação na luta pela diminuição da burocracia, redução da carga tributária, difusão do crédito para os pequenos comerciantes e criação de políticas públicas para estimular os negócios é reconhecida e ultrapassou as fronteiras de São Paulo. Na capital paulista, tem mais de 15 mil associados, cerca de 250 mil no Estado de São Paulo e acima de 500 mil no Brasil.

The defense of free enterprise and entrepreneurship are core missions of the Associação Comercial de São Paulo (São Paulo Commercial Association – ACSP), the oldest trade association in São Paulo’s capital, which will celebrate its 130th anniversary on December 17, 2024. “We receive no federal incentives. **We advocate without any hesitation for everything related to the private economy, as it is the engine of job creation and income generation**,” says its president, **Roberto Mateus Ordine**.

Its efforts in advocating for reduced bureaucracy, lower taxes, increased credit availability for small traders, and the creation of public policies to stimulate business are well-recognized and extend beyond São Paulo’s borders. In the capital city, it boasts over 15,000 members, approximately 250,000 across the state of São Paulo, and more than 500,000 nationwide.



ROBERTO MATEUS ORDINE,
PRESIDENTE DA ASSOCIAÇÃO
COMERCIAL DE SÃO PAULO (ACSP)
PRESIDENT AT THE ASSOCIAÇÃO
COMERCIAL DE SÃO PAULO
(SÃO PAULO COMMERCIAL
ASSOCIATION – ACSP)

“Somos a voz do empreendedor junto à sociedade.”

“We are the voice of entrepreneurs in society.”

A ACSP desenvolve seu trabalho como intermediária das demandas dos empresários aos governantes. “Somos a voz do empreendedor junto à sociedade”, afirma o presidente. **Entre suas conquistas estão a aprovação do Cadastro Positivo, a extinção da CPMF e a aprovação da Lei Geral da Micro e Pequena Empresa, que deu origem ao Simples Nacional.**

SERVIÇOS

Para os pequenos e microempresários, a ACSP tem uma Junta Comercial em sua sede, no centro de São Paulo, que atende proteção de marca e importação legal. No caso de defesa, esta é feita através de uma câmara de arbitragem sem precisar recorrer ao Judiciário. Também tem parceria com o Tribunal de Justiça e, em frente à sua sede, está instalada uma vara de pequenas empresas. Isso resulta em mais rapidez no processo, e a associação dá todo o suporte.

Com o intuito de aprimorar os profissionais, criou a Faculdade do Comércio, com cursos de graduação, pós-graduação e técnicos. Além disso, promove

ACSP operates as an intermediary between entrepreneurs' demands and government officials. “We are the voice of entrepreneurs in society,” affirms the president. **Among its achievements are the approval of the Positive Registry (Cadastro Positivo), the elimination of the CPMF tax, and the enactment of the General Law for Micro and Small Enterprises, which gave rise to the Simples Nacional tax regime.**

SERVICES

For small and micro-entrepreneurs, ACSP houses a Commercial Board at its headquarters in downtown São Paulo, handling brand protection and legal imports. In cases of dispute, arbitration is conducted through an arbitration chamber, bypassing the need for the judiciary. It also partners with the Judiciary, and a small business court is located right in front of its headquarters, ensuring swift processes with full support from the association.

To enhance professional development, ACSP established the College of Commerce, offering undergraduate, graduate, and technical courses. Addition-

De 15 a 18 de julho | 2024
Transamerica Expo Center
das 13h às 21h | São Paulo - Brasil

LATIN AMERICAN HOUSEWARES

International Trade Show
acontecerá paralelamente à Eletrolar Show,
a maior feira B2B entre a indústria e o varejo
da América Latina.



As últimas tendências e inovações

Esteja onde as marcas mais inovadoras se reúnem durante 4 dias para apresentar o que há de mais recente no setor. Explore os corredores vibrantes e descubra produtos revolucionários que prometem ampliar e impulsionar seu negócio!

PERFIL DOS VISITANTES

- COMPRADORES
- GERENTES DE PRODUTO
- DIRETORES
- PROPRIETÁRIOS
- CEOs
- REPRESENTANTES DE VENDAS
- SUPERVISORES
- IMPRENSA
- REPRESENTANTES DE SERVIÇOS



**NÃO PERCA
ESTA OPORTUNIDADE
JUNTE-SE A NÓS!**

Organizada por
Eletrolar

Realizada por
azuloplay
Fornecedores e Comércio

Associação
ELETROLAR

Exibido
PARALELO
eletrolarshow
A.B. 2024-2025

Associação
LATIN AMERICAN ELECTRONICS
International Trade Show

Realizado por
LIGHTING SHOW

Contato:
+55 11 3187-4040
comercial@grupoeletrolar.com.br
www.latinamericanhousewares.com

Associação
ANRASA

Associação
abree

Associação
acrefi

Associação
ELETRICS

Associação
GREENELEC

Associação
SUFRAMA

Associação
AFIDA

Associação
UBIRAF

Associação
unicel

Associação
VCI

Associação
União

Associação
União

COMÉRCIO - COMMERCE

as datas comerciais e apoia as promoções de lojas. Une comerciantes e consumidores com informações e orientações, inclusive sobre preços, conta Roberto. "A ACSP é uma prestadora de serviços e um braço do comerciante."

Empreender é difícil em qualquer lugar do mundo. "O indivíduo é um desbravador, enfrenta todas as dificuldades", diz o presidente, que classifica o varejo como um ponto de encontro, especialmente nos dias atuais, quando as lojas vão se aperfeiçoando e muitas contam com um café e espaço de lazer. "As lojas físicas têm o atrativo da sociabilidade e a orientação técnica. Permitem o contato olho no olho, isso não tem preço."

Neste ano, a **Associação Comercial de São Paulo dá apoio institucional à 17ª Eletrolar Show**. "A feira é uma intermediária entre fabricantes e varejistas. Queremos ter uma relação mais próxima com a área de eletrodomésticos e eletroeletrônicos. Temos grande interesse em orientar e mostrar a importância dos produtos", diz Roberto. ■■

ally, it promotes commercial dates and supports store promotions, bridging merchants and consumers with information and guidance on pricing, according to Roberto. "ACSP is a service provider and an ally to merchants."

Entrepreneurship is challenging worldwide. "The individual is a trailblazer, facing all difficulties," says the president, who views retail as a meeting point, especially in current times when stores are evolving, many offering cafes and leisure spaces. "Physical stores offer the allure of sociability and technical guidance. They allow for face-to-face contact, which is invaluable."

This year, the Associação Comercial de São Paulo provides institutional support for the 17th Eletrolar Show. "The fair serves as a bridge between manufacturers and retailers. We aim to have a closer relationship with the home appliances and electronics sector. We are highly interested in guiding and emphasizing the importance of these products," says Roberto. ■■





REVISTA

ELETROLAR

NEWS

OS PRINCIPAIS
ASSUNTOS DO
MERCADO E AS
TENDÊNCIAS
 DO SETOR



Dirigida
 exclusivamente
 à indústria e ao varejo

ITATIAIA 60 ANOS

Com uma comunicação que gera aproximação com o cliente, a empresa tem em seu portfólio 45 linhas, entre cozinhas, eletrodomésticos e eletroportáteis.

60 YEARS OF ITATIAIA

With communication that fosters closer relationships with customers, the company boasts a portfolio of 45 product lines, including kitchens, appliances, and portable appliances.





Em um pequeno galpão na cidade de Ubá, localizada na Zona da Mata, no estado de Minas Gerais, com oito colaboradores, a Itatiaia iniciou sua trajetória no ano de 1964. Fundada por Lincoln Rodrigues Costa, produzia móveis modulados em aço para cozinhas. Sua capacidade produtiva era de somente um armário por dia, que já saía montado da fábrica.

Hoje, a Itatiaia Eletro e Móveis tem 1.500 funcionários, duas plantas industriais – uma na sua sede, em Ubá, outra em Sooretama (ES) – e um moderno showroom na cidade de São Paulo. “Neste ano, projetamos crescimento de 30,6% no faturamento em relação a 2023, quando registramos 15,5% sobre 2022”, diz o diretor comercial da empresa, Robson Sampaio.

Atua, também, no e-commerce e no marketplace, levando em conta as características de cada plataforma, conta Robson. “Buscamos, sempre, ter políticas de

In a small warehouse in the city of Ubá, located in the Zona da Mata region of Minas Gerais state, with eight employees, Itatiaia began its journey in 1964. Founded by Lincoln Rodrigues Costa, it initially manufactured modular steel kitchen furniture. Its production capacity was just one cabinet per day, which left the factory already assembled.

Today, Itatiaia Eletro e Móveis employs 1,500 employees, operates two industrial plants – one at its headquarters in Ubá, and another in Sooretama (ES) – and maintains a modern showroom in São Paulo. “This year, we project a 30.6% revenue growth compared to 2023, which itself saw a 15.5% increase over 2022,” says the company’s commercial director, Robson Sampaio.

It also operates in e-commerce and marketplaces, considering the characteristics of each platform, Robson explains. “We always strive to have different pricing policies and exclusivities in each of the sales channels



ROBSON SAMPAIO,
DIRETOR COMERCIAL DA ITATIAIA
COMMERCIAL DIRECTOR AT ITATIAIA

Para atender à crescente demanda do consumidor, que pedia não só um móvel mas uma cozinha completa com produtos da marca, a Itatiaia passou a oferecer fogões, cooktops e eletroportáteis.

To meet the growing consumer demand, which sought not only furniture but a complete kitchen with branded products, Itatiaia began offering stoves, cooktops, and small appliances.

preços e exclusividades diferentes em cada um dos canais de vendas para que consigamos o melhor resultado, sem gerar conflitos de interesses entre nossos clientes físicos e nas plataformas digitais próprias.”

DESENVOLVIMENTO E DIVERSIFICAÇÃO

A partir da consolidação do aço como um produto de alta resistência e durabilidade, a Itatiaia alavancou o desenvolvimento da produção. **A alta receptividade no mercado permitiu que, em pouco tempo, se tornasse a principal empresa nacional de móveis de aço.**

so that we can achieve the best results without generating conflicts of interest between our physical customers and our own digital platforms.”

DEVELOPMENT AND DIVERSIFICATION

With the consolidation of steel as a product of high strength and durability, Itatiaia boosted production development. **Strong market receptivity allowed it to quickly become the leading national company in steel furniture.**





Para atender à crescente demanda do consumidor, que pedia não só um móvel mas uma cozinha completa com produtos da marca, a Itatiaia entrou em nova fase. E passou a oferecer fogões, cooktops e eletroportáteis, como fritadeiras e panelas elétricas, grills e sanduicheiras. “A cozinha é muito mais que um pano de fundo, ela tem o poder de reinventar a rotina”, destaca Robson.

No segmento de eletros, onde entrou há mais de 10 anos, está consolidada no mercado interno e segue expandindo as linhas. Uma linha totalmente nova está exposta na Eletrolar Show. Seu portfólio tem, aproximadamente, 45 linhas, entre cozinhas, eletrodomésticos e portáteis, e mais de 500 opções de modelos.

DESAFIOS E SUSTENTABILIDADE

A empresa, cujo nome foi inspirado no Pico das Agulhas Negras, que fica no Parque Nacional de Itatiaia (MG), acredita que seu maior desafio é justamente o que a move, ou seja, manter-se atualizada no mercado, diz o diretor. “Captar mão de obra qualificada e gerar uma cultura empreendedora são fatores que agregam valor ao nosso produto, com atendimento próximo do cliente e do consumidor final.”

To meet the growing consumer demand, which sought not just furniture but complete kitchens with brand products, Itatiaia entered a new phase. It began offering stoves, cooktops, and small appliances such as fryers, electric pans, grills, and sandwich makers. “The kitchen is much more than a background; it has the power to reinvent routines,” highlights Robson.

In the household appliance segment, where it entered over 10 years ago, Itatiaia is well-established in the domestic market and continues to expand its product lines. A completely new line is showcased at the Eletrolar Show. Its portfolio includes approximately 45 lines, encompassing kitchens, large and small appliances with over 500 model options.

CHALLENGES AND SUSTAINABILITY

The company, whose name was inspired by Pico das Agulhas Negras, located in the Itatiaia National Park (MG), believes that its greatest challenge is precisely what drives it, which is staying current in the market, says the director. “Attracting qualified workforce and fostering an entrepreneurial culture are factors that add value to our product, with close attention to both the customer and the end consumer.”



Com duas plantas industriais e um showroom na cidade de São Paulo, a empresa projeta faturamento 30,6% maior neste ano em relação a 2023.

With two industrial plants and a showroom in São Paulo, the company projects a 30.6% higher revenue this year compared to 2023.

Outro tema importante para a empresa é a sustentabilidade. **"A natureza é um bem de todos e a origem dos recursos necessários para a nossa sobrevivência como pessoas e como negócio.** Por isso, seguimos rigorosamente todas as exigências estabelecidas pelos órgãos ambientais e desenvolvemos ações que levam à redução dos efeitos das mudanças climáticas", explica Robson.

A empresa atua dentro de premissas sustentáveis, como o uso racional e reaproveitamento de recursos naturais, controle de poluição e coleta seletiva. Todo efluente gerado no processo produtivo é tratado com moderna tecnologia. Também desenvolve um projeto de reúso dos efluentes líquidos e prioriza a integração com parceiros de matérias-primas sustentáveis. Subprodutos e resíduos alimentam outras atividades industriais. ■■

Another important theme for the company is sustainability. **"Nature is a common good and the source of resources necessary for our survival as individuals and as a business.** Therefore, we strictly adhere to all requirements established by environmental agencies and develop actions aimed at reducing the effects of climate change," explains Robson.

The company operates under sustainable premises, such as the rational use and reuse of natural resources, pollution control, and selective waste collection. All effluents generated in the production process are treated with modern technology. It also develops a project for reusing liquid effluents and prioritizes integration with partners who supply sustainable raw materials. By-products and waste feed into other industrial activities. ■■

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**





TRIATLO DE NEGÓCIOS EM 2025

Três feiras que trarão grandes oportunidades para a indústria e o varejo de eletros serão realizadas pelo Grupo Eletrolar no próximo ano, nos meses de junho e julho.

BUSINESS TRIATHLON IN 2025

Three trade shows that will bring great opportunities for the electronics industry and retail will be held by Grupo Eletrolar next year, in the months of June and July.

FEIRAS - FAIRS

Com o mesmo conceito de gerar cada vez mais negócios entre a indústria e o varejo, o Grupo Eletrolar promove três feiras em 2025. O trio dá sinergia ao grupo multinacional especializado em multimídia B2B, que concentra suas operações na integração de diversos canais de comunicação e negócios entre a indústria e o varejo de eletros. Também aumenta a sua visibilidade no calendário mundial de feiras de negócios de eletroeletrônicos.

"São três grandes oportunidades no que chamamos de 'triathlon de negócios', em três semanas consecutivas, em junho e julho de 2025. A representatividade do Brasil, México e Argentina no PIB da região incentivou o lançamento das feiras, que também vão aumentar a visibilidade das marcas globalmente", diz Carlos Clur, presidente do Grupo Eletrolar, criador dos eventos.

With the same concept of generating more and more business between industry and retail, Grupo Eletrolar promotes three trade shows in 2025. The trio synergizes the multinational group specializing in B2B multimedia, which focuses its operations on integrating various communication and business channels between household appliances and consumer electronics industry and retail. It also enhances its visibility in the global calendar of electronics business fairs.

"These are three great opportunities in what we call 'business triathlon,' over three consecutive weeks in June and July 2025. The representation of Brazil, Mexico, and Argentina in the region's GDP encouraged the launch of these fairs, which will also increase brands' visibility globally," says Carlos Clur, president at Grupo Eletrolar and creator of the events.



As boas oportunidades serão multiplicadas em 2025. O networking que as feiras proporcionam amplia o alcance da marca e os contatos estratégicos."

"Good opportunities will be multiplied in 2025. The networking provided by the fairs expands the reach of the brand and strategic contacts."



O objetivo é integrar o bloco econômico em uma gigantesca região compradora, com a força do quarto PIB mundial, através das feiras de negócios regionais. Elas trazem expositores que conhecem as particularidades de cada país e estão aptos a atender comercial e culturalmente toda a região. Isso se deve à iniciativa do Grupo Eletrolar de patrocinar, com passagem e hospedagem, a viagem de compradores dos países da América do Sul e Central para as três feiras.



CARLOS CLUR, PRESIDENTE DO GRUPO ELETROLAR
PRESIDENTE AT GRUPO ELETROLAR

CALENDÁRIO DE 2025

2025 CALENDAR

Latin American Electronics México:

de 17 a 19 de junho
from June 17 to 19

Eletrolar Show:

de 23 a 26 de junho, no Brasil
from June 23 to 26, in Brazil

Electronics Home Argentina:

de 30 de junho a 02 de julho
from June 30 to July 2

The objective is to integrate the economic bloc into a giant purchasing region, leveraging the strength of the world's fourth-largest GDP through regional business fairs. These events bring exhibitors who understand the specificities of each country and can meet the commercial and cultural needs of the entire region. This initiative by Grupo Eletrolar includes sponsoring travel expenses, including flights and accommodations, for buyers from South and Central American countries attending all three fairs.



Em 2025, a Eletrolar Show será realizada no Distrito Anhembi, onde ocupará uma área de 50 mil m². O crescimento da maior feira B2B da América Latina de eletroeletrônicos motivou o Grupo Eletrolar a fazer a mudança. O Distrito Anhembi está projetado para ser o maior centro de eventos da América Latina. O número de categorias também irá aumentar, acompanhando o desenvolvimento do mercado. A feira ocorrerá de 23 a 26 de junho do próximo ano.

A 18ª Eletrolar Show trará produtos dos segmentos de eletrodomésticos, eletroeletrônicos, eletroportáteis, computadores, IoT, TI e acessórios, celulares e telecomunicação, bem-estar, automotivo, utilidades domésticas, decoração natalina, móveis, componentes para indústria, mobilidade elétrica e acessórios, energia solar, itens para pets, automação, esporte e lazer, gaming, wearables e iluminação. **A grande novidade será o espaço Eletrolar Car Show, voltado à mobilidade elétrica.**

In 2025, Eletrolar Show will be held at Distrito Anhembi, occupying an area of 50,000 sqm. The growth of Latin America's largest B2B consumer electronics fair motivated Grupo Eletrolar to make this change. Distrito Anhembi is designed to become the largest events center in Latin America. The number of categories will also increase, reflecting market development. The fair will take place from June 23 to 26 next year.

The 18th Eletrolar Show will feature products from segments including large and small home appliances, consumer electronics, computers, IoT, IT & accessories, mobile phones & telecommunications, wellness, automotive, housewares goods, Christmas decorations, furniture, industrial components, electric mobility & accessories, solar energy, pet items, automation, sports

18ª ELETROLAR SHOW

18TH ELETROLAR SHOW

Para fomentar os negócios, o Grupo Eletrolar patrocinará, com passagem e hospedagem, a viagem de compradores dos países da América do Sul e da América Central para as três feiras.

To foster business, Grupo Eletrolar will sponsor the travel of buyers from South and Central American countries to the three fairs, covering flights and accommodations.





Junto com a Eletrolar Show, serão realizadas a Latin American Housewares, a Latin American Electronics e a Lighting Show, que se consolidam como feiras de fornecimento e sourcing para as categorias de eletroeletrônicos, utilidades domésticas e iluminação. Todas incentivam os fabricantes locais a buscarem novas tendências de mercado, produtos e inovações.

“As boas oportunidades serão multiplicadas em 2025. O networking que a feira proporciona amplia o alcance da marca e os contatos estratégicos. Muitas empresas começaram a exportar após participar da Eletrolar Show. Patrocinamos a viagem de compradores regionais e internacionais e temos um público qualificado, que inclui indústrias, varejo, prestadores de serviços, consultores, investidores e financiadores”, conta Carlos.

and leisure, gaming, wearables, and lighting. A major highlight will be the Eletrolar Car Show, focusing on electric mobility.

Alongside Eletrolar Show, Latin American Housewares, Latin American Electronics, and Lighting Show will be held, consolidating themselves as supply and sourcing fairs for the categories of consumer electronics, household goods, and lighting. All encourage local manufacturers to seek new market trends, products, and innovations.

“Good opportunities will be multiplied in 2025. The networking provided by the fair extends the reach of the brand and strategic contacts. Many companies have started exporting after participating in Eletrolar Show. We sponsor the travel of regional and international buyers and attract a qualified audience that includes industries, retailers, service providers, consultants, investors, and financiers,” Carlos explains.



5ª ELECTRONICS HOME & LATIN AMERICAN ELECTRONICS

Realizada em Buenos Aires, Argentina, a feira amplia o número de expositores e visitantes a cada edição. No ano passado, apresentou mais de 300 marcas nacionais e internacionais das categorias de eletrodomésticos, eletroeletrônicos, eletroportáteis, celulares, games, informática, automotivos e utilidades domésticas. **Em 2025, ocorrerá no Centro Costa Salguero, de 30 de junho a 2 de julho.**

Como maior evento B2B do país, reúne expositores e varejistas em uma oportunidade única para estreitar os relacionamentos e concretizar mais negócios. Superou em todos os pontos os números das edições anteriores. O evento demonstrou que a indústria quer ser protagonista na economia da Argentina.

Marcas nacionais e internacionais participam da feira. Em 2023, o segmento de games foi um destaque. Cres-

Held in Buenos Aires, Argentina, the fair expands the number of exhibitors and visitors in each edition. Last year, it featured over 300 national and international brands in categories such as large and small home appliances, consumer electronics, cell phones, games, computers, automotive products, and household utilities. **In 2025, it will take place at Centro Costa Salguero from June 30th to July 2nd.**

As the largest B2B event in the country, it brings together exhibitors and retailers in a unique opportunity to strengthen relationships and close more business. It surpassed all previous editions in every aspect. The event showed that the industry wants to play a leading role in Argentina's economy.

National and international brands participate in the fair. In 2023, the gaming segment was a highlight. It



5TH ELECTRONICS HOME & LATIN AMERICAN ELECTRONICS ARGENTINA

ARGENTINA

ceu muito durante a pandemia, e as estatísticas indicam que, hoje, há mais de 22 milhões de gamers no país, o que estimulou os expositores do segmento a participar da Electronics Home.

Em 2025, a Argentina receberá a sua primeira edição da Latin American Electronics. **Direcionada aos negócios, a Latin American Electronics Argentina apresentará tendências em tecnologia e no fornecimento e sourcing para a indústria e sua cadeia de suprimentos. Terá expositores nas categorias de componentes para a indústria, linhas branca e marrom, portáteis, TI e acessórios, IoT, celulares e telecomunicação, bem-estar, automotivo, mobiliária elétrica, energia solar, produtos para pets, automação, gaming e wearables.**

A feira tem como lastro a Eletrolar Show e, a cada ano, recebe maior número de expositores da Argentina, Chile, Colômbia e Peru, bem como de compradores desses mercados. "A feira argentina vem crescendo e seguindo os passos positivos da Eletrolar Show", destaca Carlos Clur.

grew significantly during the pandemic, and statistics indicate that there are now over 22 million gamers in the country, which encouraged exhibitors from this segment to participate in Electronics Home.

*In 2025, Argentina will host its first edition of Latin American Electronics. **Targeted towards business, the Latin American Electronics Argentina will showcase trends in technology, and sourcing for the industry and its supply chain. It will feature exhibitors in categories including industrial components, white and brown goods, small appliances, IT and accessories, IoT, cell phones and telecommunications, wellness, automotive, electric mobility, solar energy, pet products, automation, gaming, and wearables.***

The fair is supported by Eletrolar Show and, each year, it attracts a larger number of exhibitors from Argentina, Chile, Colombia, and Peru, as well as buyers from these markets. "The Argentinean fair has been growing and following the positive steps of Eletrolar Show," highlights Carlos Clur.



A primeira feira do país com foco em eletroeletrônicos, eletrodomésticos e tecnologia será realizada na Cidade do México, de 17 a 19 de junho de 2025. Ocupará um espaço de 22 mil m², terá 600 expositores e receberá grandes compradores do México, da América do Sul e da América Central.

O conceito é o mesmo que norteia a Eletrolar Show, isto é, o encontro presencial entre os dois parceiros, indústria e varejo, o que elimina barreiras comerciais, aumenta a interatividade, o networking e facilita as negociações. Esse contato gera grandes negócios e parcerias, inclusive com a abertura de novos mercados.

O Grupo Eletrolar dará ampla cobertura aos expositores da feira. Terá programas de matchmaking B2B direcionados, que colaboram para a formação de relações comerciais benéficas para ambos os lados,

The country's first fair focusing on consumer electronics, large and small home appliances, and technology will be held in Mexico City from June 17 to 19, 2025. Occupying 22,000 sqm, it will feature 600 exhibitors and host major buyers from Mexico, South America, and Central America.

The concept mirrors that of Eletrolar Show, facilitating in-person meetings between industry and retail partners, which eliminates trade barriers, enhances interactivity, networking, and facilitates negotiations. Such interactions foster significant business deals and partnerships, including the opening of new markets.

Grupo Eletrolar will provide extensive coverage for the fair's exhibitors, offering targeted B2B matchmaking programs that contribute to beneficial business relationships on both sides. There will be pre-scheduled meetings with key distributors and retailers, extensive

reuniões pré-agendadas com os principais distribuidores e varejistas, ampla comunicação na mídia e assistência de qualidade e conformidade, para garantir que os produtos atendem aos padrões locais.

“É uma excelente oportunidade para as empresas do México, Brasil e da América Latina em geral mostrarem seus produtos e ampliarem a participação no mercado internacional, levando em conta a capitalização do crescente intercâmbio entre o México e países da Ásia”, afirma Carlos Clur. O México tem um PIB de USD 1,81 trilhão, aproximadamente USD 467 milhões em bens importados, infraestrutura moderna e logística eficiente, que atende todo o continente.

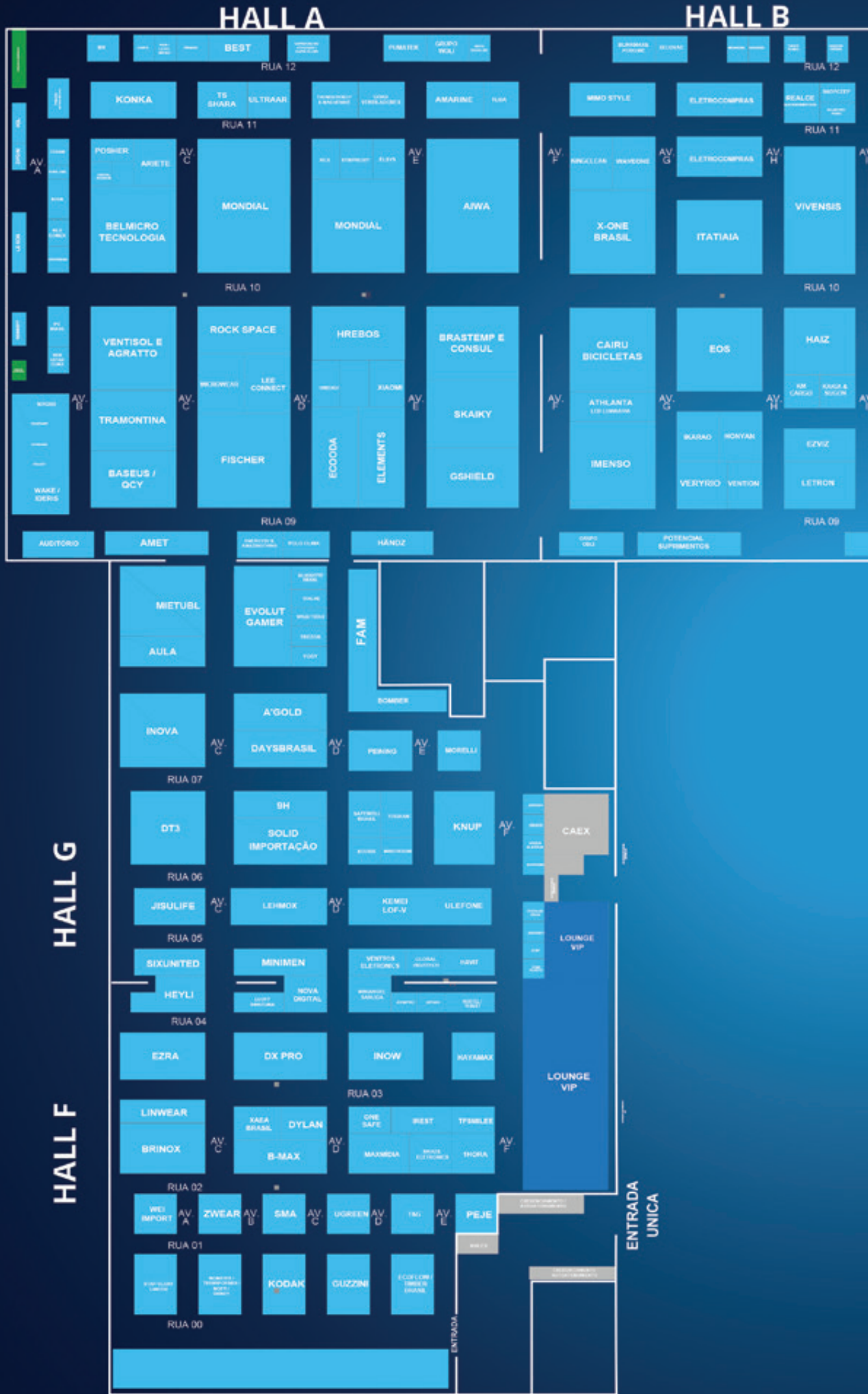
media communication, and quality and compliance assistance to ensure products meet local standards.”

“It’s an excellent opportunity for companies from Mexico, Brazil, and Latin America in general to showcase their products and expand their participation in the international market, considering the capitalization of the growing exchange between Mexico and Asian countries,” says Carlos Clur. “Mexico has a GDP of USD 1.81 trillion, approximately USD 467 billion in imported goods, modern infrastructure, and efficient logistics that serve the entire continent.”

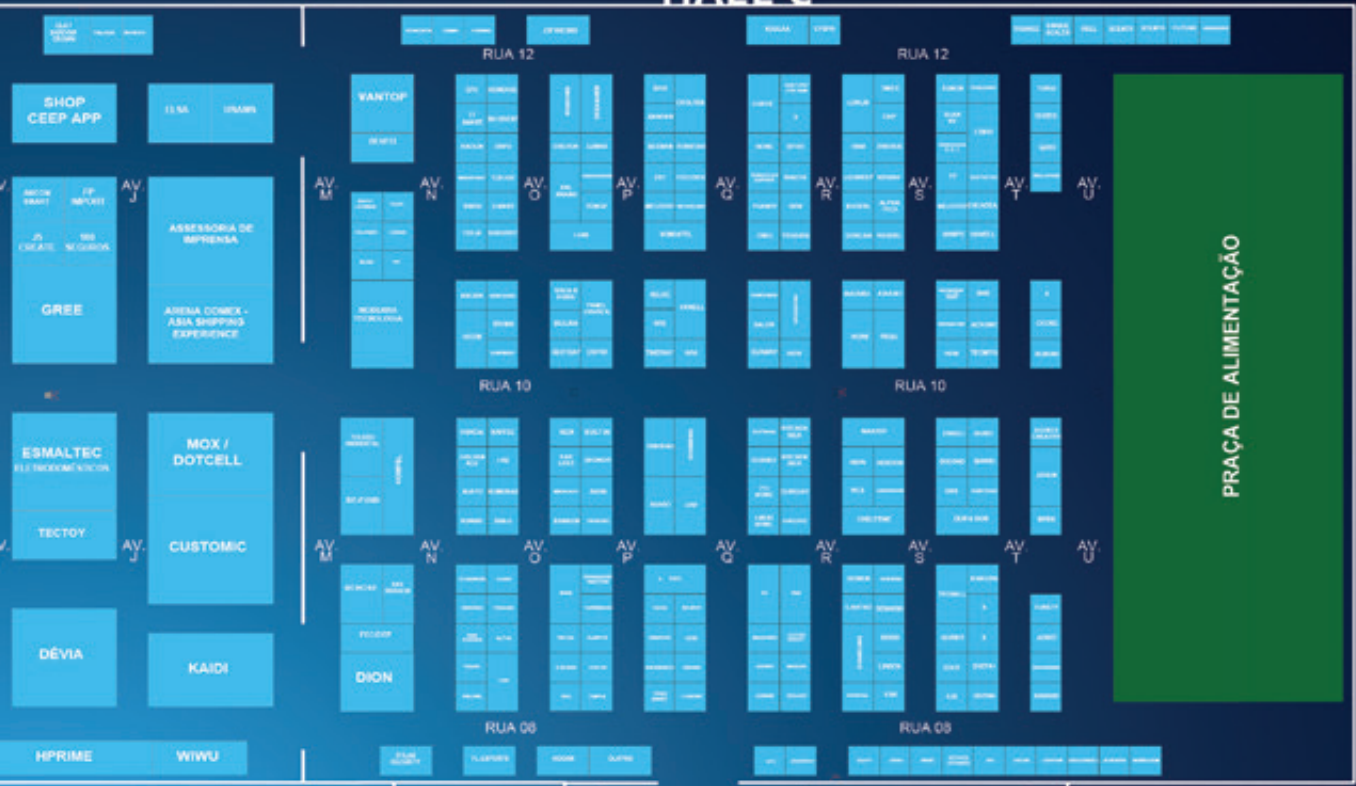


eletrolarshow

ALL CONNECTED



HALL C



SAIDA

HALL D

HALL E



LIGHTING SHOW
SÃO PAULO, BRASIL

LATIN AMERICAN HOUSEWARES
International Trade Show

LATIN AMERICAN ELECTRONICS
International Trade Show

azulplay MONTAGEM

PARCEIRA OFICIAL DA ELETROLAR SHOW 2024



+ DE 16 ANOS DE EXPERIÊNCIA
NO MERCADO! A AZUL PLAY MONTAGEM OFERECE TODA A
INTELIGÊNCIA DE GESTÃO E MONTAGEM PARA O SEU ESTANDE.

**CONHEÇA A AZUL PLAY MONTAGEM,
A PARCEIRA OFICIAL DA ELETROLAR SHOW
PARA O SEU PROJETO DE ESTANDE.**

**Seu
Estande
Merece
Sempre o
Melhor!**

Você merece o melhor estande para a sua marca, e nós temos a equipe ideal para tornar isso realidade!

Nós, da Eletrolar Show, entendemos as dificuldades e preços excessivos cobrados pelos montadores de estandes em feiras e eventos, por isso criamos um departamento exclusivo, a Azul Play Montagem.

Já realizamos mais de 50% das montagens dos nossos expositores. Temos uma equipe dedicada a atender nossos clientes com qualidade e eficiência.

eletrolarshow
ALL CONNECTED

2024



**Qualidade
Agilidade
Facilidade**

**para garantir que seu
investimento tenha o
melhor retorno possível.**

CONFIRA ALGUNS DOS PROJETOS MONTADOS NAS ÚLTIMAS EDIÇÕES!



WhatsApp:
+55 11 93927-4275
contato@azulplaymontagem.com.br

**SEJA UM EXPOSITOR
EM 2024**



ACESSE O QR CODE E

**SOLICITE O SEU
MAPA 2024**

E-COMMERCE: 5 ESTRATÉGIAS DE PRECIFICAÇÃO PARA SE ATENTAR

E-COMMERCE: 5 PRICING STRATEGIES TO PAY ATTENTION TO

MAURICIO CARDOSO

CEO DA WEBGLOBAL E DIRETOR DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE COMÉRCIO ELETRÔNICO (ABCOMM)

CEO AT WEBGLOBAL AND DIRECTOR AT BRAZILIAN ASSOCIATION OF E-COMMERCE (ABCOMM)



Foto: Divulgação

As estratégias de precificação no e-commerce são fundamentais para viabilizar a rentabilidade dos negócios, além de atrair clientes, alavancar vendas e ganhar marketshare. Veja algumas estratégias de precificação utilizadas no e-commerce:

1. Monitoramento

Acompanhar os preços do mercado é prática fundamental para ter dados e informações corretas e atualizadas visando tomar decisões acertadas, incluindo a de ajustar os próprios preços para manter o posicionamento da marca no mercado ou até se manter competitivo.

2. Participação no mercado

Ao definir preços inicialmente baixos para entrar em um novo mercado ou lançar novo produto, a empresa atrai clientes rapidamente e ganha participação. Porém é importante aumentar os preços somente após estabelecer uma base sólida de clientes.

3. Curva ABC

Definindo a curva ABC de seu portfólio, a empresa pode trabalhar com uma margem menor para determinados produtos e definir quais são de alto valor. Ao precificar de maneira mais competitiva, a tendência é de um maior volume de vendas e, nesse caso, atenção aos prazos de entrega, que devem ser atraentes para melhor competitividade.

4. Exclusividade

A empresa pode cobrar preços mais altos para produtos de alta qualidade ou exclusivos, criando uma percepção de luxo e prestígio.

5. Descontos

Realizar promoções e descontos por tempo limitado é ótimo para aumentar as vendas e atrair novos clientes. Oferecer cupons de desconto, programas de fidelidade e ofertas especiais para incentivar compras repetidas são algumas opções. Também é válido aproveitar eventos e promoções sazonais. ■■

Pricing strategies in e-commerce are crucial to ensure business profitability, attract customers, boost sales, and gain market share. Here are some pricing strategies commonly used in e-commerce:

1. Monitoring

Monitoring market prices is a fundamental practice to gather accurate and updated data for making informed decisions, including adjusting prices to maintain the brand's market position or to stay competitive.

2. Market penetration

Setting initially low prices to enter a new market or launch a new product helps attract customers quickly and gain market share. However, it's important to raise prices only after establishing a solid customer base.

3. ABC Curve

By defining the ABC curve of your portfolio, the company can work with lower margins for certain products and identify high-value items. Competitive pricing tends to lead to increased sales volume, requiring attention to delivery times to enhance competitiveness.

4. Exclusivity

The company can charge higher prices for high-quality or exclusive products, creating a perception of luxury and prestige.

5. Discounts

Running limited-time promotions and discounts is great for increasing sales and attracting new customers. Offering discount coupons, loyalty programs, and special deals to encourage repeat purchases are effective strategies. It's also beneficial to capitalize on seasonal events and promotions. ■■

O CAPITAL HUMANO NO CENTRO DA TI

HUMAN CAPITAL AT THE CORE OF IT

MARIANO GORDINHO

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

PRESIDENT AT BRAZILIAN ASSOCIATION OF INFORMATION TECHNOLOGY DISTRIBUTION (ABRADISTI)



Foto: Divulgação

O 13º Censo das Revendas Abradisti, o mais amplo e completo estudo sobre os canais de TI, traz boas notícias e expectativas melhores para as revendas. Com um crescimento de 6,8% em faturamento, em 2023, o índice deve chegar a 13,6% neste ano, conforme dados apurados pela IT Data.

Atualmente, os produtos estão acessíveis pela web ou celular. Muitos itens se virtualizaram – fica a lembrança de quando o MS Office vinha em uma caixa, com disquetes ou CD, assim como muitos servidores e dispositivos de armazenamento hoje são “contas” em nuvem.

Outras caixas foram embutidas em contratos de serviços, como os roteadores Wi-Fi. Portanto, os resultados obtidos por canais de vários segmentos, do volume às vendas personalizadas de alto tíquete, refletem muita capacidade de entender e responder de forma inovadora às transformações do mercado e dos clientes.

Dessa forma, surgem demandas mais sofisticadas. Mesmo no segmento de lojas online, sem a interação face a face, a “personalidade” faz toda a diferença. A competência fim a fim – sortimento e preços, facilidade e transparência na compra, e excelente suporte pós-venda – define a experiência do cliente e o desempenho do canal.

O Censo confirma que os desafios vão além de entrega e preço, que continuam mandatórios. Desenvolver pessoas que contribuam para os clientes usarem a tecnologia da forma mais eficiente e segura é o caminho que os números do Censo nos dão. ■■

The 13th Abradisti Census, the most comprehensive study on IT channels in Brazil, brings positive news and even better prospects for resellers. With a 6.8% increase in revenue in 2023, the index is projected to reach 13.6% this year, according to data compiled by IT Data.

Currently, products are accessible through the web or mobile devices. Many items have become virtualized – reminiscing about when MS Office used to come in a box with floppy disks or CDs, just as many servers and storage devices are now “accounts” in the cloud.

Other boxes have been embedded in service contracts, such as Wi-Fi routers. Therefore, results achieved through various channels, from bulk to high-ticket personalized sales, reflect a significant ability to understand and innovatively respond to market and customer transformations.

As a result, more sophisticated demands arise. Even in the online store segment, without face-to-face interaction, “personality” makes all the difference. End-to-end competence – assortment and pricing, ease, and transparency in purchasing, and excellent post-sale support – defines the customer experience and channel performance.

The Census confirms that challenges go beyond delivery and pricing, which remain mandatory. Developing people who contribute to customers using technology in the most efficient and secure manner is the path that Census numbers indicate. ■■

ATUAÇÃO DA ABRASA NAS ENCHENTES NO RIO GRANDE DO SUL

ABRASA'S INVOLVEMENT IN FLOODS IN RIO GRANDE DO SUL

WAGNER GATTO

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

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



Foto: Arquivo

Sensibilizada com a tragédia ocorrida no Rio Grande do Sul, a Abrasa vem orientando seus associados, prestadores de serviços de pós-vendas em eletroeletrônicos, desde maio último, a colaborar com a população que teve seus aparelhos atingidos pelas enchentes no Estado.

Frente à situação difícil dos gaúchos que perderam tudo nas enchentes, a Abrasa vem procurando ser solidária e ajudar a população com ações pontuais. Assim, está adotando os mesmos procedimentos utilizados por grandes indústrias e o pós-vendas nos anos 1980, quando o Estado de Santa Catarina também foi devastado por enchentes.

Na ocasião, o pós-vendas obteve resultado significativo, pois recuperou cerca de 65% dos equipamentos danificados. A associação está orientando seus associados quanto aos procedimentos, a fim de minimizar possíveis gastos na recuperação dos aparelhos atingidos pelas águas.

Ao mesmo tempo, tem orientado os consumidores para que não liguem os poucos eletroeletrônicos que possam ter salvo antes de passarem por um técnico especializado. É ele quem tem plenas condições de verificar cada aparelho e, assim, evitar maiores danos e até possíveis acidentes.

Os números de atendimentos de OS (Ordem de Serviços) apontam queda significativa de 0,85% para o segundo trimestre de 2024 em comparação com 2023. Alertamos a rede cadastrada, nacionalmente, que o momento é de total aproximação com os clientes, mostrando a importância do trabalho que desenvolve na recuperação dos produtos. Prestar todos os esclarecimentos e oferecer o melhor atendimento faz a diferença. ■■

Moved by the tragedy in Rio Grande do Sul, ABRASA has been guiding its members, providers of after-sales services in electronics, since last May to collaborate with the population whose devices were affected by the floods in the state.

Given the difficult situation of the people in Rio Grande do Sul who lost everything in the floods, ABRASA has been striving to show solidarity and assist the population with specific actions. Thus, it is adopting the same procedures used by major industries and after-sales services in the 1980s, when the state of Santa Catarina was also devastated by floods.

During that time, after-sales services achieved significant results by recovering about 65% of the damaged equipment. The association is guiding its members on these procedures to minimize potential costs in the recovery of devices affected by the floods.

At the same time, it has been advising consumers not to turn on any electronics they may have salvaged before they have been inspected by a specialized technician. Only they are fully capable of checking each device thoroughly, thereby preventing further damage and potential accidents.

The service order (OS) show a significant drop of 0.85% for the second quarter of 2024 compared to 2023. We alert our nationwide registered network that this is a crucial time to strengthen customer relationships, highlighting the importance of their role in product recovery. Providing comprehensive explanations and offering top-notch service makes a difference. ■■

LOGÍSTICA REVERSA: UMA ABORDAGEM ESSENCIAL PARA PROMOVER A SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL

REVERSE LOGISTICS: AN ESSENTIAL APPROACH TO PROMOTE ENVIRONMENTAL SUSTAINABILITY

HELEN BRITO

GERENTE DE RELAÇÕES INSTITUCIONAIS DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE RECICLAGEM DE ELETROELETRÔNICOS E ELETRODOMÉSTICOS (ABREE)
INSTITUTIONAL RELATIONS MANAGER AT THE BRAZILIAN ASSOCIATION FOR RECYCLING OF ELECTRONICS AND APPLIANCES (ABREE)



Foto: Divulgação

A logística reversa é uma estratégia fundamental na gestão moderna de cadeias de suprimentos, envolvendo o retorno de produtos, materiais e resíduos do consumidor ao ponto de origem, visando à reciclagem, à reutilização ou ao descarte adequado. Ao contrário da logística convencional, que se concentra na distribuição de produtos do fabricante ao consumidor, a logística reversa destaca-se por sua preocupação ambiental em toda a cadeia produtiva.

Um dos principais benefícios desse processo é a significativa redução do impacto ambiental. Ao recuperar e reciclar materiais, contribui para diminuição da quantidade de resíduos destinados a aterros sanitários, reduzindo assim a poluição do solo, da água e do ar, além de minimizar o uso de recursos naturais finitos.

Além disso, a logística reversa promove a conscientização ambiental entre empresas e consumidores. Ao implementar programas de devolução de produtos ou iniciativas de reciclagem, as empresas demonstram seu compromisso com a sustentabilidade, construindo uma reputação positiva e fortalecendo a fidelidade dos clientes. Os consumidores, por sua vez, tornam-se mais conscientes de suas escolhas de consumo e do impacto ambiental de suas ações.

Para alcançar o sucesso na implementação da logística reversa é essencial uma abordagem cuidadosa e colaborativa entre diversos stakeholders, incluindo empresas, governos e organizações da sociedade civil. Portanto, a logística reversa emerge como uma estratégia imprescindível para promover a sustentabilidade ambiental, incentivando a economia circular e o uso responsável dos recursos naturais. ■■

Reverse logistics is a critical strategy in modern supply chain management, involving the return of products, materials, and waste from consumers to the point of origin, aiming for recycling, reuse, or proper disposal. Unlike conventional logistics, which focuses on distributing products from manufacturer to consumer, reverse logistics stands out for its environmental concern throughout the production chain.

One of the main benefits of this process is significant reduction of environmental impact. By recovering and recycling materials, it helps reduce the amount of waste sent to landfills, thereby decreasing soil, water, and air pollution, as well as minimizing the use of finite natural resources.

Additionally, reverse logistics promotes environmental awareness among businesses and consumers. By implementing product return programs or recycling initiatives, companies demonstrate their commitment to sustainability, building a positive reputation and enhancing customer loyalty. Consumers, in turn, become more mindful of their consumption choices and the environmental impact of their actions.

To achieve success in implementing reverse logistics, a careful and collaborative approach among various stakeholders is essential, including businesses, governments, and civil society organizations. Therefore, reverse logistics emerges as a crucial strategy to promote environmental sustainability, encouraging circular economy practices and responsible use of natural resources. ■■

PROMOVENDO A SUSTENTABILIDADE: ALTERNATIVAS PARA O ACESSO A ELETRODOMÉSTICOS EFICIENTES

PROMOTING SUSTAINABILITY: ALTERNATIVES FOR
ACCESSING EFFICIENT APPLIANCES

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

*PRESIDENT AT THE NATIONAL ASSOCIATION OF MANUFACTURERS OF
HOUSEHOLD PRODUCTS (ELETROS)*



Foto: Divulgação

A transição energética para uma matriz mais limpa e sustentável é uma necessidade premente em todo o mundo, e o Brasil não é exceção.

A dependência de combustíveis fósseis e a emissão de gases de efeito estufa têm impulsionado a busca por fontes de energia renováveis e processos industriais mais limpos.

No entanto, essa transição não pode ser alcançada apenas por meio da geração de energia. Também é importante considerarmos o consumo final e a eficiência dos produtos eletrodomésticos nessa equação.

A indústria nacional oferece uma gama crescente de produtos mais eficientes em termos de consumo de água e energia, mas a população brasileira muitas vezes enfrenta dificuldades para acessá-los.

Uma política de estímulo construída pelo governo e indústria é a solução para superarmos esse obstáculo. E existem diversos modelos possíveis, como incentivos fiscais, programas de troca, subsídios para famílias de baixa renda e até campanhas públicas de conscientização sobre os benefícios ambientais e econômicos desses produtos.

A implementação dessas medidas não apenas promoverá a adoção de práticas mais sustentáveis pela população, mas também impulsionará a indústria nacional a investir ainda mais em inovação e tecnologia verde.

É fundamental que o Brasil não apenas estabeleça regulamentações robustas de eficiência energética, mas também implemente medidas que incentivem o acesso a produtos eletroeletrônicos mais eficientes.

Somente assim será possível alcançar verdadeiros avanços na promoção da sustentabilidade e na redução do consumo de energia no País. ■■

The energy transition towards a cleaner and more sustainable matrix is an urgent necessity worldwide, and Brazil is no exception.

Dependence on fossil fuels and the emission of greenhouse gases have driven the search for renewable energy sources and cleaner industrial processes.

However, this transition cannot be achieved solely through energy generation. It is also crucial to consider the final consumption and efficiency of household appliances in this equation.

The national industry offers a growing range of products that are more efficient in terms of water and energy consumption, but the Brazilian population often faces challenges in accessing them.

A policy of stimulation built by the government and industry is the solution to overcoming this obstacle. There are various possible models, such as tax incentives, trade-in programs, subsidies for low-income families, and even public awareness campaigns about the environmental and economic benefits of these products.

Implementing these measures will not only promote the adoption of more sustainable practices by the population but also drive the national industry to further invest in innovation and green technology.

It is essential for Brazil not only to establish robust energy efficiency regulations but also to implement measures that encourage access to more efficient electro-electronic products.

Only then will true progress be possible in promoting sustainability and reducing energy consumption in the country. ■■

OU A MODERNIZAÇÃO DO ESTADO OU A MEDIOCRIDADE

OR THE MODERNIZATION OF THE STATE, OR MEDIOCRITY

ANDRÉ SACCONATO

ASSESSOR ECONÔMICO DA FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO DO ESTADO DE SÃO PAULO (FECOMERCIOSP)

ECONOMIC ADVISOR AT THE FEDERATION OF COMMERCE OF GOODS, SERVICES AND TOURISM OF THE STATE OF SÃO PAULO (FECOMERCIOSP)



Foto: Divulgação

Nos últimos anos, o Brasil vem sofrendo com baixo crescimento. Para se ter uma ideia, costumamos chamar os anos 1980 de “década perdida”, porque a média de crescimento daquele período foi de 1,6%. No entanto, entre 2010 e 2020, o crescimento foi de 0,6%.

Só existe um caminho para o desenvolvimento: aumento de produtividade – como ocorrido na Coreia do Sul, em Singapura, Hong Kong, Taiwan e, até, na China. Obviamente, esse processo passa pela educação, mas é um plano para o longo prazo. E o que é preciso fazer agora? Reformas que modernizem o Estado. Em comum a todos os casos de sucesso, destaca-se a abertura comercial para integrar a economia às cadeias produtivas mundiais.

Além disso, é necessário aumentar o nível de investimento da economia, o qual deve provir do setor privado. O problema é que, nesse período, a carga tributária passou de 25% para 34% do Produto Interno Bruto (PIB), enquanto os gastos públicos atingiram 40% desse PIB (considerando juros). Essa expansão estatal se deu pelo aumento das despesas correntes (sem preocupação com a eficiência), afetando a taxa de investimento, a produtividade e, conseqüentemente, a capacidade de crescimento do País.

Não conseguimos, ainda, sair da condição de renda média para alta, como outros países fizeram. Para isso, é necessário modernizar o Estado, por meio da Reforma Administrativa e da abertura comercial. Caso contrário, estaremos condenados à mediocridade. ■■

In recent years, Brazil has been suffering from low growth. To give an idea, we often refer to the 1980s as the “lost decade” because the average growth rate during that period was 1.6%. However, between 2010 and 2020, growth was only 0.6%.

There is only one path to development: increasing productivity – as seen in South Korea, Singapore, Hong Kong, Taiwan, and even China. Obviously, this process involves education, but it is a long-term plan. What needs to be done now? Reforms that modernize the State. A common factor in all successful cases is the opening of trade to integrate the economy into global production chains.

Moreover, it is necessary to increase the level of investment in the economy, which should come from the private sector. The problem is that during this period, the tax burden has increased from 25% to 34% of Gross Domestic Product (GDP), while public spending has reached 40% of GDP (considering interest payments). This expansion of the state has been driven by rising current expenditures (without concern for efficiency), affecting investment rates, productivity, and consequently, the country's growth potential.

We have not yet managed to transition from a middle-income to a high-income status, as other countries have done. To achieve this, it is necessary to modernize the State through Administrative Reform and trade openness. Otherwise, we will be condemned to mediocrity. ■■

VAREJISTAS, A LOGÍSTICA REVERSA PRECISA DE VOCÊS

RETAILERS, THE REVERSE LOGISTICS NEEDS YOU

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



Foto: Divulgação

Assim como fabricantes, importadores e distribuidores de eletrônicos, varejistas também são responsáveis pela destinação do que comercializam. Suas obrigações estão previstas no Decreto 10.240/20 e na legislação da PNRS (Política Nacional de Resíduos Sólidos).

O comércio, além de participar do ciclo de vida dos itens, é o principal ponto de contato com o consumidor. As lojas devem ajudar a conscientizar e provocar a população para o descarte correto, que acontece, inclusive, nesses ambientes, com a instalação de PEVs (Pontos de Entrega Voluntária).

Mas temos muito a evoluir. Algumas redes ainda não disponibilizaram espaços para essa finalidade, enquanto outras, mesmo com coletores instalados, não investiram na comunicação, prejudicando o resultado coletivo. Para que funcione, os consumidores precisam conhecer e ter fácil acesso ao local de entrega.

Convido, então, o varejo brasileiro (quem ainda está de fora) a integrar efetivamente esse ciclo. Os benefícios socioambientais são os principais, mas também é uma ação vantajosa para a reputação da marca. O cidadão já está cobrando medidas verdadeiras de sustentabilidade.

Temos atingido as metas estabelecidas pela lei, mas, sendo realista, está cada vez mais difícil. A cobrança cresce exponencialmente, ano a ano, e a participação de todos os elos da economia circular é o segredo para a engrenagem continuar funcionando. Vamos nessa? ■■

In addition to manufacturers, importers, and consumer electronics distributors, retailers are responsible for the disposal of what they sell. Their obligations are outlined in Decree 10,240/20 and the National Solid Waste Policy (PNRS).

Retail not only participates in the lifecycle of products but is also the primary point of contact with consumers. Stores must help raise awareness and encourage the population to dispose of items correctly, which can even occur in these environments through the installation of Voluntary Drop-off Points (PEVs).

However, there is still much room for improvement. Some networks have yet to provide spaces for this purpose, and even those with collection points installed have not invested in communication, hindering collective results. For the system to work, consumers need to know and have easy access to drop-off locations.

I invite Brazilian retailers (those still outside) to effectively integrate into this cycle. The socio-environmental benefits are significant, and it is also advantageous for brand reputation. Citizens are already demanding genuine sustainability measures.

We have been meeting the targets set by the law, but to be realistic, it is becoming increasingly challenging. The pressure grows exponentially year by year, and the participation of all links in the circular economy is key to keeping the system functioning. Are you ready to join us? ■■

EXPANSÃO DO PROGRAMA ZONA FRANCA DE PORTAS ABERTAS

EXPANSION OF THE ZONA FRANCA OPEN DOORS PROGRAM

BOSCO SARAIVA

SUPERINTENDENTE DA ZONA FRANCA DE MANAUS (SUFRAMA)

SUPERINTENDENT AT THE MANAUS FREE TRADE ZONE (SUFRAMA)



Foto: Divulgação

Coordenado pela Suframa em parceria com empresas do Polo Industrial de Manaus e institutos de pesquisa, desenvolvimento e inovação que atuam na região, o programa Zona Franca de Portas Abertas tem se destacado cada vez mais por oferecer opções de visitas monitoradas a plantas fabris que integram o modelo Zona Franca de Manaus.

A partir deste ano, o segmento eletroeletrônico – o mais expressivo do PIM em participação de faturamento e geração de empregos, considerando também as empresas que produzem bens de informática – passou a ser representado na iniciativa por meio, especialmente, da atuação da Samsung Eletrônica da Amazônia. No primeiro semestre, ela abriu suas portas em duas ocasiões para receber representantes da Associação Brasileira de Agências de Viagens e alunos da Fundação Bradesco – Escola de Manaus.

Essas visitas ajudaram a divulgar o portfólio de produtos da empresa, como celulares, smartwatches, buds, tablets, condicionadores de ar, televisores e monitores, e a apresentar as complexas tecnologias e os procedimentos de qualidade envolvidos nos processos fabris, com utilização, inclusive, de robôs autônomos.

Permitiram, também, a divulgação de programas e ações de assistência aos milhares de colaboradores que atuam na unidade, demonstrando o esforço da Samsung em tentar humanizar cada vez mais as relações com seu corpo de trabalhadores.

Diante do seu crescimento, o Zona Franca de Portas Abertas assumiu status de programa institucional da Suframa em janeiro deste ano. E a expectativa é que mais empresas do PIM possam aderir ao programa e encorpar essa iniciativa da autarquia. ■■

Coordinated by SUFRAMA in partnership with companies from the Manaus Industrial Pole and research, development, and innovation institutes operating in the region, the Zona Franca de Portas Abertas program has increasingly stood out for offering guided tours to manufacturing plants integrated into the Manaus Free Trade Zone model.

Starting this year, the household appliances segment – the most significant in terms of revenue and job generation within the Industrial Pole of Manaus (PIM), including companies producing IT goods – began to be represented in the initiative, particularly through the involvement of Samsung Eletrônica da Amazônia. In the first semester, Samsung opened its doors on two occasions to welcome representatives from the Associação Brasileira de Agências de Viagens e alunos da Fundação Bradesco – Escola de Manaus (Brazilian Association of Travel Agencies and students from the Bradesco Foundation – Manaus School).

These visits helped to promote the company's product portfolio, such as cell phones, smartwatches, buds, tablets, air conditioners, televisions, and monitors, and showcased the complex technologies and quality procedures involved in manufacturing processes, including the use of autonomous robots.

They also facilitated the promotion of programs and actions to assist the thousands of employees working at the facility, demonstrating Samsung's efforts to increasingly humanize relationships with its workforce.

Due to its growth, the Zona Franca de Portas Abertas program attained institutional status at SUFRAMA in January of this year. The expectation is that more companies from the PIM will join the program and contribute to this initiative of the autarchy. ■■

INTERNATIONAL

TRADESHOW

17 A 19 DE JUNHO DE 2025
CITIBANAMEX - CIDADE DO MÉXICO
WWW.LATINAMERICANELECTRONICS.MX

20.000 M²

+600 EXPOSITORES

PRINCIPAIS MERCADOS
MÉXICO, AMÉRICA LATINA

USD \$467 BILHÕES
EM BENS IMPORTADOS AVALIADOS
NO MÉXICO

VIP BUYERS PROGRAM
REUNIÕES PRÉ-AGENDADAS

UM CENTRO DE CONEXÕES
PARA A REGIÃO



O PALCO DAS ÚLTIMAS
TENDÊNCIAS E INOVAÇÕES:
LATIN AMERICAN ELECTRONICS 2025
SUA FONTE DE NEGÓCIOS!

Contato:
Tel: +55 11 3197-4949
WhatsApp: +55 11 95304-2187
comercial@grupoetrolar.com.br

LATIN AMERICAN ELECTRONICS MÉXICO

SUA PORTA DE ENTRADA PARA NOVOS MERCADOS

O Grupo Eletrolar expande horizontes e anuncia a estreia da Latin American Electronics Mexico em 2025. Será um marco histórico no cenário de feiras de negócios internacionais.

Após 17 anos de sucesso da Eletrolar Show & Latin American Electronics no Brasil, essa expansão reforça nosso compromisso de conectar mercados e fomentar o intercâmbio comercial em toda a América Latina.

DESCUBRA O POTENCIAL DO MERCADO MEXICANO

✓ CONECTIVIDADE SEM LIMITES

A LAE reúne mais de 600 expositores e 20.000 visitantes, criando o ambiente perfeito para você expandir sua rede de contatos, fechar grandes negócios e gerar novas oportunidades.

✓ CONECTE-SE COM O PODER DE COMPRA

A LAE reúne tomadores de decisão das principais empresas do mercado, facilitando a prospecção de novos clientes e a concretização de negócios.

✓ VISIBILIDADE GLOBAL

Oportunidade única para que empresas apresentem suas soluções inovadoras a um público internacional, altamente qualificado e em busca de novidades.

✓ ACELERADO: MARKET GROWTH

Avaliado em US\$ 94,8 bilhões em 2023, o mercado mexicano de eletrônicos está em rápida expansão, abrindo uma gama de oportunidades para empresas B2B.

PRINCIPAIS CATEGORIAS DE EXPOSIÇÃO

ELETRDOMÉSTICOS · CASA INTELIGENTE · COMUNICAÇÃO E CONECTIVIDADE · ÁUDIO E VÍDEO
INFORMÁTICA E GAMES · LINHA BRANCA · ELETROELETRÔNICOS · MOBILIDADE · SMARTPHONES · FITNESS
SAÚDE E BEM-ESTAR · UTILIDADES DOMÉSTICAS · ILUMINAÇÃO

CONQUISTE O MERCADO MEXICANO
LATIN AMERICAN ELECTRONICS É A CHAVE DO SEU SUCESSO!
JUNTE-SE A NÓS EM 2025!

eletrolarshow

ALL CONNECTED

A MAIOR FEIRA DE NEGÓCIOS ENTRE A INDÚSTRIA E O VAREJO DE ELETRODOMÉSTICOS, ELETROELETRÔNICOS, CELULARES, TI, MOBILIDADE ELÉTRICA, GAMER, ACESSÓRIOS, IOT, HARDWARE, ILUMINAÇÃO, MÓVEIS E UTILIDADES DOMÉSTICAS DA AMÉRICA LATINA.



**AS GRANDES MARCAS
DA AMÉRICA LATINA
ESPERAM POR VOCÊ!**

**DE 15 A 18 JULHO DE 2024
SÃO PAULO - SP - BRASIL**

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
INDUSTRIAL**
International Trade Show

**LIGHTING
SHOW**
LUMINA BRASIL

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

ORGANIZAÇÃO
Grupo
eletrolar
SUA CONEXÃO

REALIZAÇÃO
azuloplay
Feiras & Eventos

SENA PARTNER
ELETROLAR
2024