

# ELETROLAR

REVISTA DE NEGÓCIOS PARA A INDÚSTRIA E O VAREJO DE ELETROELETRÔNICOS, ELETRODOMÉSTICOS, CELULARES, TI E UD

# NEWS

EDITORA  
C&C

## RUMO A 2025

*Towards 2025: New events + more business*

## NOVOS EVENTOS + MAIS NEGÓCIOS

- CONVENÇÃO BRAZIL MOBILE (CBM)  
CONVENTION BRAZIL MOBILE
- ELETROCAR SHOW / MOBILIDADE ELÉTRICA  
ELETROCAR SHOW / ELECTRIC MOBILITY
- 18ª ELETROLAR SHOW
- LATIN AMERICAN ELECTRONICS
- LATIN AMERICAN ELECTRONICS MÉXICO
- ELECTRONICS HOME &  
LATIN AMERICAN ELECTRONICS ARGENTINA

**AIR-CONDICIONADO E VENTILADORES**  
**ALTA DEMANDA PARA O VERÃO 2024/2025**

*AIR CONDITIONING AND FANS*  
*High demand for summer 2024/2025*



## REDE CAZA

**A união estratégica de 120 lojas**  
*The strategic union of 120 stores*

**Entrevista Exclusiva**  
*Exclusive interview*

**Panasonic**

M

A



O MELHOR DA  
TECNOLOGIA JAPONESA  
NO TOQUE DE UM BOTÃO.

G

C



**JAPAN QUALITY**  
CONFIÁVEL HÁ MAIS DE 100 ANOS

# VENTILADORES **BRITANIA**

QUEM TEM  
NÃO *ESQUENTA*



**Potência, silêncio e a praticidade** que o seu cliente merece nos dias quentes!



**Conheça a linha completa**  
de ventiladores Britânia.

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

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

**BRITÂNIA**  
Para Britanizar sua vida



+ ECONOMIA



A **Philco** possui uma ampla linha de produtos, desde modelos split inverter até unidades cassete, piso teto e portáteis, cobrindo capacidades de 9 mil a 60 mil BTUs para atender a diversas necessidades e ambientes.

Nova linha de  
Ar-Condicionado



@philcobrasil



@philcobr



/philcobr

# CONFORTO

que você sente

# BEM-ESTAR

que você vive.



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

Imagem meramente ilustrativa.

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**  
TUM BOMAS QUE DA A PHILCO PRA TUA VOCE

# MONDIAL - Portáteis



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

Linha Cozinha | Ventilação | Linha Lar | Cuidados Pessoais



**MONDIAL - A ESCOLHA INTELIGENTE**

# aiwa - Eletrônicos



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

**QUEM CONHECE  
QUER PRA SEMPRE**



**aikawa**  
JAPANESE TECHNOLOGY SINCE 1951

#acompanhasua**vida**

*Fischer*

ACOMPANHA  
SUA **VIDA**



**NOVOS PRODUTOS  
DA LINHA**

*Gran Cheff*

[fischer.com.br](http://fischer.com.br)

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

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

DESIGN, MODERNIDADE  
E PRATICIDADE PARA  
TODOS OS PROJETOS.

FOGÃO DE EMBUTIR 5 BOCAS  
TRIPLA CHAMA GRAN CHEFF  
COM AIR FRYER

É FOGÃO,  
É FORNO,  
É AIR FRYER!

COM TRIPLA CHAMA DE  
3.750W, FORNO ELÉTRICO  
E GRATINADOR.



FOGÃO DE EMBUTIR  
4 BOCAS GRAN CHEFF GÁS

MAIS ESPAÇO  
NA COZINHA!  
FOGÃO E FORNO EM  
UM ÚNICO PRODUTO.



ACENDIMENTO AUTOMÁTICO  
TOTAL DE FÁCIL MANUSEIO;



VIDRO DUPLO PARA MAIS  
SEGURANÇA E ISOLAMENTO  
DE CALOR;



DOURADOR PARA FINALIZAR  
RECEITAS PERFEITAMENTE.



**Fischer**

*Aqueça suas vendas com a  
Linha de fornos Suggar!*



FORNO DE EMBUTIR  
50 LITROS



FORNO DE BANCADA  
66 LITROS



FORNO DE BANCADA  
42 E 50 LITROS

*Um modelo para cada necessidade*

Surpreenda seus clientes com a **linha de fornos Suggar**. Combinando beleza, tecnologia e eficiência em cada detalhe, trazem um design moderno e funcionalidades que realmente fazem a diferença. Seus clientes vão se encantar com os resultados!

CONHEÇA MAIS



**SUGGAR**

# SUMÁRIO

## ELETROLAR NEWS

EDIÇÃO 162

SUMMARY EDITION 162

pág. **28** **MATÉRIA DE CAPA**  
**REDE CAZA**

*Central de negócios amplia o poder de compra e a oferta de preços melhores.*

*COVER STORY / REDE CAZA*

*Business center increases purchasing power and offers better prices.*

pág. **68** **COBERTURA**  
**17ª ELETROLAR SHOW**

*COVERAGE OF THE 17<sup>TH</sup> ELETROLAR SHOW*

**ENTREVISTAS DOS EXPOSITORES**  
*INTERVIEWS WITH EXHIBITORS* ..... **72**

**PALESTRAS / LECTURES** ..... **318**

**DEPOIMENTOS DOS COMPRADORES**  
*TESTIMONIALS FROM BUYERS* ..... **330**

**LATIN AMERICAN ELECTRONICS E**  
**LATIN AMERICAN HOUSEWARES** ..... **346**

**EDITORIAL** ..... **20**

### **PÁGINAS VERDES**

**HÄNDZ: MATÉRIAS-PRIMAS NATURAIS NOS**  
**ELETROELETRÔNICOS**

**GREEN PAGES – HÄNDZ: NATURAL RAW**  
**MATERIALS IN ELECTRONICS** ..... **22**

### **À ESPERA DO VERÃO**

**CATEGORIA DE AR-CONDICIONADO ENTRA**  
**NA MELHOR TEMPORADA**

*WAITING FOR SUMMER – AIR CONDITIONING*  
*CATEGORY ENTERS ITS BEST SEASON* ..... **40**

### **RUMO A 2025**

**NOVOS EVENTOS DO GRUPO ELETROLAR ALL**  
**CONNECTED**

*TOWARDS 2025 – NEW EVENTS FROM THE*  
*ELETROLAR ALL CONNECTED GROUP* ..... **60**

**CONVENÇÃO BRAZIL MOBILE (CBM)**  
*CONVENTION BRAZIL MOBILE* ..... **64**

**ELETROCAR SHOW/MOBILIDADE ELÉTRICA**  
*ELETROCAR SHOW/ELECTRIC MOBILITYS* ..... **364**

### **DOSSIÊ – VENTILADORES**

**VENDA GARANTIDA NA ÉPOCA MAIS QUENTE DO ANO**

*DOSSIER / FANS*  
*GUARANTEED SALES DURING THE HOTTEST*  
*TIME OF THE YEAR* ..... **380**

### **ARTIGOS – ARTICLES**

**ABCOMM** ..... **388**

**ABRADISTI** ..... **389**

**ABRASA** ..... **390**

**ABREE** ..... **391**

**ELETROS** ..... **392**

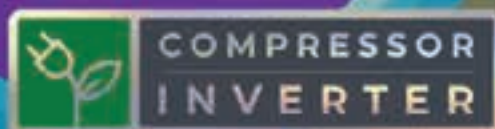
**FECOMERCIO SP** ..... **393**

**GREEN ELETRON** ..... **394**

**SUFRAMA** ..... **395**

ROC35 PRO

A geladeira  
mais econômica  
do Brasil.\*



CONSUMO  
MAIS EFICIENTE,  
PODE COMPARAR!

Única linha da categoria\*\*  
com compressor Inverter.

Mais economia para o cliente,  
Mais impacto nas suas vendas!



Foto: mensurante ilustrativa. © 2023 Esmaltec



Aponte a câmera para o  
QR CODE ao lado e confira  
mais detalhes sobre a  
linha Inverter.

#economizabrasil

**Esmaltec**  
ELETRODOMESTICOS

Uma empresa do

**GEO**  
Grupo  
Edson Queiroz

ALQ 0108

# LIQUIDIFICADOR PORTÁTIL

## Amvox

Prepare suas misturas favoritas e desfrute direto do copo! Com capacidade para 580ml, potência de 220w e bateria de longa duração, o Liquidificador Portátil Amvox é a solução perfeita para quem busca praticidade na palma das mãos.



Tritura gelo e polpa de frutas



IPX7  
Proteção à prova d'água



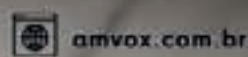
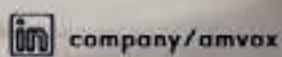
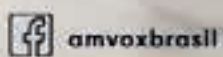
Tampa abre fácil



Carregador magnético



Leia o QR Code para visualizar o produto em realidade aumentada.



ACA 1200  
**PARTY VOX**  
ELITE

A caixa de som com a potência que você sempre sonhou.  
Com a Party Vox Elite, suas festas serão inesquecíveis.



2 Woofers  
de 6,5"



Rádio FM



2 Tweeters  
de 2,5"



CHIP AX1  
Melhora qualidade  
sonora, potência  
e bateria



Leia o QR Code para  
visualizar o produto  
em realidade aumentada.

**Amvox**  
NO SEU RITMO

Compartilhamos com você, nesta edição, a cobertura da 17ª Eletrolar Show, que os expositores classificaram como a mais produtiva feira já realizada para o segmento de eletros. E antecipamos a nossa programação para 2025. Damos a partida com o Convention Brazil Mobile, que tem foco exclusivamente no mercado mobile. Outra novidade é a Eletrocar Show, um marco no setor de mobilidade elétrica na América Latina, que será realizada em paralelo à Eletrolar Show 2025. Nas páginas de **Eletrolar News 162**, estão todas as informações sobre os inúmeros negócios que os eventos oferecem.

Na matéria de capa, está a Rede Caza, que teve a boa ideia de unir varejistas do mesmo segmento para criar uma central de negócios, visando concorrer com as grandes redes. Nas Páginas Verdes, outra ideia que deu certo, assinada pela Händz Brasil: a fabricação de eletrônicos com matérias-primas naturais, como bambu, grão de café e fibras de vidro. E como os dias quentes se aproximam, trazemos as novidades em aparelhos de ar-condicionado. O Dossiê, por sua vez, tem como personagens os ventiladores, hoje muito mais silenciosos e econômicos.

Bons negócios!

*In this edition, we share with you the coverage of the 17th Eletrolar Show, which exhibitors classified as the most productive fair ever held for the electronics segment. And we are bringing forward our schedule for 2025. We are kicking off with the Brazil Mobile Convention, which focuses exclusively on the mobile market. Another new feature is the Eletrocar Show, a milestone in the electric mobility sector in Latin America, which will be held in parallel with the Eletrolar Show 2025. The pages of **Eletrolar News 162** contain all the information about the countless businesses that the events offer.*

*The cover story is Rede Caza, which had the good idea of bringing together retailers from the same segment to create a business center, aiming to compete with the large chains. In the Green Pages, another idea that worked, signed by*



**Carlos Clur**

*Händz Brasil: the manufacture of electronics with natural raw materials, such as bamboo, coffee beans and fiberglass. And as the warmer days are approaching, we bring you the latest in air conditioning units. The Dossier, in turn, features fans, which are now much quieter and more economical.*

Good business!

CEO & Publisher - Carlos Clur - clur@grupoeltrolar.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 Caravaggio

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.grupoeltrolar.com commercial@grupoeltrolar.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

# 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 Inteligente



Transforma Qualquer TV em Smart

4K

4K Ultra HD



Bluetooth 5.0

AndroidTV |  Ok Google

  
**VIVENSIS**  
Care technology

# PÁGINAS VERDES

GREEN PAGES

PENSE VERDE, RESPONSABILIDADE & SUSTENTABILIDADE

## Green Talk

Por / by Leda Cavalcanti

### HÄNDZ BRASIL

### DE MÃOS DADAS COM A NATUREZA

HAND IN HAND WITH NATURE



**RODRIGO LACERDA ANDRÉ,**  
CEO

#### Sobre /About

Formado em comércio exterior, Rodrigo Lacerda André, 39 anos, trabalhou por bom tempo em empresas multinacionais, como a ExxonMobil, sobretudo na área de trade marketing. Há 13 anos, recebeu uma proposta para mudar de emprego e optou por comprar uma passagem para a China. Partiu para o empreendedorismo muito com base no seu estilo de vida, mais ligado à natureza, que se reflete na escolha de praticar esportes ao ar livre, como surf e mountain bike. Há cinco anos e meio, criou a Händz Brasil, com sede em Curitiba (PR), com o objetivo de aliar tecnologia às práticas sustentáveis.

Rodrigo Lacerda André, 39, has a degree in foreign trade and worked for a long time in multinational companies such as ExxonMobil, mainly in trade marketing. Thirteen years ago, he received an offer to change jobs and decided to buy a ticket to China. He became an entrepreneur based on his lifestyle, which is more connected to nature, which is reflected in his choice to practice outdoor sports, such as surfing and mountain biking. Five and a half years ago, he created Händz Brasil, headquartered in Curitiba (PR), with the goal of combining technology with sustainable practices.

**“O futuro do uso de materiais naturais em escala industrial é promissor, mas apresenta desafios que precisam ser superados. A tendência é que a tecnologia e a inovação continuem a evoluir, permitindo que o uso de materiais sustentáveis se torne cada vez mais viável e eficiente.”**

*“The future of using natural materials on an industrial scale is promising, but it presents challenges that need to be overcome. The trend is for technology and innovation to continue to evolve, allowing the use of sustainable materials to become increasingly viable and efficient.”*

A Händz Brasil atua na fabricação de produtos eletrônicos com matérias-primas naturais, como bambu, madeira, grãos de café, algodão, fibras de trigo e de cânhamo, que é uma derivação do caule da cannabis. Utiliza, também, garrafas PET. Os mais de 40 produtos são concebidos no Brasil e fabricados em várias empresas na China. Rodrigo Lacerda André, CEO da empresa, aliou a profissão – pois de certa forma continua atuando no comércio exterior – à vontade de contribuir para um mundo mais sustentável.

Entre os produtos de maior receptividade da Händz Brasil estão cabos, carregadores, fones de ouvido e caixas de som. Para além da comercialização B2C e B2B, a marca quer, também, se consolidar no mercado de brindes sustentáveis. Para tanto, produz versões personalizadas para organizações que desejam presentear clientes e parceiros. Dentre as empresas atendidas nessa frente estão marcas como Coca-Cola e iFood.

#### **PÁGINAS VERDES – DESDE SEU INÍCIO, A EMPRESA FOI VOLTADA À SUSTENTABILIDADE?**

**RODRIGO LACERDA ANDRÉ** – A Händz começou a ser criada em 2017, porém ela só veio ao mercado em 2019. Desde o início, a empresa teve um foco em sustentabilidade, combinando tecnologia com materiais biodegradáveis e recicláveis para criar produtos eletrônicos ecologicamente corretos. Quando eu criei a marca, quis fugir um pouco do comum e colocar um branding voltado ao lifestyle a que eu estou acostumado, que é esporte e natureza. Sempre tive um interesse significativo pelo tema da sus-

*Händz Brasil manufactures electronic products using natural raw materials such as bamboo, wood, coffee beans, cotton, wheat fibers and hemp, which is a derivative of the cannabis stem. It also uses PET bottles. Its more than 40 products are designed in Brazil and manufactured in several companies in China. Rodrigo Lacerda André, the company's CEO, combined his profession – since he continues to work in foreign trade in a certain way – with his desire to contribute to a more sustainable world.*

*Among the products that have been most well-received by Händz Brasil are cables, chargers, headphones and speakers. In addition to B2C and B2B sales, the brand also wants to establish itself in the sustainable gifts market. To this end, it produces customized versions for organizations that wish to give gifts to customers and partners. Among the companies served in this area are brands such as Coca-Cola and iFood.*

#### **PÁGINAS VERDES (GREEN PAGES) – HAS THE COMPANY FOCUSED ON SUSTAINABILITY SINCE ITS INCEPTION?**

**RODRIGO LACERDA ANDRÉ** – Händz was created in 2017, but it only came to market in 2019. From the beginning, the company has focused on sustainability, combining technology with biodegradable and recyclable materials to create environmentally friendly electronic products. When I created the brand, I wanted to get away from the ordinary and use a branding focused on the lifestyle I am used to, which is sports and nature. I have always been very interested in the topic of sustainability. The creation



tentabilidade. A criação da Händz foi motivada pela vontade de oferecer produtos que não apenas atendessem às necessidades tecnológicas dos consumidores, mas que também tivessem um impacto ambiental positivo.

### **PV – QUAL É A PRODUÇÃO ANUAL DA EMPRESA?**

**RLA** – A produção anual, entre todos os produtos, supera os 100 mil itens. Hoje, trabalhamos com mais de 12 fábricas fora do Brasil. No País, nosso escritório conta com 10 pessoas.

### **PV – QUAIS SÃO OS PRINCIPAIS PRODUTOS DA HÄNDZ?**

**RLA** – Hoje, nossos principais produtos são os cabos feitos com garrafa PET, fones produzidos com fibra de trigo e carregadores feitos com bambu, entre outros. Estamos sempre inovando no mercado de acessórios para dispositivos móveis, oferecendo produtos com design arrojado e elaborados com materiais sustentáveis e biodegradáveis, como bambu, grãos de café, fibras de trigo, garrafa PET, plástico reciclado e até cânhamo, que é a fibra da cannabis. Sempre nos destacamos pela inovação e pelo compromisso com a redução do lixo eletrônico e a promoção de uma economia circular. Cada matéria-prima vem de um lugar e sempre com um relatório de rastreabilidade.

### **PV – A CAIXA DE SOM FEITA COM GRÃOS DE CAFÉ, LANÇADA NA ELETROLAR SHOW, TEM O MESMO DESEMPENHO DO PRODUTO TRADICIONAL?**

**RLA** – A nossa caixa Händz Espresso, feita com grãos de café e cortiça, foi um sucesso. Desde a embalagem até a qualidade do som, não deixa a desejar para nenhuma caixa de som do mercado, com potência de 10 W. O café é uma das bebidas mais populares do mundo, mais de

of Händz was motivated by the desire to offer products that not only met the technological needs of consumers, but that also had a positive environmental impact.

### **PV – WHAT IS THE COMPANY'S ANNUAL PRODUCTION?**

**RLA** – Annual production, across all products, exceeds 100,000 items. Today, we work with more than 12 factories outside Brazil. In Brazil, our office has 10 people.

### **PV – WHAT ARE HÄNDZ'S MAIN PRODUCTS?**

**RLA** – Today, our main products are cables made from PET bottles, headphones made from wheat fiber and chargers made from bamboo, among others. We are always innovating in the mobile device accessories market, offering products with bold designs and made from sustainable and biodegradable materials, such as bamboo, coffee beans, wheat fibers, PET bottles, recycled plastic and even hemp, which is the fiber of cannabis. We have always stood out for our innovation and our commitment to reducing electronic waste and promoting a circular economy. Each raw material comes from a different place and always with a traceability report.

### **PV – DOES THE SPEAKER MADE FROM COFFEE BEANS, LAUNCHED AT THE ELETROLAR SHOW, HAVE THE SAME PERFORMANCE AS THE TRADITIONAL PRODUCT?**

**RLA** – Our Händz Espresso speaker, made from coffee beans and cork, was a success. From the packaging to the sound quality, it is second to none when compared to any other speaker on the market, with a power of 10 W. Coffee is one of the most popular beverages in the world, with over 2 billion cups consumed daily, generating millions of tons of waste. With what we do, no matter how small our share, we can reuse the coffee grounds and transform them into an extremely high-quality product with incredible sound.

**“A criação da Händz foi motivada pela vontade de oferecer produtos que não apenas atendessem às necessidades tecnológicas dos consumidores, mas que também tivessem um impacto ambiental positivo.”**

*“The creation of Händz was driven by the desire to provide products that not only meet the technological needs of consumers but also have a positive environmental impact.”*

### **PV – WHAT ARE THE BIGGEST BENEFITS THAT THESE PRODUCTS BRING TO THE ENVIRONMENT?**

**RLA** – Händz products bring several benefits to the environment, mainly because they are made from sustainable and recyclable materials. They help reduce dependence on conventional plastics and other non-biodegradable materials, thus reducing the amount of waste that ends up in landfills and the environment. The biggest benefits are waste reduction, lower greenhouse gas emissions, circular economy and low environmental impact.

2 bilhões de xícaras são consumidas diariamente, gerando milhões de toneladas de resíduos. Com o que fazemos, por menor que seja a nossa parcela, conseguimos reaproveitar a borra desse café e transformá-la em um produto de extrema qualidade e com um som incrível.

#### **PV – QUAIS OS MAIORES BENEFÍCIOS QUE ESSES PRODUTOS TRAZEM AO MEIO AMBIENTE?**

**RLA** – Os produtos da Händz trazem diversos benefícios ao meio ambiente, principalmente por serem feitos com materiais sustentáveis e recicláveis. Eles ajudam a reduzir a dependência de plásticos convencionais e outros materiais não biodegradáveis, diminuindo assim a quantidade de resíduos que acabam em aterros sanitários e no meio ambiente. Os maiores benefícios são a redução de resíduos, menor emissão de gases de efeito estufa, economia circular e baixo impacto ambiental.

#### **PV – AS EMBALAGENS TAMBÉM SÃO FEITAS COM MATERIAIS SUSTENTÁVEIS?**

**RLA** – São feitas com materiais recicláveis e sustentáveis. A empresa se preocupa em garantir que todo o processo de produção, incluindo as embalagens, esteja alinhado com seus princípios de sustentabilidade. Isso inclui o uso de materiais reciclados para embalagens e o design, para que possam ser facilmente reciclados após o uso, minimizando ainda mais o impacto ambiental. Esses esforços mostram o compromisso da Händz em criar um futuro mais sustentável, não apenas através de seus produtos, mas em todas as etapas de sua cadeia de produção.

#### **PV – É MAIS DIFÍCIL TRABALHAR COM PRODUTOS NATURAIS?**

**RLA** – Trabalhar com produtos mais naturais e sustentáveis apresenta desafios únicos, mas também oferece muitas oportunidades. Existem alguns desafios para garantir que produtos feitos com materiais naturais tenham a mesma qualidade e durabilidade dos produtos convencionais. Processar materiais naturais pode exigir técnicas e equipamentos especializados, o que, em alguns casos, complica a linha de produção. Porém todas as nossas fábricas estão preparadas e, principalmente, certificadas para fazer esse trabalho.

#### **PV – PRODUTOS “MAIS VERDES” TENDEM A TER PREÇOS ELEVADOS?**

**RLA** – Materiais sustentáveis tendem a ser mais caros que os convencionais devido ao processo de produção, tratamento e transporte mais complexos. O uso de tecnologias verdes e práticas de produção sustentáveis pode elevar os custos operacionais, refletindo no preço final do produto. Porém conseguimos entregar um produto com o mesmo custo de outro que não utiliza os mesmos materiais que a gente. Produtos sustentáveis, frequentemente,



#### **PV – IS THE PACKAGING ALSO MADE FROM SUSTAINABLE MATERIALS?**

**RLA** – It is made from recyclable and sustainable materials. The company takes care to ensure that the entire production process, including the packaging, is aligned with its sustainability principles. This includes using recycled materials for packaging and design, so that it can be easily recycled after use, further minimizing the environmental impact. These efforts show Händz's commitment to creating a more sustainable future, not only through its products, but at every stage of its production chain.

#### **PV – IS IT MORE DIFFICULT TO WORK WITH NATURAL PRODUCTS?**

**RLA** – Working with more natural and sustainable products presents unique challenges, but it also offers many opportunities. There are some challenges in ensuring that products made with natural materials have the same quality and durability as conventional products. Processing natural materials can require specialized techniques and equipment, which, in some cases, complicates the production line. However, all of our factories are prepared and, most importantly, certified to do this work.

têm um valor agregado percebido pelos consumidores, que estão dispostos a pagar um pouco mais por itens que respeitam o meio ambiente, mas, no nosso caso, o preço não se altera em relação ao que existe no mercado.

### **PV – QUANTO DE PLÁSTICO FOI ECONOMIZADO COM O TRABALHO DA HÄNDZ?**

**RLA – Não temos o volume exato. Porém, nesses cinco anos e meio de empresa, calculamos que economizamos 7 toneladas de plástico, 15 toneladas de CO2 e 1 milhão de litros de água.**

### **PV – COMO A EMPRESA ATUA NOS TEMAS SOCIAIS E DE INCLUSÃO?**

**RLA –** A Händz também se envolve em temas sociais e de inclusão, além de sua atuação ambiental. Hoje, estamos trabalhando para finalizar o ciclo completo do produto, desde sua criação até seu descarte. Patrocinamos algumas iniciativas de preservação da natureza e projetos de inclusão social, como a ONG Playing for Change.

### **PV – SERÁ POSSÍVEL, NO FUTURO, TRABALHAR EM ESCALA SOMENTE COM MATERIAIS NATURAIS?**

**RLA –** O futuro do uso de materiais naturais em escala industrial é promissor, mas apresenta desafios que precisam ser superados. A tendência é que a tecnologia e a inovação continuem a evoluir, permitindo que o uso de materiais sustentáveis se torne cada vez mais viável e eficiente. Requer um esforço contínuo em pesquisa, desenvolvimento e inovação. Com o apoio adequado e avanços tecnológicos, será cada vez mais possível trabalhar com materiais naturais de forma eficiente e sustentável, contribuindo para um futuro mais verde e responsável. ■■

### **PV – DO “GREENER” PRODUCTS TEND TO HAVE HIGHER PRICES?**

**RLA –** Sustainable materials tend to be more expensive than conventional ones due to the more complex production, treatment and transportation processes. The use of green technologies and sustainable production practices can increase operational costs, which is reflected in the final price of the product. However, we can deliver a product at the same cost as another that does not use the same materials as us. Sustainable products often have an added value perceived by consumers, who are willing to pay a little more for items that respect the environment, but in our case, the price does not change in relation to what is available on the market.

### **PV – HOW MUCH PLASTIC WAS SAVED THROUGH HÄNDZ’S WORK?**

**RLA –** We don’t have the exact amount, but in the five and a half years we’ve been in business, we estimate that we’ve saved seven tons of plastic, 15 tons of CO2 and 1 million liters of water.

### **PV – HOW DOES THE COMPANY WORK ON SOCIAL AND INCLUSION ISSUES?**

**RLA –** Händz is also involved in social and inclusion issues, in addition to its environmental activities. Today, we are working to complete the entire product cycle, from its creation to its disposal. We sponsor some nature preservation initiatives and social inclusion projects, such as the NGO Playing for Change.

### **PV – WILL IT BE POSSIBLE IN THE FUTURE TO WORK ON A LARGE SCALE USING ONLY NATURAL MATERIALS?**

**RLA –** The future of using natural materials on an industrial scale is promising, but it presents challenges that need to be overcome. The trend is for technology and innovation to continue to evolve, allowing the use of sustainable materials to become increasingly viable and efficient. This requires continuous effort in research, development and innovation. With the right support and technological advances, it will be increasingly possible to work with natural materials in an efficient and sustainable way, contributing to a greener and more responsible future. ■■





# Praticidade Eficiência

**A solução que os seus  
clientes procuram**

De ferramentas, móveis à utilidades  
domésticas, conte com a Tramontina.



**TRAMONTINA**

serçaria para fazer bem feito



**VENDE**

**ME**

**THOSE WHO BUY BETTER SELL MORE**  
The great idea of Rede Caza to unite companies  
with common goals.



**MATÉRIA DE CAPA / REDE CAZA**  
*COVER STORY / REDE CAZA*

por / by **Leda Cavalcanti**

# MAIS QUEM COMPRAM LHOR

**A boa ideia da Rede Caza de unir  
empresas com objetivos comuns.**

**S**e vale a máxima de que “juntos somos mais fortes”, ela se aplica perfeitamente à Rede Caza, formada por 10 empresas que atuam no mesmo segmento e encontraram na união, cuidadosamente organizada, uma forma de crescimento que as diferenciava das grandes redes, tanto nacionais como internacionais.

Com essa ideia, o grupo estudou a concorrência, trabalho facilitado pelo fato de as empresas serem de várias regiões. Acertos e erros foram analisados para ganhar mercado, e regras claras foram estabelecidas. As decisões são tomadas em conjunto, e as reuniões são agendadas em datas nas quais todos podem participar.

*If the saying “together we are stronger” is true, it applies perfectly to Rede Caza, formed by 10 companies that operate in the same segment and found in their carefully organized union a way to grow that would set them apart from the large chains, both national and international.*

*With this idea in mind, the group studied the competition, a task made easier by the fact that the companies are from different regions. Successes and mistakes were analyzed to gain market share and clear rules were established. Decisions are made jointly, and meetings are scheduled on dates when everyone can attend.*



**A fidelidade do cliente é baseada sempre nos melhores preços, no rápido prazo de entrega, nas condições de financiamento e no atendimento de qualidade. Isso não mudou no mercado atual.”**

*“Customer loyalty is always based on the best prices, fast delivery times, financing conditions and quality service. This has not changed in today’s market.”*

Hoje, como bloco compacto, a rede negocia direto com a indústria e tem poder de compra maior e melhores preços frente à concorrência. O nome simples ganhou um z na palavra casa. **“Virou o nosso diferencial”, diz o presidente Laércio Nopa da Silva Azevedo, em entrevista exclusiva para Eletrolar News.**

### QUANDO FOI FUNDADA A REDE CAZA?

**LAÉRCIO NOPA DA SILVA AZEVEDO** – A Rede Caza foi fundada no dia 15 de maio de 2019, por mim, que sou o atual presidente, por José Elson Pereira e José Alberto

Today, as a compact bloc, the chain negotiates directly with the industry and has greater purchasing power and better prices compared to the competition. The simple name has now been supplemented with a z in the word “house”. **“It has become our differential”, says the president Laércio Nopa da Silva Azevedo, in an exclusive interview with Eletrolar News.**

### WHEN WAS THE REDE CAZA FOUNDED?

**LAÉRCIO NOPA DA SILVA AZEVEDO** – The Rede Caza was founded on May 15, 2019, by me, who am the current



**Nosso objetivo era formar uma rede de lojas diferente das outras para oferecer os melhores preços nas regiões onde elas estão localizadas. Foi uma ideia que, realmente, deu muito certo.”**

*“Our goal was to create a chain of stores that was different from the others, offering the best prices in the regions where they were located. It was an idea that really worked out very well.”*

**LAÉRCIO NOPA DA SILVA AZEVEDO,  
PRESIDENTE DA REDE CAZA  
PRESIDENT AT REDE CAZA**



Pereira dos Santos. Tem como associados Alexsandro Gomes Brandão, Luciano Cavalcante Leal, José Valdizar de Carvalho, Kerlly Amorim, Bruno Falcão, Luiz Gonçalves e Carlos Anderson Costa Cruz.

#### **COMO O SENHOR DEFINE A REDE?**

**LNSA** – A Rede Caza, que tem sede na cidade de Arcoverde, em Pernambuco, é uma central de negócios, que, hoje, possui poder de compra e melhores condições frente às demais companhias. **É formada por 10 empresas que atuam nos mesmos segmentos, que visam a objetivos comuns. Oferecem, no total, 8.500 itens e desenvolveram contabilidade própria.**

#### **QUAIS RAZÕES ORIGINARAM A JUNÇÃO DE DIFERENTES VAREJISTAS?**

**LNSA** – Nosso objetivo era formar uma rede de lojas diferente das outras para oferecer os melhores preços nas regiões onde elas estão localizadas. **Foi uma ideia que deu muito certo.**

#### **COMO FOI O DESENVOLVIMENTO DA REDE?**

**LNSA** – Havia a necessidade de garantir junto às indústrias os melhores preços e, assim, fomos trabalhando nas negociações. As fases mais importantes ocorreram através das parcerias e da inclusão de novos associados. **Juntamos as 10 melhores empresas e**

president, by José Elson Pereira and José Alberto Pereira dos Santos. Its members are Alexsandro Gomes Brandão, Luciano Cavalcante Leal, José Valdizar de Carvalho, Kerlly Amorim, Bruno Falcão, Luiz Gonçalves and Carlos Anderson Costa Cruz.

#### **HOW DO YOU DEFINE THE NETWORK?**

**LNSA** – Rede Caza, which is headquartered in the city of Arcoverde, in Pernambuco, is a business center that currently has purchasing power and better conditions than other companies. **It is made up of 10 companies that operate in the same segments and have common goals. They offer a total of 8,500 items and have developed their own accounting system.**

#### **WHAT WERE THE REASONS FOR THE MERGER OF DIFFERENT RETAILERS?**

**LNSA** – Our goal was to create a chain of stores that were different from the others and offer the best prices in the regions where they are located. **It was an idea that worked out very well.**

#### **HOW DID THE NETWORK DEVELOP?**

**LNSA** – There was a need to guarantee the best prices from the industries, so we worked on the negotiations. The most important phases occurred through partnerships and the inclusion of new members.

**negociamos tudo, isto é, o produto, a qualidade, o volume e o preço.**

### **A REDE PRETENDE AMPLIAR O NÚMERO DE ASSOCIADOS?**

**LNSA** – Não, 10 é o número limite. Não queremos perder a qualidade do que fazemos nem do nosso trabalho.

### **QUAIS EMPRESAS COMPÕEM A REDE CAZA?**

**LNSA** – São estas: **Avelan Móveis, Bruno Eletro, Casa e Companhia, Casa Gonçalves, Casas Petronio, Eletrolar, Eletroleo, Hiago Móveis, Magazine Melo e Rede Pernambuco.**

### **SÃO QUANTAS LOJAS NO TOTAL?**

**LNSA** – A Rede Caza conta com **120 lojas localizadas em mais de 25 municípios nos estados de Pernambuco, Alagoas, Sergipe, Paraíba e Bahia, que empregam 700 colaboradores. Nosso centro de distribuição fica na Paraíba.**

### **QUAIS CATEGORIAS DE PRODUTOS ESSAS LOJAS COMERCIALIZAM?**

**LNSA** – Nossa maior representatividade está em móveis, mas o segmento de eletros possui um alto giro. Temos uma variedade que inclui colchões, cama, mesa e banho, eletrodomésticos, celulares, eletroeletrônicos e produtos de informática. O plástico e o papelão das embalagens vendemos para empresas que atuam com reciclagem.

*We brought together the 10 best companies and negotiated everything, that is, the product, the quality, the volume and the price.*

### **DOES THE NETWORK INTEND TO INCREASE THE NUMBER OF MEMBERS?**

**LNSA** – No, 10 is the limit. We do not want to lose the quality of what we do or our work.

### **WHICH COMPANIES MAKE UP THE CAZA NETWORK?**

**LNSA** – These are: **Avelan Móveis, Bruno Eletro, Casa e Companhia, Casa Gonçalves, Casas Petronio, Eletrolar, Eletroleo, Hiago Móveis, Magazine Melo and Rede Pernambuco.**

### **HOW MANY STORES ARE THERE IN TOTAL?**

**LNSA** – The Rede Caza has 120 stores located in more than 25 cities in the states of Pernambuco, Alagoas, Sergipe, Paraíba and Bahia, employing 700 people. Our distribution center is in Paraíba.

### **WHAT PRODUCT CATEGORIES DO THESE STORES SELL?**

**LNSA** – Our largest presence is in furniture, but the electronics segment has a high turnover. We have a variety that includes mattresses, bed, table and bath products, home appliances, cell phones, electronics and computer products. We sell the plastic and cardboard from the packaging to companies that work with recycling.



Letron

# NOVI DADES 2024

COMBO TECLADO  
E MOUSE DEGRADÉ  
SEM FIO COM MINI  
RECEPTOR MOUSE  
1200DPI  
Cód.: 10285



CAIXA DE SOM  
LIKE 10W  
MULTIMÍDIA LED  
Cód.: 10237



FONE SEM FIO  
BOX PRETO  
EARBUDS  
Cód.: 74434

TECLADO NUMÉRICO  
COM CONEXÃO USB  
Cód.: 10250

TECLADO  
QWERTY  
Cód.: 10251

GRUPO  
**LEONORA**



  /mundoletron

Acesse e encontre o representante mais próximo de você:  
[www.grupoleonora.com.br/compre-igora](http://www.grupoleonora.com.br/compre-igora) ou compre pelo  
[letronsab7h.com.br](http://letronsab7h.com.br)



#### **A OPERAÇÃO SE DÁ EM GRANDES, MÉDIAS E PEQUENAS CIDADES?**

**LNSA** – Atuamos com empresas localizadas em grandes cidades, como, por exemplo, João Pessoa, na Paraíba, e Caruaru, em Pernambuco, além de outras regiões do Nordeste. Nas grandes cidades, devido à densidade populacional, conseguimos obter melhores resultados em relação ao giro de produtos. Em contrapartida, nas médias e pequenas cidades, a concorrência não está tão presente.

#### **QUAL TEM SIDO A MÉDIA DE CRESCIMENTO/ANO DA REDE?**

**LNSA** – Nos últimos anos, a média de crescimento da rede está em torno de 15,45%. Em 2023, que foi um ano excelente, o faturamento ultrapassou R\$ 268 milhões.

#### **PARA 2024, QUAL É A EXPECTATIVA?**

**LNSA** – Esperamos crescimento de 15% no faturamento em relação ao ano anterior.

#### **QUAIS OS FATORES QUE FAZEM O SUCESSO DA REDE CAZA?**

**LNSA** – Um deles é a entrega dos produtos, sempre baseada nas melhores condições de preços negociados com os fornecedores. Outro é o atendimento.

#### **DOES THE OPERATION TAKE PLACE IN LARGE, MEDIUM AND SMALL CITIES?**

**LNSA** – We work with companies located in large cities, such as João Pessoa, in Paraíba, and Caruaru, in Pernambuco, as well as others in regions of the Northeast. In large cities, due to the population density, we can obtain better results in terms of product turnover. On the other hand, in medium and small cities, the competition is not as present.

#### **WHAT HAS BEEN THE NETWORK'S AVERAGE ANNUAL GROWTH?**

**LNSA** – In recent years, the network's average growth has been around 15.45%. In 2023, which was an excellent year, revenue exceeded R\$268 million.

#### **WHAT ARE THE EXPECTATIONS FOR 2024?**

**LNSA** – We expect revenue to grow by 15% compared to the previous year.

#### **WHAT ARE THE FACTORS THAT MAKE REDE CAZA SUCCESSFUL?**

**LNSA** – One of them is the delivery of products, always based on the best price conditions negotiated with suppliers. Another is customer service. We deliver and

# itatiaia **60** anos

Há 60 anos, toda casa merece!

A família de  
**AIR FRYERS**  
**ITATIAIA** está  
ainda +  
**COMPLETA!**



**COM O SONHO DA COZINHA COMPLETA, AGORA VOCÊ PODE  
ESCOLHER QUAL PRODUTO ITATIAIA COMBINA MAIS COM VOCÊ!**

Conheça a nova linha de Air Fryers da Itatiaia, com opções de **12L forno, 8L, 5L e 4L.**



/minhaitatiaia



Entregamos e montamos os produtos gratuitamente, no prazo estipulado.

#### **COMO A CENTRAL DE NEGÓCIOS FIDELIZA SEU CONSUMIDOR?**

**LNSA – A fidelidade do cliente é baseada sempre nos melhores preços, no rápido prazo de entrega, nas condições de financiamento e no atendimento de qualidade. Isso não mudou no mercado atual.** Temos uma grande fidelização dos clientes nas cidades pequenas e nas zonas rurais, aonde as grandes redes não chegam. Nas grandes cidades, a fidelização não é grande.

#### **NO CASO DA LOGÍSTICA, ELA É COMUM PARA TODOS?**

**LNSA –** Não. Cada associado possui a sua própria logística de entrega, visando atender o consumidor final de maneira mais rápida e eficiente na sua região. A frota total soma 150 veículos.

#### **COMO É A POLÍTICA DE CRÉDITO E DE FINANCIAMENTO?**

**LNSA –** Cada associado possui seu crédito próprio, e alguns utilizam financeiras terceirizadas.

#### **EM QUAL ÁREA A REDE CAZA VEM INVESTINDO MAIORES RECURSOS?**

**LNSA –** Nos últimos anos, investimos fortemente no marketing digital.

assemble products free of charge, within the stipulated timeframe.

#### **HOW DOES THE BUSINESS CENTER BUILD CUSTOMER LOYALTY?**

**LNSA – Customer loyalty is always based on the best prices, fast delivery times, financing conditions and quality service. This has not changed in the current market.** We have high customer loyalty in small towns and rural areas, where large chains do not reach. In large cities, loyalty is not high.

#### **IN THE CASE OF LOGISTICS, IS IT COMMON FOR EVERYONE?**

**LNSA –** No. Each member has its own delivery logistics, aiming to serve the end consumer more quickly and efficiently in their region. The total fleet is 150 vehicles.

#### **WHAT IS THE CREDIT AND FINANCING POLICY?**

**LNSA –** Each member has their own credit, and some use third-party financial institutions.

#### **IN WHICH AREA HAS REDE CAZA INVESTED THE MOST RESOURCES?**

**LNSA –** In recent years, we have invested heavily in digital marketing.

#### **WHAT ARE THE ADVANTAGES AND CHALLENGES OF REGIONAL RETAIL?**

**LNSA –** One of the advantages is logistics and quick access to consumers, enabling immediate delivery of products. Competing with large chains is undoubtedly a challenge. However, over the years and with our growth, we have been able to develop partnerships and become competitive in the market in relation to prices and other chains. As for the challenges, the biggest are the lack of tax benefits and the high tax burden, which makes negotiations with industries difficult, since each state has specific taxes.

#### **DOES THE NETWORK OPERATE IN E-COMMERCE AND MARKETPLACES?**

**LNSA –** Most members currently have their own e-commerce. However, their greatest effectiveness is still in physical stores. Regarding the marketplace, it is in our plans. It is a good business.

#### **WHAT IS THE APPEAL OF A PHYSICAL STORE?**

**LNSA –** The importance of a physical store lies in the fact that consumers can see the product in person. Online purchases still have problems. Exchanging a product is difficult, and sometimes the advertising is misleading. In the case of promotions, it is necessary to

## QUAIS AS VANTAGENS E OS DESAFIOS DO VAREJO REGIONAL?

**LNSA – Uma das vantagens está na logística e no acesso rápido ao consumidor, viabilizando a entrega imediata dos produtos. A disputa com as grandes redes, sem dúvida, é um desafio. Porém, ao longo dos anos e com o nosso crescimento, estamos conseguindo evoluir em parcerias e alcançar a competitividade no mercado em relação aos preços e às demais redes. Quanto aos desafios, os maiores são a falta de benefícios fiscais e a carga tributária elevada, que dificulta as negociações junto às indústrias, uma vez que cada estado tem uma tributação específica.**

## A REDE ATUA NO E-COMMERCE E NO MARKETPLACE?

**LNSA –** A maioria dos associados, atualmente, possui e-commerce próprio. Porém sua maior efetividade ainda está nas lojas físicas. Com relação ao marketplace, ele está em nossos planos. É um bom negócio.

*check whether the additional shipping costs make up for the discount advertised.*

## **WILL THE FUTURE OF RETAIL BE MORE PHYSICAL OR DIGITAL?**

**LNSA –** We believe that, regardless of whether the market expands to digital media, such as e-commerce, the presence of physical points of sale will always be essential. They guarantee consumers immediate access to the product.

## **DOES REDE CAZA HAVE PLANS TO EXPAND ITS OPERATIONS TO OTHER STATES?**

**LNSA –** Yes, we currently have plans to expand to the state of Ceará, and in the future, we also plan to create distribution points.

## **WHAT ARE THE EXPECTATIONS FOR BLACK FRIDAY AND CHRISTMAS?**

**LNSA –** Growth expectations are around 15% compared to the previous year.



# HEYLI



#### **QUAL É O APELO DA LOJA FÍSICA?**

**LNSA** – A importância da loja física está no fato de o consumidor ver pessoalmente o produto. A compra na internet ainda tem problemas. A troca do produto é difícil, e algumas vezes a propaganda é enganosa. No caso de promoções, é preciso verificar se o acréscimo do frete compensa o desconto anunciado.

#### **O FUTURO DO VAREJO SERÁ COM LOJAS MAIS FÍSICAS OU DIGITAIS?**

**LNSA** – **Acreditamos que, independentemente de o mercado se ampliar para os meios digitais, como o e-commerce, sempre será imprescindível a presença dos pontos de vendas físicos. Eles garantem ao consumidor o acesso imediato ao produto.**

#### **A REDE CAZA TEM PLANOS DE AMPLIAR A ATUAÇÃO PARA OUTROS ESTADOS?**

**LNSA** – Sim, atualmente estamos com planos de ampliação para o estado do Ceará, assim como, futuramente, planejamos a criação de pontos de distribuição.

#### **QUAL É A EXPECTATIVA PARA A BLACK FRIDAY E O NATAL?**

**LNSA** – A expectativa de crescimento está em torno de 15% em relação ao ano anterior.

#### **A REDE CAZA TEM PLANOS DE AUMENTAR O NÚMERO DE LOJAS EM 2025?**

**LNSA** – Em 2025, deverão ser abertas mais 16 lojas. Ainda no ano que vem, em meados de abril, mudaremos para nossa sede própria, que estamos construindo em Arcoverde, Pernambuco. ■■

#### **DOES REDE CAZA HAVE PLANS TO INCREASE THE NUMBER OF STORES IN 2025?**

**LNSA** – In 2025, 16 more stores are expected to open. Next year, in mid-April, we will move to our own headquarters, which we are building in Arcoverde, Pernambuco. ■■

“Os maiores desafios do varejo regional são a falta de benefícios fiscais e a carga tributária elevada, que dificulta as negociações com as indústrias, uma vez que cada estado tem uma tributação específica.”

*“The biggest challenges for regional retail are the lack of tax benefits and the high tax burden, which makes negotiations with industries difficult, since each state has specific taxes.”*

 **cadence**  
sim pli fi que

Delicook | 4,2L  
Fryer Show | **1350W**  
FRT430

## INOVAÇÃO QUE A GENTE VÊ!

### Visor Transparente

**VISOR**  
Transparente  
com iluminação

Alto  
desempenho  
**1350W**  
Timer de 60 min  
**80°C a 200°C**  
7 funções



Compacta  
combina com  
todos os estilos.

LED de  
funcionamento  
Pés antiderrapantes



**Grelha**  
*Easy Clean*

Removível  
e mais fácil  
de limpar



**4,2**  
*litros*

Capacidade  
para atender  
toda a família  
de uma  
só vez

## MUCH MORE THAN THERMAL COMFORT

*Air conditioning sales grew 70% with high temperatures, from January to June 2024, according to data from NIQ GfK.*



**AR-CONDICIONADO**  
*AIR CONDITIONING*

por / by **Dilnara Titara**

# MUITO ALÉM DO CONFORTO TÉRMICO

**Vendas de ar-condicionado cresceram 70% com as altas temperaturas, de janeiro a junho de 2024, conforme dados da NIQ GfK.**



**A demanda por aparelhos de ar-condicionado aumenta significativamente à medida que os dias mais quentes se aproximam, o que faz deles produtos essenciais para a população e uma grande oportunidade para o varejo. A NIQ GfK registrou crescimento de 28% em unidades vendidas de janeiro a junho de 2024, ante o mesmo período de 2023. A temporada promete ser ainda mais aquecida, tanto em termos de temperatura quanto de inovações tecnológicas na categoria.**

*The demand for air conditioning units increases significantly as the warmer days approach, which makes them essential products for the population and a great opportunity for retailers. NIQ GfK recorded a 28% growth in units sold from January to June 2024, compared to the same period in 2023. The season promises to be even hotter, both in terms of temperature and technological innovations in the category.*

Um fator determinante para a elevação das temperaturas neste verão é o El Niño. Esse fenômeno ocorre devido ao aquecimento das águas do Oceano Pacífico, afetando padrões climáticos globais e resultando em verões mais quentes e secos em muitas regiões. Com a previsão de um El Niño forte para os próximos meses, a busca por soluções de refrigeração será ainda mais intensa.

Considerado um item de necessidade básica para a maioria dos brasileiros, o mercado de ar-condicionado tem muito a crescer, pois somente 17% dos lares brasileiros possuem um aparelho, segundo a Associação Brasileira de Refrigeração, Ar-Condicionado, Ventilação e Aquecimento (ABRAVA).

O potencial de crescimento é significativo, especialmente com a previsão de verões mais quentes. Residências que já possuem ar-condicionado frequentemente optam por adquirir unidades adicionais, o que pode impulsionar ainda mais as vendas no setor.

### PRIORIDADE NA ESCOLHA

**O Brasil é um dos maiores mercados de ar-condicionado do mundo, pois combina um clima quente com uma população que valoriza produtos que proporcionam conforto e praticidade, ressalta Gustavo Melo, gerente de marketing de produto da Midea.** “Pesquisas de mercado apontam que grande parte das pessoas tem a casa como o seu lugar favorito e buscam personalizá-la do seu jeito. Diante disso e das altas temperaturas, são grandes as oportunidades no segmento de ar-condicionado.”

A determining factor for the rise in temperatures this summer is El Niño. This phenomenon occurs due to the warming of the waters of the Pacific Ocean, affecting global weather patterns and resulting in hotter and drier summers in many regions. With a strong El Niño forecast for the coming months, the search for cooling solutions will be even more intense.

Considered a necessity for most Brazilians, the air conditioning market has a lot of room to grow, as only 17% of Brazilian homes have an appliance, according to the Associação Brasileira de Refrigeração, Ar-Condicionado, Ventilação e Aquecimento (Brazilian Association of Refrigeration, Air Conditioning, Ventilation and Heating) (ABRAVA).

The growth potential is significant, especially with the forecast of hotter summers. Homes that already have air conditioning often choose to purchase additional units, which can further boost sales in the sector.

### PRIORITY IN CHOOSING

**Brazil is one of the largest air conditioning markets in the world, as it combines a hot climate with a population that values products that provide comfort and practicality, highlights Gustavo Melo, product marketing manager at Midea.** “Market research indicates that most people consider their home to be their favorite place and seek to personalize it to their liking. Given this and the high temperatures, there are great opportunities in the air conditioning segment.”

Na hora de escolher o equipamento, é preciso estar atento a alguns detalhes. Nesse ponto, o varejo pode ajudar o consumidor, indicando produtos que consomem menos energia e emitem menos gases poluentes. **"O conforto térmico, novas tecnologias, durabilidade e eficiência são os itens mais buscados pelo consumidor", conta André Pontes, gerente de categoria da Electrolux.**

#### ALÉM DO CONFORTO TÉRMICO

**A venda desses aparelhos está diretamente ligada ao aumento das temperaturas e à necessidade de conforto térmico em ambientes fechados, diz Celio Pascoli, gerente de produto da divisão de ar-condicionado da Samsung Brasil.** "A preocupação com o consumo energético e a eficiência dos aparelhos tem se tornado um fator decisivo, especialmente com a possibilidade de acréscimo na conta de luz anunciado pela Aneel, como aconteceu em julho. Os consumidores buscam produtos que aliem economia, sustentabilidade e tecnologia."

Há confiança no crescimento contínuo do mercado, diz **Álvaro Ruoso, gerente de produtos de AC da TCL SEMP.** "Com base nos dados recentes da ELETROS (Associação Nacional de Fabricantes de Produtos

*When choosing equipment, it is necessary to pay attention to some details. In this regard, retailers can help consumers by indicating products that consume less energy and emit fewer polluting gases. "Thermal comfort, new technologies, durability and efficiency are the items most sought after by consumers," says André Pontes, category manager at Electrolux.*

#### BEYOND THERMAL COMFORT

*The sale of these devices is directly linked to rising temperatures and the need for thermal comfort in closed environments, says Celio Pascoli, product manager for Samsung Brazil's air conditioning division. "Concerns about energy consumption and the efficiency of devices have become a decisive factor, especially with the possibility of an increase in electricity bills announced by Aneel, as happened in July. Consumers are looking for products that combine savings, sustainability and technology."*

*There is confidence in the continued growth of the market, says Álvaro Ruoso, AC product manager at TCL SEMP. "Based on recent data from ELETROS - Associação Nacional de Fabricantes de Produtos*



## AR-CONDICIONADO - AIR CONDITIONING

Eletroeletrônicos), as vendas de condicionadores de ar aumentaram em mais de 80% no primeiro semestre de 2024 em comparação com o mesmo período do ano anterior. **Com verões cada vez mais intensos, as expectativas de crescimento estão mantidas e investimos cada vez mais nessa categoria.**"

A tendência de aumento das temperaturas e a crescente conscientização sobre a importância do conforto térmico estão impulsionando a demanda por aparelhos de ar-condicionado, conta **Leonardo Fogaça, gerente de produtos de ar-condicionado residencial da LG do Brasil.** "Estamos muito otimistas. Vale ressaltar que, mesmo com os números positivos do último verão, há grande potencial de crescimento no mercado brasileiro, pois a penetração desses produtos nas residências ainda é relativamente baixa na comparação com o mercado internacional."

### EXPECTATIVAS EM ALTA

As empresas se preparam para o verão. A **Agratto** está aumentando a produção, diz **Moisés Botelho, gerente de criação de conteúdo da empresa.** "Serão muitos metros quadrados acrescentados em nossas fábricas. Então, a expectativa é a mesma dos últimos anos, vender todo o nosso estoque antes

Eletroeletrônicos (National Association of Manufacturers of Electronic Products), sales of air conditioners increased by more than 80% in the first half of 2024 compared to the same period last year. **With increasingly intense summers, growth expectations are maintained, and we are investing more and more in this category.**"

The trend of rising temperatures and the growing awareness of the importance of thermal comfort are driving demand for air conditioning units, says **Leonardo Fogaça, residential air conditioning product manager at LG Brazil.** "We are very optimistic. It is worth noting that, even with the positive numbers from last summer, there is great potential for growth in the Brazilian market, as the penetration of these products in homes is still relatively low compared to the international market."

### HIGH EXPECTATIONS

Companies are getting ready for summer. **Agratto** is increasing production, says **Moisés Botelho, the company's content creation manager.** "There will be many more square meters added to our factories. So, our expectations are the same as in recent years, to sell all our inventory before the end



Mais tempo para tudo,  
tudo em menos tempo.

Com uma casa repleta de produtos EOS, o seu dia a dia é muito mais leve. Unimos design e tecnologia de ponta para você aproveitar tudo o que sua vida tem de melhor.

Acesse o  
nosso site  
e confira!



**EOS.**





**do final do verão.”** Expectativa muito boa também tem a Philco, conta **Emerson Wojcik, diretor comercial da linha branca da marca.** **“Aumentamos significativamente nossa produção para atender à alta demanda em 2024 e em 2025.”**

O verão 2023/2024 foi marcado pelo fenômeno El Niño, que trouxe muito calor e esgotou os estoques dos aparelhos de ar-condicionado, diz **Maurício Mota, gerente nacional de vendas da EOS.** **“Neste ano teremos mais uma vez muita procura por condicionadores de ar e devemos novamente ter falta de produtos.** Com a economia mais aquecida e a expectativa de anos cada vez mais quentes, esperamos ótimas vendas.”

Em relação ao verão de 2024/2025, a **Elgin** também está bastante otimista, relata **Andrea Lima, gerente de produtos de climatização da empresa.** **“Sabemos que o sucesso do mercado de ar-condicionado dependerá muito das altas temperaturas da estação, assim como da melhora na economia no Brasil, mas esperamos resultados semelhantes aos do último verão.”**

**of summer.”** Philco also has very good expectations, says **Emerson Wojcik, the brand’s commercial director for white goods.** **“We have significantly increased our production to meet the high demand in 2024 and 2025.”**

The 2023/2024 summer was marked by the El Niño phenomenon, which brought a lot of heat and depleted air conditioning unit stocks, says **Maurício Mota, national sales manager at EOS.** **“This year, we will once again have a lot of demand for air conditioners, and we should once again have a shortage of products.** With the economy heating up and the expectation of increasingly hot years, we expect great sales.”

Regarding the summer of 2024/2025, **Elgin** is also quite optimistic, reports **Andrea Lima, the company’s air conditioning product manager.** **“We know that the success of the air conditioning market will depend a lot on the high temperatures of the season, as well as on the improvement in the economy in Brazil, but we expect results similar to those of last summer.”**

# NOVA FRITADEIRA DIGITAL INOX 5L OSTER®

Encante seus clientes  
com o brilho do design.

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



Assista  
ao filme da  
campanha:



Com um sofisticado design em aço inox, a **Fritadeira Digital Inox 5L Oster®** vai conquistar até os consumidores mais exigentes. Moderna, com alta capacidade e painel digital colorido, ela tem tudo para brilhar como seu novo sucesso de vendas. **Faça já o seu pedido.**



FRITADEIRA INOX  
COMPACT 4.5L



FRITADEIRA OVEN  
FRYER 12L 1 KM 1



FRITADEIRA DIGITAL  
CLEAR 4.5L COM VISOR  
TRANSPARENTE



FRITADEIRA BLACK  
PERFORM 4.5L

**Oster**  
100 ANOS

## AGRATTO

A **linha de splits ONE Inverter** conta com o novo gás R32 e com certificação A no Inmetro, na nova regulamentação. Além do sistema Inverter, tem como diferencial ser 100% em cobre. Possui o sistema Multi-filter, condensadora Top Discharge ou Front Discharge e está disponível nas capacidades 9.000, 12.000, 24.000, 18.000 e 30.000 BTU.

Para os usuários que possuem espaço maior ou comércio, a marca destaca a **linha de piso teto Inverter**, que possui os mesmos benefícios da linha NEO. É apresentada nas capacidades de 36.000 e 55.000 BTU. Ambos os produtos contam com assistência técnica em todas as regiões do País.

The **ONE Inverter split line** uses the new R32 gas and is certified A by Inmetro, according to the new regulations. In addition to the Inverter system, it is also distinguished by its 100% copper construction. It has a multi-filter system, Top Discharge or Front Discharge condenser and is available in capacities of 9,000, 12,000, 24,000, 18,000 and 30,000 BTU.

For users who have larger spaces or businesses, the brand highlights the **Inverter floor-ceiling line**, which has the same benefits as the NEO line. It is available in capacities of 36,000 and 55,000 BTU. Both products have technical assistance in all regions of the country.



Linha split ONE Inverter  
ONE Inverter split line

**Preço sugerido em 1º/08/2024: a partir de R\$ 1.659,00.**

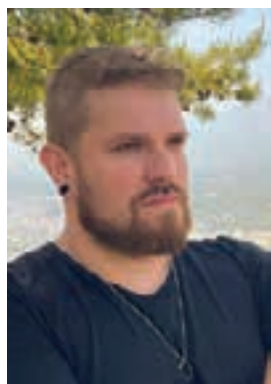
*Suggested price on 08/01/2024: from BRL 1,659.00.*



Linha de piso teto Inverter Profissional  
Inverter Professional floor-ceiling line

**Preço sugerido em 1º/08/2024: a partir de R\$ 8.010,00.**

*Suggested price on 08/01/2024: from BRL 8,010.00.*



**Moisés Botelho,**  
gerente de criação de conteúdo  
*Moisés Botelho, content creation manager*

# ELECTROLUX

Destaca para o verão as linhas **Color Adapt 24.000 BTU (J24F)** e **Color Adapt 18.000 BTU (Y18R)** na versão Wi-Fi. Têm a tecnologia exclusiva que permite pintar o produto da mesma cor da parede em que é instalado, utilizando tinta à base de água. Assim, adaptam-se a todos os ambientes. Possuem design ganhador da IFF, com formato elegante e inovador.

Os dois aparelhos integram a seleção de produtos EcoPlus, os mais eficientes em energia elétrica e água do portfólio da marca. Contam com tecnologia Inverter, garantia total de três anos nos aparelhos e de 10 anos no compressor. Possuem a função de ar indireto, tripla filtragem, que elimina poeira e odores, e tecnologia Wi-Fi para conexão em todos os lugares. Contam, também, com o novo gás refrigerante, o R32.

The **Color Adapt 24,000 BTU (J24F)** and **Color Adapt 18,000 BTU (Y18R)** Wi-Fi lines are the highlights for the summer. They feature exclusive technology that allows the product to be painted the same color as the wall on which it is installed, using water-based paint. This means they can be adapted to any environment. They feature an IFF-winning design with an elegant and innovative format.

The two devices are part of the EcoPlus product selection, the most energy and water efficient in the brand's portfolio. They feature Inverter technology, a three-year full warranty on the devices and a 10-year warranty on the compressor. They feature indirect air function, triple filtration, which eliminates dust and odors, and Wi-Fi technology for connection anywhere. They also feature the new refrigerant gas, R32.



Color Adapt 24.000 BTU (J24F)

Color Adapt 24,000 BTU (J24F)

**Preço sugerido em 05/08/2024: R\$ 4.049,00.**

*Suggested price on 08/05/2024: BRL 4,049.00.*

Color Adapt 18.000 BTU (Y18R)

Color Adapt 18,000 BTU (Y18R)

**Preço sugerido em 05/08/2024: R\$ 3.999,00.**

*Suggested price on 08/05/2024: BRL 3,999.00.*

## ELGIN

A **linha Bi e Tri Split Total Inverter Plus Wi-Fi** climatiza de dois a três ambientes com uma condensadora externa. Tem eficiência energética e baixo ruído. As unidades internas podem ser controladas individualmente. Opera no ciclo frio e quente/frio, utiliza o gás refrigerante ecológico R32 e é equipada com conectividade Wi-Fi, permitindo o acionamento remoto através do aplicativo Elgin Smart. Tem compatibilidade com comandos de voz via Alexa e Google Assistente. Possui filtro de carvão ativado, que elimina odores e impurezas do ambiente, além de garantia de três anos para os produtos e de cinco anos para o compressor Inverter.

Outra opção ecológica e econômica é o **ar-condicionado Split High Wall Eco Inverter II**. É fabricado com materiais anticorrosivos, chapas galvanizadas, pintura protetiva, serpentinas de cobre e aletas azuis, que previnem a corrosão e aumentam a eficiência e durabilidade do produto. Também foi desenvolvido com materiais especiais e camadas de proteção para reduzir a vibração e ter baixo ruído. A tecnologia Inverter resulta em economia de energia. A marca destaca, ainda, o **Cassete 1 Via One Air Inverter Wi-Fi**, com previsão de chegada ao mercado em janeiro de 2025.

The **Bi and Tri Split Total Inverter Plus Wi-Fi line** air-conditions two to three environments with an external condenser. It is energy efficient and low noise. The internal units can be controlled individually. It operates in the cold and hot/cold cycle, uses the ecological refrigerant gas R32 and is equipped with Wi-Fi connectivity, allowing remote activation through the Elgin Smart app. It is compatible with voice commands via Alexa and Google Assistant. It has an activated carbon filter, which eliminates odors and impurities from the environment, in addition to a three-year warranty for the products and a five-year warranty for the Inverter compressor.

Another ecological and economical option is the **Split High Wall Eco Inverter II air conditioner**. It is manufactured with anti-corrosive materials, galvanized sheets, protective paint, copper coils and blue fins, which prevent corrosion and increase the efficiency and durability of the product. It was also developed with special materials and protective layers to reduce vibration and have low noise. Inverter technology results in energy savings. The brand also highlights the **One Air Inverter Wi-Fi 1-Way Cassette**, expected to hit the market in January 2025.

Bi-Split

**Preço sugerido em 05/08/2024: a partir de R\$ 5.039,00.**

*Suggested price on 08/05/2024: from BRL 5,039.00.*



Ar-condicionado Split High Wall Eco Inverter II  
Eco Inverter II High Wall Split Air Conditioner

**Preço sugerido em 06/08/2024: R\$ 2.299,00.**

*Suggested price on 08/06/2024: BRL 2,299.00.*



**Andrea Lima,**  
gerente de produtos de climatização  
*Andrea Lima, air conditioning product manager*

# EOS

Disponibiliza uma linha completa de condicionadores de ar, com modelos portáteis, de janela, split e comerciais. Destaque para o modelo **portátil EAP12** e o modelo conectado **Master Inverter EASM9000F**. O primeiro tem 12.000 BTU e é ideal para o usuário que precisa de uma solução prática. Dispensa instalação e é 3 em 1, pois resfria, ventila e desumidifica. Possui controle remoto, painel digital e função Sleep, que regula a temperatura durante o sono por até sete horas. É silencioso.

O modelo EASM9000F de 9.000 BTU tem recurso Wi-Fi, que permite controle pelo aplicativo no celular. Possui serpentina em cobre, compressor Inverter e o gás eco-friendly, minimizando o impacto ambiental. O LED invisível e as funções Sleep e Timer acrescentam vantagens ao modelo. O aparelho resfria, ventila e desumidifica.

*It offers a complete line of air conditioners, with portable, window, split and commercial models. Highlights include the **portable EAP12** model and the connected **Master Inverter EASM9000F** model. The first has 12,000 BTU and is ideal for users who need a practical solution. It does not require installation and is 3 in 1, as it cools, ventilates and dehumidifies. It has a remote control, digital panel and Sleep function, which regulates the temperature during sleep for up to seven hours. It is silent.*

*The 9,000 BTU EASM9000F model has Wi-Fi capability, which allows control via the mobile app. It has a copper coil, Inverter compressor and eco-friendly gas, minimizing environmental impact. The invisible LED and the Sleep and Timer functions add advantages to the model. The device cools, ventilates and dehumidifies.*



Modelo inverter conectado EASM9000F  
Connected inverter model EASM9000F

**Preço sugerido em 27/07/2024: R\$ 2.499,00.**

*Suggested price on 07/27/2024: BRL 2,499.00.*



**Mauricio Mota,**  
gerente nacional de vendas  
*national sales manager*

Modelo portátil EAP12  
Portable model EAP12

**Preço sugerido em 27/07/2024: R\$ 3.299,00.**

*Suggested price on 07/27/2024: BRL 3,299.00.*



# LG

A marca destaca dois modelos: o **LG DUAL Inverter Voice +AI ARTCOOL Frio**, com design sofisticado e tecnologia avançada, e o **LG Dual Inverter Voice +AI Bi-Split Frio**, que proporciona conforto térmico para até dois ambientes. O primeiro está disponível em versões de 12.000, 18.000 e 24.000 BTU/h. Tem painel espelhado em grafite. O ARTCOOL Frio incorpora a tecnologia de inteligência artificial e conectividade, permitindo ajustes automáticos de temperatura, direção e velocidade do vento. A função Comfort Sleep ajusta o fluxo de ar e o temporizador. E a função Auto Cleaning mantém o interior do aparelho limpo, garantindo um ar mais saudável e maior durabilidade do produto.

O segundo modelo, disponível em combinações de potências (9.000 + 9.000 BTU/h e 9.000 + 12.000 BTU/h), climatiza até dois ambientes simultaneamente. Sua instalação 2 em 1 integra duas evaporadoras em uma única condensadora, otimizando o espaço externo. Com a menor condensadora do mercado e baixo peso, proporciona economia de espaço e praticidade na instalação. Ambos os aparelhos contam com tecnologia de inteligência artificial e conectividade Wi-Fi. Podem ser controlados por voz via Google Assistente, Amazon Alexa e o aplicativo LG ThinQ.

The brand highlights two models: the **LG DUAL Inverter Voice +AI ARTCOOL Frio**, with a sophisticated design and advanced technology, and the **LG Dual Inverter Voice +AI Bi-Split Frio**, which provides thermal comfort for up to two environments. The first is available in 12,000, 18,000 and 24,000 BTU/h versions. It has a graphite mirrored panel. The ARTCOOL Frio incorporates artificial intelligence technology and connectivity, allowing automatic adjustments of temperature, direction and wind speed. The Comfort Sleep function adjusts the air flow and timer. And the Auto Cleaning function keeps the interior of the appliance clean, ensuring healthier air and greater product durability.

The second model, available in power combinations (9,000 + 9,000 BTU/h and 9,000 + 12,000 BTU/h), air-conditions up to two environments simultaneously. Its 2-in-1 installation integrates two evaporators into a single condenser, optimizing external space. With the smallest condenser on the market and low weight, it provides space savings and practicality in installation. Both devices feature artificial intelligence technology and Wi-Fi connectivity. They can be controlled by voice via Google Assistant, Amazon Alexa and the LG ThinQ app.



LG DUAL Inverter Voice +AI Bi-Split Frio  
(evaporadoras 9.000 + 9.000 BTU)  
LG DUAL Inverter Voice +AI Bi-Split Cold  
(9.000 + 9.000 BTU evaporators)

**Preço sugerido em 05/08/2024: R\$ 5.706,72.**

*Suggested price on 08/05/2024: BRL 5,706.72.*



**Leonardo Fogaça,**  
gerente de produtos de ar-condicionado residencial  
*residential air conditioning product manager*



LG DUAL Inverter Voice +AI ARTCOOL 12.000 BTU  
LG DUAL LG DUAL Inverter Voice +AI ARTCOOL 12,000 BTU

**Preço sugerido em 05/08/2024: R\$ 3.419,05.**

*Suggested price on 08/05/2024: BRL 3,419.05.*

Apresentamos o

# Mixer Sem Fio Mallory Multifree

A eficiência e sensação de liberdade que seus clientes buscavam!

**Livre de fios!** Sem preocupações com tomadas próximas para preparos em casa, no pic nic, na viagem, no escritório ou aonde sua criatividade te levar.



Quer conhecer mais sobre Mixer Sem Fio Mallory Multifree? Escaneie o QR CODE ao lado e assista ao vídeo.



# MALLORY

MALLORY.COM.BR — f @ j #MALLORY

## MIDEA

O **Carrier Split Cassete Inverter 1 Via**, sistema de ar-condicionado do tipo Split, é para ambientes de médio e pequeno porte. O Cassete é instalado no teto e não nas laterais do imóvel. Ele climatiza, filtra o ar e remove impurezas. É fácil de instalar e silencioso. O equipamento é IoT, com comandos intuitivos que são controlados remotamente, Wi-Fi e sistema de controle por voz, compatível com Alexa e Google Assistente. O app Carrier Air Conditioner facilita a conexão com o ar-condicionado e pode ser programado para ligar e desligar à distância. Possui bomba de dreno incorporada, que evita o acúmulo de água na unidade interna, e fluido refrigerante R32. Está disponível nas capacidades de 12.000, 18.000 e 24.000 BTU/h no Ciclo Quente/Frio e 18.000 e 24.000 BTU/h, com Ciclo Frio.

Para ser instalado na parede, o modelo **Midea Xtreme Save AI Connect Inverter** é para ambientes de médio e pequeno porte. Tem fluido refrigerante ecológico R32 e tecnologia Inverter Quattro, que garante alta eficiência, menor consumo de energia e baixo nível de ruído. Seu sistema de filtragem Air Magic elimina até 99,9% dos vírus e bactérias, e emite ions negativos que removem pólen e impurezas do ar. Tem classificação A pelo Inmetro e selo Procel, para todas as capacidades disponíveis. Conta com solução Wi-Fi e a função AI Save, que, ativada, proporciona economia de energia e mantém a temperatura estável. Está disponível nas versões de 9.000 e 12.000 BTU/h, Ciclo Frio.

The **Carrier Split Cassete Inverter 1-Way**, a Split-type air conditioning system, is for medium and small environments. The Cassete is installed on the ceiling and not on the sides of the property. It air-conditions, filters the air and removes impurities. It is easy to install and quiet. The equipment is IoT, with intuitive commands that are controlled remotely, Wi-Fi and a voice control system, compatible with Alexa and Google Assistant. The Carrier Air Conditioner app makes it easy to connect to the air conditioning and can be programmed to turn on and off remotely. It has a built-in drain pump, which prevents water from accumulating in the internal unit, and R32 refrigerant fluid. It is available in capacities of 12,000, 18,000 and 24,000 BTU/h in the hot/cold cycle and 18,000 and 24,000 BTU/h, with a cold cycle.

The **Midea Xtreme Save AI Connect Inverter** model is designed for small and medium-sized environments and can be installed on the wall. It has an eco-friendly R32 refrigerant and Inverter Quattro technology, which ensures high efficiency, lower energy consumption and low noise levels. Its Air Magic filtration system eliminates up to 99.9% of viruses and bacteria and emits negative ions that remove pollen and impurities from the air. It has an A rating from Inmetro and the Procel seal, for all available capacities. It has a Wi-Fi solution and the AI Save function, which, when activated, provides energy savings and maintains a stable temperature. It is available in the 9,000 and 12,000 BTU/h versions, Cold Cycle.

Midea Xtreme Save AI Connect Inverter  
Midea Xtreme Save AI Connect Inverter

Preço sugerido em 07/08/2024: a partir de R\$ 2.500,00.

Suggested price on 08/07/2024: from BRL 2,500.00.



**Gustavo Melo**,  
gerente de marketing de produto  
product marketing manager



Carrier Split Cassete Inverter 1 Via  
Carrier Split Cassete Inverter 1 Way

Preço sugerido em 07/08/2024: a partir de R\$ 5.500,00.

Suggested price on 08/07/2024: from BRL 5,500.00.



# MA SERIES AV RECEIVER

Desfrute de uma experiência  
sonora incomparável



Os AV Receivers MA510, MA7100HP e MA9100HP da linha JBL Luxury são sinônimos de excelência em áudio e vídeo, oferecendo suporte a resoluções 4K e 8K, e contando com sistemas de som de 7.1 e 9.1 canais que elevam a experiência cinematográfica a um novo patamar.

Se você busca máxima imersão e alto desempenho sonoro para seus filmes e músicas, estas são as opções ideais para desfrutar no conforto do seu lar.

SAIBA MAIS:



## PHILCO

A marca destaca o aparelho de **ar-condicionado Philco PAC12000IQFM15E de 12.000 BTU/h** e a recém-lançada linha de ar-condicionado janela, em especial o **Philco PAJ12FH Digital de 12.000 BTU/h**. O primeiro modelo se diferencia pelo seu design, com acabamento espelhado, e pela tecnologia, sendo possível a instalação do Kit Philco Home Smart Wi-Fi para controlar o aparelho pelo celular. Ele é quente e frio e conta com diversos modos de operação, além de funções como dormir, silêncio, oscilar, timer, turbo e display.

O segundo modelo é o ar-condicionado janela. Conta com ar frio, funções de dormir, timer e eco. Tem design moderno, com painel digital e controle remoto. Ambos os modelos destacados possuem classificação energética A, gás R32, que é mais ecológico, sistema Inverter, revestimento anticorrosivo e serpentina em cobre. É indicado para todas as regiões, especialmente áreas litorâneas com alta incidência de maresia.

The brand highlights the **Philco PAC12000IQFM15E 12,000 BTU/h** air conditioning unit and the recently launched line of window air conditioning units, especially the **Philco PAJ12FH Digital 12,000 BTU/h**. The first model stands out for its design, with a mirrored finish, and for its technology, allowing the installation of the Philco Home Smart Wi-Fi Kit to control the unit via cell phone. It is hot and cold and has several operating modes, in addition to functions such as sleep, silence, oscillation, timer, turbo and display.

The second model is the window air conditioning unit. It has cold air, sleep, timer and eco functions. It has a modern design, with a digital panel and remote control. Both models have an A energy rating, R32 gas, which is more ecological, an inverter system, anti-corrosive coating and copper coil. It is recommended for all regions, especially coastal areas with a high incidence of sea spray.



Ar-Condicionado Philco PAC12000IQFM15E de 12.000 BTU/h  
Air conditioning Philco PAC12000IQFM15E 12.000 BTU/h



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



Philco PAJ12FH Digital de 12.000 BTU/h  
Philco PAJ12FH Digital 12.000 BTU/h

# SAMSUNG

Seus destaques são os modelos **WindFree Connect, o WindFree Pro Energy e o WindFree Black Edition.**

Para aplicações comerciais, a marca oferece a linha Comercial Leve, que inclui os modelos Cassete 1 Via, Cassete 4 Vias, Cassete 360 e tipo Teto. O **WindFree Connect** tem tecnologia que climatiza o ambiente sem a sensação de vento direto. Possui controle via app SmartThings, que permite ligar e desligar o aparelho, ajustar a temperatura e programar a climatização remotamente. É compatível com assistentes de voz como Bixby, Alexa e Google. Sua funcionalidade Energy possibilita acompanhar e controlar os gastos de energia em tempo real.

O **ar-condicionado Inverter Cassete 1 Via**, disponível nas capacidades 17.000 e 24.000 BTU, tem o modo WindFree, que dispersa o ar climatizado através de 10.000 microfuros, eliminando o vento direto, e tecnologia Digital Inverter. Conta com altura de 138 mm. A aleta de 100 mm pode lançar ar frio para até oito metros, além de se mover de 40 a 80 graus. É silencioso, e a função Auto Swing transmite automaticamente o ar frio em todas as direções. A função Auto Clean opera quando o ar-condicionado está desligado, aciona sozinha o ventilador para remover pó e umidade no trocador de calor.

Its highlights are the **WindFree Connect, WindFree Pro Energy and WindFree Black Edition models.**

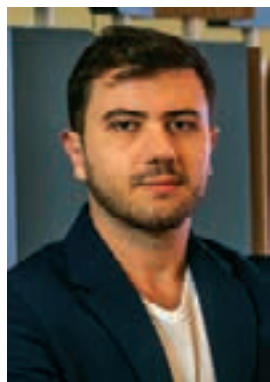
For commercial applications, the brand offers the Light Commercial line, which includes the 1-Way Cassete, 4-Way Cassete, 360 Cassete and Ceiling models. The WindFree Connect has technology that air-conditions the environment without the sensation of direct wind. It has control via the SmartThings app, which allows you to turn the device on and off, adjust the temperature and program the air conditioning remotely. It is compatible with voice assistants such as Bixby, Alexa and Google. Its Energy functionality allows you to monitor and control energy costs in real time.

The **1-Way Cassete Inverter air conditioner**, available in 17,000 and 24,000 BTU capacities, has the WindFree mode, which disperses the air-conditioned air through 10,000 micro-holes, eliminating direct wind, and Digital Inverter technology. It has a height of 138 mm. The 100 mm blade can project cold air up to eight meters away and can move from 40 to 80 degrees. It is silent, and the Auto Swing function automatically transmits cold air in all directions. The Auto Clean function operates when the air conditioning is off, automatically activating the fan to remove dust and moisture from the heat exchanger.

WindFree Connect Frio 9.000 BTU/h  
WindFree Connect Cold 9,000 BTU/h

**Preço sugerido em 07/08/2024: R\$ 2.699,00.**

*Suggested price on 08/07/2024: BRL 2,699.00.*



**Celio Pascoli,**  
gerente de produto da divisão  
de ar-condicionado  
*product manager of the  
air conditioning division*



WindFree Cassete 1 Via 17.000 BTU/h  
WindFree 1-Way Cassete 17,000 BTU/h

**Preço sugerido em 07/08/2024: R\$ 10.199,00.**

*Suggested price on 08/07/2024: BRL 10,199.00.*

## TCL SEMP

Os lançamentos da marca são o **TCL FreshIN 2.0 Inverter** e o **TCL T-PRO 2.0 Inverter**. Ambos têm conexão Wi-Fi, permitindo controlar e ajustar o aparelho através de aplicativo no smartphone, assistentes de voz (como Alexa e Google Assistente) ou por controle remoto. O primeiro produto tem a função de renovação do ar: aumenta os níveis de oxigênio ao captar, tratar e purificar o ar externo e, através de um sistema de exaustão, reduz a concentração de dióxido de carbono. O display no painel permite monitorar em tempo real a qualidade do ar. Está disponível na capacidade de 12.000 BTU Quente/Frio.

Com compressor de velocidade variável, o **TCL T-Pro 2.0 Inverter** tem baixo nível de ruído e atinge rapidamente a temperatura programada. Está disponível nas capacidades de 9.000, 12.000, 18.000 e 24.000 BTU, nas versões Frio e Quente-Frio. Ambos trazem o benefício da função Brisa, que evita o jato de ar direto, aumentando a sensação de conforto térmico. Os dois trazem, ainda, a função Esterilização – exclusiva nos modelos Quente-Frio – que promove a eliminação de fungos e bactérias que podem se acumular na unidade interna, além do aviso de limpeza de filtro para garantir a manutenção da qualidade do ar. ■■

The brand's new products are the **TCL FreshIN 2.0 Inverter** and the **TCL T-PRO 2.0 Inverter**. Both have Wi-Fi connectivity, allowing you to control and adjust the device via a smartphone app, voice assistants (such as Alexa and Google Assistant) or via remote control. The first product has an air renewal function: it increases oxygen levels by capturing, treating and purifying external air and, through an exhaust system, reduces the concentration of carbon dioxide. The display on the panel allows you to monitor air quality in real time. It is available in 12,000 BTU Hot/Cold capacity.

With a variable speed compressor, the **TCL T-Pro 2.0 Inverter** has a low noise level and quickly reaches the programmed temperature. It is available in 9,000, 12,000, 18,000 and 24,000 BTU capacities, in the Cold and Hot-Cold versions. Both models offer the benefit of the Breeze function, which prevents direct air flow, increasing the sensation of thermal comfort. Both models also feature the Sterilization function – exclusive to the Hot-Cold models – which eliminates fungi and bacteria that can accumulate in the internal unit, in addition to the filter cleaning warning to ensure that air quality is maintained. ■■



TCL FreshIN 2.0 Inverter 12.000 BTU Quente/Frio  
TCL FreshIN 2.0 Inverter 12,000 BTU Hot/Cold  
**Preço sugerido em 05/08/2024: R\$ 4.690,00.**  
Suggested price on 08/05/2024: BRL 4,690.00.



**Álvaro Ruoso,**  
gerente de produtos  
product manager

TCL T-Pro 2.0 Inverter 9.000 BTU Frio  
TCL T-Pro 2.0 Inverter 9,000 BTU Cold  
**Preço sugerido em 05/08/2024: R\$ 2.690,00.**  
Suggested price on 08/05/2024: BRL 2,690.00.



# 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.



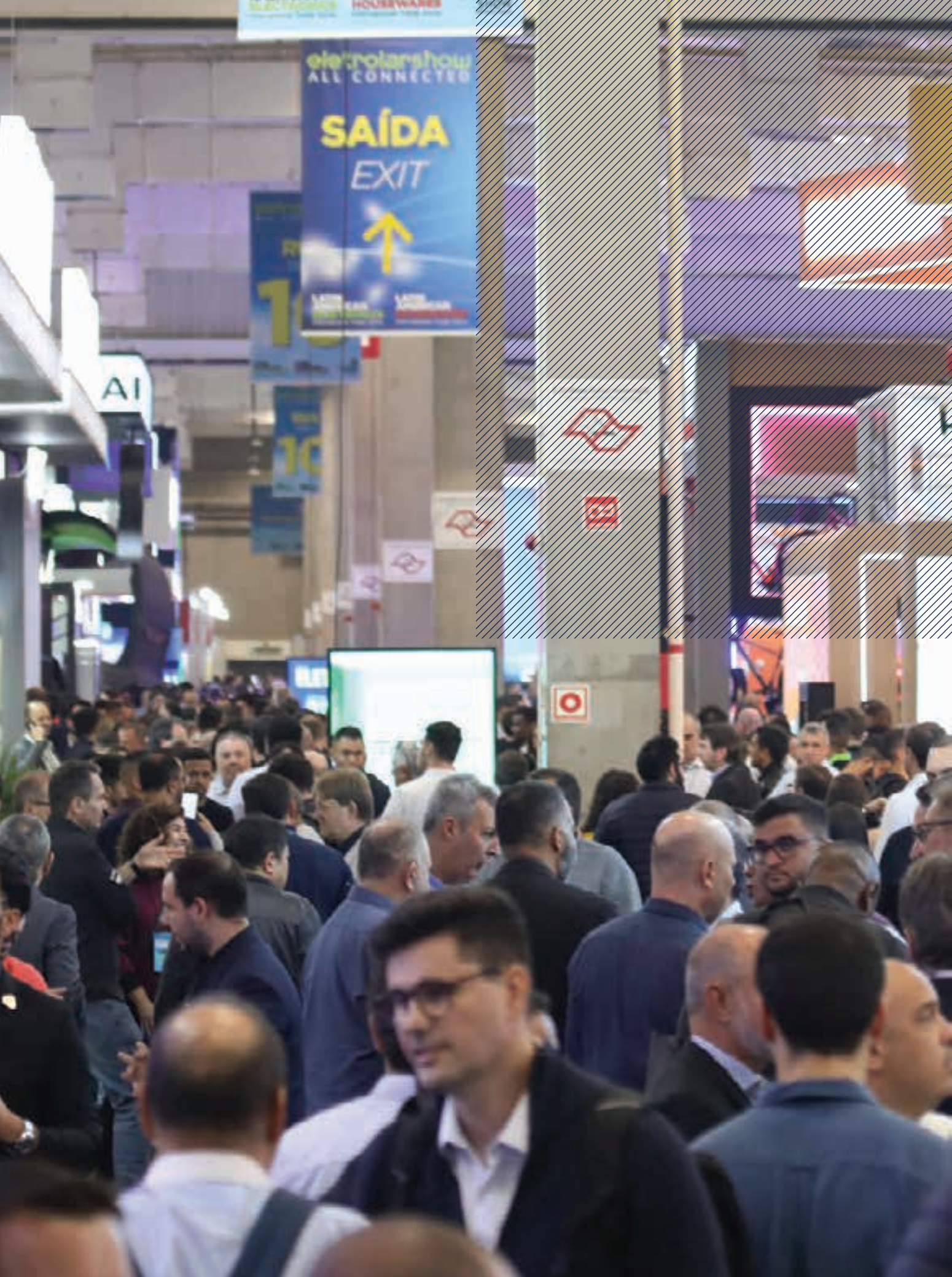
Para mais informações,  
acesse o QR Code e saiba mais!

    @europassistance\_brasil

 [www.europ-assistance.com.br](http://www.europ-assistance.com.br)

 **europ  
assistance**  
you live we care



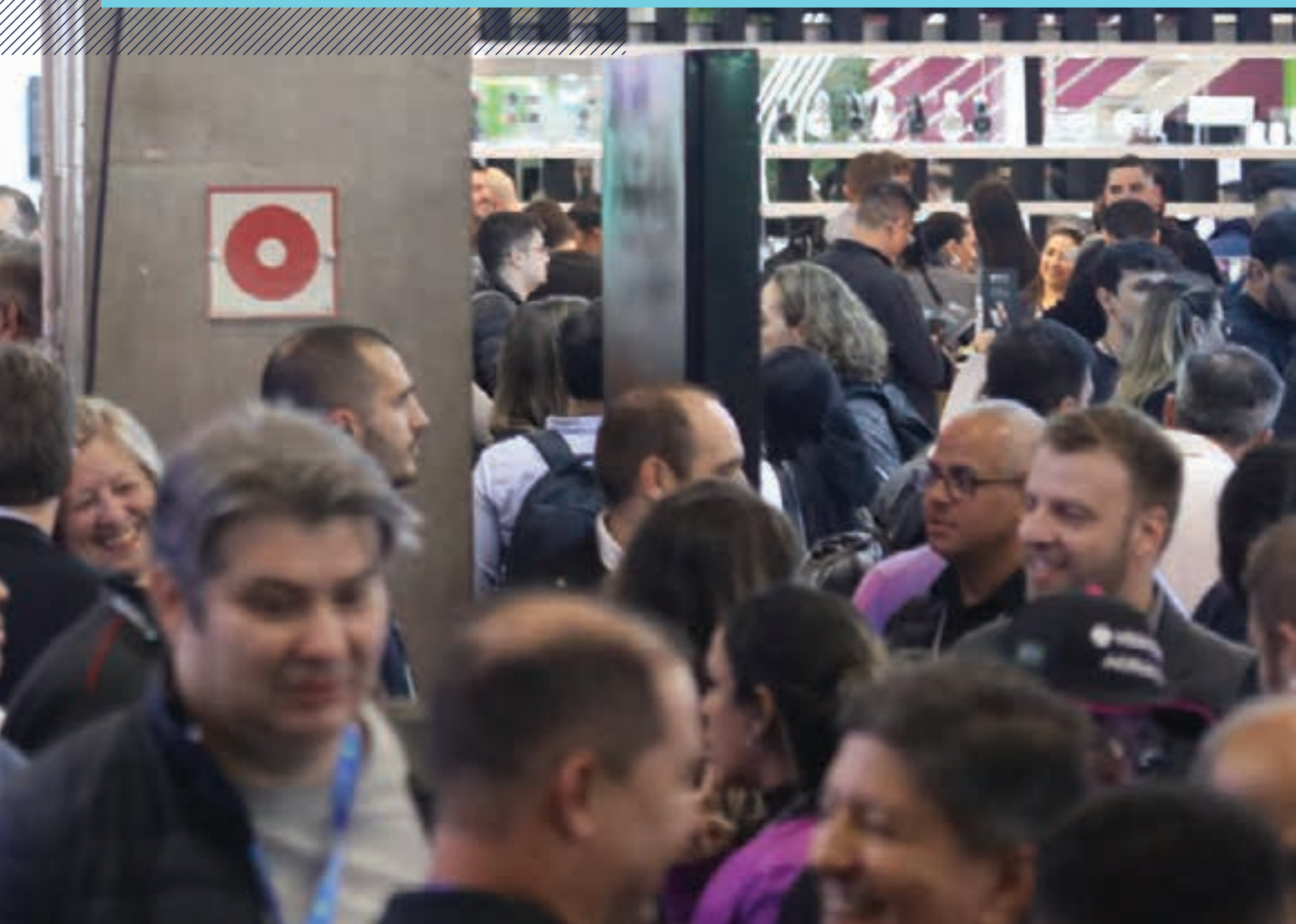


FEIRAS E EVENTOS  
FAIRS AND EVENTS

# GRUPO ELETROLAR ALL CONNECTED

COMPROMISSO EM CONECTAR TODO O SEGMENTO DE ELETROS.

GRUPO ELETROLAR ALL CONNECTED  
*COMMITMENT TO CONNECTING THE ENTIRE ELECTRONICS SEGMENT.*



**R**eferência no setor de eletroeletrônicos na América Latina, destacando-se pela organização de grandes eventos e novas iniciativas que visam conectar indústrias e varejistas, o Grupo Eletrolar muda a sua denominação. **Agora é Grupo Eletrolar All Connected, reafirmando seu compromisso de promover a conexão entre todos os integrantes do setor.** Entre os principais produtos e eventos do grupo destacam-se as feiras Eletrolar Show, Electronics Home Argentina, a recém-lançada Latin American Electronics México e a participação majoritária na Convenção Brazil Mobile (CBM).

**A**reference in the electronics sector in Latin America, standing out for organizing major events and new initiatives that aim to connect industries and retailers, the Grupo Eletrolar has changed its name. **It is now called the Grupo Eletrolar All Connected, reaffirming its commitment to promoting connections among all members of the sector.** Among the group's main products and events, the Eletrolar Show, Electronics Home Argentina, the recently launched Latin American Electronics Mexico and the majority participation in the Brazil Mobile Convention (CBM) stand out.



### ELETROLAR SHOW

Maior feira de negócios do segmento de eletros, a Eletrolar Show é um dos mais importantes eventos de eletroeletrônicos da América Latina. Apresenta mais de 1.500 marcas nacionais e internacionais de 700 expositores e 12 mil produtos. O evento é uma vitrine de inovações e tendências, e abre espaço para que indústrias e varejistas possam negociar e firmar parcerias estratégicas. A feira, que caminha para a sua 18ª edição, é uma oportunidade única para o lançamento de produtos e fortalecimento das marcas no mercado. **Em 2025, será realizada de 23 a 26 de junho, no Distrito Anhembi, em São Paulo.**

### ELETROLAR SHOW

The largest business fair in the electronics segment, the Eletrolar Show is one of the most important electronics events in Latin America. It presents more than 1,500 national and international brands from 700 exhibitors and 12,000 products. The event is a showcase of innovations and trends and provides space for industries and retailers to negotiate and establish strategic partnerships. The fair, which is heading towards its 18th edition, is a unique opportunity to launch products and strengthen brands in the market. **In 2025, it will be held from June 23 to 26, in the Distrito Anhembi, in São Paulo.**



## ELECTRONICS HOME & LATIN AMERICAN ELECTRONICS ARGENTINA

O Grupo Eletrolar All Connected expande a sua atuação internacional e promove a quinta edição da Electronics Home Argentina, que, em 2025, será ampliada com a realização simultânea da Latin American Electronics. Direcionada aos negócios, a Latin American Electronics apresentará tendências em tecnologia e no sourcing para a indústria e sua cadeia de suprimentos.

**Período de realização: de 30 de junho a 2 de julho, no Centro Costa Salguero, em Buenos Aires.**

## ELECTRONICS HOME & LATIN AMERICAN ELECTRONICS ARGENTINA

The Grupo Eletrolar All Connected is expanding its international presence and promoting the fifth edition of Electronics Home Argentina, which, in 2025, will be expanded with the simultaneous holding of Latin American Electronics. Aimed at business, Latin American Electronics will present trends in technology and sourcing for the industry and its supply chain.

**Period of realization: from June 30 to July 2, at the Costa Salguero Center, in Buenos Aires.**

## LATIN AMERICAN ELECTRONICS MÉXICO

O ano de 2025 marca a estreia da Latin American Electronics México, a primeira feira do país voltada para eletroeletrônicos, eletrodomésticos e tecnologia. Terá 600 expositores e receberá compradores do México, da América do Sul e da América Central. Todas as feiras do Grupo seguem o modelo de sucesso da Eletrolar Show. O lançamento no México marca um passo importante na estratégia de internacionalização do Grupo. **Será realizada de 17 a 19 de junho do próximo ano, na Cidade do México.**

### LATIN AMERICAN ELECTRONICS MÉXICO

The year 2025 marks the debut of Latin American Electronics Mexico, the country's first fair focused on electronics, home appliances and technology. It will have 600 exhibitors and will welcome buyers from Mexico, South America and Central America. All of the Group's trade fairs follow the successful model of the Eletrolar Show. The launch in Mexico marks an important step in the Group's internationalization strategy. **It will be held from June 17 to 19 next year, in Mexico City.**



## CONVENÇÃO BRAZIL MOBILE (CBM)

Recentemente, o Grupo Eletrolar All Connected tornou-se sócio majoritário do Convenção Brazil Mobile (CBM), um evento focado exclusivamente no mercado de celulares, com ênfase no pequeno varejo especializado.

**“Em 2015, lançamos o Smartphone Congress, pois sabíamos da relevância desse setor, mas não demos continuidade. Foi então que conhecemos o CBM neste ano, em sua segunda edição, e fechamos essa parceria”, conta o presidente do Grupo, Carlos Clur.**

O setor tem relevância para um mercado bilionário e em constante crescimento. O celular é o eletroeletrônico mais vendido, e o segmento de mobile continua a se expandir, impulsionado pela inovação tecnológica e demanda dos consumidores. Ao reconhecer o potencial do CBM, o Grupo Eletrolar uniu forças com o idealizador do evento, Cadu Oliveira, e decidiu agregar ao congresso uma feira no Distrito Anhembi, no período de **21 a 23 de março de 2025**.

**Essa iniciativa visa atender um setor que possui muitas lojas dedicadas exclusivamente a produtos mobile, oferecendo um espaço para negócios, networking e lançamento de novas tecnologias.** A parceria com o CBM reforça o compromisso do Grupo Eletrolar All Connected com a inovação e o desenvolvimento do mercado de mobile.

**Cadu Oliveira, idealizador do CBM**, explica que a ideia do evento surgiu quando morava nos Estados

## CONVENTION BRAZIL MOBILE (CBM)

*The Grupo Eletrolar All Connected recently became the majority partner of Convention Brazil Mobile (CBM), an event focused exclusively on the mobile market of cell phones, with an emphasis on small, specialized retailers. “In 2015, we launched the Smartphone Congress, because we knew how important this sector was, but we didn’t continue. That’s when we learned about CBM this year, in its second edition, and we formed this partnership,” says the Group’s president, Carlos Clur.*

*The sector is relevant to a billion-dollar market that is constantly growing. Cell phones are the best-selling electronic device, and the mobile segment continues to expand, driven by technological innovation and consumer demand. Recognizing the potential of CBM, the*



**CARLOS CLUR,**  
PRESIDENTE DO GRUPO  
ELETROLAR ALL CONNECTED  
PRESIDENT AT ELETROLAR ALL  
CONNECTED GROUP



De 23 a 26 de Junho | 2025  
Novo Distrito Anhembi  
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**  
Ferias e Eventos

Alcance Paralelo  
**ELETROLAR**

Exibido Paralelo  
**eletrolarshow**  
ALL CONNECTED

Paralelo  
**LATIN AMERICAN  
ELECTRONICS**

Paralelo  
**LIGHTING SHOW**

Paralelo  
**eletoacar**

Contato  
+55 11 2007 4000  
www.eletrolarshow.com.br  
www.latinamericanelectronics.com.br



Unidos e tinha uma loja de celular no Brasil. Ao expandir o negócio, enfrentou dificuldades para encontrar fornecedores até participar de feiras onde patrocinadores se autopromoviam com novidades e oportunidades de mercado. Inspirado, criou o CBM com o mesmo propósito. Já em sua segunda edição, 90% dos pequenos varejistas fecharam operações.

“Quando participei dessas feiras, tive a ideia de trazer algo semelhante para o Brasil, pois sabia o quanto era caro viajar para encontrar fornecedores.” Em 20 de maio de 2023, foi realizada a primeira edição do CBM, com cerca de 15 expositores e pouco mais de 600 lojistas. Em 2024, a segunda edição atraiu quase 3.000 lojistas e 80 expositores de países como Estados Unidos, Dubai, China e Argentina. **“Mirando 2025, o Grupo Eletrolar uniu forças com o CBM para realizar o maior evento de mobile da América Latina”, afirma Cadu. ■■**



**CADU OLIVEIRA,**  
**IDEALIZADOR DA CONVENÇÃO**  
**BRAZIL MOBILE (CBM)**  
CREATOR OF THE BRAZIL MOBILE  
CONVENTION (CBM)

*Grupo Eletrolar joined forces with the event’s creator, Cadu Oliveira, and decided to add a trade show to the congress in the Distrito Anhembi, **from March 21 to 23, 2025.***

**This initiative aims to serve a sector that has many stores dedicated exclusively to mobile products, offering a space for business, networking and the launch of new technologies.** The partnership with CBM reinforces the commitment of the Grupo Eletrolar All Connected to innovation and the development of the mobile market.

**Cadu Oliveira, the creator of CBM,** explains that the idea for the event came to him when he lived in the United States and had a cell phone store in Brazil. As he expanded his business, he had difficulty finding suppliers until he participated in trade shows where sponsors promoted themselves with new products and market opportunities. Inspired, he created CBM with the same purpose. In its second edition, 90% of small retailers closed their operations.

*“When I participated in these trade shows, I had the idea of bringing something similar to Brazil, because I knew how expensive it was to travel to find suppliers.” On May 20, 2023, the first edition of CBM was held, with around 15 exhibitors and just over 600 retailers. In 2024, the second edition attracted almost 3,000 retailers and 80 exhibitors from countries such as the United States, Dubai, China, and Argentina. **“Looking towards 2025, the Grupo Eletrolar has joined forces with CBM to hold the largest mobile event in Latin America,” says Cadu. ■■***



# THE INSPIRED HOME SHOW

IHA'S GLOBAL HOME +  
HOUSEWARES MARKET

2 A 4 DE MARÇO  
CHICAGO, EUA

[TheInspiredHomeShow.com](http://TheInspiredHomeShow.com)

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

The Inspired Home Show 2025 será a 125ª edição da feira. Embora muito tenha mudado desde a primeira edição, que aconteceu em 1939, uma qualidade se mantém consistente através das décadas, que é a dedicação da feira em juntar compradores e vendedores de alta qualidade. Em Março, celebraremos o nosso passado e o nosso futuro, pois continuamos evoluindo com o objetivo de criar a mais produtiva e vibrante feira de Casa e Utilidades domésticas possível.

Os compradores podem se registrar facilmente para uma entrada gratuita e tirarem vantagem dos inúmeros eventos gratuitos durante a estada em Chicago – visite [TheInspiredHomeShow.com](http://TheInspiredHomeShow.com) para mais detalhes! Estamos ansiosas por vê-los em Chicago de 2 a 4 de Março!

– DEREK MILLER, IHA Presidente & CEO

Desde a pandemia que eu não ia à feira de Chicago e foi muito bom estar lá de novo. A feira foi muito boa com muitas novidades em termos de produtos e fornecedores. Eu consegui fazer novos negócios e ficar a par de novas tendências. A feira de Chicago é o lugar para fazer networking e ficar mais informado de tudo sobre a indústria das utilidades domésticas. Eu recomendo a feira a todos os que trabalham nesse segmento.

– RENATA FARIA, Presidenta/CEO, Hutson Imports

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

[TheInspiredHomeShow.com](http://TheInspiredHomeShow.com)

Para mais informação podem também contactar nosso representante para o Show no Brasil:

[Alex Pinheiro](mailto:alex@monchylacroix.com), Monchy Lacroix, Tel: +55 11 95431 6634, [alex@monchylacroix.com](mailto:alex@monchylacroix.com)





# ELETROLAR SHOW, O MELHOR RESULTADO EM **17 ANOS**

**Feira teve recorde de marcas, produtos e visitantes.**

ELETROLAR SHOW, THE BEST RESULT IN 17 YEARS

*The fair had a record number of brands, products and visitors.*



Os expositores foram unânimes em afirmar que a Eletrolar Show 2024 foi a melhor e a mais produtiva feira já realizada para o segmento de eletros. O intenso movimento resultou no fechamento de muitos negócios, parcerias e consolidação de marcas. Na área de 36 mil m<sup>2</sup>, foram expostos mais de 12 mil produtos e 1.500 marcas para 32 mil visitantes. O resultado foi histórico para o setor. O apresentador de TV, **Celso Portioli**, presente à cerimônia de abertura da feira, se impressionou com a amplitude do evento. “Em cada corredor que eu passo, fico pensando quantos bons negócios dá para fazer aqui”, comentou.

Em entrevista após a abertura da feira, o presidente da Associação Nacional dos Fabricantes de Produtos Eletroeletrônicos (Eletros), **José Jorge do Nascimento Jr.**, disse que as vendas tiveram alta de 34% no

The exhibitors were unanimous in stating that the Eletrolar Show 2024 was the best and most productive fair ever held for the electronics segment. The intense flow of people resulted in the closing of many deals, partnerships and consolidation of brands. In the 36,000 sqm area, more than 12,000 products and 1,500 brands were exhibited for 32,000 visitors. The result was historic for the sector. TV host **Celso Portioli**, present at the opening ceremony of the fair, was impressed by the scope of the event. “In every corridor I pass by, I wonder how many good deals can be made here,” he commented.

In an interview after the opening of the fair, the president of the National Association of Manufacturers of Electronic Products (Eletros), **José Jorge do Nascimento Jr.**, said that sales increased by 34% in the first half of 2024





**JOSÉ JORGE DO NASCIMENTO JR.,**  
**PRESIDENTE DA ELETROS**  
PRESIDENT OF ELETROS

primeiro semestre de 2024 ante o mesmo período de 2023. Os destaques foram as linhas de ar-condicionado (88% de crescimento) e de portáteis (40%). No total, foram comercializados 51.530.634 eletroeletrônicos no País, do início de janeiro até o fim de junho, ante 38.341.825 aparelhos no mesmo período do ano anterior. “Foi um dos melhores resultados para o primeiro semestre”, afirmou.

**Carlos Clur**, presidente do Grupo Eletrolar All Connected, organizador da feira, destacou a importância do evento para a geração de negócios e de oportunidades entre a indústria e o varejo, bem como para a ampliação do networking. “O crescimento da Eletrolar Show é acompanhado por um esforço de internacionalização do mercado de eletrodomésticos e de fortalecimento das exportações brasileiras. A nossa missão é tornar o mercado da América Latina tão integrado quanto o da Europa”, destacou. Nas páginas seguintes, estão os expositores e seus produtos.

compared to the same period in 2023. The highlights were the air conditioning lines (88% growth) and small appliances (40%). In total, 51,530,634 electronic devices were sold in the country, from the beginning of January to the end of June, compared to 38,341,825 devices in the same period of the previous year. “It was one of the best results for the first half of the year,” he said.

**Carlos Clur**, president at the Grupo Eletrolar All Connected, organizer of the fair, highlighted the importance of the event for generating business and opportunities between industry and retail, as well as for expanding networking. “The growth of The Eletrolar Show is accompanied by an effort to internationalize the home appliance market and strengthen Brazilian exports. Our mission is to make the Latin American market as integrated as Europe’s”, he highlighted. The following pages feature the exhibitors and their products.



**CELSO PORTIOLI,**  
**APRESENTADOR DE TV**  
TV HOST

## 1 HORA: DESTAQUE PARA POWER BANK, FONE DE OUVIDO E ALTO-FALANTE

1 HORA: HIGHLIGHTS FOR POWER BANK, HEADPHONES AND SPEAKERS



**PENG ZHANG,**  
VICE-PRESIDENTE  
VICE PRESIDENT



**Feira proporcionou boas oportunidades de negócios à empresa.**

*The fair provided good business opportunities for the company.*

#ES2024

**A** 1 Hora lançou o **20 W Power Bank**, que atende todas as marcas e suporta carga indutiva. Indica quanto tempo resta de carga e a sua potência. Outras novidades foram o **kit carregador rápido GaN 65**, tipo C, com potência de saída de 65 W, o **alto-falante Bluetooth** com som estéreo, bateria de 240 mAh e luz LED, e o **fone de ouvido Earbuds AUT209**, sem fio, com design ergonômico, som estéreo e microfone embutido. “Temos diversificação de itens no nosso catálogo”, contou **Peng Zhang, vice-presidente da empresa**.

No ano passado, a empresa estreou na Eletrolar Show e conseguiu seu primeiro cliente no Brasil, disse Peng. “Esta edição também foi muito boa para a empresa. Notamos muitas marcas novas, o que demonstra ampliação do mercado e interesse na feira. A movimentação favoreceu a troca de informações e as parcerias.” ■■

**1** Hora launched the 20 W Power Bank, which is compatible with all brands and supports inductive charging. It indicates how much time is left on the charge and its power. Other new products were the **GaN 65 fast charger kit**, type C, with 65 W output power, the **Bluetooth speaker** with stereo sound, 240 mAh battery and LED light, and the **Earbuds AUT209 wireless headset**, with ergonomic design, stereo sound and built-in microphone. “We have a diversified range of items in our catalog,” said **Peng Zhang, the company’s vice president**.

Last year, the company debuted at the Eletrolar Show and got its first client in Brazil, said Peng. “This edition was also very good for the company. We noticed many new brands, which shows the expansion of the market and interest in the fair. The movement favored the exchange of information and partnerships.” ■■



**Foco da empresa foi a expansão do relacionamento com varejistas regionais e nacionais.**

*The company's focus was on expanding its relationship with regional and national retailers.*

## 180 SEGUROS FEZ SUA ESTREIA NA ES

*180 SEGUROS MADE ITS DEBUT IN ES*

Com diversos tipos de **seguros** em sua carteira de produtos, a **180 Seguros** decidiu participar pela primeira vez da Eletrolar Show para expandir seu relacionamento com varejistas regionais e nacionais. "Vimos para esta feira com o objetivo de aproveitar o grande movimento de varejistas e apresentar nosso novo produto: a **garantia estendida**", disse **Talita Wigg, gerente comercial**.

Quando as empresas decidem contratar o novo serviço da 180 Seguros, além de proporcionarem maior tempo de garantia para os consumidores, elas aumentam a confiança em suas marcas, contou Talita. "Além da garantia de fábrica, os nossos clientes, que vão desde empresas de ar-condicionado até companhias que vendem colchões, podem oferecer de 12 até 24 meses a mais de garantia. Se quebrar, nós cuidamos da troca do produto no lugar do nosso cliente." ■■



With several types of **insurance** in its product portfolio, **180 Seguros** decided to participate in the Eletrolar Show for the first time to expand its relationship with regional and national retailers. "We came to this fair with the goal of taking advantage of the large movement of retailers and presenting our new product: the **extended warranty**," said **Talita Wigg, sales manager**.

When companies decide to hire 180 Seguros' new service, in addition to providing a longer warranty period for consumers, they increase confidence in their brands, said Talita. "In addition to the factory warranty, our clients, which range from air conditioning companies to companies that sell mattresses, can offer an additional 12 to 24 months of warranty. If something breaks, we take care of replacing the product on our client's behalf." ■■



**TALITA WIGG,**  
**GERENTE COMERCIAL**  
SALES MANAGER



## 9H: BOAS VENDAS EM IMPRESSORAS E ETIQUETADORAS

Busca por parcerias motivou terceira participação da empresa.

*9H: GOOD SALES IN PRINTERS AND LABELERS*

*Search for partnerships motivated the company's third participation.*



HE QIU,  
CEO

Expositora pela terceira vez na Eletrolar Show, a **9H** trouxe uma **linha de produtos focados em empresas de internet e e-commerce**. Entre eles, **impressoras e etiquetadoras** foram os destaques em vendas, disse a **CEO da empresa, He Qiu**. "Temos uma equipe na China, responsável por comprar com alta qualidade e preço justo."

A 9H, que buscou parcerias com distribuidoras brasileiras que desejam oferecer bens de qualidade elevada a um preço mais acessível, considerou a feira estratégica para seu objetivo. "Havia muitas empresas que há tempo queríamos contatar. A feira nos ajudou a chegar até elas", contou. ■■

Exhibiting for the third time at the Eletrolar Show, **9H** brought a **line of products focused on internet and e-commerce companies**. Among them, **printers and labelers** were the highlights in sales, said the **company's CEO, He Qiu**. "We have a team in China responsible for purchasing high quality and fair prices."

9H, which sought partnerships with Brazilian distributors who want to offer high quality goods at a more affordable price, considered the fair strategic for its objective. "There were many companies that we had wanted to contact for a long time. The fair helped us reach them," it said. ■■

# eletrocar show

23-26

**Junho 2025**

*Distrito Anhembi*



**O FUTURO  
É AGORA!**

Acesse nosso site  
[eletrocarshow.com](http://eletrocarshow.com)  
[contato@eletrocarshow.com](mailto:contato@eletrocarshow.com)





**Objetivo da empresa foi ampliar o reconhecimento da marca.**

*The company's goal was to increase brand recognition.*



**THALITA SANTOS,**  
ANALISTA DE MARKETING  
MARKETING ANALYST

## A´GOLD: CAIXA DE SOM COM MICROFONE EMBUTIDO

*A´GOLD: SPEAKER WITH BUILT-IN MICROPHONE*

**E**xpositora pela primeira vez na feira, a **A´Gold**, focada em **produtos eletrônicos e acessórios para celular**, teve por objetivo dar maior visibilidade à marca. “Quisemos mostrar mais a A´Gold para o público e para os que já são nossos clientes”, disse **Thalita Santos, analista de marketing** da empresa.

No estande, destacou **carregadores de celular, power banks e caixas de som**. “Trouxemos uma gama diversificada em termos de cores, modelos e potências”, contou Thalita. O destaque principal foi a **caixa de som com microfone embutido, que funciona como um dispositivo de karaokê portátil**.

A participação na feira teve impacto positivo forte no objetivo da empresa de ampliar o reconhecimento da marca. “Recebemos clientes novos e conhecemos muita gente”, comentou Thalita, que acredita em crescimento maior do setor neste semestre, com a A´Gold acompanhando o movimento. ■■

**A** first-time exhibitor at the fair, **A´Gold**, which focuses on electronic **products and cell phone accessories**, aimed to increase brand visibility. “We wanted to show A´Gold more to the public and to our existing customers,” said **Thalita Santos, the company’s marketing analyst**.

At the booth, **cell phone chargers, power banks and speakers were highlighted**. “We brought a diverse range of colors, models and power,” said Thalita. The main highlight was the **speaker with a built-in microphone, which works as a portable karaoke device**.

Participation in the fair had a strong positive impact on the company’s goal of increasing brand recognition. “We received new customers and met a lot of people,” said Thalita, who believes the sector will grow more this semester, with A´Gold following the trend. ■■



## ABRADISTI MOSTROU SEU TRABALHO

Associação elogiou a feira e aproveitou para se encontrar com seus sócios.

*ABRADISTI SHOWED OFF ITS WORK*

*The association praised the fair and took the opportunity to meet with its members.*

A **Associação Brasileira de Distribuição de Tecnologia da Informação (ABRADISTI)** mostrou na feira os serviços que presta. Entre eles, **pesquisas, grupos de trabalho e representação junto a órgãos do governo**. “Conversamos sobre todas as nossas frentes de serviço com as empresas presentes”, contou **Reinaldo Passini, diretor comercial da associação**.

Essa foi a segunda participação da ABRADISTI na Eletrolar Show. Segundo Passini, o evento é interessante tanto para receber associados e parceiros quanto para apresentar a associação às novas empresas. “Geramos muitos leads no ano passado e, em 2024, esperamos gerar muito mais”, afirmou Passini. ■■

The **Associação Brasileira de Distribuição de Tecnologia da Informação (Brazilian Association of Information Technology Distribution) (ABRADISTI)** showed off the services it provides at the fair. These included research, work groups and representation with government agencies. “We talked about all of our service fronts with the companies present,” said **Reinaldo Passini, the association’s commercial director**.

This was ABRADISTI’s second participation in the Eletrolar Show. According to Passini, the event is interesting both for welcoming members and partners and for introducing the association to new companies. “We generated a lot of leads last year and, in 2024, we hope to generate many more,” said Passini. ■■



**REINALDO PASSINI,**  
DIRETOR COMERCIAL  
COMMERCIAL DIRECTOR

# ABRASA REPRESENTOU MAIS DE 10 MIL EMPRESAS

ABRASA REPRESENTED OVER 10,000 COMPANIES



**Associação participou de todas as edições da Eletrolar Show.**

*The association has participated in all editions of the Eletrolar Show.*



**WAGNER GATTO,**  
DIRETOR-EXECUTIVO  
EXECUTIVE DIRECTOR

Com mais de 20 anos de mercado e 10 mil empresas cadastradas, a **Associação Brasileira de Pós-Vendas em Eletroeletrônicos (ABRASA)** mostrou na feira suas **soluções de logística e de integração das empresas de serviço autorizado** em produtos desse segmento. "A Eletrolar Show é uma porta não só para a associação mostrar o tamanho dela como para ajudar outras empresas", avaliou **Wagner Gatto, diretor-executivo da ABRASA.**

Segundo Wagner, os principais objetivos da participação na feira deste ano foram a divulgação da associação e a busca por parcerias, ambos atingidos. "Com menos de duas horas do início desta edição, fechamos um negócio. O evento é um destaque, sempre lota e recebe gente interessada em fazer negócios", disse. ■■

With over 20 years in the market and 10,000 registered companies, the **Associação Brasileira de Pós-Vendas em Eletroeletrônicos** (Brazilian Association of After-Sales in Electronics) (ABRASA) showcased its **logistics solutions and integration of authorized service** companies in products in this segment at the fair. "The Eletrolar Show is a gateway not only for the association to show its size but also to help other companies," said **Wagner Gatto, executive director of ABRASA.**

According to Wagner, the main objectives of participating in this year's fair were to promote the association and seek partnerships, both of which were achieved. "Less than two hours into this edition, we closed a deal. The event is a highlight, it is always packed and receives people interested in doing business," he said. ■■



**TAMARA FIGUEIREDO,**  
ANALISTA DE RELAÇÕES INSTITUCIONAIS  
INSTITUTIONAL RELATIONS ANALYST



## META DA ABREE: CONSCIENTIZAR SOBRE O DESCARTE ADEQUADO

ABREE'S GOAL: TO RAISE AWARENESS ABOUT PROPER DISPOSAL

## Associação buscou parcerias em prol da sustentabilidade.

*The association sought partnerships to promote sustainability.*

A **Associação Brasileira de Reciclagem de Eletrônicos (ABREE)** veio à Eletrolar Show para trazer aos participantes mais informações sobre o **descarte ambientalmente correto** de **eletroeletrônicos e eletrodomésticos**. Foi a terceira participação da associação no evento. Os resultados foram positivos. "Tivemos aumento no número de seguidores e de pessoas de fato interessadas", disse **Tamara Figueiredo, analista de relações institucionais da Abree**.

Na feira, a entidade gestora buscou novas parcerias com relação a pontos de descarte, além de aproveitar o evento para ampliar sua base nas redes sociais. "A gente vê aqui tanto varejistas quanto fabricantes de eletroeletrônicos e eletrodomésticos, e aí unimos essa cadeia em prol do interesse na sustentabilidade e no descarte ambientalmente adequado desses produtos", acrescentou Tamara. ■■

The **Brazilian Electronics Recycling Association (ABREE)** came to the Eletrolar Show to provide participants with more information about the environmentally **correct disposal of electronic devices and home appliances**. This was the association's third participation in the event. The results were positive. "We saw an increase in the number of followers and people who were truly interested," said **Tamara Figueiredo, institutional relations analyst at Abree**.

At the fair, the managing entity sought new partnerships regarding disposal points, in addition to taking advantage of the event to expand its base on social media. "We see both retailers and manufacturers of electronic devices and home appliances here, and we unite this chain in favor of the interest in sustainability and the environmentally appropriate disposal of these products," added Tamara. ■■

## ACSP OFERECEU SERVIÇOS E BUSCOU PARCERIAS

ACSP OFFERED SERVICES AND SEEK PARTNERSHIPS



A associação de empreendedores tem várias modalidades de apoio às empresas.

*The association of entrepreneurs offers several types of support to companies.*



**RENAN LUIZ SILVA,**  
SUPERINTENDENTE DE SERVIÇOS  
INSTITUCIONAIS  
SUPERINTENDENT OF INSTITUTIONAL SERVICES

A **Associação Comercial de São Paulo (ACSP)** participou pela primeira vez da feira em 2024. A entidade de associação voluntária, que auxilia no desenvolvimento de empresas e empreendedores, mostrou os **vários serviços** que oferece. “Entre eles, emissão de certificado digital, consultas para análise de crédito e auxílio para processos de exportação e importação de produtos”, disse **Renan Luiz Silva, superintendente de serviços institucionais da ACSP.**

Na 17ª Eletrolar Show, a ACSP buscou novos associados e apresentou os seus serviços. “Somos uma associação de empreendedores, e a indústria que está presente hoje aqui é o nosso público. Estamos surpreendidos positivamente. Só o que tivemos de visitantes foi satisfatório”, contou Renan. ■■

The **Associação Comercial de São Paulo** (Commercial Association of São Paulo) (**ACSP**) participated in the fair for the first time in 2024. The voluntary association entity, which assists in the development of companies and entrepreneurs, showed the **various services** it offers. “Among them, issuing digital certificates, consultations for credit analysis and assistance with product export and import processes”, said **Renan Luiz Silva, superintendent of institutional services at ACSP.**

At the 17<sup>th</sup> Eletrolar Show, ACSP sought new members and presented its services. “We are an association of entrepreneurs, and the industry that is present here today is our target audience. We are positively surprised. The only visitors we had were satisfactory”, said Renan. ■■

## AGRATTO E VENTISOL: NOVIDADES EM DUAS MARCAS

AGRATTO AND VENTISOL: NEW PRODUCTS FROM TWO BRANDS

Micro-ondas, climatizador e ventiladores foram os destaques.

Microwaves, air coolers and fans were the highlights.



**M**arca nacional de eletroportáteis, a **Agratto** promoveu na feira seu **micro-ondas**, agora disponível nas cores branco e preto. “Nós nos preparamos para este momento, que coroa um esforço em garantir que nossos clientes possam compor toda a cozinha com produtos Agratto”, disse a **diretora comercial, Fernanda Candido**.

**A**gratto, a national brand of small appliances, promoted its **microwave** at the fair, now available in black and white. “We prepared ourselves for this moment, which is the culmination of an effort to ensure that our customers can complete their entire kitchen with Agratto products,” said **commercial director Fernanda Candido**.



**FERNANDA CANDIDO,**  
DIRETORA COMERCIAL  
COMMERCIAL DIRECTOR

A **Ventisol** destacou **o climatizador de 125 litros**, com potência de 400 W, além de dois **ventiladores de teto no segmento premium, o Astro e o Selene**, contou Fernanda. “O Astro tem pás retráteis, funciona como luminária e ventilador, e oferece três opções de iluminação. É um produto premium, bivolt, com tecnologia Inverter.”

Independentemente da estação, a ventilação é sempre um bom negócio para os lojistas, disse a executiva. “A participação na Eletrolar Show não só gera contatos importantes como ocorre num período apropriado do ano, que permite programar a produção e as entregas para o verão. Estamos nos preparando com um grande estoque para atender o mercado.” No estande, foi exposto o carro da piloto Rafaela Ferreira, da Fórmula 4, que é patrocinada pelas duas marcas. ■■

*Ventisol* highlighted the **125-liter air conditioner**, with 400 W power, in addition to two ceiling **fans in the premium segment, the Astro and the Selene**, said Fernanda. “The Astro has retractable blades, works as a lamp and fan, and offers three lighting options. It is a premium product, bivolt, with Inverter technology.”

Regardless of the season, ventilation is always good business for retailers, said the executive. “Participating in the Eletrolar Show not only generates important contacts, but also occurs at an appropriate time of year, which allows us to schedule production and deliveries for the summer. We are preparing ourselves with a large stock to meet the market demand.” The stand featured the car of Formula 4 driver Rafaela Ferreira, who is sponsored by both brands. ■■



## AIWA: 16 LANÇAMENTOS NESTE SEMESTRE

AIWA: 16 LAUNCHES IN THIS SEMESTER



**A** Aiwa fez **16 lançamentos para este ano**, entre eles as **torres de som**. Com design sofisticado, a **AWS-T1W-02** tem 1.600 W RMS de potência, processador que divide as três vias de som (graves, médios e agudos) e alto-falante com LED RGB colors lights. Lançou, também, **dois speakers, quatro modelos de partybox, headphones e earbuds**.

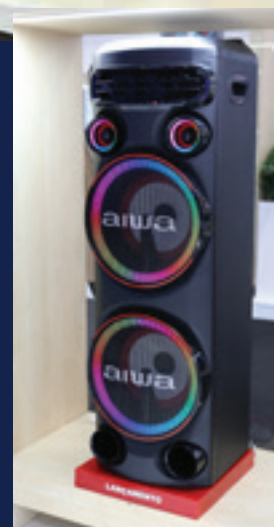
Em televisores, expôs seus **modelos que vão de 32" a 75" e tendências de mercado**. Um exemplo é a TV de 100" QLED. Outros são a TV portátil, que pode ser utilizada em áreas externas, pois resiste aos pingos de água; a karaokê, com som embutido e microfone; e a TV Glass, com borda transparente. "Trouxemos esses aparelhos para sentir o mercado", disse **Giovanni M. Cardoso, cofundador do Grupo MK, que detém as marcas Aiwa e Mondial**.

A empresa, que tem Sabrina Sato como embaixadora, visa conquistar 10% do mercado de televisores. Em áudio, a meta é 12%. Para tanto, está ampliando a capacidade de produção de todos os itens em sua fábrica, em Manaus (AM). "Em dois anos e meio, multiplicamos o número de funcionários", contou Giovanni. Neste ano, o faturamento chegará a R\$ 1 bilhão. Para 2025, a projeção é dobrar esse número. ■■

**A** iwa has **launched 16 products this year**, including **sound towers**. With a sophisticated design, **the AWS-T1W-02** has 1,600 W RMS of power, a processor that divides the three sound channels (bass, midrange and treble) and a speaker with LED RGB color lights. It also launched **two speakers, four partybox models, headphones and earbuds**.

In terms of televisions, it showcased its **models ranging from 32" to 75" and market trends**. One example is the 100" QLED TV. Others include the portable TV, which can be used outdoors, as it is resistant to water drops; the karaoke TV, with built-in sound and microphone; and the Glass TV, with a transparent border. "We brought these devices to get a feel for the market," said **Giovanni M. Cardoso, co-founder at Grupo MK, which owns the Aiwa and Mondial brands**.

The company, which has Sabrina Sato as its ambassador, aims to capture 10% of the television market. In audio, the goal is 12%. To this end, it is expanding the production capacity of all items in its factory in Manaus (AM). "In two and a half years, we have multiplied the number of employees," said Giovanni. This year, revenue will reach R\$1 billion. By 2025, the projection is to double that number. ■■



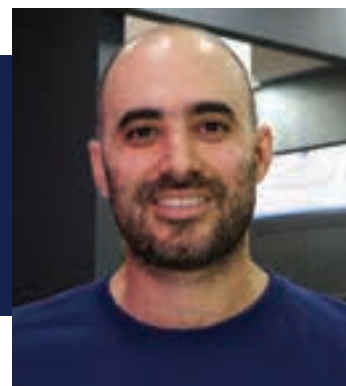
**Destaque para as torres de som e smart TVs.**

*Highlights include sound towers and smart TVs.*

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

## AMARINE SE SURPREENDE EM SUA ESTREIA NA ES

AMARINE IS SURPRISED AT ITS DEBUT AT ES



KARIM FAHS,  
CEO

### Destaque da empresa foi o Micro SD para console, homologado pela Nintendo.

*The company's highlight was the Micro SD for consoles, approved by Nintendo.*

Fundada em 2019, a **Amarine** já entrou no mercado sendo a distribuidora oficial da Canon no Brasil. Após o fechamento da fábrica das câmeras profissionais no País, a empresa passou a administrar grandes contas relacionadas à marca, entre elas a representação na Amazon, no Kabum e no Mercado Livre. Há dois anos, diversificou seu portfólio e começou a comercializar produtos de outras grandes marcas, como Kodak, Lexus e Marshall.

Pela primeira vez na feira, **Karim Fahs, CEO da companhia**, se surpreendeu com o movimento do evento. "Viemos à Eletrolar Show para tornar nossa marca conhecida e fazer networking, mas o resultado foi melhor que o esperado. Com certeza, estaremos aqui na próxima edição", disse. No estande, o destaque ficou por conta do **Micro SD para console, homologado pela Nintendo** com 1 tera de capacidade. A Marine também levou à feira **a câmera de segurança Sieco S38 PT**. "O aparelho é diferenciado porque é programado para a detecção de movimentos", contou Karim. ■■

Founded in 2019, **Amarine** has already entered the market as the official distributor of Canon in Brazil. After the closure of the professional camera factory in the country, the company began to manage large accounts related to the brand, including representation on Amazon, Kabum and Mercado Livre. Two years ago, it diversified its portfolio and began to sell products from other major brands, such as Kodak, Lexus and Marshall.

For the first time at the fair, **Karim Fahs, the company's CEO**, was surprised by the event's movement. "We came to Eletrolar Show to make our brand known and to do networking, but the result was better than expected. We will definitely be here at the next edition", he said. At the booth, the highlight was the **Micro SD for consoles, approved by Nintendo** with 1 terabyte of capacity. Marine also brought the **Sieco S38 PT security camera** to the fair. "The device is different because it is programmed to detect movements," said Karim. ■■





CLIFORD OLIVEIRA,  
CEO

## AMET: PELÍCULA DE PROTEÇÃO ULTRARRESISTENTE

AMET: ULTRA-RESISTANT PROTECTIVE FILM

**Produto para smartphone tem um ano de garantia.**

*Product for smartphones has a one-year warranty.*

**A** **Amet** lançou uma **película de proteção ultrarresistente, chamada Safira Shield**. Utiliza a tecnologia SafeMax e possui laminação de safira, oferecendo um nível de resistência de 9H. "É uma das melhores películas do mundo em termos de proteção, por isso damos um ano de garantia contra a quebra de tela", destacou **Cliford Oliveira, CEO da empresa**.

O portfólio da Amet foi expandido com uma **nova linha de áudio**, com fones de ouvido e caixas de som, além de acessórios como carregadores e power banks. "O objetivo é fortalecer nossas parcerias com os clientes", explicou Cliford, que considerou a participação na Eletrolar Show como determinante para o crescimento contínuo da empresa. A expectativa é mais do que dobrar seu faturamento neste ano em relação a 2023. ■■

**A** **met** has launched an **ultra-resistant protective film, called Safira Shield**. It uses SafeMax technology and has sapphire lamination, offering a 9H resistance level. "It is one of the best films in the world in terms of protection, which is why we offer a one-year warranty against screen breakage," highlighted **Cliford Oliveira, the company's CEO**.

Amet's portfolio has been expanded with a **new audio line**, with headphones and speakers, as well as accessories such as chargers and power banks. "The goal is to strengthen our partnerships with customers," explained Cliford, who considered participation in the Eletrolar Show as a determining factor for the company's continued growth. The expectation is for more than double its revenue this year compared to 2023. ■■

## ANXIN: PRODUTOS PARA CASA E ELETRÔNICOS

ANXIN: HOME PRODUCTS AND ELECTRONICS

A estreante na feira trouxe diferentes tipos de copos, carregadores e fones de ouvido.

*The debutant brought different types of cups, chargers and headphones.*



**BRUNO LEE,**  
DIRETOR COMERCIAL  
COMMERCIAL DIRECTOR

Inicialmente focada na comercialização de luminárias, a **Anxin** se adaptou às necessidades do mercado e hoje vende **produtos para casa**, como painéis e copos térmicos, e **eletroeletrônicos**, como fones de ouvido, carregadores e adaptadores. “Na Eletrolar Show, trouxemos diversos modelos de copos, desde os menores para café até os maiores para levar na academia. O nosso grande diferencial é o valor, temos o preço mais baixo”, contou **Bruno Lee, diretor comercial da marca**.

Estreando como expositora, a empresa veio com a intenção de divulgar a nova marca, que antigamente era conhecida como Atlanta LED Luminária. “Essa foi uma experiência ao mesmo tempo desafiadora e muito boa. Recebemos muitos possíveis clientes no nosso estande”, completou Bruno. ■■

Initially focused on selling lighting fixtures, **Anxin** adapted to the market’s needs and today sells **home products**, such as pans and thermal cups, and **electronics**, such as headphones, chargers and adapters. “At the Eletrolar Show, we brought several models of cups, from the smallest ones for coffee to the largest ones for taking to the gym. Our big difference is the value, we have the lowest price”, said **Bruno Lee, the brand’s commercial director**.

Starting as an exhibitor, the company came with the intention of promoting the new brand, which was formerly known as Atlanta LED Luminária. “This was a challenging and very good experience at the same time. We received many potential customers at our booth”, added Bruno. ■■



**BRUNO NOGUEIRA,**  
GERENTE DE NEGÓCIOS  
BUSINESS MANAGER

## ARIETE EXPÔS ELETROPORTÁTEIS PREMIUM

ARIETE EXHIBITS PREMIUM SMALL APPLIANCES

### Empresa trouxe ao Brasil duas marcas italianas.

*The company brought two Italian brands to Brazil.*

**A** **Ariete**, importadora e distribuidora de marcas premium no mercado de eletros, expôs uma linha completa de eletroportáteis. Os produtos são de duas marcas italianas. “Da **marca Ariete**, que chegou ao Brasil em 2023, apresentamos a Linha Moderna, que tem design italiano, acabamento apurado e detalhes em metal”, disse **Bruno Nogueira, gerente de negócios da empresa**. Foram sete produtos: três cafeteiras, chaleira, torradeira, liquidificador e batedeira, nas cores preta e vermelha. Expôs, também, uma máquina de café e outra de sorvete.

Da **marca DeLonghi**, levou para o estande uma **cafeteira super automática, aquecedor a óleo e aparelho de ar-condicionado portátil**. Expôs, ainda, a **linha Vintage, de produtos retrô**. “O mercado tem bastante players, mas no segmento premium vimos uma lacuna. Trouxemos produtos para esse público e expusemos na Eletrolar Show pela abrangência que ela tem”, contou Bruno. Sua expectativa é que este semestre seja importante em termos de aquecimento do consumo. ■■

**A** **riete**, an importer and distributor of premium brands in the home appliance market, exhibited a complete line of small appliances. The products are from two Italian brands. “From the **Ariete brand**, which arrived in Brazil in 2023, we presented the Modern Line, which has Italian design, refined finish and metal details”, said **Bruno Nogueira, the company’s business manager**. There were seven products: three coffee makers, a kettle, a toaster, a blender and a mixer, in black and red. It also exhibited a coffee machine and an ice cream maker.

From the **DeLonghi brand**, it brought to its stand a **super automatic coffee maker, an oil heater and a portable air conditioner**. It also exhibited the **Vintage line, of retro products**. “The market has a lot of players, but in the premium segment we saw a gap. We brought products for this audience and exhibited them at the Eletrolar Show due to its scope,” said Bruno. He expects this semester to be important in terms of boosting consumption. ■■



**Em sua estreia, a empresa lançou uma plataforma que promete revolucionar o mercado.**

*In its debut, the company launched a platform that promises to revolutionize the market.*



**RAFAEL DANTAS,**  
DIRETOR COMERCIAL E SÓCIO  
COMMERCIAL DIRECTOR AND PARTNER

# ASIA SHIPPING: TROUXE LANÇAMENTO DIGITAL

ASIA SHIPPING: BRINGS DIGITAL LAUNCH

A **Asia Shipping** participou pela primeira vez como expositora da Eletrolar Show. “Somos a maior integradora logística digital da América Latina. Somos responsáveis pela parte de logística internacional dos nossos clientes, fazendo o transporte de mercadorias, seja pelo modal marítimo, aéreo ou rodoviário”, disse **Rafael Dantas, diretor comercial e sócio da empresa**. “Vimos à feira para ampliar a visibilidade da nossa marca.”

No evento, a empresa apresentou a **plataforma digital em nuvem que utiliza Inteligência Artificial (IA) para facilitar as operações de comércio exterior, chamada Dati**. A solução automatiza toda a rotina de importação e realiza de forma autônoma quase 87% das rotinas dessa frente de negócios.

“É uma solução diferente, capaz de aumentar a eficiência operacional dos importadores e gerar insights importantes para os negócios. Essa plataforma facilita muito a vida das empresas e, com certeza, vai revolucionar bastante o mercado de importação no Brasil”, afirmou Rafael. ■■

**Asia Shipping** participated as an exhibitor at the Eletrolar Show for the first time. “We are the largest digital logistics integrator in Latin America. We are responsible for the international logistics side of our clients, transporting goods, whether by sea, air or road”, said **Rafael Dantas, commercial director and partner of the company**. “We came to the fair to increase the visibility of our brand.”

At the event, the company presented the **digital cloud platform that uses Artificial Intelligence (AI) to facilitate foreign trade operations, called Dati**. The solution automates the entire import routine and autonomously performs almost 87% of the routines of this business front.

“It is a different solution, capable of increasing the operational efficiency of importers and generating important insights for business. This platform makes life much easier for companies and will certainly revolutionize the import market in Brazil”, said Rafael. ■■





**ANDERSON LIMA,**  
RESPONSÁVEL PELO ESTANDE  
*RESPONSIBLE FOR THE BOOTH*



## ASL EXPÔS AMPLA LINHA DE ACESSÓRIOS

*ASL DISPLAYED A WIDE LINE OF ACCESSORIES*

### Produtos são homologados pela Anatel.

*Products are approved by Anatel.*

**E**m sua primeira participação na Eletrolar Show, a **ASL** expôs ampla linha de acessórios, todos homologados pela Anatel e com um ano de garantia. Entre os produtos, **carregadores, cabos, fonte, fones de ouvido, power banks, suportes auriculares e smartwatches**. “A feira foi muito boa para nós”, disse **Anderson Lima, responsável pelo estande da empresa**.

A ASL participou do evento com o objetivo de formar novas parcerias, bem como divulgar e fortalecer a marca. “É a maior feira da América Latina e, de nossa parte, garantimos muita qualidade e o melhor custo-benefício em todos os produtos”, afirmou Anderson. ■■



**I**n its first participation in the Eletrolar Show, **ASL** exhibited a wide line of accessories, all approved by Anatel and with a one-year warranty. Among the products, **chargers, cables, power supplies, headphones, power banks, ear supports and smartwatches**. “The fair was very good for us”, said **Anderson Lima, responsible for the company’s booth**.

ASL participated in the event with the objective of forming new partnerships, as well as promoting and strengthening the brand. “It is the largest fair in Latin America, and for our part, we guarantee great quality and the best cost-benefit in all products”, stated Anderson. ■■

## ATLAS SISTEMAS ANTIFURTO: ALVO SÃO CLIENTES DO INTERIOR

ATLAS SISTEMAS ANTIFURTO: TARGET CUSTOMERS FROM THE COUNTRYSIDE



**ENORI EMMERT,**  
DIRETOR COMERCIAL  
COMMERCIAL DIRECTOR



### Em sua sexta participação, os cadeados antifurto foram destaque.

*In its sixth participation, anti-theft padlocks were the highlight.*

Veterana da Eletrolar Show, a **Atlas Sistemas Antifurto** volta todos os anos para encontrar clientes que moram no interior do Brasil. “Gostamos de participar deste evento porque não temos condições de visitar todos os clientes, pois eles ficam longe. Todos os anos, recebemos entre 40 e 50 novos clientes no nosso estande”, explicou **Enori Emmert, diretor comercial da Atlas Sistemas Antifurto.**

Os **cadeados eletrônicos antifurto** para celulares, tablets e outros eletrônicos foram os produtos apresentados durante a sexta participação da marca no evento. “Nosso público-alvo é aquele dono de empresa que faz tudo, isto é, reforma a loja e atende o cliente, porque é ele quem tem o poder de decisão”, disse Enori. “O principal diferencial dos nossos produtos em relação aos concorrentes é que eles são fáceis de instalar.” ■■

A veteran of the Eletrolar Show, **Atlas Sistemas Antifurto** returns every year to meet customers who live in the countryside of Brazil. “We like to participate in this event because we are unable to visit all the customers we would like, as they live far away. Every year, we welcome between 40 and 50 new customers to our booth,” explained **Enori Emmert, commercial director at Atlas Sistemas Antifurto.**

The **anti-theft electronic padlocks** for cell phones, tablets and other electronic devices were the products presented during the brand's sixth participation in the event. “Our target audience is the business owner who does everything, that is, renovates the store and serves the customer, because they are the ones who have the decision-making power,” said Enori. “The main difference between our products and our competitors is that they are easy to install.” ■■

## B-MAX: VARIEDADE DE PRODUTOS E CAPTAÇÃO DE CLIENTES

*B-MAX: VARIETY OF PRODUCTS AND CUSTOMER ACQUISITION*



**SIMON ZHANG,**  
GERENTE DE VENDAS  
SALES MANAGER

**Pelo segundo ano, a empresa comemorou os resultados que obteve na ES.**

*For the second year, the company celebrated the results it obtained at ES.*

#ES2024

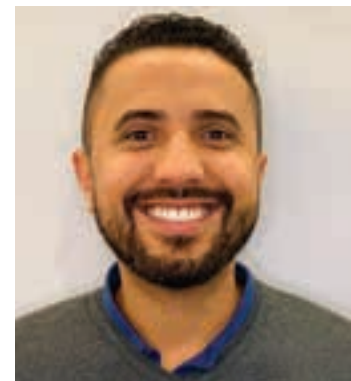


**A** **B-MAX** lançou na feira **dois modelos de umidificadores**, com capacidade para ambientes de até 40 m<sup>2</sup>; **lustres de flutuação com ímã**, que podem ser utilizados como caixa de som; e o **preparador de café portátil**, que funciona com bateria. “Basta utilizar água fria, café em pó ou cápsula e, em dois minutos, o café está pronto”, disse **Simon Zhang, gerente de vendas da empresa.**

Desde o ano passado, a B-MAX vem expandindo o seu networking graças à Eletrolar Show, contou Simon. “A feira ajudou a empresa a crescer na captação de clientes. Neste ano, melhoramos ainda mais os resultados e, também, os contatos com fornecedores.” Há 17 anos no Brasil, a companhia comercializa uma grande variedade de informática, eletrônicos e utensílios domésticos. ■■

**B** -MAX launched **two models of humidifiers** at the fair, with capacity for environments of up to 40 sqm; **floating chandeliers with magnets**, which can be used as speakers; and the **portable coffee maker**, which runs on battery. “Just use cold water, ground coffee or a capsule and, in two minutes, the coffee is ready”, said **Simon Zhang, the company’s sales manager.**

Since last year, B-MAX has been expanding its network thanks to the Eletrolar Show, said Simon. “The fair helped the company grow in customer acquisition. This year, we improved our results even further and our contacts with suppliers.” The company has been in Brazil for 17 years and sells a wide variety of computers, electronics and household appliances. ■■



**ALAN FERREIRA,**  
DIRETOR DE VENDAS  
SALES DIRECTOR

**Na feira, destacou também a atualização do logo e dos materiais de PDVs.**

*The trade show also highlighted the updated logo and POS materials.*

## BASEUS: CARREGADORES PARA IPHONE 15

### BASEUS: CHARGERS FOR IPHONE 15

**A** **Baseus** apresentou uma linha diversificada de produtos. Destaque para os **carregadores GaN de 30 W da linha Colors**, especialmente desenvolvidos para usuários do iPhone 15. “Trouxemos várias cores para esse produto. O público gostou bastante”, contou **Alan Ferreira, diretor de vendas da empresa**. Novas cores também foram introduzidas na seleção de **carregadores magnéticos** e **power banks**. Lançou, ainda, o **headphone H1i**, que possui Bluetooth 5.13, redutor de ruído ANC e até 100 horas de reprodução.

Além dos novos produtos, a Baseus destacou sua recente atualização do logo e dos materiais para os pontos de venda, visando reforçar sua presença no mercado nacional. “Participamos há alguns anos da Eletrolar Show e utilizamos o evento como um termômetro para entender as demandas do público e trazer inovações que atendam às expectativas dos consumidores brasileiros”, disse Thiago. ■■

**B** **aseus** presented a diverse line of products. Highlights include the **30 W GaN chargers from the Colors line**, specially developed for iPhone 15 users. “We brought several colors for this product. The public really liked it,” said **Alan Ferreira, the company’s sales director**. New colors were also introduced in the selection of **magnetic chargers** and **power banks**. It also launched the **H1i headphone**, which has Bluetooth 5.13, ANC noise reduction and up to 100 hours of playback.

In addition to the new products, Baseus highlighted its recent update of the logo and POS materials, aiming to strengthen its presence in the national market. “We have been participating in the Eletrolar Show for a few years now and we use the event as a thermometer to understand the public’s demands and bring innovations that meet the expectations of Brazilian consumers,” said Alan. ■■



**CARLOS EDUARDO PIMENTA,**  
DIRETOR  
DIRECTOR

## BEL MICRO LANÇOU SUA LINHA BRANCA

*BEL MICRO LAUNCHED ITS WHITE LINE*



### Objetivo da empresa é trazer qualidade com preço acessível.

*The company's goal is to offer quality at an affordable price.*

Sediada em Belo Horizonte (MG), a **Bel Micro** lançou mais de 50 produtos na feira. Entre eles estão a sua **linha de geladeiras side by side multidoor, freezer, frigobares e cooktops, além de aparelhos de ar-condicionado, sanduicheiras e grill.** "As geladeiras têm motor Inverter e são Frost Free, com capacidade de 150 até 400 litros", explicou **Carlos Eduardo Pimenta, diretor da empresa**, expositora pela segunda vez.

"A 17ª Eletrolar Show valeu muito a pena. Sempre vale, desde a primeira participação, quando mostramos aos clientes a televisão HQ, fabricada em Manaus (AM), marca criada para atender as classes C e D, com o objetivo de trazer qualidade e preço acessível", contou Carlos Eduardo. Hoje, a capacidade fabril é de 80 mil TVs. A empresa tem nas Regiões Sudeste e Nordeste os seus melhores mercados. A meta de faturamento em 2024 é de R\$ 2 bilhões, o que representa 45% de crescimento sobre o ano passado. ■■

**B**ased in Belo Horizonte (MG), **Bel Micro** launched more than 50 products at the fair. Among them are its **line of multi-door side-by-side refrigerators, freezers, mini-fridges and cooktops, as well as air conditioning units, sandwich makers and grills.** "The refrigerators have an inverter motor and are Frost Free, with a capacity of 150 to 400 liters", explained **Carlos Eduardo Pimenta, director at the company**, exhibiting for the second time.

"The 17<sup>th</sup> Eletrolar Show was very worthwhile, since the first participation, when we showed customers the HQ television, manufactured in Manaus (AM), a brand created to serve classes C and D, with the goal of offering quality at an affordable price", said Carlos Eduardo. Today, the company's manufacturing capacity is 80 thousand TVs. The company's best markets are in the Southeast and Northeast regions. The revenue target for 2024 is R\$2 billion, which represents 45% growth over last year. ■■

# BEM-ESTAR CLIMA: CLIMATIZADORES DIGITAIS PORTÁTEIS

BEM-ESTAR CLIMA: PORTABLE DIGITAL AIR COOLERS

Produtos atendem diferentes mercados.

Products cater to different markets.



WISLEY PESSOA,  
DIRETOR  
DIRECTOR

#ES2024

**A Bem-Estar Clima** apresentou uma gama de **climatizadores portáteis**, que atendem todos os mercados. “Hoje, nossos destaques são os produtos da linha portátil, que abrangem desde residências até comércios e áreas maiores”, afirmou o **diretor, Wisley Pessoa**. A empresa também apresentou na feira a sua nova linha de ventiladores, além de anunciar a entrada no mercado de ar-condicionado.

Na ES 2024, a Bem-Estar Clima revelou os diferenciais de seus produtos, como o **modelo BE 4500 Digital de 45 litros**, que tem operação silenciosa e controle remoto. “É digital, portátil e de fácil locomoção”, explicou Pessoa, que classificou a participação no evento como uma oportunidade estratégica para se conectar com novas redes de lojas e parceiros de negócios, fortalecendo sua presença no mercado B2B. ■■

**Bem-Estar Clima** presented a range of **portable air coolers**, which cater to all markets. “Today, our highlights are the products in the small appliances line, which cover everything from homes to businesses and larger areas,” stated **director Wisley Pessoa**. The company also presented its new line of fans at the fair, in addition to announcing its entry into the air conditioning market.

At ES 2024, Bem-Estar Clima revealed the differentials of its products, such as the **45-liter BE 4500 Digital model**, which has silent operation and remote control. “It is digital, portable and easy to move around,” explained Pessoa, who classified participation in the event as a strategic opportunity to connect with new store chains and business partners, strengthening its presence in the B2B market. ■■

**FORNO AIR FRYER DE 60 LITROS FOI O DESTAQUE DA BEST***60-LITER AIR FRYER WAS THE HIGHLIGHT OF BEST*

**GIAN VENDRUSCULO,**  
GERENTE COMERCIAL  
SALES MANAGER

**Empresa também levou  
à feira mobiliário para  
áreas gourmet.**

*The company also took gourmet  
furniture to the fair.*



**A** **Best** expôs na Eletrolar Show as suas linhas de eletroeletrônicos e de mobiliário para áreas gourmet incluindo cadeiras, banquetas e fornos elétricos. O principal destaque foi o **forno air fryer de 60 litros**. "Ele funciona tanto como forno elétrico quanto como air fryer, consolidando as duas funções e economizando espaço nas cozinhas", disse **Gian Vendrusculo, gerente comercial da Best**. O produto também estará disponível, na **versão de 45 litros**, para espaços reduzidos.

Na opinião de Gian, a Eletrolar Show é uma feira que dá muito destaque às empresas, tanto no mercado nacional quanto no internacional. "Foi muito bom participar. Fechamos vários negócios e recebemos os nossos clientes", contou. ■■

**B** **est** exhibited its lines of electronics and gourmet furniture at the Eletrolar Show, including chairs, stools and electric ovens. The main highlight was the **60-liter air fryer**. "It works both as an electric oven and as an air fryer, consolidating both functions and saving space in the kitchen," said **Gian Vendrusculo, sales manager at Best**. The product will also be available in a **45-liter version** for smaller spaces.

In Gian's opinion, the Eletrolar Show is a fair that gives companies a lot of attention, both in the national and international markets. "It was great to participate. We closed several deals and welcomed our customers," he said. ■■



**Exportadora chinesa quer expandir negócios para a América do Sul.**

*Chinese exporter wants to expand its business to South America.*

## BLINKMAX: COPOS E CANECAS PARA TODAS AS BEBIDAS

*BLINKMAX: CUPS AND MUGS FOR ALL DRINKS*

**A** **Blinkmax** participou pela primeira vez e expôs **copos e canecas para os mais diversos tipos de bebidas, taças, pratos, cinzeiros, vasos, fruteiras e bombonnières**, todos fabricados com vidro temperado e alta tecnologia. Isso a faz ter, em sua carteira, clientes como Walmart, Carrefour e Starbucks. “Sabíamos que, na feira, encontraríamos ótimas oportunidades de negócios”, disse **Yuan Naiwen, do staff da empresa**.

Fundada em 2017, na China, a empresa já exporta seus produtos para 80 países espalhados pela Ásia e Europa, e, agora, quer ganhar a América do Sul. “A feira é um ótimo lugar para captar clientes. Queremos expandir nossos negócios, e o Brasil tem um mercado muito grande. Aqui fechamos contratos e, possivelmente, estaremos de volta no próximo ano”, disse Yuan. ■■

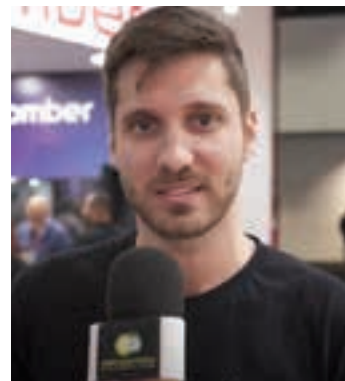


**B** **linkmax** participated for the first time and exhibited **cups and mugs for the most diverse types of drinks, glasses, plates, ashtrays, vases, fruit bowls and candy boxes**, all made with tempered glass and high technology. This means that it has clients such as Walmart, Carrefour and Starbucks in its portfolio. “We knew that we would find great business opportunities at the fair”, said Yuan Naiwen, a member of the company’s staff.

Founded in 2017 in China, the company already exports its products to 80 countries throughout Asia and Europe, and now wants to gain South America. “The fair is a great place to attract customers. We want to expand our business, and Brazil has a very large market. We closed contracts here and will probably be back next year”, said Yuan. ■■



**YUAN NAIWEN,  
DO STAFF  
STAFF MEMBER**



**MANFRED LERMEN,**  
GERENTE COMERCIAL  
SALES MANAGER

## BOMBER: POTÊNCIA E TECNOLOGIA EM ÁUDIO

*BOMBER: POWER AND TECHNOLOGY IN AUDIO*

### Empresa destacou tecnologia Power 360 e design exclusivo em caixas de som.

*The company highlighted Power 360 technology and exclusive design in speakers.*

Com mais de três décadas de atividades, a gaúcha **Bomber** mostrou mais de 10 novos produtos de sua linha 2024. "Atualizamos a nossa linha de caixas de som Bluetooth focando em diferenciais tecnológicos e custo-benefício", disse o **gerente comercial da empresa, Manfred Lermen**. Entre os lançamentos, a **Bomber Party 1360** surpreendeu com a tecnologia Power 360. Ela proporciona som multidirecional 360° graças aos alto-falantes posicionados em ambos os lados.

O visual arrojado, segundo Manfred, é resultado do design. "Além da qualidade do áudio, desenvolvemos os moldes e investimos em design exclusivo." São exemplos a **Bomberbass**, caixa portátil com função power bank e resistência à água, e a **BomberBag**, que combina tamanho compacto e tecnologia avançada de áudio. De acordo com ele, a feira é uma oportunidade para mostrar as novidades e estabelecer novas conexões comerciais. ■■

With over three decades of activity, Rio Grande do Sul-based **Bomber** showed over 10 new products from its 2024 line. "We updated our line of Bluetooth speakers focusing on technological differences and cost-benefit," said the **company's sales manager, Manfred Lermen**. Among the launches, the **Bomber Party 1360** surprised with its Power 360 technology. It provides 360° multidirectional sound thanks to speakers positioned on both sides.

According to Manfred, the bold look is the result of the design. "In addition to the audio quality, we developed the molds and invested in exclusive design." Examples include the **Bomberbass**, a portable speaker with power bank function and water resistance, and the **BomberBag**, which combines compact size and advanced audio technology. According to him, the fair is an opportunity to showcase new products and establish new business connections. ■■



# LIGHTING SHOW

SÃO PAULO, BRASIL

## LIGHT UP YOUR BUSINESS

23 A 26 DE JUNHO DE 2025

NOVO DISTRITO ANHEMBI

A Lighting Show é uma oportunidade para a indústria e o varejo encontrarem lançamentos, inovações e marcas internacionais.

**SEJA UM EXPOSITOR**



### Perfil do **visitante**

Varejo, importadores e distribuidores, indústria, atacado, lojas de departamento, e-commerce e marketplaces

### Categorias de **exposição**

Iluminação residencial e corporativa  
componentes e materiais · semicondutores de iluminação  
módulos e pacotes · aplicações e testes

**Faça parte!**

[www.lightingshow.com](http://www.lightingshow.com)

Contato: +55 11 3187-8949 | [comercial@grupoposeltrolac.com.br](mailto:comercial@grupoposeltrolac.com.br)

EVENTOS:  
PARALELOS: [eletronicashow](#)  
ALL CONNECTED

LATIN  
AMERICAN  
ELECTRONICS  
International Trade Show

LATIN  
AMERICAN  
HOUSEWARES

eletronicashow

# BRASTEMP E CONSUL: INOVAÇÕES NAS DUAS MARCAS

BRASTEMP AND CONSUL: INNOVATIONS IN BOTH BRANDS

Lavadoras com maior capacidade e frigobares retrô foram destaques.

*Washing machines with greater capacity and retro minibars were highlights.*



LUIS MOREIRÃO,  
DIRETOR DE VENDAS  
SALES DIRECTOR



As duas marcas da Whirlpool expuseram, na feira, novidades em seus produtos. Um destaque foi a **renovação do frigobar retrô da Brastemp**, que se tornou objeto de decoração com suas novas e diferenciadas texturas. Foi apresentado nas cores branco clássico, azul, verde e rosa, com capacidade de 76 litros. A **marca Consul também lançou o seu frigobar retrô**, nas cores vermelha e preta, com capacidade de 117 litros.

The two Whirlpool brands exhibited new products at the fair. One highlight was the **renovation of Brastemp's retro minibar**, which became a decorative object with its new and distinctive textures. It was presented in classic white, blue, green and pink, with a capacity of 76 liters. The **Consul brand also launched its retro minibar**, in red and black, with a capacity of 117 liters.



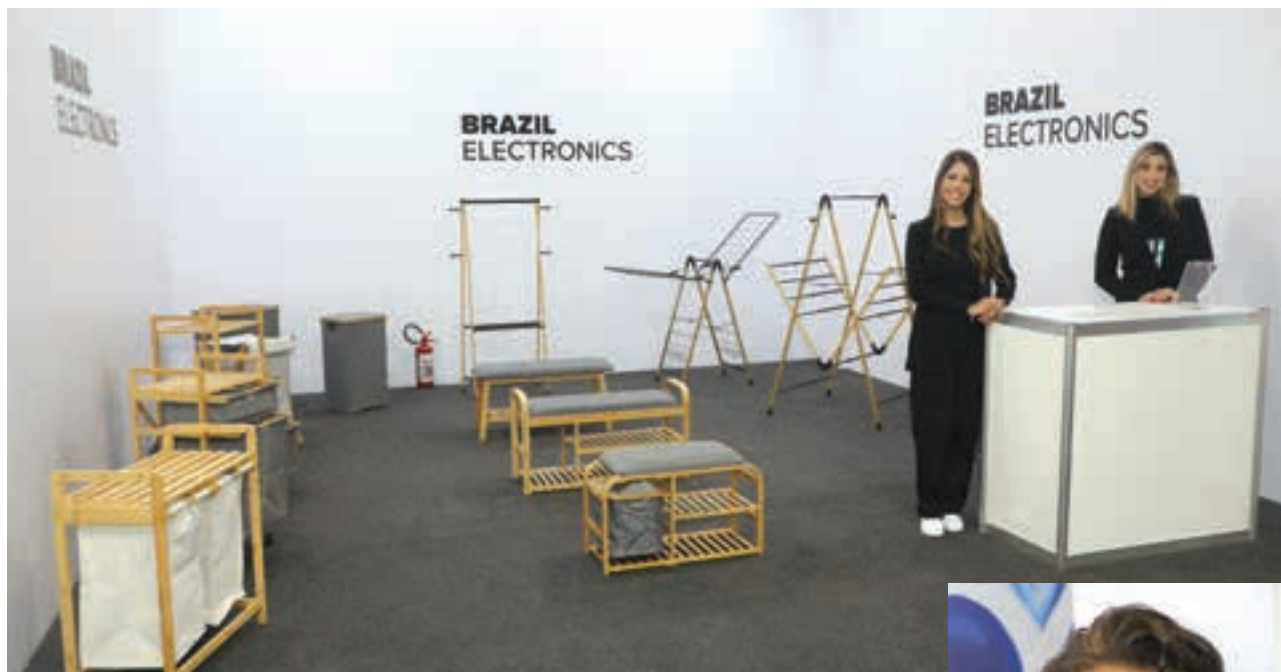
Os refrigeradores da Brastemp, com freezer na parte de baixo, trouxeram compartimentos mais funcionais. Em lavadoras, a inovação foi a **máquina da Brastemp com capacidade de 15 kg e painel intuitivo**. “Pode ser programada com até 10 horas de antecedência. O aumento da capacidade das lavadoras é uma tendência”, disse **Luis Moreirão, diretor de vendas da Whirlpool**. No final de agosto, a Consul lança uma lavadora com capacidade de 13 litros.

As vendas desses produtos estão em alta, contou Luis, que gostou dos resultados da feira. “A Eletrolar Show tem um papel importante para o nosso negócio, ela nos aproxima também do pequeno varejo, presente aqui na feira. O movimento foi muito bom, superou as nossas expectativas.” ■■

*Brastemp refrigerators, with freezers at the bottom, featured more functional compartments. In washing machines, the innovation was the **Brastemp machine with a capacity of 15 kg and an intuitive panel**. “It can be programmed up to 10 hours in advance. Increasing the capacity of washing machines is a trend,” said **Luis Moreirão, sales director at Whirlpool**. At the end of August, Consul will launch a washing machine with a 13-liter capacity.*

*Sales of these products are on the rise, said Luis, who was pleased with the results of the fair. “The Eletrolar Show plays an important role in our business; it also brings us closer to the small retailers who are present here at the fair. The movement was very good, it exceeded our expectations.” ■■*





## BRAZIL ELECTRONICS APRESENTOU A MARCA MY MORANDI

*BRAZIL ELECTRONICS PRESENTED THE MY MORANDI BRAND*

**Móveis fabricados à base de bambu têm design diferenciado.**

*Furniture made from bamboo has a unique design.*



**FERNANDO PERFEITO,**  
DIRETOR COMERCIAL E DE MARKETING  
SALES AND MARKETING DIRECTOR

**A** Brazil Electronics, representante da My Morandi, apresentou móveis indicados para espaços pequenos. São compactos em uso ou na hora de guardar, disse **Fernando Perfeito, diretor comercial e de marketing da empresa.** “O destaque é o varal vertical que, quando aberto no chão, fica na forma de Y, facilitando a distribuição das roupas de forma espaçada, com mais ventilação. É, ainda, uma peça decorativa, pelo design diferenciado.”

Outros produtos que chamaram a atenção foram as **sapatadeiras com assento** para a entrada das casas – tirar os sapatos antes de entrar é um hábito adquirido com a pandemia – e a linha de **organizadores**, feitos de cestos de algodão. “Estamos selecionando um ou dois varejistas nacionais para trabalharem com esses produtos em uma atividade mais de longo prazo, pois a marca tem muitos outros itens”, explicou Fernando. ■■

**B**razil Electronics, a representative of My Morandi, presented furniture designed for small spaces. They are compact for use or storage, said **Fernando Perfeito, the company’s sales and marketing director.** “The highlight is the vertical clothesline that, when opened on the floor, forms a Y shape, making it easier to distribute clothes in a spaced manner, with more ventilation. It is also a decorative piece, due to its unique design.”

Other products that caught people’s attention were the **shoe racks with seats** for the entrance of houses – taking off your shoes before entering is a habit acquired during the pandemic – and the line of **organizers**, made from cotton baskets. “We are selecting one or two national retailers to work with these products in a more long-term activity, since the brand has many other items,” explained Fernando. ■■

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

**Siga-nos nas redes sociais**



[/eletrolarshow](#)



[/grupoeletrolar](#)



[/eletrolarshow](#)



[@eletrolarshow](#)

Conecte-se ao  
nosso linkedin



**Conecte-se agora ao nosso LinkedIn e fique  
por dentro das últimas notícias do setor.**

## BRINOX: LINHA DE PANELAS COM REVESTIMENTO CERÂMICO

BRINOX: LINE OF CERAMIC COATED PANS



CHRISTIAN HARTENSTEIN,  
CEO

**Produtos são totalmente fabricados no Brasil.**

*Products are entirely manufactured in Brazil.*

O **Grupo Brinox** comemorou mais um feito em suas três décadas de atuação: a produção da **primeira linha de panelas com revestimento cerâmico 100% fabricada no Brasil e lançada na feira**. A linha **Ceramic Life Suprema** tem superfície antiaderente, partículas de cerâmica, estrutura de alumínio reciclável e tampas de vidro temperado. Livre de PFOA, é apresentada nas cores vanilla e verde.

“Participamos da feira pela quarta vez e, neste ano, encontramos um evento ainda mais movimentado e maior que os anteriores, o que ofereceu aos compradores um motivo a mais para comparecerem”, disse o **CEO, Christian Hartenstein**. “O Brasil é quase um continente, e a

The **Grupo Brinox** celebrated another milestone in its three decades of operation: the production of the **first line of ceramic coated pans 100% manufactured in Brazil and launched at the fair**. The **Ceramic Life Suprema** line has a non-stick surface, ceramic particles, a recyclable aluminum structure and tempered glass lids. Free of PFOA, it is presented in vanilla and green colors.

“We participated in the fair for the fourth time and, this year, we found an event that was even busier and larger than the previous ones, which gave buyers one more reason to attend”, said the **CEO, Christian Hartenstein**. “Brazil is almost a continent, and ES brings to-





ES consegue reunir os principais varejistas do país. Compradores de todo o Brasil visitam a feira. É uma excelente oportunidade estar perto deles”, disse o CEO.

A marca Coza, do Grupo Brinox desde 2012, apresentou a **linha MODO**, composta por potes herméticos de encaixes múltiplos, modulares e empilháveis para otimização de espaço e organização versátil e inteligente de cozinhas. “Os potes são recicláveis, contribuindo para a sustentabilidade e redução de resíduos. São livres de BPA”, contou Christian. ■■



gether the country's main retailers. Buyers from all over Brazil visit the fair. It is an excellent opportunity to be close to them”, said the CEO.

The Coza brand, part of the Grupo Brinox since 2012, has introduced the **MODO line**, made up of hermetic containers with multiple fittings, modular and stackable for space optimization and versatile and intelligent kitchen organization. “The containers are recyclable, contributing to sustainability and waste reduction. They are BPA-free,” said Christian. ■■

## CAPINHAS NO ATACADO: FOCO NO PEQUENO LOJISTA

CAPINHAS NO ATACADO: FOCUS ON SMALL RETAILERS

Catálogo digital atende 24 horas.

Digital catalog available 24 hours a day.



**CAIO DAVANSO DE MORAIS,**  
DIRETOR-GERAL  
CEO

#ES2024

Expositora pela primeira vez, a **Capinhas no Atacado** atua com todos os tipos de produtos para o mercado mobile, entre eles **capinhas, películas, cabos, caixas de som e smartwatches**. Trabalha com **mais de 40 marcas e mais de 3 mil produtos** diferentes. “Somos um facilitador entre o lojista e o fabricante. No Brasil, a maior parte dos lojistas é de pequeno porte e não consegue comprar grandes quantidades dos fabricantes. Conosco, isso é possível, vamos abastecendo o estoque dele aos poucos”, disse **Caio Davanso de Moraes, diretor-geral da empresa**.

Seu Clube de Compras, voltado aos varejistas de todo o Brasil, tem catálogo digital, com atendimento 24 horas. “Estou há 10 anos no mercado, comecei com capinhas e depois vieram os demais produtos. Por mais que o lojista seja pequeno, ele compra conosco pela qualidade e, também, pelo preço melhor”, contou Caio. Suas vendas crescem 10% ao ano. A expectativa é que 3 milhões de produtos sejam comercializados até o final de 2024. ■■

A first-time exhibitor, **Capinhas no Atacado** works with all types of products for the mobile market, including **cases, screen protectors, cables, speakers and smartwatches**. It works with **more than 40 brands and more than 3 thousand different products**. “We are a facilitator between retailers and manufacturers. In Brazil, most retailers are small and cannot buy large quantities from manufacturers. With us, this is possible, we gradually replenish their stock”, said **Caio Davanso de Moraes, the company's CEO**.

Its Shopping Club, aimed at retailers throughout Brazil, has a digital catalog with 24-hour service. “I have been in the market for 10 years, I started with cases and then other products came. Even though the retailer is small, they buy from us because of the quality and also the better price”, said Caio. Its sales are growing 10% per year. The expectation is that 3 million products will be sold by the end of 2024. ■■



HUSSEIN HARIRI,  
CEO

## CHEVAL PREMIUM: TELAS E BATERIAS PARA CELULAR

CHEVAL PREMIUM: CELL PHONE SCREENS AND BATTERIES

**Empresa atua com assistência técnica.**

*The company provides technical assistance.*

**A** Cheval Premium vende baterias e telas para celular. "Nosso diferencial é a garantia de um ano na tela e em toda a instalação. Temos mais de 300 modelos para todas as marcas", contou Hussein Hariri, CEO da empresa, que tem revendedores oficiais da marca e assistências técnicas em todo o Brasil.

Expositora pela primeira vez na Eletrolar Show, a Cheval Premium já havia visitado a feira em edições anteriores, disse Hussein. "Agora, estamos investindo em marketing com a expectativa de ampliar o alcance da marca e captar maior número de clientes." ■■

**C**heval Premium sells cell phone batteries and screens. "Our differential is the one-year warranty on the screen and the entire installation. We have more than 300 models for all brands," said Hussein Hariri, CEO of the company, which has official brand dealers and technical assistance centers throughout Brazil.

Exhibiting for the first time at the Eletrolar Show, Cheval Premium had already visited the fair in previous editions, said Hussein. "Now, we are investing in marketing with the expectation of expanding the brand's reach and attracting a greater number of customers." ■■

## CHINA LINK: SEGURANÇA É O DIFERENCIAL

*CHINA LINK: SECURITY IS THE DIFFERENTIATOR*

**Há 15 anos, atua na consultoria de promoção de negócios para feiras na China.**

*For 15 years, China Link has been working as a business promotion consultancy for trade fairs in China.*



**BEATRIZ RIBEIRO,**  
LÍDER SDR  
SDR LEADER

Expositora pela primeira vez, a **China Link**, empresa de **assessoria e consultoria de importação e promoção de negócios para feiras na China**, atua há uma década e meia no setor. É a representante oficial da Canton Fair no Brasil, realizada desde 1957 no país asiático. “Nosso maior diferencial é a segurança”, afirmou **Beatriz Ribeiro, líder SDR da empresa**.

Na parte de consultoria de benefícios fiscais, a China Link, cujo grupo tem mais de 10 empresas, trabalha para reduzir os custos na importação e para que os negócios dos clientes prosperem no mercado internacional, explicou Beatriz. “Com a participação na Eletrolar Show, procuramos ampliar o número de clientes e o alcance da marca.” ■■



**A** first-time exhibitor, **China Link**, a company that **provides import and business promotion consultancy and advisory services for trade fairs in China**, has been operating in the sector for a decade and a half. It is the official representative of the Canton Fair in Brazil, which has been held in the Asian country since 1957. “Our biggest differentiator is security,” stated **Beatriz Ribeiro, the company’s SDR leader**.

*In the area of tax benefit consultancy, China Link, whose group has more than 10 companies, works to reduce import costs and to ensure that its clients’ businesses thrive in the international market, explained Beatriz. “By participating in the Eletrolar Show, we seek to expand the number of clients and the reach of the brand.” ■■*



REVISTA

# ELETROLAR

## NEWS



OS PRINCIPAIS  
**ASSUNTOS** DO  
**MERCADO** E AS  
**TENDÊNCIAS**  
 DO SETOR



Dirigida  
 exclusivamente  
 à indústria e ao varejo

## CICLO CAIRU BICICLETAS: DUAS RODAS PARA TODAS AS IDADES

CICLO CAIRU BICICLETAS: TWO WHEELS FOR ALL AGES



Em sua segunda passagem pela Eletrolar Show, a **Ciclo Cairu Bicycles** teve a intenção de fechar muitos negócios e conseguir novos contatos. "O resultado que conquistamos no ano passado foi tão bom que até nos surpreendeu. Já participamos de outras feiras, mas esta foi a que nos trouxe o melhor resultado até hoje", disse **Marlon Furlan, gerente de vendas da empresa**.

Visibilidade e aproximação com grandes clientes estão entre as outras vantagens de participar deste evento, segundo Marlon. Vendendo bicicletas para todas as idades há quase 40 anos, um dos grandes destaques

In its second visit to the Eletrolar Show, **Ciclo Cairu Bicycles** intended to close many deals and make new contacts. "The result we achieved last year was so good that it even surprised us. We have participated in other fairs, but this was the one that brought us the best result to date," said **Marlon Furlan, the company's sales manager**.

Visibility and proximity to major customers are among the other advantages of participating in this event, according to Marlon. Having sold bicycles for all ages for almost 40 years, one of the company's highlights at the 2024 fair was a 29-inch bike used in competitions.

da empresa na feira de 2024 foi uma bike de aro 29 utilizada em competições.

“Um dos nossos lançamentos é a **Pegasus**. Com a suspensão dianteira e traseira feita de fio de carbono, ela é uma bicicleta muito procurada pelos grandes ciclistas. O nosso diferencial é manter em todos esses anos uma constância na qualidade dos nossos produtos”, afirmou Marlon. ■■

“One of our new products is the **Pegasus**. With front and rear suspension made of carbon fiber, it is a bike that is highly sought after by serious cyclists. Our difference is that we have maintained the consistency of the quality of our products over all these years,” said Marlon. ■■

## Há quase 40 anos no mercado, empresa trouxe lançamentos para a ES.

*The company has been in the market for almost 40 years and brought new products to ES.*



**MARLON FURLAN,**  
GERENTE DE VENDAS  
SALES MANAGER



## CIRCULAR BRAIN: SERVIÇOS PARA TODA A CADEIA

*CIRCULAR BRAIN: SERVICES FOR THE ENTIRE CHAIN*



**LÍVIA SANTARELLI,**  
GERENTE DE MARKETING  
MARKETING MANAGER



**Startup apresentou a marca e ampliou a comunicação com o setor de eletros.**

*Startup introduced its brand and expanded communication with the electronics sector.*

Estreante na feira, a **startup Circular Brain**, que promove a economia circular de resíduos eletrônicos, aproveitou o evento para apresentar seus serviços às empresas expositoras e aos visitantes. Entre os serviços estão **campanhas de descarte ambientalmente correto, trade-in, logística reversa e descarte corporativo**. “Nosso objetivo foi apresentar a marca”, disse **Lívia Santarelli, gerente de marketing da startup**.

Na 17ª Elettrolar Show, a Circular Brain também teve como meta ampliar a comunicação com os fabricantes e importadores de eletroeletrônicos. O saldo foi positivo desde o primeiro dia, contou Lívia. “Tivemos resultados bem interessantes, ficamos empolgados com essa edição da Elettrolar Show.” ■■

A newcomer to the fair, the **startup Circular Brain**, which promotes the circular economy of electronic waste, took advantage of the event to present its services to exhibiting companies and visitors. Among the services are **environmentally correct disposal campaigns, trade-in, reverse logistics and corporate disposal**. “Our goal was to introduce the brand,” said **Lívia Santarelli, the startup’s marketing manager**.

At the 17<sup>th</sup> Elettrolar Show, Circular Brain also aimed to expand communication with manufacturers and importers of electronics. The results were positive from the first day, said Lívia. “We had very interesting results, we were excited about this edition of the Elettrolar Show.” ■■

## COSAN EXPÔS FILTROS DE ÁGUA

COSAN DISPLAYED WATER FILTERS



**Produtos funcionam com  
bateria recarregável.**

*Products run on rechargeable batteries.*



**WALTER KIM,**  
CEO

**A** **Cosan** apresentou, em sua primeira participação na Eletrolar Show, **filtros de água de vários tipos**. O diferencial dos produtos está no fato de não precisarem de eletricidade. “Funcionam com bateria recarregável no USB, são fáceis de transportar e filtram qualquer tipo de água, inclusive a que contém barro”, explicou **Walter Kim, CEO da empresa**.

No primeiro semestre deste ano, a empresa registrou altas vendas e quer ampliar a sua participação no mercado, contou Walter. “Nossa presença na feira foi uma tentativa e uma oportunidade para entrarmos nos mercados do Brasil, da Argentina, de Portugal e do Paraguai.” ■■

**I**n its first participation at the Eletrolar Show, **Cosan** presented **various types of water filters**. The difference in these products is that they do not require electricity. “They run on a USB rechargeable battery, are easy to transport and filter any type of water, including water containing clay,” explained **Walter Kim, the company’s CEO**.

In the first half of this year, the company recorded high sales and wants to expand its market share, said Walter. “Our presence at the fair was an attempt and an opportunity to enter the markets of Brazil, Argentina, Portugal and Paraguay.” ■■



**ANDERSON PULZ,**  
COFUNDADOR  
CO-FOUNDER



# CUSTOMIC CHEGOU À 10ª PARTICIPAÇÃO NA ES

CUSTOMIC ACHIEVES ITS 10TH PARTICIPATION IN ES

Capa de proteção contra queda de quatro metros foi o grande destaque da marca.

*The four-meter fall protection cover was the brand's highlight.*



Presente há 12 anos no mercado, a **Customic** apresentou diversos acessórios de celular, entre eles capas, películas e bolsas. Com foco em pequenos e grandes lojistas, e grandes redes, a companhia chegou à sua 10ª participação na feira com a intenção de se aproximar dos clientes.

“Participar da Eletrolar Show é importante para que a gente estreite o relacionamento, mostre as novidades para o nosso cliente, amplie nossa lista de compradores e feche novos negócios. E, de certa forma, o evento serve também para sermos lembrados”, disse **Anderson Pulz, cofundador da Customic**.

Entre as novidades deste ano, Anderson destacou a capa de proteção space. O produto, que possui certificação militar, é feito com 100% de material reciclado e pode ser totalmente personalizado. “Esse padrão de certificação feito pelo exército norte-americano diz que essa capa pode cair 26 vezes de quatro metros de altura, de todos os ângulos, sem danificar o aparelho”, destacou Anderson. ■■

Being present on the market for 12 years, **Customic** has introduced a variety of cell phone accessories, including cases, screen protectors, and pouches. Focusing on small and large retailers, as well as major chains, the company has reached its 10th participation in the trade fair with the intention of getting closer to its customers.

“Participate at Eletrolar Show is important for us to strengthen relationships, showcase our new products to our customers, expand our customer base, and close new deals. In a way, the event also serves as a reminder of our brand,” said **Anderson Pulz, co-founder of Customic**.

“Among this year’s novelties, Anderson highlighted the Space protective case. This product, which holds a military certification, is made entirely from recycled materials and can be fully customized. ‘This certification standard, issued by the US Army, means that this case can be dropped 26 times from a height of four meters, from all angles, without damaging the device,’ emphasized Anderson.” ■■



**DASON XU,**  
GERENTE REGIONAL DE VENDAS  
REGIONAL SALES MANAGER



#ES2024

## DAREU DEMONSTROU PRODUTOS PARA GAMERS

*DAREU SHOWED PRODUCTS FOR GAMERS*

**Há 16 anos no mercado, empresa chinesa destacou os teclados magnéticos.**

*The Chinese company has been on the market for 16 years and highlighted its magnetic keyboards.*

**A** Dareu veio à Eletrolar Show pela primeira vez em 2024, com **produtos voltados para gamers**. Em seu estande, expôs uma série de **teclados, mouses e fones de ouvido** com design especializado para esse público. "Temos já 16 anos de experiência na criação de produtos voltados para gamers profissionais", contou **Dason Xu, gerente regional de vendas** da Dareu.

Os **teclados mecânicos com alavancas magnéticas** de acionamento foram destaque. Os dispositivos contêm uma gama de recursos especialmente focados em jogos FPD (de tiro em primeira pessoa), como disparo rápido e distância customizável de acionamento das teclas. "É um produto **muito estável e de alta performance**", comentou Dason. ■■

**D**areu came to the Eletrolar Show for the first time in 2024, with **products aimed at gamers**. At its booth, it displayed a series of **keyboards, mice and headphones** with specialized design for this audience. "We already have 16 years of experience in creating products aimed at professional gamers," said **Dason Xu, Dareu's regional sales manager**.

The **mechanical keyboards with magnetic** trigger levers were highlighted. The devices contain a range of features especially focused on FPD (first-person shooter) games, such as rapid firing and customizable key actuation distance. "It is a **very stable and high-performance product**," commented Dason. ■■



WWW.ELECTRONICSHOME.COM.AR

# GH ELECTRONICS HOME • Argentina

A FEIRA DE NEGÓCIOS  
MAIS IMPORTANTE DO PAÍS

## ESPERAMOS VOCÊ

5° EDIÇÃO

# 2025

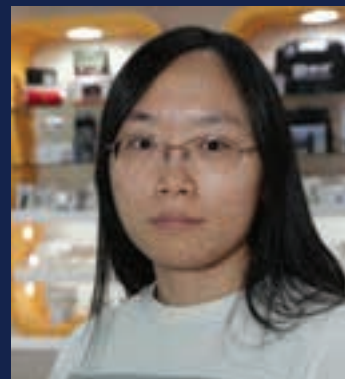


## DAYSBRASIL: DESTAQUE PARA A LINHA DE ESTABILIZADORES

*DAYSBRASIL: HIGHLIGHT FOR THE LINE OF STABILIZERS*

**Imagens do celular mais uniformes com os dispositivos.**

*More accurate images of your cell phone with the devices.*



**SIMONE XIANG,**  
GERENTE-GERAL  
GENERAL MANAGER

**A** DaysBrasil, que gerencia quatro marcas diferentes – Awei, BYZ, Hohem e SJCam – expôs **fone de ouvido, microfones, smartwatches, carregadores e cabos**. A importadora e exportadora já participou de diversas edições do evento. “É muito bom para conhecermos novos clientes”, afirmou **Simone Xiang, gerente-geral da empresa**.

**D**aysBrasil, which manages four different brands – Awei, BYZ, Hohem and SJCam – exhibited **headphones, microphones, smartwatches, chargers and cables**. The importer and exporter has already participated in several editions of the event. “It’s great for meeting new customers”, said **Simone Xiang, the company’s general manager**.





Um destaque foi a **linha de estabilizadores de imagem da Hohem**, novidade no mercado brasileiro. Os dispositivos ajudam os usuários a utilizar a câmera do celular com as mãos sem que a imagem fique tremida, o que dá aspecto profissional aos vídeos, contou Simone. “Eles têm diversas funções especializadas, como a de seguir rostos, para vídeos do Tik Tok e transmissões ao vivo.”

O principal objetivo da empresa, nesta edição da feira, foi conhecer compradores de outros estados fora da Região Sudeste, onde a DaysBrasil já tem presença mais forte. “Todos os anos o evento tem muitos visitantes. Então, fica mais fácil fazer os contatos”, disse a gerente-geral. ■■

One highlight was the **line of image stabilizers from Hohem**, a new product on the Brazilian market. The devices help users use their cell phone camera with their hands without the image shaking, which gives videos a professional look, said Simone. “They have several specialized functions, such as tracking faces, for Tik Tok videos and live broadcasts.”

The company’s main objective at this edition of the fair was to meet buyers from other states outside the Southeast Region, where DaysBrasil already has a stronger presence. “Every year the event has a lot of visitors. So it’s easier to make contacts,” said the general manager. ■■



**STEVE YANG,**  
GERENTE-GERAL  
GENERAL MANAGER

**Modelos que carregam celulares e notebooks foram destaques da empresa.**

*Models that charge cell phones and notebooks were the company's highlights.*

## DIFUNG: SOLUÇÕES PRÁTICAS DE ENERGIA MÓVEL

*DIFUNG: PRACTICAL MOBILE ENERGY SOLUTIONS*

Expositora pela primeira vez, a **Difung** trouxe uma **linha completa de power banks e carregadores portáteis. Steve Yang, gerente-geral da empresa**, chamou a atenção para **seus modelos com 20.000 miliampères-hora de capacidade e 100 W de potência**. "Há outros modelos com essa capacidade, mas poucos chegam a essa potência, o que é importante, pois permite carregar tanto celulares quanto notebooks", contou.

A empresa também tem modelos de outros tamanhos e capacidades, incluindo um **power bank de alta densidade** que foca em conveniência, oferecendo 10.000 miliampères-hora de potência em tamanho muito pequeno, com cabo embutido. Yang viu na demonstração desses produtos na feira uma porta de entrada para bons negócios. "O Brasil é um mercado muito grande, e queremos entrar oferecendo algo interessante", comentou. ■■

Exhibiting for the first time, **Difung** brought a complete **line of power banks and portable chargers. Steve Yang, the company's general manager**, drew attention to its **models with 20,000 milliampere-hours of capacity and 100 W of power**. "There are other models with this capacity, but few reach this power, which is important, because it allows you to charge both cell phones and notebooks," he said.

The company also has models of other sizes and capacities, including a **high-density power bank** that focuses on convenience, offering 10,000 milliampere-hours of power in a very small size, with a built-in cable. Yang saw the demonstration of these products at the fair as a gateway to good business. "Brazil is a very large market, and we want to enter by offering something interesting," he commented. ■■

**guzzini**   
MADE IN ITALY SINCE 1912

A Guzzini traz a cultura italiana  
para o sua loja.

# Dolceevita

Design sustentável

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

## DT3 MIRA AMÉRICA DO SUL COM LINHA DE CADEIRAS

*DT3 TARGETS SOUTH AMERICA WITH ITS LINE OF CHAIRS*

**Modelos das linhas office e gamer compuseram o estande da empresa.**

*Models from the office and gamer lines made up the company's booth.*



**E**m sua primeira participação na Eletrolar Show, a **DT3** mostrou a sua **linha completa de cadeiras, incluindo desde modelos focados em ergonomia para trabalho em escritórios até produtos para gamers**. Entre os destaques estavam o **modelo N10**, com ajuste **lombar integrado contínuo em duas direções**, e a **Frost**, com **quatro apoios dinâmicos** para melhor distribuição de pressão.

In its first participation at the Eletrolar Show, **DT3** displayed its **complete line of chairs, including models focused on ergonomics for office work as well as products for gamers**. Among the highlights were the **N10 model**, with continuous integrated **lumbar adjustment in two directions**, and the **Frost**, with **four dynamic supports** for better pressure distribution.

“Aproveitamos um booth de grande área porque a cadeira ocupa bastante espaço, e mostramos praticamente todo o nosso portfólio”, contou **Fernando Bastos, CEO da DT3**. A empresa está sediada na China e veio à Eletrolar Show em busca de parceiros interessados em fazer a importação e a venda de seus produtos em mercados da América do Sul.

Para Fernando, a Eletrolar Show já está na agenda anual de eventos. “É conhecida, consolidada e consagrada. Eu entendo a feira como um espaço B2B mais voltado para negócios, e menos B2C, para mostrar apenas produtos aos consumidores. Então viemos buscar aqui quem estivesse realmente interessado em trabalhar conosco”, afirmou. ■■

*“We took advantage of a large booth area because the chair takes up a lot of space, and we showed practically our entire portfolio”, said **Fernando Bastos, CEO at DT3**. The company is headquartered in China and came to the Eletrolar Show in search of partners interested in importing and selling its products in South American markets.*

*For Fernando, the Eletrolar Show is already on the annual event calendar. “It is well-known, consolidated and renowned. I see the fair as a B2B space that is more focused on business, and less B2C, to only show products to consumers. So, we came here to look for people who were really interested in working with us,” he said. ■■*



**FERNANDO BASTOS,**  
CEO





**FERNANDA VON SCHAFFELU,**  
GESTORA COMERCIAL  
COMMERCIAL MANAGER

**Distribuidora  
multimarcas apresentou  
bicicletas de três marcas.**

*Multi-brand distributor showcased  
bicycles from three brands.*

## **DX-PRO: MOBILIDADE E PRATICIDADE**

*DX-PRO: MOBILITY AND PRACTICALITY*

**A** **DX-PRO** participou pela primeira vez da feira. “O investimento voltou de forma rápida porque é um evento com público preparado para fazer negócios”, afirmou a **gestora comercial da empresa, Fernanda Von Schaffelu**. Ela acredita que o mercado brasileiro, a exemplo do que já ocorre em outros países, está se abrindo a produtos e conceitos de sustentabilidade e mobilidade.

No estande, expôs modelos de três marcas. Da INOW, a **bicicleta elétrica V20**, com tecnologia integrada, autonomia de 55 km por carga e velocidade máxima de 45 km/h. Da marca Rain, o protótipo de uma bicicleta com design arrojado e de alta velocidade. E da Movi, a **Quick 3**, compacta, leve e dobrável. Alcança 32 km/h e atende especialmente as mulheres. “Estamos abrindo novas frentes junto às empresas que atuam com multimarcas e, na feira, recebemos pessoas de todos os estados, dando início a muitos negócios”, contou Fernanda. ■■

**D** **DX-PRO** participated in the fair for the first time. “The investment returned quickly because it is an event with an audience prepared to do business,” said the **company’s sales manager, Fernanda Von Schaffelu**. She believes that the Brazilian market, as is already happening in other countries, is opening to products and concepts of sustainability and mobility.

The stand featured models from three brands. From INOW, the **V20 electric bicycle**, with integrated technology, a range of 55 km per charge and a maximum speed of 45 km/h. From the Rain brand, the prototype of a bicycle with a bold, high-speed design. And from Movi, the **Quick 3**, compact, light-weight and foldable. It reaches 32 km/h and is especially suited to women. “We are opening new fronts with companies that work with multi-brands and, at the fair, we received people from all states, starting many businesses”, said Fernanda. ■■



**RICARDO CASSAL,**  
GERENTE DE MARKETING  
MARKETING MANAGER

## DYLAN DO BRASIL DESTACOU TRÊS LANÇAMENTOS

*DYLAN DO BRASIL HIGHLIGHTED THREE LAUNCHES*

**Empresa estreou na ES com microfones, fones de ouvido, cabos e conectores.**

*The company debuted at ES, with microphones, headphones, cables and connectors.*

**H**á 12 anos no mercado de instrumentos musicais e áudio, considerado pequeno e fechado, segundo **Ricardo Cassal, gerente de marketing**, a **Dylan do Brasil** apostou na expansão e colocação de seus produtos na Elettrolar Show. "Entendemos que eles se encaixariam perfeitamente no evento e acertamos em cheio, com um resultado fantástico, superpositivo", disse o gerente.

Na feira, lançou o **fone Bluetooth DL-700**, confortável, com cancelamento de ruído e bateria com 20 horas de duração. Outro lançamento foi o **microfone DF-S10 Plus**, que atende muito bem palco, bandas, igrejas e uso doméstico. Lançou, ainda, a linha de **microfones D-9000, 9001, 9003, 9005 e 9006, de bastão ou headset**. "Com a experiência deste ano, pensamos em alguns projetos para lançar no ano que vem e já reservamos nosso estande para a próxima Elettrolar Show", contou Ricardo. ■■

**H**aving been in the musical instruments and audio market for 12 years, which is considered small and closed, according to **Ricardo Cassal, marketing manager**, **Dylan do Brasil** bet on expanding and placing its products at the Elettrolar Show. "We understood that they would fit perfectly at the event, and we were spot on, with fantastic, super-positive results," said the manager.

At the fair, it launched the **DL-700 Bluetooth headset**, comfortable, with noise cancellation and a 20-hour battery life. Another launch was the **DF-S10 Plus microphone**, which is very suitable for stages, bands, churches and home use. It also launched the **D-9000, 9001, 9003, 9005 and 9006 microphone lines**, with stick or headset. "With this years' experience, we thought about some projects to launch next year and we have already reserved our stand for the next Elettrolar Show", said Ricardo. ■■

**ECOODA EXPANDIU PARTICIPAÇÃO  
NA ELETROLAR SHOW 2024***ECOODA EXPANDED ITS PARTICIPATION  
AT ELETROLAR SHOW 2024***Empresa apresentou  
ampla linha de  
eletrônicos e utensílios.***The company presented a  
wide range of electronics and  
households.***KEVIN JI,**  
**DIRETOR COMERCIAL**  
COMMERCIAL DIRECTOR

**A Ecooda**, especializada em eletrônicos, acessórios e utensílios de cozinha, expôs grande variedade de produtos. Entre os destaques estavam as **lanternas de LED de alta potência**, especialmente utilizadas em pescarias e trabalhos mecânicos, além de **microfones sem fio, fones de ouvido Bluetooth, teclados e utensílios domésticos**. “Nossa empresa trabalha com itens que usamos no dia a dia”, disse **Kevin Ji, diretor comercial**.

Com um estande ampliado nesta edição da feira, a Ecooda buscou aumentar sua visibilidade para atrair novos parceiros. “Nosso objetivo foi contatar maior número de clientes e consolidar ainda mais a nossa marca”, afirmou Kevin Ji. A empresa, que atua em diversas plataformas online e em lojas físicas por meio de distribuidores, visa expandir sua presença para todos os estados do Brasil, fortalecendo seu posicionamento no mercado. ■■

**Ecooda**, which specializes in electronics, accessories and kitchen utensils, exhibited a wide variety of products. Among the highlights were **high-power LED flashlights**, especially used in fishing and mechanical work, as well as **wireless microphones, Bluetooth headphones, keyboards and household utensils**. “Our company works with items that we use in our daily lives,” said **Kevin Ji, commercial director**.

With an expanded booth at this edition of the fair, Ecooda sought to increase its visibility to attract new partners. “Our goal was to contact a greater number of customers and further consolidate our brand,” said Kevin Ji. The company, which operates on several online platforms and in physical stores through distributors, aims to expand its presence to all states in Brazil, strengthening its position in the market. ■■



## ELEMENTS: UM OLHAR SOBRE O FUTURO DO TRABALHO

*ELEMENTS: A LOOK AT THE FUTURE OF WORK*

**Marca combina ergonomia e tecnologia no mobiliário corporativo.**

*The brand combines ergonomics and technology in corporate furniture.*



**BRUNA DIAS,**  
FUNDADORA E DIRETORA COMERCIAL  
FOUNDER AND COMMERCIAL DIRECTOR

**A** **Elements**, empresa catarinense fundada há oito anos, enfatizou na feira o seu propósito: transformar o ambiente de trabalho com inovação e bem-estar. “Temos produtos que aliam alta tecnologia e design ergonômico, visando à qualidade de vida dos usuários”, explicou a **fundadora e diretora comercial, Bruna Dias**. No estande, expôs a **coleção Ventura**, que incorpora o conceito de biofilia para restaurar a conexão com a natureza através de cores, texturas e design orgânico.

Um destaque foi a **cadeira Aldebaran, desenvolvida pelo designer italiano Mauro Cenci**. Tem almofadas lombares intercambiáveis, com aromas que promovem concentração e produtividade, e apoio cervical. É ajustável e suporta até 150 quilos. “Todos os anos, a feira representa um grande salto para a Elements ao proporcionar a oportunidade de estabelecer parcerias com empresas que compartilham a nossa visão”, disse Bruna. ■■

**E**lements, a company from Santa Catarina founded eight years ago, emphasized its purpose at the fair: to transform the work environment with innovation and well-being. “We have products that combine high technology and ergonomic design, aiming at the quality of life of users”, explained the **founder and commercial director, Bruna Dias**. At the booth, the **Ventura collection** was exhibited, which incorporates the concept of biophilia to restore the connection with nature through colors, textures and organic design.

A highlight was the **Aldebaran chair, developed by Italian designer Mauro Cenci**. It has interchangeable lumbar cushions, with aromas that promote concentration and productivity, and cervical support. It is adjustable and supports up to 150 kilos. “Every year, the fair represents a major leap forward for Elements by providing the opportunity to establish partnerships with companies that share our vision,” said Bruna. ■■

## ELETRICOMPRAS ESTIMULA CONTATO ENTRE INDÚSTRIA E VAREJO

*ELETRICOMPRAS ENCOURAGES CONTACT BETWEEN INDUSTRY AND RETAIL*

**Plataforma traz competitividade ao pequeno comerciante.**

*Platform brings competitiveness to small retailers.*



**"S**omos uma plataforma B2B, que visa estimular o pequeno varejo, diminuindo custos e facilitando o processo de compras e entregas." A definição é de **José Marinho, diretor comercial da Eletrocompras, plataforma onde compradores e indústrias podem se cadastrar gratuitamente e fechar negócios**, eliminando os custos com intermediários, o que torna mais justa a concorrência entre grandes varejistas e pequenos comerciantes.

**"W**e are a B2B platform that aims to stimulate small retailers, reducing costs and facilitating the purchasing and delivery process." This is the definition given by **José Marinho, commercial director at Eletrocompras, a platform where buyers and industries can register for free and close deals**, eliminating intermediary costs, which makes competition between large retailers and small retailers fairer.

Para facilitar o acesso de compradores e indústrias, a plataforma fica no ar 24 horas em todos os dias da semana. Ao se conectar ao site, os vendedores se juntam aos mais de 200 mil clientes cadastrados e podem oferecer seus produtos, que ficam disponíveis em uma vitrine virtual. Por sua vez, os varejistas são aprovados em uma linha de crédito para efetuar a compra dos produtos disponíveis no site.

A plataforma, criada em 2023, participou pela segunda vez da Eletrolar Show. Para José Marinho, a feira é essencial para empresas que, assim como a Eletrocompras, estão no começo de suas trajetórias. "O evento é de extrema importância, pois muitos clientes recorrem a ele à procura de novidades, e nós tivemos a oportunidade de mostrar o nosso diferencial e provar que podemos desenvolver o negócio deles." ■■

*To facilitate access for buyers and industries, the platform is online 24 hours a day, 7 days a week. When connecting to the site, sellers join the more than 200,000 registered customers and can offer their products, which are available in a virtual showcase. In turn, retailers are approved for a line of credit to purchase the products available on the site.*

*The platform, created in 2023, participated in the Eletrolar Show for the second time. For José Marinho, the fair is essential for companies that, like Eletrocompras, are just starting out. "The event is extremely important, because many customers come to it looking for new products and we had the opportunity to show what sets us apart and prove that we can develop their business." ■■*



**JOSÉ MARINHO,**  
DIRETOR COMERCIAL  
COMMERCIAL DIRECTOR



## ELSA TROUXE EXPERIÊNCIA EM MONITORES

*ELSA BROUGHT EXPERIENCE IN MONITORS*



**CHEN LINGLING,**  
GERENTE DE VENDAS  
SALES MANAGER

**Há 25 anos no mercado,  
marca chinesa  
aproveitou sua primeira  
vez na feira.**

*In the market for 25 years, the  
Chinese brand took advantage  
of its first time at the fair.*

**P**ara **Chen Lingling, gerente de vendas** da marca chinesa de monitores **Elsa**, participar da Eletrolar Show valeu a pena. "Gostei muito porque pudemos ter contato com clientes e expor a nossa marca", disse ela. Chen veio ao Brasil pela primeira vez para encontrar consumidores e potenciais distribuidores.

O diferencial da linha de produtos da Elsa, conforme sua gerente de vendas, é a experiência de mercado. Com mais de 25 anos de atuação, a empresa costurou parcerias estratégicas com fornecedores de componentes, especialmente **painéis de LED e LCD**, que são fundamentais para a melhor qualidade dos monitores. "Só adquirimos os melhores modelos de painéis", comentou. ■■

**F**or **Chen Lingling, sales manager** of the Chinese monitor brand **Elsa**, participating in the Eletrolar Show was worth it. "I really enjoyed it because we were able to meet customers and showcase our brand," she said. Chen came to Brazil for the first time to meet consumers and potential distributors.

According to its sales manager, the difference in Elsa's product line is its market experience. With over 25 years of experience, the company has forged strategic partnerships with component suppliers, especially **LED and LCD panels**, which are essential for the best quality of the monitors. "We only purchase the best panel models," she said. ■■

De 23 a 26 de Junho | 2025  
Novo Distrito Anhembi  
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**

Patrocinada por  
**azuloplay**  
Feiras e Eventos

Parceira Oficial  
**ELETROLAR**

Parceira Oficial  
**eletrorshow**  
ALL CONNECTED

Parceira Oficial  
**LATIN AMERICAN ELECTRONICS**

Parceira Oficial  
**LIGHTING SHOW**

Parceira Oficial  
**eletrocar**

Parceira Oficial  
**CONEXÃO**  
www.conexao.com.br

Patrocinadora  
**ANUSA**

Patrocinadora  
**abree**

Patrocinadora  
**ACIER**

Patrocinadora  
**ELETROS**

Patrocinadora  
**GREENSHOW**

Patrocinadora  
**GLOBAL**

Patrocinadora  
**UNICEF**

Patrocinadora  
**LIBRAFE**

Patrocinadora  
**UNICEF**

Patrocinadora  
**UNICEF**

Patrocinadora  
**SINDICATO**

Patrocinadora  
**SINDICATO**

## ELSYS: FECHADURAS DIGITAIS E CONECTIVIDADE

*ELSYS: DIGITAL LOCKS AND CONNECTIVITY*



No estande, a **Elsys** expôs o seu novo portfólio. Os lançamentos mais importantes foram a **linha de fechaduras digitais** e o **receptor de TV digital, Satmax 6**. “Os produtos tiveram alta receptividade, fechamos negócios e entramos em novos varejos”, disse **Danilo Pacagnella, head de marketing da empresa**.

A **linha de fechaduras tem 10 modelos** diferentes, de sobrepor e de embutir, em prata e preto, com acabamento premium, explicou Danilo. “Seu diferencial é a câmera que tira foto da pessoa que interage com a portaria e a envia direto para o celular cadastrado. Abre com a digital, com tag, com biometria e senha. A linha tem qualidade superior, preço acessível, a partir de R\$ 399,00, e dois anos de garantia. O mercado de segurança está aquecido.”

Outro lançamento foi o **receptor Satmax 6**, digital, que tem o processador mais rápido da categoria e se conecta à maioria das TVs através dos cabos RCA e HDMI. Apresentou, também, o **Amplimax Ultra, 5G**, solução inteligente de internet sem fio. Há 35 anos no mercado, a Elsys tem fábrica em Manaus (AM). Sua sede e seu centro técnico estão em Valinhos (SP). ■■

At the booth, **Elsys** displayed its new portfolio. The most important launches were the **digital lock line** and the **Satmax 6 digital TV receiver**. “The products were very well received, we closed deals and entered new retail outlets,” said **Danilo Pacagnella, the company’s head of marketing**.

The **lock line has 10 different models**, for overlay and recessed installations, in silver and black, with a premium finish, explained Danilo. “Its distinguishing feature is the camera that takes a photo of the person interacting with the gate and sends it directly to the registered cell phone. It opens with a fingerprint, tag, biometrics and password. The line has superior quality, affordable prices, starting at R\$399.00, and a two-year warranty. The security market is booming.”

Another launch was the **Satmax 6 digital receiver**, which has the fastest processor in its category and connects to most TVs via RCA and HDMI cables. It also introduced the **Amplimax Ultra, 5G**, a smart wireless internet solution. With 35 years in the market, Elsys has a factory in Manaus (AM). Its headquarters and technical center are in Valinhos (SP). ■■



**Produtos abrem com biometria, tag, biometria e senha.**

*Products open with biometrics, tags, biometrics and passwords.*

**DANILO PACAGNELLA,**  
HEAD DE MARKETING  
HEAD OF MARKETING



## ENERGY2U E AMAZING THING: CARREGAMENTO PORTÁTIL

ENERGY2U AND AMAZING THING: PORTABLE CHARGING



FÁBIO BALASSANIAN,  
CEO

**Power bank 3 em 1 e cabos magnéticos foram destaques.**

*3-in-1 powerbank and magnetic cables were highlights.*

**A** Energy2U expôs o **power bank 3 em 1, que carrega simultaneamente o iPhone, o AirPods e o iWatch.** “O diferencial é a praticidade de carregamento de múltiplos dispositivos com um único produto, tornando-o ideal para viagens”, explicou **Fábio Balassanian, CEO da empresa.** Lançou, também, **cabos magnéticos para carregamento,** que têm ímãs para mantê-los organizados, o que evita quebras ao serem enrolados e aumenta a sua durabilidade.

Para personalizar o celular, lançou **capas para iPhone da Amazing Thing,** com acabamento diferenciado e garantia de um ano. Neste semestre, Fábio projeta crescimento de 50% nas vendas, impulsionado pelos lançamentos e pela estratégia de participação na Eletrolar Show. “O fluxo de pessoas na feira foi excelente, com muitos leads qualificados que poderão se tornar clientes num futuro próximo.” ■■

**E**nergy2U exhibited the **3-in-1 powerbank, which simultaneously charges the iPhone, AirPods and iWatch.** “The difference is the convenience of charging multiple devices with a single product, making it ideal for traveling,” explained **Fábio Balassanian, the company’s CEO.** The company also launched **magnetic charging cables,** which have magnets to keep them organized, which prevents them from breaking when they are rolled up and increases their durability.

To personalize cell phones, the company launched **iPhone cases by Amazing Thing,** with a unique finish and a one-year warranty. This semester, Fábio expects sales to grow by 50%, driven by the launches and the strategy of participating in the Eletrolar Show. “The flow of people at the fair was excellent, with many qualified leads who could become customers in the near future.” ■■

# eletrocar show

23-26

**Junho 2025**

Distrito Anhembi



**O FUTURO  
É AGORA!**

Acesse nosso site  
[eletrocarshow.com](http://eletrocarshow.com)  
[contato@eletrocarshow.com](mailto:contato@eletrocarshow.com)





**MAURÍCIO MOTA,**  
**GERENTE DE VENDAS**  
*SALES MANAGER*



# EOS LANÇOU CERVEJEIRA E AR-CONDICIONADO MÁSTER

EOS LAUNCHED BEER COOLER AND MASTER AIR CONDITIONER

## Produtos se destacam por seus diferenciais.

*Products stand out for their unique features.*

Os destaques principais no estande da EOS foram **dois lançamentos: a cervejeira de 100 litros e o ar-condicionado máster**. “A cervejeira se diferencia pela capacidade, 20% maior do que sua concorrente no mercado. No caso do ar-condicionado, as vantagens são a facilidade de instalação e a de manutenção”, contou de **Maurício Mota, gerente de vendas da empresa**.

Esta foi a segunda vez da EOS na feira. “Depois de atingirmos um resultado fantástico no ano passado, resolvemos participar novamente como expositores na Eletrolar Show de 2024”, disse Maurício. Para ter o mesmo sucesso do ano anterior, a empresa de eletrodomésticos investiu na área de marketing.

O movimento no estande foi grande. “Eu nem consigo lembrar da quantidade de clientes que atendemos até agora. Quando chegamos ao número 100, resolvemos parar de contar”, destacou o gerente de vendas. Com 20 anos de história, a empresa teve como objetivo, na feira, fechar negócios e captar novos clientes. ■■

The main highlights at the EOS stand were **two new releases: the 100-liter beer cooler and the master air conditioner**. “The beer cooler stands out for its capacity, which is 20% larger than its competitor in the market. In the case of the air conditioner, the advantages are ease of installation and maintenance,” said **Maurício Mota, the company’s sales manager**.

This was EOS’s second time at the fair. “After achieving a fantastic result last year, we decided to participate again as exhibitors at the 2024 Eletrolar Show,” said Maurício. To achieve the same success as the previous year, the home appliance company invested in the marketing area.

The booth was very busy. “I can’t even remember the number of customers we’ve served so far. When we reached 100, we decided to stop counting,” highlighted the sales manager. With 20 years of history, the company’s objective at the fair was to close deals and attract new customers. ■■



## ESMALTEC LANÇOU FOGÕES E GELADEIRA

ESMALTEC LAUNCHES STOVES AND REFRIGERATOR

### A marca chegou à sua oitava participação na Eletrolar Show.

*The brand has made its eighth appearance at the Eletrolar Show.*

“Esse momento tem sido muito importante para nossa marca.” Foi assim que **Marcelo Pinto, CEO da Esmaltec**, definiu o sentimento com o qual a empresa chegou à feira como expositora pela oitava vez. “Trouxemos **dois grandes lançamentos** para o evento: uma **nova plataforma de fogões, denominada Ideal, e a geladeira Inverter.**”

O **fogão** foi todo planejado e desenvolvido junto com os consumidores da marca. “Após mais de dois anos de pesquisas clínicas e validações dos compradores de várias regiões do País, chegamos à produção do fogão Ideal. O produto se destaca dos concorrentes por ser fácil de limpar, por sua altura e potência dos queimadores”, contou Marcelo.

“This moment has been very important for our brand.” This is how **Marcelo Pinto, CEO at Esmaltec**, defined the feeling with which the company arrived at the fair as an exhibitor for the eighth time. “We brought **two major launches** to the event: a **new stove platform, called Ideal, and the Inverter refrigerator.**”

The **stove** was entirely planned and developed together with the brand's consumers. “After more than two years of clinical research and validations by buyers from various regions of the country, we have produced the Ideal stove. The product stands out from its competitors because it is easy to clean, because of its height and the power of its burners,” said Marcelo.





The **refrigerator**, aimed at consumers in classes C, D and E, is the most economical in Brazil, said the CEO. "It democratized the Inverter compressor in entry-level domestic refrigerators." Esmaltec participated in the fair due to the event's representativeness for the white goods retail sector. "In addition to domestic retail customers, we also welcomed international retailers. We came this year with the goal of reconnecting with our partners and establishing new partnerships," added Marcelo. ■■

A **geladeira**, voltada aos consumidores das classes C, D e E, é a mais econômica do Brasil, disse o CEO. "Ela democratizou o compressor Inverter em geladeiras domésticas de entrada." A Esmaltec participou da feira em razão da representatividade do evento para o varejo de linha branca. "Além dos clientes varejistas nacionais, também recebemos o varejo internacional. Viemos neste ano com o objetivo de reencontrar nossos parceiros e de fechar novas parcerias", completou Marcelo. ■■



**MARCELO PINTO,**  
CEO



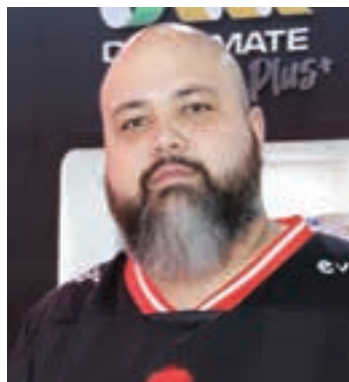


# EVOLUT GAMER LANÇOU CADEIRAS DE LINHO

EVOLUT GAMER LAUNCHED LINEN CHAIRS

**Empresa registrou aumento significativo no número de visitantes.**

*The company recorded a significant increase in the number of visitors.*



**ANDRÉ NAKASUGUI,**  
DIRETOR  
DIRECTOR



Em estande mais amplo, a **Evolut Gamer** apresentou seus lançamentos, com destaque para as **cadeiras de linho em modelos de entrada**, disponíveis em cinza e preto e com bom custo-benefício. “Muitas marcas têm focado em cadeiras de linho para o segmento high-end, mas quisemos oferecer uma opção elegante mais acessível com a nossa **Arrow**”, explicou **André Nakasugui, diretor da empresa**. A nova linha de **Outdoor Coolers** chamou atenção, com mangueira branca e iluminação RGB interna.

A marca também ampliou a sua linha de **suportes para monitores**, apresentando vários modelos com características diferenciadas, como suportes duplos e mola. Levou para a feira, ainda, a **linha Prism, com cadeiras gamer em tons pastel e design brilhante**.

“Neste ano, notamos um aumento significativo no número de visitantes, e os leads que recebemos foram mais assertivos e qualificados”, afirmou André. Expositora pelo terceiro ano consecutivo da feira, a Evolut inovou nesta edição com um uniforme descontraído, ações especiais e brindes, incluindo seus próprios produtos, que foram bem recebidos pelos visitantes. ■■

In a larger booth, **Evolut Gamer** presented its new products, highlighting the **entry-level linen chairs**, available in gray and black and offering good cost x benefit. “Many brands have focused on linen chairs for the high-end segment, but we wanted to offer an elegant, more affordable option with our **Arrow**,” explained **André Nakasugui, the company’s director**. The new line of **Outdoor Coolers** drew attention, with white hose and internal RGB lighting.

The brand also expanded its line of **monitor stands**, presenting several models with different features, such as double and spring-loaded stands. It also brought to the fair the **Prism line, with gamer chairs in pastel tones and a glossy design**.

“This year, we noticed a significant increase in the number of visitors, and the leads we received were more assertive and qualified,” said André. Exhibiting at the fair for the third consecutive year, Evolut innovated this year with a relaxed uniform, special events and gifts, including its own products, which were well received by visitors. ■■



**MATHEUS SILVA,**  
DIRETOR CRIATIVO  
CREATIVE DIRECTOR



## EZRA FIRMA PARCERIAS EM SUA ESTREIA NA ES

*EZRA FORGES PARTNERSHIPS IN ITS DEBUT AT ES*

**Companhia atua há 20 anos no mercado global.**

*The company has been operating in the global market for 20 years.*

Uma experiência única. Assim, o **diretor criativo, Matheus Silva**, definiu a estreia da Ezra na Eletrolar Show. Ele disse ter sido surpreendido com o enorme interesse dos visitantes nos produtos expostos no estande. “Levamos muitas novidades para o mercado brasileiro e foi um momento especial poder mostrá-las aos lojistas, muitos dos quais tornaram-se parceiros, com bons negócios firmados já no evento.”

Entre os lançamentos da empresa, que está no Brasil há dois anos, destaque para o **Lapela Ezra**, microfone para gravar vídeo com áudio direcional. Vem com dois receptores e teve recorde de vendas na feira. Outro destaque, o **Ezra Earphones Bluetooth** tem visor de carregamento e design diferenciado. “Também o **cabo turbo de carregamento Ezra** virou febre entre os visitantes. Pode carregar iPhone e Android, ao mesmo tempo, com a mesma quantidade de amperes”, contou Matheus. ■■



A unique experience. That's how **creative director Matheus Silva** defined Ezra's debut at the Eletrolar Show. He said he was surprised by the huge interest from visitors in the products on display at the booth. “We brought a lot of new products to the Brazilian market, and it was a special moment to be able to show them to retailers, many of whom became partners, with good deals already signed at the event.”

Among the company's launches, which has been in Brazil for two years, the highlight is the **Lapela Ezra**, a microphone for recording video with directional audio. It comes with two receivers and had record sales at the fair. Another highlight, the **Ezra Earphones Bluetooth**, has a charging display and a unique design. “The **Ezra turbo charging cable** also became a hit among visitors. It can charge iPhone and Android at the same time, with the same number of amps,” said Matheus. ■■

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

**Siga-nos nas redes sociais**



/eletrolarshow



/grupoeletrolar



/eletrolarshow

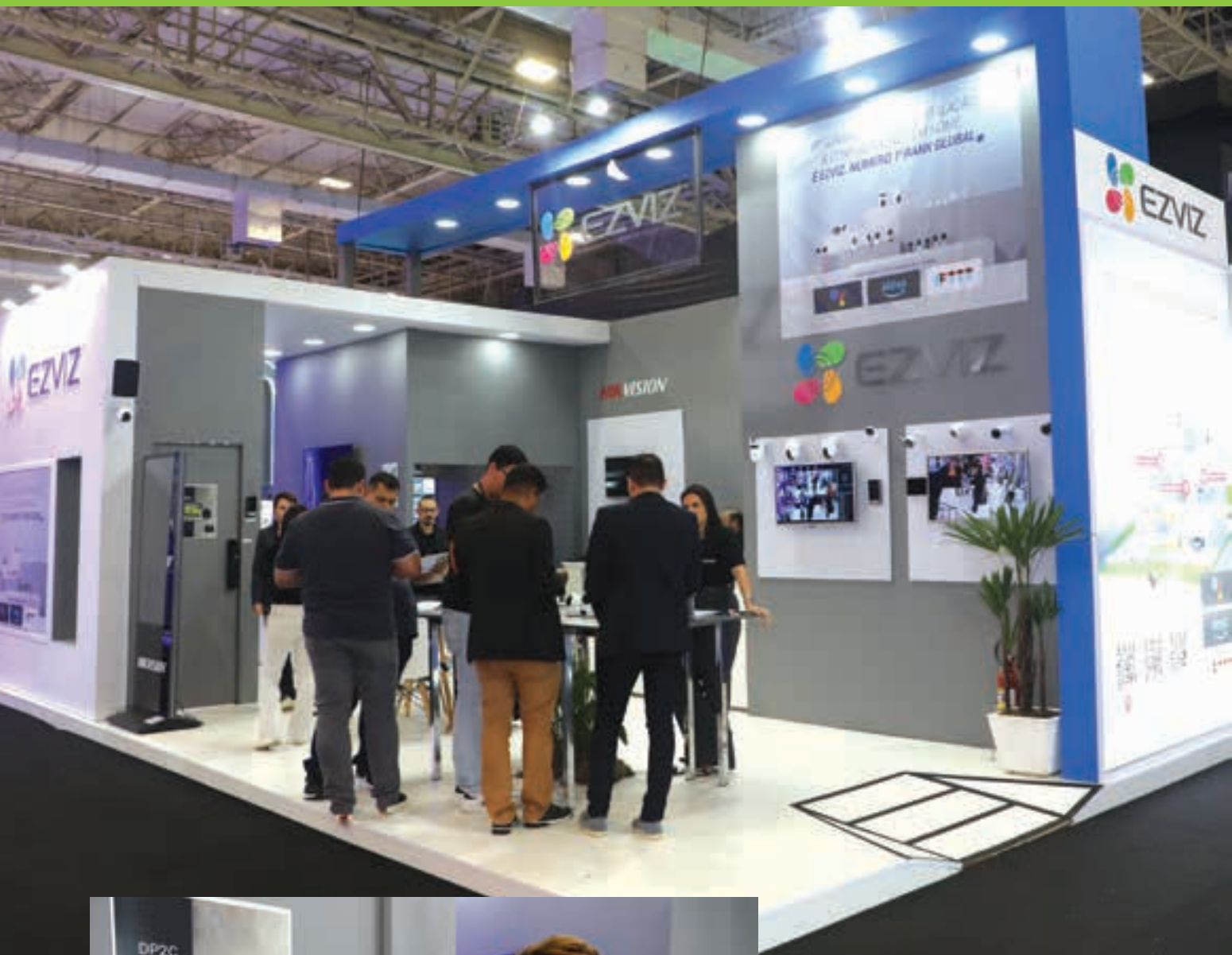


@eletrolarshow

Conecte-se ao  
nosso linkedin



Conecte-se agora ao nosso LinkedIn e fique  
por dentro das últimas notícias do setor.



**As fechaduras foram os principais produtos do estande.**

*Locks were the main products at the booth.*

**RAFAEL ARAKAKI,**  
GERENTE DE E-COMMERCE E DE MARKETING  
E-COMMERCE AND MARKETING MANAGER

# EZVIZ MOSTROU SOLUÇÕES PARA SEGURANÇA DOMICILIAR

EZVIZ SHOWCASED HOME SECURITY SOLUTIONS



**A** **Ezviz**, empresa de segurança residencial inteligente, participou pela primeira vez como expositora da maior feira de negócios entre a indústria e o varejo de eletros da América Latina. O objetivo foi divulgar seus produtos, gerar visibilidade para a marca e fazer novos negócios.

“Temos diversas **soluções para casas inteligentes, como alarmes e fechaduras**. Entre os lançamentos que trouxemos para o evento estão **três fechaduras, a 05, a 03 e a 50**, que ainda não têm nenhuma concorrente no Brasil”, disse **Rafael Arakaki, gerente de e-commerce e de marketing da Ezviz**.

De acordo com Rafael, a **fechadura 50** foi muito procurada pelos consumidores de itens de segurança domiciliar, por suas múltiplas funções. “Além da câmera full HD, o item faz a liberação da entrada do morador através de reconhecimento facial ou por senha. Tudo que acontece no aparelho é transmitido para o aplicativo da empresa”, contou. ■■

**E** **zviz**, a smart home security company, participated for the first time as an exhibitor at the largest trade fair between the industry and retail of electronics in Latin America. The objective was to promote its products, generate visibility for the brand and do new business.

“We have several **solutions for smart homes, such as alarms and locks**. Among the launches we brought to the event are **three locks, the 05, the 03 and the 50**, which do not yet have any competitors in Brazil”, said **Rafael Arakaki, e-commerce and marketing manager at Ezviz**.

According to Rafael, the 50 lock was highly sought after by consumers of home security items, due to its multiple functions. “In addition to the full HD camera, the item allows the resident to enter through facial recognition or a password. Everything that happens on the device is transmitted to the company’s app,” he said. ■■

## FAM: UPGRADE TECNOLÓGICO E BRANDING NA ESTRATÉGIA DE CRESCIMENTO

*FAM: TECHNOLOGICAL UPGRADE AND BRANDING IN GROWTH STRATEGY*

**Empresa visou a novos clientes e ao fortalecimento da marca.**

*The company aimed to attract new customers and strengthen its brand.*



**TONI KUHN,**  
CEO



**A** FAM levou à feira uma **linha de caixas de som de maior potência** e um novo modelo de **fone de ouvido Bluetooth** que oferece até 40 horas de autonomia. “Esses são os nossos principais destaques. Ficamos entusiasmados com a receptividade que tivemos. Essas novidades visam atender à crescente demanda dos consumidores por tecnologia mais avançada e por produtos com maior tempo de uso”, disse **Toni Kuhn, CEO da empresa.**

Expositora desde 2019, a FAM buscou, com sua presença na feira, tanto a aquisição de novos clientes quanto o fortalecimento da marca. “Estar ao lado de grandes parceiros e oferecer aos clientes a chance de conhecer novos produtos é fundamental para nós”, explicou Toni. A empresa também comemorou o crescimento de 46% sobre o ano passado, impulsionado pela expansão do mix de produtos e aumento do tíquete médio. ■■

**F**AM brought to the fair a **line of higher-powered speakers** and a new model of **Bluetooth headphones** that offers up to 40 hours of battery life. “These are our main highlights. We were thrilled with the reception we received. These new products aim to meet the growing consumer demand for more advanced technology and products with longer usage time,” said **Toni Kuhn, the company’s CEO.**

An exhibitor since 2019, FAM sought, with its presence at the fair, both to acquire new customers and to strengthen its brand. “Being alongside great partners and offering customers the chance to learn about new products is essential for us,” explained Toni. The company also celebrated 46% growth over last year, driven by the expansion of the product mix and an increase in the average ticket. ■■



# LIGHTING SHOW

SÃO PAULO, BRASIL

## LIGHT UP YOUR BUSINESS

23 A 26 DE JUNHO DE 2025

NOVO DISTRITO ANHEMBI

A Lighting Show é uma oportunidade para a indústria e o varejo encontrarem lançamentos, inovações e marcas internacionais.

**SEJA UM EXPOSITOR**



### Perfil do **visitante**

Varejo, importadores e distribuidores, indústria, atacado, lojas de departamento, e-commerce e marketplaces

### Categorias de **exposição**

Iluminação residencial e corporativa  
componentes e materiais · semicondutores de iluminação  
módulos e pacotes · aplicações e testes

**Faça parte!**

[www.lightingshow.com](http://www.lightingshow.com)

Contato: +55 11 3187-8949 | [comercial@ggruposeletronic.com.br](mailto:comercial@ggruposeletronic.com.br)

EVENTOS:  
PARALELOS: [eletronicshow](#)  
ALL CONNECTED

LATIN  
AMERICAN  
ELECTRONICS  
International Trade Show

LATIN  
AMERICAN  
HOUSEWARES

eletronic  
show

## FISCHER: MAIS DE 20 LANÇAMENTOS NA FEIRA

FISCHER: MORE THAN 20 LAUNCHES AT THE FAIR



**KARIN FISCHER,**  
DIRETORA COMERCIAL E DE MARKETING  
SALES AND MARKETING DIRECTOR

**Fogão 3 em 1 de embutir, com forno elétrico e air fryer, reflete tendência.**

*3-in-1 built-in stove, with electric oven and air fryer, reflects the trend.*



**A** Fischer retornou à Eletrolar Show e fez mais de 20 lançamentos. O grande destaque foi o **fogão 3 em 1 de embutir, que combina cooktop de vidro, forno elétrico e air fryer**. Com capacidade de 100 litros, oferece alta precisão e a função de descongelar alimentos. “Trazemos soluções que refletem inovação e tendências, alinhadas ao comportamento dos consumidores”, explicou **Karin Fischer, diretora comercial e de marketing da empresa**.

**F**ischer returned to the Eletrolar Show and made more than 20 launches. The highlight was the **3-in-1 built-in stove, which combines a glass cooktop, electric oven and air fryer**. With a capacity of 100 liters, it offers high precision and the function of defrosting food. “We brought solutions that reflect innovation and trends, aligned with consumer behavior”, explained **Karin Fischer, the company’s commercial and marketing director**.

A linha de churrasqueiras ganhou modelos com pedras vulcânicas e opções a gás e elétrica, disponíveis tanto para embutir quanto para bancada. Segundo Karin, a demanda por churrasqueiras aumentou significativamente desde a pandemia, e a Fischer respondeu com produtos desenvolvidos em parceria com chefs renomados. A empresa também expôs novos **micro-ondas, coifas e uma cervejeira com capacidade de 92 litros**, suficiente para armazenar 74 latas.

O estande da Fischer, acolhedor, atraiu muitos visitantes interessados em conhecer as novidades. Além da exposição dos lançamentos, foram oferecidas experiências gastronômicas preparadas por chefs de cozinha. "Nosso objetivo foi fortalecer o relacionamento com nossos clientes e apresentar o diferencial de uma marca com 58 anos de história", afirmou Karin. A empresa é líder em cooktops e fornos elétricos no Brasil. ■■

*The barbecue line gained models with volcanic stones and gas and electric options, available for both built-in and countertop use. According to Karin, the demand for barbecues has increased significantly since the pandemic, and Fischer responded with products developed in partnership with renowned chefs. The company also exhibited new **microwaves, range hoods and a 92-liter beer cooler**, enough to store 74 cans.*

*Fischer's welcoming booth attracted many visitors interested in learning about the new products. In addition to the exhibition of new products, gastronomic experiences prepared by chefs were offered. "Our goal was to strengthen the relationship with our customers and showcase the uniqueness of a brand with 58 years of history," said Karin. The company is a leader in electric cooktops and ovens in Brazil. ■■*





RODRIGO LUIZ RODRIGUES,  
CEO

## FP IMPORT BUSCOU AMPLIAR O NÚMERO DE CLIENTES

*FP IMPORT SEEKS TO INCREASE ITS NUMBER OF CUSTOMERS*

**Empresa se concentrou nos que consomem linhas de multimídia.**

*The company focused on those who consume multimedia lines.*



Presente há mais de 20 anos no segmento automotivo, a **FP IMPORT** chegou pela primeira vez à Eletrolar Show com a expectativa de captar novos clientes de e-commerce. “Depois de recebermos a indicação de um amigo, que é expositor na feira há muitos anos, decidimos participar desta experiência para divulgar nossa linha de produtos e abrir nosso leque de clientes”, disse **Rodrigo Luiz Rodrigues, CEO da empresa**.

As **linhas de multimídia para todos os tipos de carros e as linhas de rádio** estavam entre os principais produtos apresentados no estande. “O nosso aparelho principal é o **Maximus**, não tem igual a ele no mercado brasileiro. Esse **multimídia** tem tela QLED, efeito palco e 4 RAM de memória. Conta, também, com assistência virtual, como se fosse a Alexa, e ainda com imagem 4K”, informou Rodrigo. ■■

With over 20 years of experience in the automotive segment, **FP IMPORT** arrived at the Eletrolar Show for the first time with the expectation of attracting new e-commerce customers. “After receiving a recommendation from a friend who has been exhibiting at the fair for many years, we decided to participate in this experience to promote our product line and expand our customer base,” said **Rodrigo Luiz Rodrigues, CEO of the company**.

The **multimedia lines for all types of cars and the radio lines** were among the main products presented at the booth. “Our main device is the **Maximus**, there is no equal to it in the Brazilian market. This **multimedia** device has a QLED screen, stage effect and 4 RAM. It also has virtual assistance, as if it were Alexa, and even 4K image,” said Rodrigo. ■■

Sinais de recuperação econômica têm sido essenciais ao mercado.

*Signs of economic recovery have been essential for the market.*



**MIRANA MACHADO,**  
HEAD OF MARKETING LATIN AMERICA  
GfK NIQ COMPANY BRAZIL  
HEAD OF MARKETING FOR LATIN AMERICA AT  
GfK NIQ COMPANY BRAZIL

## NIELSENIQ GfK: BOAS PERSPECTIVAS PARA O FINAL DO ANO

*NIELSENIQ GfK: GOOD OUTLOOK FOR THE END OF THE YEAR*



**N**a feira, **Ricardo Moura, diretor de sucesso do cliente tech & durables** da NielsenIQ, apresentou um balanço do comportamento do segmento de eletros (veja a matéria completa nesta edição). O estudo abrangeu categorias: **eletrônicos, telecom, IT, linha branca, portáteis e tech duráveis**. “A jornada foi positiva”, disse **Mirana Machado, head of marketing Latin America da GfK NIQ Company Brasil**.

“A Eletrolar Show tem crescido ano a ano, é a grande referência no setor. Todas as pessoas da indústria estão aqui, bem como os compradores do varejo. A retomada de vendas da linha branca é uma boa notícia para este final de ano”, disse Mirana. ■■

**A**t the fair, **Ricardo Moura, NielsenIQ's director of customer success for tech & durables**, presented an overview of the behavior of the home appliances segment (see the full article in this issue). The study covered the following categories: **electronics, telecom, IT, white goods, small appliances and durable tech goods**. “The journey has been positive,” said **Mirana Machado, head of marketing for Latin America at GfK NIQ Company Brazil**.

“The Eletrolar Show has grown year after year and is a major reference in the sector. Everyone in the industry is here, as are retail buyers. The recovery in sales of white goods is good news for the end of the year,” said Mirana. ■■



**Empresa fabrica peças e hardware há mais de 20 anos.**

*The company has been manufacturing parts and hardware for over 20 years.*

## GLOBAL HIGHTEC APRESENTOU COMPONENTES DE PCs

### GLOBAL HIGHTEC PRESENTED PC COMPONENTS

**A** **Global Hightech** marcou presença mais uma vez na Eletrolar Show em 2024. A empresa mostrou componentes que produz, incluindo **placas-mãe, SSDs, memórias e outros tipos de hardware**. O destaque foi sua **nova linha de RAM** voltada para o público gamer, com iluminação RGB, que pode ser controlada por software. “Temos mais de 20 anos de experiência e conseguimos produzir em escala”, disse **Kevin Chen, CEO da empresa**.

Confiabilidade e comunicação são os principais diferenciais da empresa, de acordo com Kevin. “Além do design, temos nossa equipe de vendas, que é capaz de prestar um serviço diferenciado aos clientes. Temos várias participações na Eletrolar Show e pretendemos continuar nos próximos anos. Sempre temos boas experiências”, afirmou. ■■

**G** **lobal Hightech** was once again present at the Eletrolar Show in 2024. The company showed off components it produces, including **motherboards, SSDs, memory, and other types of hardware**. The highlight was its **new line of RAM** aimed at gamers, with RGB lighting that can be controlled by software. “We have over 20 years of experience and are able to produce on a large scale,” said **Kevin Chen, the company’s CEO**.

Reliability and communication are the company’s main differentiators, according to Kevin. “In addition to design, we have our sales team, which is capable of providing differentiated service to customers. We have participated in the Eletrolar Show several times and intend to continue in the coming years. We always have good experiences,” he said. ■■



**KEVIN CHEN,**  
CEO

## GOAR: CLIMATIZADORES 100% DIGITAIS

GOAR: 100% DIGITAL AIR CONDITIONERS



MATEUS MISTURINI,  
COORDENADOR COMERCIAL  
COMMERCIAL COORDINATOR



Produtos são potentes e silenciosos.

Products are powerful and silent.

Na feira, a Goar lançou o **climatizador evaporativo de 45 e 50 litros, totalmente digital**, com controle remoto, e o **ventilador de mesa turbo**, com 50 cm, fabricado todo em plástico, ambos com alta eficiência energética. “Produzimos nossos próprios motores, hélices e grades, o que eleva a qualidade dos produtos e faz com que tenham preços mais competitivos”, explicou **Mateus Misturini, coordenador comercial da empresa**. A garantia dos aparelhos varia de 18 a 36 meses. Além da ampla gama de soluções de climatização, a Goar fabrica **exaustores**.

O objetivo da empresa, na Eletrolar Show, foi expandir a sua atuação para todos os países da América do Sul e América Latina, uma vez que a feira tem alta visitação qualificada. “Esta foi a nossa segunda vez no evento, neste ano em um espaço mais amplo e com maior número de produtos. Na primeira vez, em 2023, obtivemos um ótimo resultado”, contou Mateus. ■■

At the fair, Goar launched the **45 and 50 liter evaporative air conditioner, fully digital**, with remote control, and the 50 cm **turbo table fan**, made entirely of plastic, both with high energy efficiency. “We produce our own motors, propellers and grilles, which increases the quality of the products and makes them more competitively priced,” explained **Mateus Misturini, the company’s sales coordinator**. The warranty on the devices ranges from 18 to 36 months. In addition to the wide range of air conditioning solutions, Goar manufactures **exhaust fans**.

The company’s goal at the Eletrolar Show was to expand its operations to all countries in South and Latin America, since the fair has a high level of qualified visitors. “This was our second time at the event, this year in a larger space and with a greater number of products. The first time, in 2023, we had a great result”, said Mateus. ■■

## GREE BRASIL APRESENTOU DOIS LANÇAMENTOS NA ES

GREE BRASIL PRESENTED TWO LAUNCHES AT ES

**Maior tempo de garantia foi indicado como o principal diferencial dos produtos.**

*Longer warranty period was indicated as the main differentiator of the products.*



**A** Gree Brasil, empresa de eletrodomésticos, destacou dois lançamentos durante a 17ª edição da Eletrolar Show: o **G-Diamond Auto Inverter** e o **Cassete de 1 via**. “O G-Diamond Auto Inverter veio para agregar muito no que se refere à inteligência artificial. Com alta resistência contra a salinidade, esse produto é indicado para ser utilizado em regiões litorâneas”, disse **Romenig Bastos, sócio-proprietário** da companhia.

**G**ree Brasil, a home appliance company, highlighted two launches during the 17<sup>th</sup> edition of Eletrolar Show: the **G-Diamond Auto Inverter** and the **1-Way Cassete**. “The G-Diamond Auto Inverter has come to add a lot in terms of artificial intelligence. With high resistance to salinity, this product is recommended for use in coastal regions,” said **Romenig Bastos, the company’s co-owner**.



**ROMENIG BASTOS,**  
**SÓCIO-PROPRIETÁRIO**  
CO-OWNER



O tempo de garantia dos lançamentos foi apresentado como principal diferencial da empresa em relação aos concorrentes. As peças funcionais, como as placas eletrônicas e motor compressor, contam com cinco anos de garantia. O compressor do ar-condicionado oferece garantia pelo dobro do tempo.

A possibilidade de avaliar todo o mercado de eletrodomésticos é o que fez a empresa expor na Eletrolar Show. Este ano foi marcado pela terceira participação da Gree Brasil na feira. "Aqui conseguimos fechar novos negócios e pudemos trazer mais tecnologia para o mercado nacional", finalizou o sócio-proprietário. ■■

*The warranty period for new products was presented as the company's main differentiator in relation to its competitors. Functional parts, such as electronic boards and compressor motors, have a five-year warranty. The air conditioning compressor offers a warranty for twice that period.*

*The possibility of evaluating the entire home appliance market is what led the company to exhibit at the Eletrolar Show. This year was marked by Gree Brasil's third participation in the fair. "Here we were able to close new deals and bring more technology to the national market," concluded the co-owner. ■■*



## GREEN ELETRON VIABILIZA DESCARTE ADEQUADO

*GREEN ELETRON ENABLES PROPER DISPOSAL*

**No Brasil, são mais de 10 mil pontos de coleta de pilhas, baterias e produtos.**

*In Brazil, there are more than 10,000 collection points for batteries and products.*

**A** **Green Eletron** mostrou os serviços que oferece para ajudar empresas a cumprir suas obrigações legais quanto ao descarte ambientalmente adequado de produtos. "Temos mais de **10 mil pontos de coleta de eletroeletrônicos, pilhas e baterias em 1.200 cidades de todos os estados brasileiros**", disse **Ademir Brescansin, gerente-executivo da Green Eletron**.

Sem fins lucrativos, a **Green Eletron** busca operacionalizar o descarte adequado para as mais de **110 empresas associadas**. "Há uma boa procura de empresas que, por algum motivo, ainda não cumprem essa obrigação, e a feira é uma boa oportunidade para falarmos com elas. A Eletrolar Show é extremamente importante para os varejistas conhecerem outros produtos e marcas, o que torna essencial, também, a nossa participação", contou Ademir. ■■

**G** **reen Eletron** demonstrated the services it offers to help companies comply with their legal obligations regarding the environmentally appropriate disposal of products. "We have more than **10,000 collection points for electronic devices, batteries and batteries in 1,200 cities in all Brazilian states**," said **Ademir Brescansin, executive manager at Green Eletron**.

**Green**, a non-profit organization, seeks to operationalize proper disposal for its more than **110 associated companies**. "There is a good demand from companies that, for some reason, still do not comply with this obligation, and the fair is a good opportunity for us to talk to them. The Eletrolar Show is extremely important for retailers to learn about other products and brands, which also makes our participation essential," said Ademir. ■■



**ADEMIR BRESkansin,**  
**GERENTE-EXECUTIVO**  
EXECUTIVE MANAGER



**Eletrolar Show foi uma vitrine para mostrar o portfólio ao mercado brasileiro.**

*Eletrolar Show was a showroom to display its portfolio to the Brazilian market.*



**BRUNO MENDES,**  
DIRETOR-EXECUTIVO  
EXECUTIVE DIRECTOR

## GRUPO AYRES: FOCO NA PROSPECÇÃO DE NOVOS CLIENTES

*GRUPO AYRES: FOCUS ON PROSPECTING NEW CUSTOMERS*

A possibilidade de prospectar novos clientes e de fechar novos negócios foram os principais motivos que fizeram o **Grupo Ayres**, representante das marcas **Devia e Forward**, voltar todos os anos para expor na Eletrolar Show. “A feira é uma excelente vitrine para a nossa empresa. O pós-feira de 2023 foi muito bom para nós, porque fechamos muitos negócios. Este ano parece que vai ser tão bom ou melhor do que 2023”, contou **Bruno Mendes, diretor-executivo da empresa**.

Em sua terceira participação como expositor na Eletrolar Show, o Grupo Ayres trouxe dois destaques: uma **máquina recortadora de películas** para smartphones da marca Devia e a **blue laser**, máquina utilizada na desmontagem da parte traseira dos iPhones, da marca Forward. “O nosso grande diferencial é que trazemos todo o portfólio de produtos de marcas consolidadas no mercado. Assim, oferecemos qualidade para o mercado brasileiro”, finalizou Bruno. ■■

The possibility of prospecting new customers and closing new deals were the main reasons that made **Grupo Ayres**, representative of the **Devia and Forward** brands, return every year to exhibit at Eletrolar Show. “The fair is an excellent showcase for our company. The post-fair period in 2023 was very good for us, because we closed a lot of deals. This year looks like it will be as good or better than 2023”, said **Bruno Mendes, the company’s executive director**.

In its third participation as an exhibitor at Eletrolar Show, Grupo Ayres brought two highlights: a **smartphone film cutting machine** from the Devia brand and the **blue laser**, a machine used to disassemble the back of iPhones, from the Forward brand. “Our big difference is that we bring the entire portfolio of products from consolidated brands in the market. Thus, we offer quality to the Brazilian market”, concluded Bruno. ■■

## GRUPO OBLI FEZ SUA ESTREIA NA FEIRA

GRUPO OBLI MADE ITS DEBUT AT THE FAIR

Foco foi dirigido aos produtos que protegem o celular.

*The focus was on products that protect cell phones.*



**LUCAS FERREIRA,**  
SÓCIO-FUNDADOR  
FOUNDING PARTNER

Presente em mais de 20 estados brasileiros, o **Grupo Obli** decidiu expor pela primeira vez na Eletrolar Show de 2024 para apresentar seus produtos. Com foco na proteção de celulares, os itens vendidos pela marca vão desde **películas** para proteção traseira, frontal e de lentes até **capinhas**. “Temos menos de um ano de funcionamento, mas já contamos com produtos inovadores e com qualidade”, disse **Lucas Ferreira, sócio-fundador da empresa**.

Na feira, o principal objetivo foi o de fechar parcerias, contou Lucas, que ressaltou as qualidades dos produtos. “Com a proteção como principal diferencial dos nossos itens, eles se destacam também pela boa apresentação e elegância. Além disso, ainda damos um ano de garantia para películas contra defeitos de fabricação.” ■■

Present in more than 20 Brazilian states, the **Grupo Obli** decided to exhibit for the first time at the 2024 Eletrolar Show to present its products. With a focus on cell phone protection, the items sold by the brand range from **films** for rear, front and lens protection to **cases**. “We have been in operation for less than a year, but we already have innovative and high-quality products,” said **Lucas Ferreira, founding partner of the company**.

At the fair, the main objective was to establish partnerships, said Lucas, who highlighted the quality of the products. “With protection as the main differentiator of our items, they also stand out for their good presentation and elegance. In addition, we also offer a one-year warranty on films against manufacturing defects.” ■■

## GRUPO TIMBER: SOLUÇÕES DE ENERGIA PORTÁTIL DA ECOFLOW

GRUPO TIMBER: PORTABLE ENERGY SOLUTIONS FROM ECOFLOW



**CARLOS BERTONI,**  
COORDENADOR DE VENDAS  
SALES COORDINATOR



**Apresentou estações móveis de energia e placas solares.**

*Showcased mobile power stations and solar panels.*

O **Grupo Timber** é o distribuidor no Brasil da marca **Ecoflow**, que está no mercado global há sete anos. “A ideia é levar energia aonde se tem carência, seja numa residência que está com instabilidade, no campo, no trabalho, num centro de convivência ou até mesmo no lazer, como em um acampamento”, explicou o **coordenador de vendas da Timber, Carlos Bertoni**, ressaltando o grande número de visitas e negócios fechados no estande.

Alguns dos destaques apresentados na Eletrolar Show foram as **estações de energia portátil, com a série Ripper**, voltada ao lazer, e a **série Delta**, com produtos mais robustos, para, por exemplo, alimentar uma casa inteira durante um dia. O **refrigerador portátil** resfria, congela e faz gelo em 15 minutos, e o **ar-condicionado portátil** tem baterias de até oito horas de duração. “Apresentamos, também, os **painéis solares portáteis dobráveis**”, disse Carlos. ■■

**G** **rupe Timber** is the distributor in Brazil of the **Ecoflow** brand, which has been on the global market for seven years. “The idea is to bring energy to where there is a lack of it, whether in a home that is unstable, in the countryside, at work, in a community center or even for leisure, such as camping,” explained **Timber’s sales coordinator, Carlos Bertoni**, highlighting the large number of visits and deals closed at the stand.

Some of the highlights presented at the Eletrolar Show were the **portable power stations, with the Ripper series**, aimed at leisure, and the **Delta series**, with more robust products, for example, to power an entire house for a day. The **portable refrigerator** cools, freezes and makes ice in 15 minutes, and the **portable air conditioner** has batteries that last up to eight hours. “We also presented the foldable **portable solar panels**,” said Carlos. ■■



**Objetivo é auxiliar empreendedores a potencializar seus resultados.**

*The goal is to help entrepreneurs maximize their results.*



**WAGNER OLIVEIRA,**  
CEO

## GRUPO WOLI: SOLUÇÕES DIGITAIS AO VAREJO

*GRUPO WOLI: DIGITAL SOLUTIONS FOR RETAIL*

**O Grupo Woli**, criado há 22 anos em Minas Gerais, apresentou sua infraestrutura para **conectar empresas e seus colaboradores às oportunidades que aumentam a rentabilidade.**

Especializado em educação corporativa, tem diversos produtos no portfólio, como e-books, cursos digitais, serviços de telemedicina e aplicativos promocionais para os varejistas, disse o **CEO, Wagner Oliveira**, que expôs na feira pela terceira vez. "A Eletrolar Show já faz parte do nosso calendário anual. Além de ajudar a divulgar a nossa marca, estreitamos o relacionamento com os clientes."

Com atuação em todo o Brasil, com **campanhas de incentivo e promocionais**, principalmente no varejo de eletrodomésticos e de alimentação, que incluem caminhão de prêmios e raspadinha digital, o grupo planeja a expansão para outros setores. "Nosso foco, sempre, é fazer com que os clientes sejam bem-sucedidos em seus projetos, pois isso nos tornará mais conhecidos e ajudará a ampliar a atuação do grupo em diversos segmentos do varejo brasileiro", contou Wagner. ■■

**T**he **Grupo Woli**, founded 22 years ago in Minas Gerais, presented its infrastructure to **connect companies and their employees to opportunities that increase profitability.** Specialized in corporate education, it has several products in its portfolio, such as e-books, digital courses, telemedicine services and promotional applications for retailers, said **CEO Wagner Oliveira**, who exhibited at the fair for the third time. "The Eletrolar Show is already part of our annual calendar. In addition to helping promote our brand, we strengthen our relationship with customers."

With operations throughout Brazil, with **incentive and promotional campaigns**, mainly in the home appliance and food retail sector, which include a prize truck and digital scratch cards, the group plans to expand into other sectors. "Our focus is always on making our clients successful in their projects, as this will make us better known and help expand the group's operations in various segments of Brazilian retail," said Wagner. ■■



REVISTA

# ELETROLAR

## NEWS



OS PRINCIPAIS  
**ASSUNTOS** DO  
**MERCADO** E AS  
**TENDÊNCIAS**  
 DO SETOR



Dirigida  
 exclusivamente  
 à indústria e ao varejo

## GSHIELD: DESTAQUE PARA O CARREGADOR 3 EM 1

*GSHIELD: 3-IN-1 CHARGER HIGHLIGHT*

**Empresa quer aumentar sua presença na América Latina.**

*The company wants to increase its presence in Latin America.*



Com um estande ampliado em quase 70 m<sup>2</sup>, a **GShield**, que vem marcando presença na Eletrolar Show há alguns anos, buscou nesta edição oferecer um atendimento mais personalizado e condições especiais para negócios B2B. “Quisemos mostrar nossos lançamentos e proporcionar um espaço confortável para nossos clientes”, afirmou **João Paulo Resende, CEO da empresa**.

With a booth expanded by almost 70 sqm, **GShield**, which has been present at the Eletrolar Show for some years, sought to offer more personalized service and special conditions for B2B business at this edition. “We wanted to showcase our new products and provide a comfortable space for our customers,” said **João Paulo Resende, CEO of the company**.



**JOÃO PAULO RESENDE,**  
CEO



Um dos destaques foi o **carregador Survival 3 em 1**. Versátil, ele carrega simultaneamente um Apple Watch e dois outros dispositivos, sendo ideal para viagens. Outro destaque foi o **microfone de lapela profissional**. É prático e com case carregadora, que atende às crescentes demandas do mercado de gravação de vídeo e produção de conteúdo.

A GShield, que completou 10 anos em março deste ano, já tem atuação internacional e está concentrada na expansão de sua marca. "Nosso objetivo é fortalecer a presença na América Latina e nos Estados Unidos, com um portfólio que inclui desde cabos e películas até carregadores e acessórios diversos", disse João Paulo. ■■

One of the highlights was the **3-in-1 Survival charger**. Versatile, it simultaneously charges an Apple Watch and two other devices, making it ideal for traveling. Another highlight was the **professional lapel microphone**. It is practical and comes with a charging case, which meets the growing demands of the video recording and content production market.

GShield, which turned 10 in March of this year, already has an international presence and is focused on expanding its brand. "Our goal is to strengthen our presence in Latin America and the United States, with a portfolio that includes everything from cables and screen protectors to chargers and various accessories," said João Paulo. ■■



**FERNANDO PERFEITO,**  
**DIRETOR COMERCIAL E DE MARKETING**  
COMMERCIAL AND MARKETING DIRECTOR

**Brazil Electronics é representante exclusiva no País da marca italiana.**

*Brazil Electronics is the exclusive representative of the Italian brand in Brazil.*



# GUZZINI: NOVAS COLEÇÕES DO MERCADO DE MESA POSTA

GUZZINI: NEW COLLECTIONS FOR THE TABLE SETTING MARKET

Com design sofisticado e conceito de sustentabilidade, os lançamentos da **Guzzini**, icônica marca italiana, incluíram pratos, travessas e bandejas – daí a expressão mesa posta. São três as versões: **Blues**, de cores azuis brilhantes; **Flowers & Lemon**, com cores vivas da primavera; e **Fusion**, com padrões florais claros em fundo verde-escuro.

“Essas coleções são de melamina, um composto sintético altamente resistente, que faz as peças ficarem parecidas com cerâmicas. Já os talheres de aço cirúrgico estão em cinco linhas”, contou **Fernando Perfeito, diretor comercial e de marketing da Brazil Electronics**.

Com a linha mais completa, o número de revendedores está sendo ampliado. “O objetivo deste ano é chegar a 40 das principais redes, com previsão de 55 mil unidades de produtos de mesa posta vendidos, gerando faturamento de R\$ 7 milhões. Para 2025, a meta é a venda de 155 mil peças, faturamento de R\$ 15 milhões e 80 revendedores autorizados em todo o País”, disse Fernando”. ■■

With a sophisticated design and a sustainability concept, the launches of **Guzzini**, an iconic Italian brand, include plates, platters and trays – hence the expression table setting. There are three versions: **Blues**, in bright blue colors; **Flowers & Lemon**, with bright spring colors; and **Fusion**, with light floral patterns on a dark green background.

“These collections are made of melamine, a highly resistant synthetic compound that makes the pieces look like ceramics. The surgical steel cutlery is available in five lines,” said **Fernando Perfeito, commercial and marketing director at Brazil Electronics**.

With the more complete line, the number of resellers is being expanded. “The goal for this year is to reach 40 of the main chains, with an estimated 55 thousand units of table setting products sold, generating revenue of BRL 7 million. By 2025, the goal is to sell 155,000 pieces, with revenue of BRL 15 million and 80 authorized dealers across the country,” said Fernando. ■■



## HAIFA EXPÔS PARA AMPLIAR MERCADO

HAIFA EXHIBITED TO EXPAND MARKET



**MOHAMED SAFA,**  
REPRESENTANTE DA EMPRESA  
COMPANY REPRESENTATIVE



**Empresa estuda abrir uma filial no Paraguai.**

*Company is considering opening a branch in Paraguay.*

#ES2024

**A** Haifa, distribuidora de produtos com tecnologia de todas as marcas, como computadores, notebooks, smartwatches, celulares e playstation, participou pela primeira vez da Eletrolar Show. “Nosso objetivo foi ter contato com compradores de celulares na América do Sul”, contou Mohamed Safa, representante da empresa.

Com sede em San Antonio, cidade do Texas (Estados Unidos), a distribuidora já envia seus produtos para a Argentina, Colômbia, Venezuela e Paraguai, este último o seu foco atual, disse Mohamed. “Estamos estudando a abertura de uma distribuidora no Paraguai, o mercado do país é muito grande.” ■■

**H**aifa, a distributor of technology products from all brands, such as computers, notebooks, smartwatches, cell phones and PlayStations, participated in the Eletrolar Show for the first time. “Our goal was to make contact with cell phone buyers in South America,” said Mohamed Safa, a representative of the company.

Based in San Antonio, Texas (United States), the distributor already sends its products to Argentina, Colombia, Venezuela and Paraguay, the latter being its current focus, said Mohamed. “We are studying the possibility of opening a distributor in Paraguay, the country’s market is very large.” ■■



WWW.ELECTRONICSHOME.COM.AR

# GH ELECTRONICS HOME • Argentina

A FEIRA DE NEGÓCIOS  
MAIS IMPORTANTE DO PAÍS

## ESPERAMOS VOCÊ

5° EDIÇÃO

# 2025



## HAIZ TROUXE ANIQUILADOR DE ANALÓGICOS

HAIZ BROUGHT AN ANALOG ANNIHILATOR

Fabricante expôs linha de câmeras e periféricos para atrair distribuidores.

Manufacturer exhibited line of cameras and peripherals to attract distributors.



**A**niquilar os analógicos. É com essa ambiciosa proposta que a fabricante de eletrônicos, acessórios e periféricos **Haiz** fez sua estreia na Eletrolar Show. Com um portfólio de câmeras, adaptadores e outros produtos tecnológicos voltados para aplicações na casa conectada, a empresa buscou parceiros comerciais para avançar na distribuição de seus produtos a novos mercados.

Seu principal lançamento foi o **kit de câmera conectada**, apelidado de **aniquilador de analógicos**. Isso

**A**nnihilate analog devices. It is with this ambitious proposal that the electronics, accessories and peripherals manufacturer **Haiz** made its debut at the Eletrolar Show. With a portfolio of cameras, adapters and other technological products aimed at applications in the connected home, the company sought commercial partners to advance the distribution of its products to new markets.

Its main launch was the **connected camera kit**, nicknamed the **analog annihilator**. This is because the kit,

porque o kit, que consiste em uma câmera conectada e um aparelho gravador de imagens (NVR), pode ser instalado e conectado à internet ou rede interna de empresas de forma simples e rápida, sem exigir a configuração de um identificador digital. “Com isso, as imagens das câmeras ficam disponíveis instantaneamente online, “aniquilando” processos analógicos de recuperação de gravações”, disse **Joana Simões, gerente comercial da Haiz.**

“Na feira, conseguimos muitos parceiros, inclusive alguns vieram nos procurar por já conhecerem a nossa marca. Câmeras de segurança são o nosso carro-chefe, mas também temos switches (equipamentos que permitem conectar dispositivos à internet), com foco em custo-benefício. É como um hub que conecta também telefone, impressora e todo dispositivo de uma empresa que precise se conectar a uma rede”, contou Joana. ■■

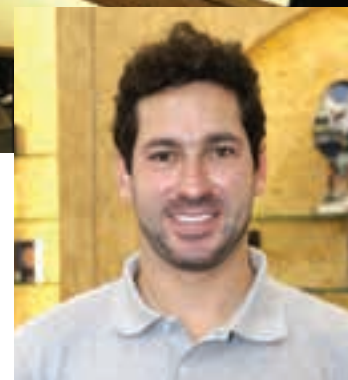
*which consists of a connected camera and an image recorder (NVR), can be installed and connected to the internet or internal network of companies in a simple and fast way, without requiring the configuration of a digital identifier. “With this, the images from the cameras are instantly available online, “annihilating” analog recording recovery processes”, said **Joana Simões, commercial manager at Haiz.***

*“At the fair, we found many partners, including some who came to us because they already knew our brand. Security cameras are our flagship product, but we also have switches (equipment that allows devices to connect to the internet), with a focus on cost-benefit. It’s like a hub that also connects a telephone, printer and any device in a company that needs to connect to a network,” said Joana. ■■*



**JOANA SIMÕES,**  
**GERENTE COMERCIAL**  
SALES MANAGER





**RODRIGO LACERDA ANDRÉ,**  
CEO

## HÄNDZ: TECNOLOGIA E PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS

*HÄNDZ: TECHNOLOGY AND SUSTAINABLE PRACTICES*

### Criação de produtos respeita o meio ambiente.

*Product creation respects the environment.*

Expositora pela terceira vez na Eletrolar Show, a Händz reiterou seu compromisso com a sustentabilidade. Nesta edição, a empresa curitibana destacou produtos inovadores, como **caixas de som feitas com grãos de café e cortiça, e power banks fabricados com fibra de cânhamo e bambu**. “Estamos sempre inovando e mantendo o foco na sustentabilidade, trazendo novidades que reforçam esse conceito”, contou **Rodrigo Lacerda André, CEO da empresa**.

Além de eliminar o plástico de suas embalagens, a Händz projetou seu estande para refletir sua responsabilidade ambiental, utilizando chapas de OSB, provenientes de madeira de reflorestamento. “Nossa participação na feira evoluiu com o tempo: começamos com a descoberta, passamos pelo aprendizado e agora estamos prontos para um crescimento significativo”, afirmou André. ■■

Exhibiting for the third time at the Eletrolar Show, Händz reiterated its commitment to sustainability. In this edition, the Curitiba-based company highlighted innovative products, such as **speakers made with coffee beans and cork, and power banks manufactured with hemp and bamboo fiber**. “We are always innovating and maintaining a focus on sustainability, bringing new products that reinforce this concept”, said **Rodrigo Lacerda André, CEO of the company**.

In addition to eliminating plastic from its packaging, Händz designed its booth to reflect its environmental responsibility, using OSB sheets, made from reforested wood. “Our participation in the fair has evolved over time: we started with discovery, went through learning and now we are ready for significant growth”, said André. ■■



**MAURICIO LOIOLA,**  
GERENTE DE VENDAS  
SALES MANAGER

**Empresa mostrou teclados, mouses e headsets de ponta na feira.**

*The company showcased cutting-edge keyboards, mice and headsets at the fair.*

## HAVIT AMPLIOU O ALCANCE DE SUA MARCA

*HAVIT EXPANDED ITS BRAND'S REACH*

Inicialmente focada em periféricos para o público gamer, a Havit trouxe à sua segunda participação na Eletrolar Show uma série de novidades nas áreas de **teclados, mouses e headsets**. O principal destaque foi o **headset Fuxi H7**. "É uma evolução dos modelos **Fuxi H3** da empresa", contou **Maurício Loiola, gerente de vendas da Havit**. O produto mantém a **característica ultraleve**, mas expande para cinco o número de opções de conectividade do fone (Bluetooth, P2, Dongle USB, USB tipo C e Wireless), oferecendo **uma solução ainda mais versátil**.

Com relação a teclados e mouses, o destaque foi a **linha Kraken**, com produtos de ponta. Mauricio disse que o objetivo da empresa foi dar mais visibilidade à sua marca. "Queremos trazer gente nova, que talvez só conheça as marcas mais consolidadas, para mostrar que há outra com a mesma qualidade, ou até melhor, por um preço menor." O gerente ficou satisfeito com a movimentação em torno dos produtos da empresa, na feira. "Foi fantástico o feedback que recebemos." ■■

Initially focused on peripherals for gamers, Havit brought a series of new products in the areas of **keyboards, mice and headsets** to its second participation in the Eletrolar Show. The main highlight was the **Fuxi H7 headset**. "It is an evolution of the company's **Fuxi H3** models," said **Maurício Loiola, sales manager at Havit**. The product maintains its **ultra-lightweight characteristics** but expands the number of connectivity options for the headset to five (Bluetooth, P2, USB Dongle, USB Type C and Wireless), offering **an even more versatile solution**.

With regard to keyboards and mice, the highlight was the **Kraken line**, with cutting-edge products. Mauricio said that the company's goal was to give its brand more visibility. "We want to bring in new people, who may only know the more established brands, to show that there is another with the same quality, or even better, for a lower price." The manager was pleased with the movement around the company's products at the fair. "The feedback we received was fantastic." ■■



Foco nas parcerias com marcas próprias e nas de importação exclusiva.

Focus on partnerships with own brands and exclusive import brands.



JOÃO PASQUINI,  
ANALISTA DE MARKETING  
MARKETING ANALYST

## HAYAMAX: EXPANSÃO DOS NEGÓCIOS

### HAYAMAX: BUSINESS EXPANSION

Depois de algumas edições, a empresa voltou a participar da ES com vários lançamentos, como a **cadeira gamer ergonômica da Thunderx3**, que combina ergonomia e conforto e está disponível em mais de dez cores. As **lanternas LED Toshiba 2 Way** podem ser usadas tanto para deixar sobre a mesa ou penduradas quanto como uma lanterna tradicional. Os **suportes ergonômicos de computadores da Fortrek** permitem uma otimização do espaço de trabalho e ajustam tela e altura ao corpo do usuário.

“A empresa, com mais de 50 anos no mercado brasileiro, visa ao B2B e está expandindo para outros negócios. “Nosso foco principal são parcerias com marcas próprias e as de importação exclusiva”, disse o **analista de marketing João Pasquini**. “No evento, levamos a **linha de áudio Philips**, com itens exclusivos; **pilhas e baterias Toshiba**, conhecidas pela qualidade japonesa e de importação exclusiva; e **linha Talk About Motorola** – walkie-talkies para áreas urbanas e rurais.” ■■

After a few editions, the company returned to participate in ES with several launches, such as the **Thunderx3 ergonomic gaming chair**, which combines ergonomics and comfort and is available in more than ten colors. The **Toshiba 2 Way LED flashlights** can be used both on the table or hanging or as a traditional flashlight. **Fortrek’s ergonomic computer stands** allow for optimization of the workspace and adjust the screen and height to the user’s body.

“The company, with over 50 years in the Brazilian market, targets B2B and is expanding into other businesses. “Our main focus is partnerships with our own brands and exclusive import brands,” said **marketing analyst João Pasquini**. “At the event, we brought the **Philips audio line**, with exclusive items; **Toshiba batteries**, known for their Japanese quality and exclusively imported; and the **Talk About Motorola line** – walkie-talkies for urban and rural areas.” ■■

## HEYLI AVANÇA PARA A REGIÃO SUDESTE

HEYLI EXPANDS INTO THE SOUTHEAST REGION



**LUIZ PRATES,**  
GERENTE-GERAL  
GENERAL MANAGER

**Empresa especializada em caixas de som aposta em valores acessíveis.**

*Company specialized in speakers bets on affordable prices.*

#ES2024

Expositora pela primeira vez na Eletrolar Show, a **Heyli** teve como objetivo entrar no **mercado da Região Sudeste** do Brasil. Especializada em **caixas de som e controles remotos**, tem 20 anos de atuação com foco na Região Nordeste. “Agora que a empresa chegou a um nível bem firme, queremos levá-la para todo o País”, contou **Luiz Prates, gerente-geral**.

Os principais destaques mostrados pela empresa, na feira, foram as **caixas de som Bluetooth de alta potência**, chegando a 2.250 RMS. Além da potência e da qualidade dos produtos, Luiz destacou que a acessibilidade é outro diferencial da marca. “Estamos oferecendo valores bem competitivos em relação ao mercado. Nossa ideia é levar produtos de qualidade a um preço acessível.” ■■

Exhibiting for the first time at Eletrolar Show, **Heyli** aimed to enter the **Brazilian Southeast market**. Specialized in **speakers and remote controls**, the company has 20 years of experience focused on the Northeast Region. “Now that the company has reached a solid level, we want to take it to the whole country,” said **Luiz Prates, general manager**.

The company’s main highlights at the trade show were **the high-power Bluetooth speakers**, reaching up to 2,250 RMS. In addition to power and product quality, Luiz emphasized that accessibility is another distinction of the brand. “We are offering very competitive prices compared to the market. Our idea is to bring quality products at an affordable price,” he said. ■■



**LISA WANG,**  
GERENTE-GERAL  
GENERAL MANAGER

**Empresa veio focada na apresentação de máquinas para conserto de celulares.**

*The company came focused on presenting cell phone repair machines.*

## HONYAN: APRESENTOU NOVAS MARCAS

*HONYAN: NEW BRANDS FOR THE MARKET*

**A** **Honyan** levou para a feira **maquinários e ferramentas** para conserto de celulares de duas marcas chinesas: AiXun e JCID. "Além dos nossos próprios produtos, resolvemos trazer os equipamentos dessas renomadas empresas, que se destacam por suas ferramentas top de linha. Temos maquinários a laser que conseguem tirar a tampa do iPhone, por exemplo", disse **Lisa Wang, gerente-geral da Honyan.**

Depois de visitar a feira pela primeira vez em 2023, a empresa decidiu ser expositora para fechar parcerias. "Viemos com o objetivo de encontrar empresas que querem comprar e revender nossos produtos. Até o momento, já fizemos muitos contatos, geramos conhecimento de marca e crescimento de seguidores nas nossas redes sociais", completou Lisa. ■■

**H**onyan brought to the fair cell phone repair **machines and tools** from two Chinese brands: AiXun and JCID. "In addition to our own products, we decided to bring equipment from these renowned companies, which stand out for their top-of-the-line tools. We have laser machines that can remove the cover of an iPhone, for example," said **Lisa Wang, general manager of Honyan.**

After visiting the fair for the first time in 2023, the company decided to be an exhibitor to establish partnerships. "We came with the goal of finding companies that want to buy and resell our products. So far, we have made many contacts, generated brand awareness and increased followers on our social medias," added Lisa. ■■

## HOOTEL/TCBEST: 15 ANOS NO MERCADO BRASILEIRO

HOOTEL/TCBEST: 15 YEARS IN THE BRAZILIAN MARKET



Empresa de componentes de computação fez parcerias na feira.

Computer components company formed partnerships at the fair.



CARSON LIU,  
DIRETOR COMERCIAL  
COMMERCIAL DIRECTOR

#ES2024

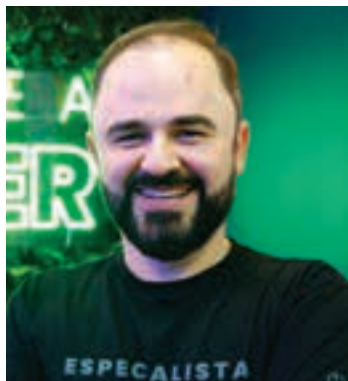
pela terceira vez, a **Hootel Internacional Limited** marcou presença na Eletrolar Show. “A empresa atende o mercado brasileiro com alguns componentes de computação vindos da China, em especial memórias RAM (memória de acesso aleatório) e negócios de armazenamento, como DRAM (memória dinâmica de acesso aleatório) e SSD (disco rígido interno de estado sólido)”, disse **Carson Liu, diretor comercial da empresa.**

Todos os lançamentos foram dirigidos ao segmento de informática, nas linhas **SSD, DDR4 e Memória 1 TB**, com preço competitivo, contou Carson, que ficou satisfeito com o alto número de visitantes no estande. “A Eletrolar Show sempre promove bons negócios e, neste ano, fizemos muitos novos contatos e parcerias.” ■■

For the third time, **Hootel Internacional Limited** was present at the Eletrolar Show. “The company serves the Brazilian market with some computing components from China, especially RAM (random access memory) and storage business, such as DRAM (dynamic random access memory) and SSD (solid state internal hard disk),” said **Carson Liu, the company’s commercial director.**

All the launches were aimed at the computer segment, in the **SSD, DDR4 and 1 TB Memory** lines, with competitive prices, said Carson, who was pleased with the high number of visitors to the stand. “The Eletrolar Show always promotes good business and, this year, we made many new contacts and partnerships.” ■■

#ES2024



FELIPE ALMEIDA,  
SÓCIO E GESTOR  
PARTNER AND MANAGER

## HPRIME: PROTEÇÃO PARA TODAS AS PARTES DO CELULAR

*HPRIME: PROTECTION FOR ALL PARTS OF YOUR CELL PHONE*



### Empresa aposta em tecnologia e qualidade para se diferenciar dos concorrentes.

*The company relies on technology and quality to differentiate itself from its competitors.*

Proteger os celulares dos consumidores é o principal foco da **HPrime**. “**A proteção de celular** que vendemos vai desde películas de telas e lentes até capas. O principal diferencial é que nossos produtos são mais tecnológicos, têm uma qualidade superior e são mais inovadores do que os concorrentes”, contou **Felipe Almeida, sócio e gestor da HPrime**.

A grande movimentação no estande, a possibilidade de fazer networking e a chegada constante de novos clientes e parceiros são os motivos que fazem a companhia expor há quatro anos na Eletrolar Show. “Todos os anos, eu falo brincando com a minha área comercial que será o último ano expondo aqui, e todos os anos nós vamos embora tendo a certeza de que precisamos voltar”, disse Felipe. ■■

Protecting consumers' cell phones is **HPrime's** main focus. “**The cell phone protection** we sell ranges from screen protectors and lenses to covers. The main difference is that our products are more technological, have superior quality and are more innovative than those of our competitors,” said **Felipe Almeida, partner and manager at HPrime**.

The great movement at the booth, the opportunity to networking and the constant arrival of new customers and partners are the reasons why the company has been exhibiting at the Eletrolar Show for four years. “Every year, I jokingly tell my sales team that this will be the last year exhibiting here, and every year we leave knowing for sure that we need to come back,” said Felipe. ■■

**guzzini** EST. 1912  
MADE IN ITALY SINCE 1912

A Guzzini traz a cultura italiana  
para o sua loja.

# Dolceevita

Design sustentável

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

# HREBOS LANÇOU LINHA PREMIUM

*HREBOS LAUNCHED PREMIUM LINE*

**Foco em produtos diferenciados e criação de marcas próprias para o varejo.**

*Focus on differentiated products and creation of its own brands for retail.*



**E**m sua quarta participação na feira, a **Hrebos** se posicionou na rua principal, ao lado de companhias de tradição e prestígio, para marcar o **lançamento de sua Linha Premium**. “São acessórios para celular diferenciados, tanto em design quanto em qualidade, atendendo às expectativas de consumidores que exigem produtos compatíveis com seus equipamentos de ponta”, afirmou o **diretor comercial da empresa, Marcelo de Paola**.



**MARCELO DE PAOLA,**  
**DIRETOR COMERCIAL**  
*COMMERCIAL DIRECTOR*



A nova linha inclui desde **carregadores ultrarrápidos até fones de ouvido wireless e cabos de última geração com certificação AWG**, todos com design sofisticado e embalagens atraentes. “A Eletrolar é uma excelente oportunidade para demonstrar a performance dos nossos produtos.”

A Hrebos também apresentou o **projeto “Faça Sua Marca”**, que auxilia clientes no desenvolvimento de suas próprias marcas. Segundo Marcelo, a iniciativa visa agregar valor aos negócios, permitindo maior lucratividade e diferenciação no mercado. “É ideal para varejistas que estão crescendo e querem se proteger da concorrência desleal.” ■■

In its fourth participation in the fair, **Hrebos** positioned itself on the main street, alongside traditional and prestigious companies, to mark the **launch of its Premium Line**. “These are differentiated cell phone accessories, both in design and quality, meeting the expectations of consumers who demand products compatible with their cutting-edge equipment,” said the **company’s commercial director, Marcelo de Paola**.

The new line includes everything from **ultra-fast chargers to wireless headphones and state-of-the-art cables with AWG certification**, all with sophisticated design and attractive packaging. “Eletrolar is an excellent opportunity to demonstrate the performance of our products.”

Hrebos also presented the **“Faça Sua Marca” project**, which helps customers develop their own brands. According to Marcelo, the initiative aims to add value to businesses, allowing for greater profitability and differentiation in the market. “It is ideal for retailers who are growing and want to protect themselves from unfair competition.” ■■





**SEAN ZHANG,**  
GERENTE COMERCIAL  
SALES MANAGER

## IKARAO: FESTA INTELIGENTE

*IKARAO: SMART PARTY*

**Marca trouxe sua máquina de karaokê “tudo-em-um” para competir com gigantes.**

*The brand brought its “all-in-one” karaoke machine to compete with giants.*

**A**lém de produzir equipamentos de audiovisual para grandes nomes do mercado, como a JBL, a **Ikarao** vende produtos de marca própria: **máquinas de karaokê**, que já vêm com caixa de som Bluetooth, microfone sem fio e até um tablet Android que exibe as letras das músicas. A ideia do produto é concentrar todos os elementos de uma “festa inteligente” em um só dispositivo para competir com outras marcas tradicionais.

Segundo **Sean Zhang, gerente comercial da marca**, o diferencial da sua linha de produtos é a qualidade, que mira o público consumidor de mais alta renda. “Com nosso produto, você só precisa de um equipamento para fazer uma festa em qualquer lugar, a qualquer hora”, comentou. Em sua primeira vez na Eletrolar Show, o objetivo foi encontrar parceiros de negócios para distribuir a marca em toda a América Latina. ■■

**I**n addition to producing audiovisual equipment for big names in the market, such as JBL, **Ikarao** sells its own brand products: **karaoke machines**, which already come with a Bluetooth speaker, wireless microphone and even an Android tablet that displays the lyrics of the songs. The idea of the product is to concentrate all the elements of a “smart party” in a single device to compete with other traditional brands.

According to **Sean Zhang, the brand’s sales manager**, the difference in its product line is the quality, which targets the higher-income consumer public. “With our product, you only need one piece of equipment to throw a party anywhere, at any time,” he said. In its first time at the Eletrolar Show, the goal was to find business partners to distribute the brand throughout Latin America. ■■

De 23 a 26 de Junho | 2025  
Novo Distrito Anhembi  
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**

Patrocinada por  
**azuloplay**  
Feiras e Eventos

Parceira Oficial  
**ELETROLAR**

Parceira Oficial  
**eletrorshow**  
ALL CONNECTED

Parceira Oficial  
**LATIN AMERICAN  
ELECTRONICS**

Parceira Oficial  
**LIGHTING SHOW**

Parceira Oficial  
**eletrocar**

Parceira Oficial  
+55 (11) 2807-4848  
contato@eletrorshow.com.br  
www.eletrorshow.com.br

Patrocinador  
**ANUSA**

Patrocinador  
**abree**

Patrocinador  
**XACIER**

Patrocinador  
**ELETROS**

Patrocinador  
**greenwater**

Patrocinador  
**BRASILEX**

Patrocinador  
**UNICEF**

Patrocinador  
**UNICEF**

Patrocinador  
**UNICEF**

Patrocinador  
**UNICEF**

Patrocinador  
**UNICEF**

Patrocinador  
**UNICEF**

## CAIXAS DE SOM FORAM DESTAQUE DA IMENSO

*SPEAKERS WERE A HIGHLIGHT AT IMENSO*

**Em sua estreia, a empresa apostou alto e expôs os produtos em um estande de 156 m<sup>2</sup>.**

*In its debut, the company went all out and displayed its products in a 156 sqm booth.*



Com mais de 15 produtos no portfólio de acessórios eletrônicos, entre fones, carregadores e cabos, a **Imenso** decidiu dar destaque em seu estande na Eletrolar Show para as **caixas de som**. "Uma das nossas caixas funciona como se fosse um aparelho de DJ. Você consegue fazer sons diferentes só passando a mão pelo equipamento", disse **Vania Dias, gerente comercial** da empresa.

Em sua estreia como expositora da feira, a marca apostou alto e expôs seus produtos em um estande de 156 m<sup>2</sup>. "Decidimos participar neste ano porque esse

With over 15 products in its portfolio of electronic accessories, including headphones, chargers and cables, **Imenso** decided to highlight its **speakers** at the Eletrolar Show booth. "One of our speakers works like a DJ equipment. You can make different sounds just by running your hand over the equipment," said **Vania Dias, the company's sales manager**.

In its debut as an exhibitor at the fair, the brand went all out and displayed its products in a 156 sqm booth. "We decided to participate this year because this is the



“é um tipo de evento que traz muita visibilidade para as marcas. Viemos com a expectativa de fechar parcerias e conseguir muitos contatos”, explicou Vania.

Com foco em revender seus produtos para atacadistas e consumidores finais, a Imenso, sediada na cidade de São Paulo e já bem conectada ao ecossistema local, teve a oportunidade de ser conhecida por compradores de diferentes estados do Brasil. Os produtos da empresa são feitos com materiais ecológicos. ■■

“kind of event that brings a lot of visibility to brands. We came with the expectation of establishing partnerships and making a lot of contacts,” explained Vania.

Focused on reselling its products to wholesalers and end consumers, Imenso, headquartered in the city of São Paulo and already well connected to the local ecosystem, had the opportunity to become known by buyers from different states in Brazil. The company's products are made with ecological materials. ■■



**VANIA DIAS,**  
**GERENTE COMERCIAL**  
SALES MANAGER



## INOVA REFORÇA A MARCA COM DISPOSITIVOS VESTÍVEIS

*INOVA REINFORCES BRAND WITH WEARABLE DEVICES*



**Empresa levou à feira linha completa de acessórios para celular e relógios inteligentes.**

*The company brought a complete line of cell phone accessories and smart watches to the fair.*





**SOLOMON LIAO,**  
DIRETOR-GERAL  
CEO



Em sua segunda participação na Eletrolar Show, a **Inova** apresentou uma linha robusta de **acessórios para celular**. Os produtos vão desde **capinhas e carregadores até fones de ouvido, cabos de dados e caixas de som, incluindo modelos à prova d'água de diversas potências e dimensões**.

O destaque deste ano, no entanto, ficou para a **linha de dispositivos vestíveis** que a empresa apresentou pela primeira vez. O foco está nos smartwatches com pulseiras customizáveis. "Em tudo o que surgir de novidade no mercado de eletrônicos, a gente pretende entrar", afirmou o **diretor-geral da empresa, Solomon Liao**.

Na avaliação de Solomon, o movimento da Eletrolar Show foi ainda mais expressivo neste ano do que em 2023, o que contribuiu bastante com o objetivo da empresa de fortalecer seu nome. "A nossa marca já é muito forte no mercado, e a gente aposta nisso como nosso principal diferencial, porque, em termos de clientela, já estamos no Brasil inteiro", comentou o diretor-geral. ■■

In its second participation in the Eletrolar Show, **Inova** presented a robust line of **cell phone accessories**. The products range from **cases and chargers to headphones, data cables and speakers, including waterproof models of various powers and sizes**.

The highlight this year, however, was the **line of wearable devices** that the company presented for the first time. The focus is on smartwatches with customizable straps. "We intend to participate in everything new that emerges in the electronics market," said the **company's CEO, Solomon Liao**.

In Solomon's opinion, the Eletrolar Show was even more significant this year than in 2023, which contributed greatly to the company's goal of strengthening its name. "Our brand is already very strong in the market, and we are betting on this as our main differentiator, because, in terms of clientele, we are already present all over Brazil," commented the CEO. ■■





**Empresa do Grupo Danx quer atender mercado com preços acessíveis.**

*Company from Grupo Danx aims to serve the market with affordable prices.*



**BIANCA BARBOZA,**  
DIRETORA DE OPERAÇÕES  
OPERATIONS DIRECTOR

## INOW EXPÔS DOIS MODELOS DE BICICLETAS ELÉTRICAS

*INOW DISPLAYED TWO ELECTRIC BICYCLE MODELS*

Com operações iniciadas em 2024, a **Inow** já disponibiliza ao mercado **dois modelos de bicicletas elétricas**, que têm a qualidade e o preço acessível como diferenciais. **Bianca Barboza, diretora de operações** da empresa, afirmou que a participação na feira possibilitou o contato com representantes e lojistas de várias regiões. "A marca não foca apenas o consumidor final. Nosso objetivo é a expansão em todo o País. As conexões feitas na feira trouxeram oportunidades para disseminar os produtos mais facilmente."

Um dos modelos lançados é a **H200**, com 30 km de autonomia, compacta, que pode ser levada no metrô ou no porta-malas do carro. A **V20**, por sua vez, tem autonomia de 55 km e tecnologia integrada, com aplicativo próprio baixado no celular. "A ideia da Inow é trazer sempre mais tecnologia e um novo estilo de mobilidade urbana, com bikes econômicas, ecológicas e práticas em qualquer cidade brasileira", disse a diretora. ■■

With operations set to begin in 2024, **Inow** already offers the market **two electric bicycle models** that have quality and affordable prices as their distinguishing features. **Bianca Barboza, the company's operations director**, stated that participating in the fair allowed contact with representatives and retailers from various regions. "The brand does not focus solely on the end consumer. Our goal is to expand throughout the country. The connections made at the fair provided opportunities to disseminate the products more easily."

The models launched are the **H200**, with 30 km of autonomy, compact, which can be taken on the subway or in the trunk of a car. The **V20**, in turn, has a autonomy of 55 km and integrated technology, with its own application downloaded to the cell phone. "Inow's idea is to always bring more technology and a new style of urban mobility, with economical, ecological and practical bikes to any Brazilian city," said the director. ■■



## Empresa entrou no segmento doméstico de limpeza.

*The company has entered the domestic cleaning segment.*



**THIAGO SANTOS,**  
GERENTE COMERCIAL E DE MARKETING  
COMMERCIAL AND MARKETING MANAGER

## IPC APOSTA NO CONSUMIDOR FINAL

*IPC IS TARGETING THE END CONSUMER*

Conhecida por seus equipamentos de limpeza profissional, a **IPC** entrou em novo segmento com a linha **Ecoclean Lite, voltada ao consumidor final**. Faz parte da linha o **aspirador de pó e líquidos**, apresentado com tanque de aço para maior durabilidade. Leve e prático, é destinado para uso em residências, escritórios e pequenos comércios. “Ele proporciona desempenho perfeito a um custo mais acessível”, disse o **gerente comercial e de marketing da empresa, Thiago Santos**.

Com a experiência positiva obtida na feira do ano passado, a IPC tinha grandes expectativas para a edição de 2024 da Eletrolar Show, contou Thiago. “O ano passado foi surpreendente e muito positivo. Neste ano, viemos focados em consolidar a nossa participação com esta nova linha, que tem um excelente custo-benefício para o comprador online.” ■■

**K**nown for its professional cleaning equipment, **IPC** has entered a new segment with the **Eco-clean Lite line, aimed at the end consumer**.

The line includes a **vacuum cleaner and liquid cleaner**, presented with a steel tank for greater durability. Light and practical, it is intended for use in homes, offices and small businesses. “It provides perfect performance at a more affordable cost,” said the **company’s commercial and marketing manager, Thiago Santos**.

With the positive experience obtained at last year’s fair, IPC had high expectations for the 2024 edition of the Eletrolar Show, said Thiago. “Last year was surprising and very positive. This year, we came focused on consolidating our participation with this new line, which has an excellent cost-benefit for the online buyer.” ■■



## IREST: CADEIRAS DE MASSAGEM COM IA

*IREST: AI-FRIENDLY MASSAGE CHAIRS*

### Três modelos foram lançados na feira.

*Three models were launched at the fair.*

A **Irest** lançou o **modelo Bem-Estar PD-100**, que proporciona uma massagem 4D, ou seja, é como se uma pessoa estivesse fazendo o trabalho. Tem 15 conjuntos de programas, entre eles relaxante, para dor, idoso e balanço, para dormir. O **modelo PD-U1** é um sofá/cadeira de massagem com bolsas de ar laterais, cinco programas automáticos, técnicas diferentes e a calha SL ergonômica: pressiona do pescoço até as pernas. “A **cadeira BR-S1** identifica a forma do corpo por Inteligência Artificial (IA) antes de iniciar a massagem, tornando-a personalizada”, disse **Dong Wang, gerente de vendas da Irest**.

Novos produtos complementares, como máscaras e massageadores sem fio, estão sendo desenvolvidos pela empresa e deverão ser apresentados na próxima edição da Eletrolar Show, em 2025, adiantou Dong. “Já reservamos o nosso espaço para o ano que vem. Será a nossa terceira participação, porque o evento é importante para aquecer o mercado e sempre proporciona novas parcerias.” ■■



**DONG WANG,**  
GERENTE DE VENDAS  
SALES MANAGER

**Irest** launched the **PD-100 Well-Being model**, which provides a 4D massage, meaning it is as if a person were doing the work. It has 15 sets of programs, including relaxing, for pain, for the elderly and rocking, for sleeping. The **PD-U1 model** is a massage sofa/chair with side air pockets, five automatic programs, different techniques and the ergonomic SL rail: it presses from the neck to the legs. “And the **BR-S1 chair** identifies the body shape using Artificial Intelligence (AI) before starting the massage, making it personalized,” said **Dong Wang, sales manager at Irest**.

New complementary products, such as masks and wireless massagers, are being developed by the company and should be presented at the next edition of the Eletrolar Show, in 2025, said Dong. “We have already reserved our space for next year. This will be our third participation, because the event is important to stimulate the market and always provides new partnerships.” ■■

# eletrocar show

23-26

**Junho 2025**

Distrito Anhembi



**O FUTURO  
É AGORA!**

Acesse nosso site  
[eletrocarshow.com](http://eletrocarshow.com)  
[contato@eletrocarshow.com](mailto:contato@eletrocarshow.com)



# ITATIAIA LANÇOU AIR FRYERS E COOKTOP POR INDUÇÃO

*ITATIAIA LAUNCHED AIR FRYERS AND INDUCTION COOKTOPS*



**Qualidade e durabilidade são os diferenciais da marca.**

*Quality and durability are the brand's distinguishing features.*



**VICTOR BALBI,**  
GERENTE DE MARKETING  
MARKETING MANAGER

A **Itatiaia Eletro e Móveis** lançou vários produtos. Destaque para a linha de **air fryers, com versões que vão de 8 a 12 litros**. Elas têm a maior área plana do mercado, design inovador e funcionam como forno, grelha e desidratadora. Mais uma novidade foi o **cooktop de indução, com design minimalista** que dá elegância ao ambiente. Possui ajuste de temperatura, desligamento automático e trava de segurança. Expôs, também, **fogões, fritadeiras, grills e chaleiras**.

Em sua terceira participação como expositora, a empresa lembrou da primeira vez que esteve na feira. “Na época, nos surpreendemos com a Eletrolar Show. A feira foi um divisor de águas, por isso voltamos com novidades. O resultado é sempre positivo”, afirmou **Vitor Balbi, gerente de marketing da empresa**.

Fundada em Minas Gerais há 60 anos, a Itatiaia – que também fabrica armários de aço e madeira, seus primeiros produtos – exporta para a América Latina. “Prezamos a qualidade e durabilidade dos nossos produtos, assim conseguimos fidelizar os clientes. Na Eletrolar Show, temos esse retorno pelo contato direto com os compradores”, contou Vitor. ■■

**Itatiaia Eletro e Móveis** launched several products. The highlight was the **air fryer line, with versions ranging from 8 to 12 liters**. They have the largest flat area on the market, an innovative design and function as an oven, grill and dehydrator. Another new product was the **induction cooktop, with a minimalist design** that adds elegance to the environment. It has temperature adjustment, automatic shut-off and a safety lock. It also exhibited **stoves, fryers, grills and kettles**.

In its third participation as an exhibitor, the company recalled the first time it was at the fair. “At the time, we were surprised by the Eletrolar Show. The fair was a turning point, so we came back with new products. The results are always positive”, stated **Vitor Balbi, the company’s marketing manager**.

Founded in Minas Gerais 60 years ago, Itatiaia – which also manufactures steel and wood cabinets, its first products – exports to Latin America. “We value the quality and durability of our products, which is how we manage to build customer loyalty. At the Eletrolar Show, we get this feedback through direct contact with our buyers,” said Vitor. ■■





**Em sua primeira vez na feira, fabricante apostou em Inteligência Artificial e alta definição.**

*In its first time at the fair, the manufacturer bet on Artificial Intelligence and high definition.*



**YAGO SILVA,**  
GERENTE DE VENDAS  
SALES MANAGER

## J5 CREATE: CONEXÕES PARA COMPUTADOR E CÂMERA

*J5 CREATE: CONNECTIONS FOR COMPUTER AND CAMERA*

Após 14 anos de operação nos Estados Unidos e parte da Europa, a marca de acessórios e periféricos **J5 Create** buscou atrair clientes e parceiros de negócios em sua primeira participação na Eletrolar Show. A empresa, que fabrica seus produtos em Taiwan, soube da feira por meio de conexões de negócios na Alemanha. “Nosso objetivo é conhecer o mercado, fazer networking e ver pessoas com as quais podemos ter parceria e crescer”, disse **Yago Silva, gerente de vendas** da marca.

Os **dock stations**, estações que permitem ampliar as conexões de um computador para múltiplos periféricos, incluindo **monitores de resolução 4K e 8K**, estavam entre os principais produtos da J5 Create. A empresa também apresentou uma **câmera para reuniões online com Inteligência Artificial**, que mantém o usuário em foco independentemente do ambiente em que estiver. “Tem muita coisa inovadora que o Brasil ainda não conhece, e nós adoraríamos trazer para cá”, comentou Yago. ■■

After 14 years of operation in the United States and part of Europe, the accessories and peripherals brand **J5 Create** sought to attract customers and business partners in its first participation at the Eletrolar Show. The company, which manufactures its products in Taiwan, found out about the fair through business connections in Germany. “Our goal is to learn about the market, networking and meet people with whom we can partner and grow,” said **Yago Silva, the brand’s sales manager**.

**Docking stations**, stations that allow you to expand the connections of a computer to multiple peripherals, including **4K and 8K resolution monitors**, were among J5 Create’s main products. The company also presented a **camera for online meetings with Artificial Intelligence**, which keeps the user focused regardless of the environment they are in. “There are many innovative things that Brazil does not yet know about, and we would love to bring them here,” commented Yago. ■■

## JISULIFE: PORTÁTEIS PARA O BEM-ESTAR

*JISULIFE: SMALL APPLIANCES FOR WELL-BEING*

**Empresa trouxe produtos que melhoram o espaço de cada pessoa.**

*The company brought products that improve each person's space.*



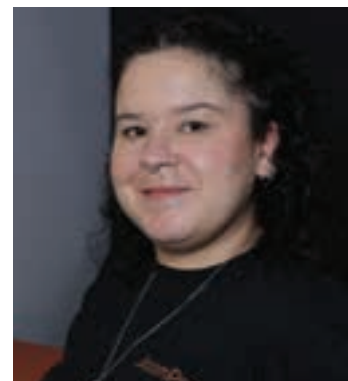
**TEDDY WU,**  
DIRETOR DE VENDAS  
SALES DIRECTOR

Com foco em aparelhos voltados ao bem-estar no espaço pessoal, a **Jisulife** mostrou **ventiladores, lâmpadas e purificadores de ar** durante sua primeira participação na Eletrolar Show. “Queremos proporcionar boa qualidade de vida para cada um e garantir que todos possam aproveitar seu espaço pessoal. Essa é a nossa visão para o futuro”, comentou **Teddy Wu, diretor de vendas da empresa.**

Como destaque, a Jisulife expôs um **ventilador portátil com purificador de ar embutido e bateria recarregável.** Outro lançamento foi **o ventilador vestível,** que é usado em torno do pescoço para refrescar em dias quentes. “Nossa estratégia é buscar um distribuidor no Brasil para expandir a marca. Também quisemos ouvir o feedback dos clientes”, disse Teddy. ■■

With a focus on devices aimed at well-being in personal space, **Jisulife** showed **fans, lamps and air purifiers** during its first participation in the Eletrolar Show. “We want to provide a good quality of life for everyone and ensure that everyone can enjoy their personal space. This is our vision for the future”, commented **Teddy Wu, the company's sales director.**

As a highlight, Jisulife exhibited a portable **fan with a built-in air purifier and rechargeable battery.** Another launch was **the wearable fan,** which is worn around the neck to cool down on hot days. “Our strategy is to find a distributor in Brazil to expand the brand. We also wanted to hear customer feedback”, said Teddy. ■■



**LETICIA ASSIS,**  
GERENTE DE MARKETING  
MARKETING MANAGER

**Lançou o 1º catálogo cross-border exclusivo para o mercado do Brasil.**

*The first cross-border catalog exclusively for the Brazilian market has been launched.*

## JOOMPRO: SOLUÇÃO DE IMPORTAÇÃO DA CHINA

*JOOMPRO: IMPORT SOLUTION FROM CHINA*

**A Joompro**, gerenciadora de importação, tem um catálogo de diferentes categorias. Entre elas estão **acessórios para eletroeletrônicos e periféricos, e casa e decoração**. “Simplificamos a importação, desde a busca pelo fabricante, produção, teste de qualidade até o desembaraço aduaneiro”, contou **Leticia Assis, gerente de marketing da empresa**.

Na feira, lançou o **primeiro catálogo cross-border, exclusivo para o mercado brasileiro**, que permite acesso a mais de 4 milhões de itens de 77 mil fornecedores chineses cadastrados, com produtos para a indústria e o varejo. “A feira trouxe bons nomes para mantermos contato. O serviço que prestamos é um facilitador”, afirmou Leticia. ■■

**Joompro**, an import manager, has a catalog of different categories. Among them are **accessories for electronics and peripherals, and home and decoration**. “We simplify importing, from searching for the manufacturer, production, quality testing to customs clearance,” said **Leticia Assis, the company’s marketing manager**.

At the fair, the company launched the **first cross-border catalog, exclusive to the Brazilian market**, which provides access to more than 4 million items from 77 thousand registered Chinese suppliers, with products for industry and retail. “The fair brought together good names for us to keep in touch with. The service we provide is a facilitator,” said Leticia. ■■

## JREN TECHNOLOGY: ELETRÔNICOS E PARCERIAS

JREN TECHNOLOGY: ELECTRONICS AND PARTNERSHIPS



Fabricante da cidade de  
Shenzhen apresentou  
portfólio de white label.

*A manufacturer from the city of Shenzhen presented its white label portfolio.*



**WANG YUMIN,**  
PRESIDENTE  
PRESIDENT

#ES2024

**E**m sua primeira vez na Eletrolar Show, a **Jren Technology** trouxe uma **linha de tablets, celulares e câmeras** fabricados em Shenzhen, o maior centro de inovação da China. “Ficamos sabendo da feira por uma agência de negócios internacionais e gostamos do movimento”, contou o **presidente da empresa, Wang Yumin**.

Além de vender os produtos, a empresa buscou na feira oportunidades de parceria com outras marcas, incluindo o modelo de negócios “white label” em que os produtos fabricados pela Jren podem ser revendidos com o logo de um parceiro. “Nossos diferenciais são a qualidade e o preço, além da experiência e confiança de mais de 25 anos no mercado”, afirmou Wang. ■■

**I**n its first time at the Eletrolar Show, **Jren Technology** brought a **line of tablets, cell phones and cameras** manufactured in Shenzhen, the largest innovation center in China. “We heard about the fair through an international business agency and liked the flow of people”, said the **company’s president, Wang Yumin**.

In addition to selling the products, the company sought opportunities at the fair to partner with other brands, including the “white label” business model in which products manufactured by Jren can be resold with a partner’s logo. “Our differentiators are quality and price, in addition to the experience and trust of over 25 years in the market”, said Wang. ■■

#ES2024



## JWCOM SMART: TOMADAS INTELIGENTES

*JWCOM SMART: SMART SOCKETS*

**Em sua segunda participação na ES, a empresa mostrou a expansão de seu portfólio.**

*In its second participation at ES, the company showed the expansion of its portfolio.*

Especializada em dispositivos de smart home (casa conectada), a **JWCOM Smart** trouxe para sua segunda passagem pela Eletrolar Show a expansão do seu portfólio de produtos. Os destaques foram a **tomada e o interruptor inteligentes**, cujo diferencial é seu aspecto modular: eles funcionam com lâmpadas e outros acessórios conectados de qualquer marca.

O objetivo da empresa na feira deste ano foi buscar novos clientes e distribuidores, e ampliar a exposição da marca, que cresceu desde sua última participação na Eletrolar Show, em 2023. "O último ano trouxe resultados positivos, mas para 2024 esperamos ainda mais", disse **Karrye Wang, gerente-geral da JWCOM Smart**. ■■

Specializing in smart home devices (connected home), **JWCOM Smart** brought to its second visit to Eletrolar Show the expansion of its product portfolio. The highlights were the **smart socket and switch**, whose distinguishing feature is their modular aspect: they work with lamps and other connected accessories of any brand.

The company's objective at this year's fair was to seek new customers and distributors, and to expand the brand's exposure, which has grown since its last participation at Eletrolar Show, in 2023. "Last year brought positive results, but for 2024 we expect even more", said **Karrye Wang, general manager of JWCOM Smart**. ■■

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

**Siga-nos nas redes sociais**



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



[/grupoeletrolar](https://www.linkedin.com/company/grupoeletrolar)



[/eletrolarshow](https://www.youtube.com/eletrolarshow)



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

Conecte-se ao  
nosso linkedin



Conecte-se agora ao nosso LinkedIn e fique  
por dentro das últimas notícias do setor.

## KAIDI: LANÇOU FONE DE OUVIDO E CAIXA DE SOM

KAIDI: LAUNCHED HEADPHONES AND SPEAKERS

**Empresa recebeu na feira clientes de vários estados do Brasil.**

*The company welcomed clients from several states in Brazil to the fair.*



Em sua terceira participação consecutiva na Eletrolar Show, a **Kaidi** apresentou seus principais produtos, entre eles cabos, carregadores, fones de ouvido e caixas de som. Os principais destaques da marca foram dois lançamentos trazidos ao evento: o **fone nº 791 e a caixa de som nº 832**.

“Esse **fone TWS sem fio, que faz parte de uma nova linha**, conta com tecnologia bem avançada. Pequeno, discreto e confortável, o item se destaca entre os

In its third consecutive participation in the Eletrolar Show, **Kaidi** presented its main products, including cables, chargers, headphones and speakers. The brand's main highlights were two new products brought to the event: **headphones No. 791 and speakers No. 832**.

“These **wireless TWS headphones, which are part of a new line**, feature very advanced technology. Small, discreet and comfortable, the item stands out among



**ELISEU CHANG,**  
**GERENTE FINANCEIRO**  
*FINANCIAL MANAGER*

concorrentes por sua qualidade sonora e nitidez apresentada em conversas telefônicas. A **caixa de som se diferencia** pela potência de 55 W, qualidade sonora bem nítida e preço compatível com o mercado”, disse **Eliseu Chang, gerente financeiro da Kaidi**.

O retorno positivo recebido nas edições anteriores da feira é o que fez a empresa voltar a expor em 2024. “Recebemos clientes tanto de São Paulo quanto de fora do Estado, que buscam qualidade e atendimento rápido. Além de encontrar novos clientes, participamos para mostrar nossa marca ao mercado e manter contato com clientes ativos”, completou Eliseu. ■■

its competitors for its sound quality and clarity during phone conversations. The **speaker** stands out for its 55 W power, very clear sound quality and price in line with the market”, said **Eliseu Chang, Kaidi’s financial manager**.

The positive feedback received in previous editions of the fair is what led the company to return to exhibit in 2024. “We receive clients from both São Paulo and outside the state, who are looking for quality and fast service. In addition to finding new clients, we participate to showcase our brand to the market and maintain contact with active clients,” added Eliseu. ■■



## KAKIA: MAQUINÁRIOS PARA CONserto DE APARELHOS ELETRÔNICOS

KAKIA: ELECTRONIC DEVICE REPAIR MACHINERY

Participando pela primeira vez da ES, a companhia fez contatos com novos clientes.

Participating in ES for the first time, the company contacted new customers.



**NATASHA FRAGA,**  
GERENTE DE VENDAS  
SALES MANAGER

**A** KAKIA, representante das marcas Sugon e Kais, teve sua estreia na Eletrolar Show marcada pela exposição de **equipamentos de manutenção de aparelhos eletrônicos**. “Os **microscópios, que são maquinários essenciais** para quem faz conserto de celular, computador e videogame, foram os nossos grandes destaques”, disse **Natasha Fraga, gerente de vendas** da empresa.

Na feira, a marca também apresentou insumos, como USB charge e as ferramentas que, segundo Natasha, tiveram uma procura muito grande pelos visitantes do evento. “Recebemos a indicação de outras empresas para participarmos da Eletrolar Show e tivemos bons retornos já nos primeiros dias, quando pudemos conhecer novos clientes e apresentar os nossos produtos.” ■■

**K**AKIA, a representative of the Sugon and Kais brands, made its debut at the Eletrolar Show by exhibiting **equipment for the maintenance of electronic devices**. “The **microscopes, which are essential machinery** for those who repair cell phones, computers and video games, were our highlights,” said **Natasha Fraga, the company’s sales manager**.

At the fair, the brand also presented supplies, such as USB chargers and tools that, according to Natasha, were in high demand among visitors to the event. “We received recommendations from other companies to participate in the Eletrolar Show and we had good feedback in the first few days, when we were able to meet new customers and present our products.” ■■



**Mediante os resultados,  
empresa quer voltar à  
feira em 2025.**

*Based on the results, the company  
wants to return in 2025.*



**NATE YANG,**  
DIRETOR DE MARKETING  
CHIEF MARKETING OFFICER

## KING CLEAN: NOVO ASPIRADOR FOI DESTAQUE

*KING CLEAN: NEW VACUUM CLEANER WAS A HIGHLIGHT*

**A** King Clean lançou o aspirador SW501, que tem compartimento para água e produto de limpeza, que auxilia na higienização do ambiente. Outra novidade, a Kitchen Master Cooking Robot MCP501 é uma máquina que prepara mais de 20 tipos de alimentos. Também expôs purificadores de água e a linha de beleza com produtos que fornece para companhias tradicionais. “Na feira de 2023, nos surpreendemos com o resultado que tivemos. Por isso, voltamos neste ano com mais produtos e a certeza de que estaremos presentes em 2025”, disse Nate Yang, diretor de marketing das Américas.

Expositora pela segunda vez, a King Clean veio à feira com o objetivo de encontrar clientes que já tem no Brasil e expandir os negócios. “Recebemos clientes importantes no estande e já estamos em negociação com novas companhias. A Eletrolar Show sempre nos traz um retorno positivo”, contou Nate. ■■

**K**ing Clean launched the SW501 vacuum cleaner with a water compartment and cleaning product that helps sanitize the environment. Another new product, the Kitchen Master Cooking Robot MCP501, is a machine that prepares more than 20 types of food. It also exhibited water purifiers and the beauty line with products that it supplies to traditional companies. “At the 2023 fair, we were surprised by the results we had, which is why we returned this year with more products and the certainty that we will be present in 2025”, said Nate Yang, marketing director for the Americas.

Exhibiting for the second time, King Clean came to the fair with the objective of finding clients that it already has in Brazil and expanding its business. “We received important clients at the stand and we are already in negotiations with new companies. The Eletrolar Show always brings us positive feedback”, said Nate. ■■



## Companhia quer expandir seus negócios no Brasil.

*Company wants to expand its business in Brazil.*



**MARCO LONG,**  
DIRETOR DE VENDAS  
SALES DIRECTOR

## KINGSPEC FICOU IMPRESSIONADA COM A FEIRA

*KINGSPEC WAS IMPRESSED BY THE FAIR*

**A** **Kingspec**, empresa de origem chinesa que oferece **soluções em armazenamento e memória para computadores**, está há 17 anos no mercado e participou pela primeira vez da Eletrolar Show como expositora. “É impressionante o número de pessoas que visitaram nosso estande. Com certeza, voltaremos no próximo ano com uma estrutura muito maior”, afirmou **Marco Long, diretor de vendas da Kingspec**.

O executivo destacou a qualidade de seus produtos e a credibilidade que possuem no mercado, o que faz a empresa ter como clientes grandes marcas com atuação global. A companhia já atua no Brasil há alguns anos, mas, com a expansão do número de clientes conquistados na feira, pretende trazer uma equipe de pós-venda ao País. “O Brasil tem um território muito grande e uma enorme possibilidade de negócios. Pretendemos, em breve, trazer uma equipe de atuação fixa para cá”, contou Marco. ■■

**K**ingspec, a Chinese company that offers storage and **memory solutions for computers**, has been in the market for 17 years and participated in the Eletrolar Show as an exhibitor for the first time. “The number of people who visited our stand was impressive. We will definitely be back next year with a much larger structure,” said **Marco Long, sales director at Kingspec**.

The executive highlighted the quality of its products and the credibility they have in the market, which makes the company have major brands with global presence as clients. The company has been operating in Brazil for a few years, but with the expansion of the number of clients gained at the fair, it intends to bring an after-sales team to the country. “Brazil has a very large territory and enormous business potential. We intend to bring a permanent team here soon,” said Marco. ■■

## KM CARGO: NETWORK COM DISTRIBUIDORES E FABRICANTES

*KM CARGO: NETWORKING WITH DISTRIBUTORS AND MANUFACTURERS*



**GABRIEL PAVAN,**  
GERENTE DE VENDAS  
SALES MANAGER

**Em sua terceira passagem pela ES, empresa comemorou o crescimento da marca.**

*In its third visit to ES, the company celebrated the growth of its brand.*

**E**specializada no transporte de produtos eletrônicos, a KM Cargo tem tecnologia avançada em logística, soluções customizadas e preocupação com a sustentabilidade. Há três anos, expõe na feira para conversar com grandes marcas nacionais, fabricantes e distribuidores. “Nos dias do evento, conseguimos novos contatos e fechamos parcerias. Tivemos ótimas oportunidades para fazer networking”, contou **Gabriel Pavan, gerente de vendas da companhia.**

Além da conquista de clientes, a Eletrolar Show é responsável pelo crescimento da marca, de acordo com Gabriel. “Essa é nossa terceira passagem consecutiva. Desde a nossa primeira participação, vimos um fortalecimento de marca expressivo. Muitos dos nossos clientes estiveram na feira, e também acabamos conhecendo novos.” ■■

**S**pecializing in the transportation of electronic products, KM Cargo has advanced logistics technology, customized solutions and a concern for sustainability. For the past three years, it has exhibited at the fair to talk to major national brands, manufacturers and distributors. “During the event, we made new contacts and established partnerships. We had great opportunities to network”, said **Gabriel Pavan, the company’s sales manager.**

*In addition to winning over customers, the Eletrolar Show is responsible for the brand’s growth, according to Gabriel. “This is our third consecutive visit. Since our first participation, we have seen a significant strengthening of the brand. Many of our customers were at the fair, and we also ended up meeting new ones.” ■■*

## KNUP: CONTATO PRÓXIMO COM AS NECESSIDADES DOS CLIENTES

*KNUP: CLOSE CONTACT WITH CUSTOMERS' NEEDS*

**Nobreaks, inversores, fontes e teclados foram expostos no estande.**

*UPS, inverters, power supplies and keyboards were on display at the stand.*

Empresa nacional com 18 anos de mercado, a **Knup** trouxe à Eletrolar Show diversas séries de produtos eletrônicos e eletroportáteis. Entre eles, **fontes de alimentação ATX para computadores, nobreaks, teclados gamer mecânicos e projetores.** "Viemos com a intenção de mostrar os lançamentos, difundir a marca e encontrar novos clientes", disse **Adilson Luiz, supervisor de área técnica da Knup.**

Um dos lançamentos da empresa, neste ano, foi o **inversor de onda senoidal pura**, produto que pode ser usado em aplicações que demandam tensão elétrica pura na saída. "Detectamos essa necessidade porque

A Brazilian company with 18 years in the market, **Knup** brought several series of electronic and small appliances products to the Eletrolar Show. Among them, **ATX power supplies for computers, UPS, mechanical gamer keyboards and projectors.** "We came with the intention of showing the new products, promoting the brand and finding new customers", said **Adilson Luiz, technical area supervisor at Knup.**

One of the company's launches this year was the **pure sine wave inverter**, a product that can be used in applications that require pure electrical voltage at the





**ADILSON LUIZ,**  
**SUPERVISOR DE ÁREA TÉCNICA**  
 TECHNICAL AREA SUPERVISOR



muitos de nossos clientes questionavam a compatibilidade do inversor de ondas tradicional para aplicação em sistemas de energia solar. Então desenvolvemos essa linha”, explicou Adilson.

Segundo ele, muitos produtos da empresa nascem a partir de um contato próximo com as necessidades dos clientes. Por meio dessa comunicação, a Knup consegue suprir demandas regionais ou mais amplas de produtos eletrônicos. A Eletrolar Show, segundo Adilson, contribui para essa troca com compradores e clientes finais. “Em todas as edições, colhemos bons resultados e fizemos networking. Sempre é produtivo.” ■■

output. “We detected this need because many of our customers questioned the compatibility of the traditional wave inverter for application in solar energy systems. So, we developed this line”, explained Adilson.

According to him, many of the company's products are born from close contact with customers' needs. Through this communication, Knup can meet regional or broader demands for electronic products. According to Adilson, the Eletrolar Show contributes to this exchange with buyers and end customers. “In every edition, we have achieved good results and have done networking. It is always productive.” ■■

# KODAK: O PRAZER DE FOTOGRAR COM TECNOLOGIA

*KODAK: THE PLEASURE OF TAKING PHOTOS WITH TECHNOLOGY*



**Estande da marca teve cenário dos anos 1980.**

*The brand's booth had a setting from the 1980s.*



A **Kodak**, que voltou ao País trazida pela **Brazil Electronics**, apresentou a linha **Foto Printers Bluetooth** de impressoras sem fio. Garantem qualidade e permitem a impressão de fotos do celular. Também fez o pré-lançamento da linha **Digital Frame** de porta-retratos digitais com qualidade HD e full HD mesmo sob intensa iluminação e conexão Wi-Fi.

Outros lançamentos foram a **Mini Shot Retrô** e a **Memo Shot 2 em 1**, câmera instantânea em preto e branco e impressora Bluetooth de fotos autoadesivas e etiquetas. “Apostamos na marca tradicional, que está inovando a cada dia”, disse **Fernando Perfeito, diretor de marketing e vendas da Brazil Electronics**.

As novidades foram expostas no estande que contemplava um ambiente dos anos 1980. “O clima foi para criar uma aura de nostalgia e gerar memória, lembranças que a Kodak eternizou. Instalamos, inclusive, uma escultura do ET para que os visitantes tirassem fotos, como referência ao famoso ‘Momento Kodak’, que marcou época e está de volta”, explicou Fernando. ■■

**Kodak**, which returned to the country brought by **Brazil Electronics**, presented the **Foto Printers Bluetooth** line of wireless printers. They guarantee quality and allow printing of photos from your cell phone. It also pre-launched the **Digital Frame** line of digital photo frames with HD and full HD quality even under intense lighting and with a Wi-Fi connection.

Other launches were the **Mini Shot Retrô** and the **Memo Shot 2 in 1**, a black and white instant camera and a Bluetooth printer for self-adhesive photos and labels. “We bet on the traditional brand, which is innovating every day,” said **Fernando Perfeito, marketing and sales director at Brazil Electronics**.

The new products were displayed at the booth that featured a 1980s setting. “The atmosphere was to create an aura of nostalgia and generate memories, memories that Kodak immortalized. We even installed a sculpture of ET so that visitors could take photos, as a reference to the famous ‘Kodak Moment’, which marked an era and is back”, explained Fernando. ■■





**TERESA ZHANG,**  
VICE-GERENTE DE MARKETING  
VICE MARKETING MANAGER



## KONKA: TVs FORAM O MAIOR DESTAQUE

*KONKA: TVs WERE THE BIGGEST HIGHLIGHT*

**Empresa tem mais de quatro décadas de experiência na categoria.**

*The company has over four decades of experience in the category.*

#ES2024

A empresa chinesa Konka trouxe mais de 40 anos de experiência na fabricação de televisores para a Eletrolar Show. De acordo com **Teresa Zhang, vice-gerente de marketing**, a fabricante é a maior do mercado de TVs na China, e vê no País uma oportunidade excelente. “O Brasil é um mercado crucial para nós. Queremos oferecer produtos de boa qualidade aos brasileiros”, afirmou. A empresa teve estande movimentado e fechou negócios.

Embora a empresa também tenha mostrado produtos da linha branca, como geladeiras, os televisores foram o principal destaque. Em particular, o **modelo com tecnologia QD-mini LED, que oferece excelente qualidade de imagem, moldura ultrafina e tamanhos de até 98”**. “Podemos oferecer aos clientes todas as opções de sistemas operacionais, incluindo WebOS, GoogleTV e Tyzen”, disse Teresa. ■■

The Chinese company Konka brought over 40 years of experience in manufacturing televisions to the Eletrolar Show. According to **Teresa Zhang, vice marketing manager**, the manufacturer is the largest in the TV market in China and sees the country as an excellent opportunity. “Brazil is a crucial market for us. We want to offer good quality products to Brazilians,” she said. The company had a busy booth and closed deals.

Although the company also showed white goods, such as refrigerators, televisions were the main highlight. In particular, the **model with QD-mini-LED technology, which offers excellent image quality, ultra-thin bezels and sizes up to 98”**. “We can offer customers all operating system options, including WebOS, Google TV and Tyzen,” said Teresa. ■■

## KOUDA: COPOS E GARRAFAS TÉRMICAS

KOUDA: CUPS AND THERMAL BOTTLES

**Produtos têm menos plástico em sua fabricação.**

*Products contain less plastic in their manufacture.*

**YURI LIMA,**  
DIRETOR  
DIRECTOR



**C**opos e garrafas térmicas que conservam mais a temperatura, tanto de bebidas quentes quanto de geladas, foram apresentados pela **Kouda** na 17ª Eletrolar Show. "Os produtos contêm menos plástico na sua fabricação. **"Temos garrafas de 350 ml até 1,6 litro, e copos de 240 ml até 570 ml"**, contou **Yuri Lima, diretor da empresa**, que tem escritório em São Paulo e atende todo o País.

Os produtos são livres de BPA, e o aço inox utilizado é o 304, com 18,8 de espessura, resistente à corrosão e à oxidação. A maior procura é por produtos com cores mais jovens, mas, comercialmente, o tom pastel é o que mais vende, informou Yuri, que expôs pela terceira vez na feira. "Aqui, temos contato com os lojistas, e o trabalho continua nos meses pós-feira." ■■

**C**ups and thermal bottles that better preserve the temperature of both hot and cold drinks were presented by **Kouda** at the 17<sup>th</sup> Eletrolar Show. "The products contain less plastic in their manufacture. **"We have bottles from 350 ml to 1.6 liters, and cups from 240 ml to 570 ml,"** said **Yuri Lima, director of the company**, which has an office in São Paulo and serves the entire country.

The products are BPA-free, and the stainless steel used is 304, with 18.8 thick, resistant to corrosion and oxidation. The greatest demand is for products with younger colors, but, commercially, pastel tones are the best sellers, said Yuri, who exhibited at the fair for the third time. "Here, we have contact with retailers, and the work continues in the months after the fair." ■■

## Empresa quer triplicar as vendas neste ano em relação a 2023.

*The company aims to triple its sales this year compared to 2023.*



**MARIA APARECIDA CAETANO,**  
GERENTE COMERCIAL  
SALES MANAGER



## LE SON INOVA EM AUTOMAÇÃO E SONORIZAÇÃO DE AMBIENTES

*LE SON INNOVATES IN AUTOMATION AND ENVIRONMENTAL SOUND SYSTEM*

**A** **Le Son** apresentou na feira inovações na sua ampla linha de microfones de alto alcance, todos portáteis, para grandes espaços. A empresa é líder de mercado na categoria. O **lançamento de destaque foi o LSVKS, microfone profissional**, sem fio e com Bluetooth. “Somos os únicos que têm um produto desse tipo”, afirmou **Maria Aparecida Caetano, gerente comercial da empresa**. Lançou, também **a linha de som ambiente para teto, com arandela Bluetooth**, que se conecta com a assistente Alexa.

Há 59 anos no mercado, a Le Son tem fábrica no município de Campo Limpo Paulista (SP). Expôs, ainda, sua linha de potentes alto-falantes, que atende todos os tipos de automóveis. No ano passado, vendeu 300 mil alto-falantes. “O mercado está em crescimento, ampliamos a nossa capacidade de produção e, neste ano, temos a expectativa de triplicar as vendas em relação a 2023”, contou Maria Aparecida. ■■

**A**t the fair, **Le Son** presented innovations in its wide range of high-range microphones, all portable, for large spaces. The company is the market leader in the category. The **highlight was the LSVKS, a professional**, wireless microphone with Bluetooth. “We are the only ones who have a product of this type,” said **Maria Aparecida Caetano, the company’s sales manager**. It also launched a ceiling-mounted **ambient sound line with a Bluetooth wall light** that connects to the Alexa assistant.

*Le Son has been in the market for 59 years and has a factory in the city of Campo Limpo Paulista (SP). It also exhibited its line of powerful speakers, which can be used in all types of cars. Last year, it sold 300,000 speakers. “The market is growing, we have expanded our production capacity and, this year, we expect to triple sales compared to 2023,” said Maria Aparecida. ■■*

## LEE CONNECT FEZ LANÇAMENTOS DA TECNO MOBILE

LEE CONNECT LAUNCHED TECNO MOBILE PRODUCTS

Em destaque, smartphones focados em fotografia e games.

*The highlights were smartphones focused on photography and gaming.*



EDUARDO BORGES,  
DIRETOR COMERCIAL  
COMMERCIAL DIRECTOR



A **Lee Connect**, distribuidora oficial da **Tecno Mobile** no Brasil, marcou presença com a apresentação da linha 2024 da marca. Segundo o **diretor comercial da empresa, Eduardo Borges**, a feira é uma oportunidade única para otimizar a comunicação com diretores e compradores de grandes redes varejistas. "Nosso objetivo foi apresentar os smartphones da Tecno e gerar novos negócios."

Além das novidades da Tecno, como o **Spark 20 Pro**, voltado para fotografia, e o **Pova 5**, destinado ao público gamer, a Lee Connect está expandindo o seu portfólio com outras duas marcas chinesas, a **Itel** e a **Realme**. "Estamos trazendo quatro modelos de smartphones, um tablet e um smartwatch", antecipou Borges, reforçando seu compromisso com a qualidade dos produtos e a conformidade regulatória. ■■

**Lee Connect**, the official distributor of **Tecno Mobile** in Brazil, was present with the presentation of the brand's 2024 line. According to the **company's commercial director, Eduardo Borges**, the fair is a unique opportunity to optimize communication with directors and buyers from large retail chains. "Our goal was to present Tecno's smartphones and generate new business."

In addition to Tecno's new products, such as the **Spark 20 Pro**, focused on photography, and the **Pova 5**, aimed at gamers, Lee Connect is expanding its portfolio with two other Chinese brands, **Itel** and **Realme**. "We are bringing four smartphone models, a tablet and a smartwatch," Borges said, reinforcing its commitment to product quality and regulatory compliance. ■■



## LEHMOX EXPÔS MONITORES PELA 1ª VEZ

*LEHMOX SHOWCASED ITS MONITORS FOR THE FIRST TIME*

**Displays complementam a linha de produtos eletrônicos da empresa.**

*Displays complement the company's line of electronic products.*



**ROSÂNGELA LIMA,**  
REPRESENTANTE COMERCIAL  
SALES REPRESENTATIVE

**A** LehmoX entrou na **categoria de monitores**. Segundo **Rosângela Lima, representante comercial da empresa**, este segmento de produtos vem crescendo expressivamente em vendas nos últimos anos, juntando-se a outros destaques da empresa, como fones de ouvido. A feira, na visão da executiva, contribuiu para esse movimento. "Recebemos clientes que compravam de terceiros e que, agora, podem negociar direto com a gente", contou.

Com uma linha completa de produtos eletrônicos, que inclui **cartões de memória, pen drives, cabos e carregadores**, entre outros itens, a LehmoX voltou à Eletrolar Show para se aproximar de clientes, tanto novos quanto antigos. "A feira nos traz, também, a oportunidade de conhecer de perto novos produtos para que possamos nos diferenciar", avaliou Rosângela. ■■

**L**ehmoX has entered the **monitor category**. According to **Rosângela Lima, the company's sales representative**, this product segment has been experiencing significant sales growth in recent years, joining other company highlights such as headphones. The trade show, in the executive's view, contributed to this movement. "We received customers who used to buy from third parties and can now negotiate directly with us," she said.

With a complete line of electronic products, including **memory cards, flash drives, cables, and chargers**, among other items, LehmoX returned to the Eletrolar Show to get closer to both new and existing customers. "The trade fair also gives us the opportunity to learn about new products firsthand so we can differentiate ourselves," assessed Rosângela. ■■



REVISTA

# ELETROLAR

## NEWS

OS PRINCIPAIS  
**ASSUNTOS** DO  
**MERCADO** E AS  
**TENDÊNCIAS**  
 DO SETOR



Dirigida  
 exclusivamente  
 à indústria e ao varejo

## LETRON: APRESENTOU ELETRÔNICOS DE MARCAS FAMOSAS

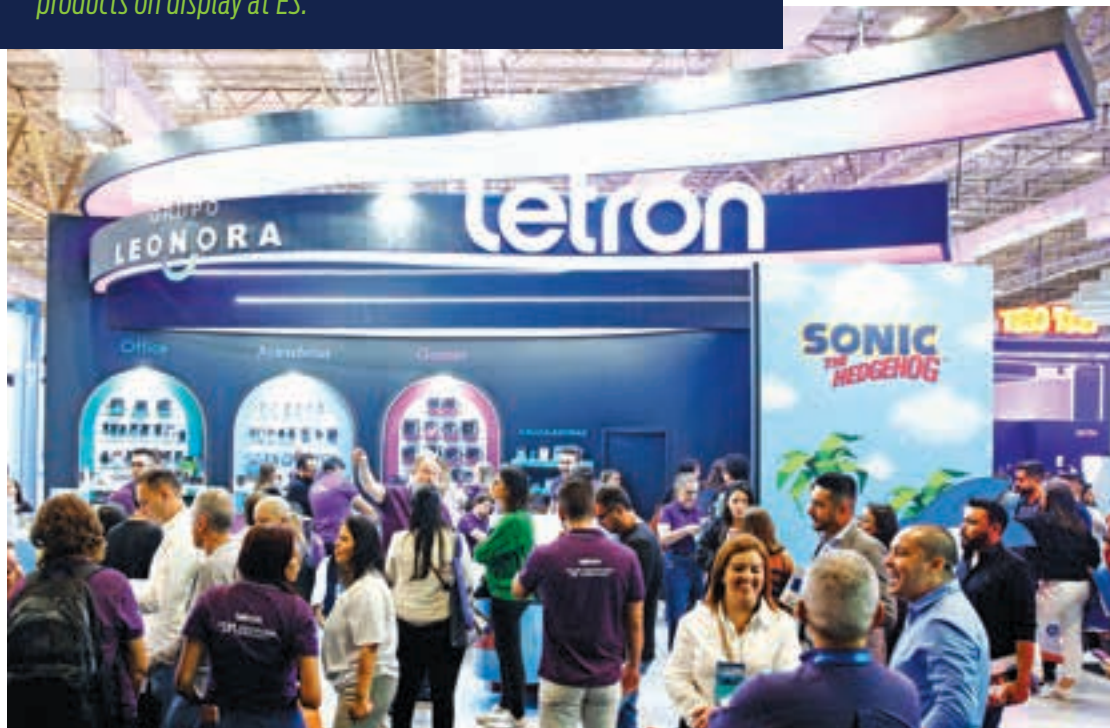
LETRON: PRESENTED ELECTRONICS FROM FAMOUS BRANDS

Teclados, mouses, fones e cabos estavam entre os principais produtos expostos na ES.

Keyboards, mice, headphones and cables were among the main products on display at ES.



EDSON CARDOSO,  
DIRETOR-EXECUTIVO  
EXECUTIVE DIRECTOR



A grande novidade que a **Letron** trouxe para a Eletrolar Show foram os **produtos eletrônicos e equipamentos de informática licenciados de marcas famosas**, como Hello Kitty, Harry Potter e Sonic. “Depois da nossa participação na feira de 2023, a empresa cresceu 65%, e as entregas do primeiro semestre deste ano aumentaram em torno de 30%. Em 2024, recebemos clientes qualificados e focados em fazer negócio”, disse **Edson Cardoso, diretor-executivo da Letron**.

Pertencente ao Grupo Leonora, há três anos a **Letron** se voltou para a produção de eletrônicos. “Entendemos que existia um gap no mercado de papelaria e decidimos investir em produtos como teclado, mouse, fones, cabos, carregadores e caixa de som”, completou Edson. ■■

The big news that **Letron** brought to Eletrolar Show were **electronic products and computer equipment licensed from famous brands**, such as Hello Kitty, Harry Potter and Sonic. “After our participation in the 2023 fair, the company grew 65% and deliveries in the first half of this year increased by around 30%. In 2024, we will receive qualified customers who are focused on doing business”, said **Edson Cardoso, executive director of Letron**.

Belonging to the Grupo Leonora, **Letron** turned its attention to the production of electronics three years ago. “We understood that there was a gap in the stationery market and decided to invest in products such as keyboards, mice, headphones, cables, chargers and speakers”, added Edson. ■■

## LEVEL MICRO: VENDA DE SEMINOVOS E RECONDICIONADOS

LEVEL MICRO: SALE OF USED AND REFURBISHED PRODUCTS



Produtos passam por remodelação e testes de qualidade.

Products undergo remodeling and quality tests.



PAMELA ASQUINI,  
GERENTE DE CONTAS  
ACCOUNT MANAGER

Empresa nacional que vende **produtos eletrônicos seminovos de várias marcas do segmento de informática**, que passam pelo processo de remodelação, a **Level Micro** participou pela primeira vez da Eletrolar Show. "Todos os produtos são submetidos a testes de qualidade e têm garantia. Nossas maiores vendas são para empresas, mas o consumidor final pode adquirir os produtos pelo site", contou **Pamela Asquini, gerente de contas da Level Micro**.

Dentre os produtos que oferece estão **desktops, notebooks, tablets e celulares**. A empresa, que atua dentro do conceito ESG, recondicionando os aparelhos, espera duplicar o faturamento em relação ao ano passado. "Fazemos o cliente pensar, e a atividade é um bom negócio", disse Pamela. "Depois da pandemia, 86% dos brasileiros estão dispostos a comprar de marcas sustentáveis. É uma tendência." ■■

A national company that sells pre-owned **electronic products from various brands in the IT segment**, which undergo the remodeling process, **Level Micro** participated in the Eletrolar Show for the first time. "All products undergo quality tests and have a warranty. Our biggest sales are to companies, but the end consumer can purchase the products through the website", said **Pamela Asquini, account manager at Level Micro**.

Among the products it offers are **desktops, notebooks, tablets and cell phones**. The company, which operates within the ESG concept, refurbishing devices, expects to double its revenue compared to last year. "We make the customer think, and the activity is good business", said Pamela. "After the pandemic, 86% of Brazilians are willing to buy from sustainable brands. It is a trend." ■■

## LINWEAR: RELÓGIOS INTELIGENTES

LINWEAR: SMART WATCHES

**Empresa, que tem clientes no Brasil, quer ampliar seu mercado.**

*The company, which has clients in Brazil, wants to expand its market.*



**SHIRLEY LIU,**  
GERENTE DE VENDAS  
SALES MANAGER



**A** Linwear lançou três modelos de relógios inteligentes. O **esportivo AMOLED GPS 4G**, com e-SIM, é à prova d'água. Tem a tecnologia AMOLED de exibição, com cores brilhantes e alto contraste. O **Business Man Style** possui chip de conexão e chamada, GPS, carga rápida sem fio e biometria. E o **Amoled BT Quick-fit** é um relógio inteligente com chip e alças intercambiáveis. "Com a troca de pulseiras, é possível ser utilizado como pingente", disse **Shirley Liu, gerente de vendas** da empresa.

Estar na ES, segundo Shirley, foi a oportunidade de apresentar a empresa como importadora de produtos diferenciados. "Conhecemos um pouco o perfil do mercado, pois temos clientes no Brasil, mas o objetivo é ampliar a visibilidade da marca e mostrar as facilidades que produtos inteligentes podem oferecer." Entre outros diferenciais, os chips utilizados nos relógios são da Huawei. ■■

**L**inwear has launched three models of smart watches. The **sporty AMOLED GPS 4G**, with e-SIM, is waterproof. It has AMOLED display technology, with bright colors and high contrast. The **Business Man Style** has a connection and call chip, GPS, fast wireless charging and biometrics. And the **Amoled BT Quick-fit** is a smart watch with a chip and interchangeable straps. "With the change of straps, it can be used as a pendant," said **Shirley Liu, the company's sales manager**.

According to Shirley, being at ES was an opportunity to present the company as an importer of differentiated products. "We know a little about the market profile, since we have clients in Brazil, but the goal is to increase the brand's visibility and show the facilities that smart products can offer." Among other differentials, the chips used in the watches are from Huawei. ■■



**WENDY SUN,**  
GERENTE DE VENDAS  
SALES MANAGER

## LOF V E KEMEI: CÂMERAS DE SEGURANÇA E MÁQUINAS DE CORTE

*LOF V AND KEMEI: SECURITY CAMERAS AND HAIR CUTTING MACHINES*

**Empresas dividiram espaço em busca de mais clientes.**

*Companies shared space in search of more customers.*

**A** **Lof V**, que se destaca por suas **câmeras de segurança**, dividiu espaço com a **Kemei**, marca chinesa de **máquinas de corte voltadas aos cabeleireiros e salões**, da qual é representante aqui no País. “A Lof V é uma marca relativamente nova no Brasil, e o nosso principal objetivo é fazer com que mais clientes a conheçam”, afirmou **Wendy Sun, gerente de vendas da empresa**.

No estande, além das **câmeras IP 360°**, a Lof V mostrou **projetores, microfones e a linha Shadowhawk de lanternas**. Segundo Wendy, a fabricação nacional é o principal diferencial da Lof V. A Kemei, por sua vez, se diferencia pela tradição da marca e preço acessível. “A feira é uma oportunidade garantida de fazer negócios. Na primeira vez em que participamos ganhamos muitos clientes, por isso quisemos voltar”, contou a gerente de vendas. ■■

**L** **of V**, which stands out for its **security cameras**, shared space with **Kemei**, a Chinese brand of **hair cutting machines aimed at hairdressers and salons**, of which it is a representative here in Brazil. “Lof V is a relatively new brand in Brazil, and our main goal is to make more customers aware of it,” said **Wendy Sun, the company’s sales manager**.

In addition to **360° IP cameras**, Lof V also displayed **projectors, microphones and the Shadowhawk line of flashlights at its stand**. According to Wendy, domestic manufacturing is Lof V’s main differentiator. Kemei, in turn, stands out for its brand tradition and affordable prices. “The fair is a guaranteed opportunity to do business. The first time we participated, we gained a lot of customers, which is why we wanted to come back,” said the sales manager. ■■



**JOSIANO SILVA SANTOS,**  
GERENTE DE VENDAS  
SALES MANAGER



## LUCKY AMAZONIA DESTACOU OS INVERSORES DE ENERGIA

*LUCKY AMAZONIA HIGHLIGHTED ITS ENERGY INVERTERS*

### Equipamento é para uso automotivo.

*The equipment is for automotive use.*

**A** **Lucky Amazonia** apresentou, em sua segunda vez na Eletrolar Show, **inversores de energia**, muito procurados para uso automotivo, por exemplo para trailer, motor home e caminhão. “Eles permitem que os usuários façam a conversão da bateria, que é 12 V, para uma tomada 110 V ou 220 V, dentro do carro”, explicou **Josiano Silva Santos, gerente de vendas da empresa.**

Mais um produto foi o **varal retrátil Ventosa**. “A fabricação do modelo partiu de um pedido nosso ao fornecedor, na China, e o produto se tornou um grande destaque”, contou Josiano. Dobrável, atinge o alcance de 1,80 cm, com 10 encaixes de cabide. Ainda na linha doméstica, lançou o **kit de 12 utensílios de silicone para a cozinha**, nas cores, preta, vermelha, verde, roxa e rosa. ■■

**F**or the second time at the Eletrolar Show, **Lucky Amazonia** presented **energy inverters**, which are highly sought after for automotive use, such as trailers, motor homes and trucks. “They allow users to convert the battery, which is 12 V, to a 110 V or 220 V outlet inside the car,” explained **Josiano Silva Santos, the company’s sales manager.**

Another product was the **Ventosa retractable clothesline**. “The model was manufactured following an order we made to the supplier in China, and the product became a big highlight,” said Josiano. It is foldable, reaches a reach of 1.80 cm, with 10 hanger slots. Also in the domestic line, the company launched a **kit of 12 silicone kitchen utensils in black, red, green, purple and pink.** ■■

# MARCHESONI FEZ VÁRIOS LANÇAMENTOS

MARCHESONI HAS MADE SEVERAL LAUNCHES

Entre os produtos, blenders, aparelho Suco Fácil e torres de chope.

Among the products, blenders, Suco Fácil devices and draft beer towers.



**BRENDA GRECHI,**  
CONSULTORA DE VENDAS  
SALES CONSULTANT



**A** Marchesoni lançou o **Blender Turbo, modelo comercial de alto desempenho, com copo de policarbonato, livre de BPA, e o Blender Smart MarcPro**, com cinco funções pré-programadas. “Mais dois **lançamentos** foram o **mixer**, para bares e residências, cujo sistema diminui em 50% o ruído do aparelho, e o **Suco Fácil**, com compartimento para gelo, que mantém a bebida na temperatura ideal”, contou **Brenda Grechi, consultora de vendas da empresa**. Todos os produtos são feitos em inox com policarbonato.

Com fábrica em Santana do Parnaíba (SP), a Marchesoni, que também disponibiliza **torres de chope**, está perto de completar 80 anos de atividades. “Trabalhamos com revendas e distribuidoras e, agora, queremos ir para o varejo. Temos fortes expectativas”, disse Brenda. ■■

**M**archesoni launched the **Turbo Blender, a high-performance commercial model with a BPA-free polycarbonate cup, and the MarcPro Smart Blender**, with five pre-programmed functions. “Two other **launches** were the **mixer**, for bars and homes, whose system reduces the noise of the device by 50%, and the **Suco Fácil**, with an ice compartment, which keeps the drink at the ideal temperature”, said **Brenda Grechi, the company’s sales consultant**. All products are made of stainless steel with polycarbonate.

With a factory in Santana do Parnaíba (SP), Marchesoni, which also offers **draft beer towers**, is close to completing 80 years of activities. “We work with resellers and distributors and now we want to go into retail. We have high expectations”, said Brenda. ■■



## MAXMIDIA: META FOI O AUMENTO DA BASE DE CLIENTES

*MAXMIDIA: GOAL WAS TO INCREASE ITS CUSTOMER BASE*

### Movimento no estande ampliou a visibilidade da marca.

*Flow of people at the stand increased the brand's visibility.*

A primeira participação da **Maxmidia** na Eletrolar Show foi muito positiva, avaliou **Sagar Jamnani, gerente de vendas** da empresa. "Demos um importante passo para alcançar o objetivo de aumentar nossa base de clientes." No mercado brasileiro há 20 anos, a empresa importa seus produtos da China e oferece uma gama diversificada em seu catálogo, na maioria acessórios para celular e outros produtos de informática.

Entre as novidades, apresentou **carregadores turbo**, rápidos e com vida útil maior, linhas de **caixas de som Bluetooth, USB e Card TF** e a linha gamer, que inclui **teclado mecânico** de formato ergonômico, alta precisão e design moderno. "Nossos produtos recebem selo de qualidade para serem vendidos no mercado brasileiro e se diferenciam pelo preço, com foco em proporcionar soluções que atendem nossos clientes", afirmou Sagar. ■■

**M**axmidia's first participation at the Eletrolar Show was very positive, said **Sagar Jamnani, the company's sales manager**. "We took an important step towards achieving the goal of increasing our customer base." In the Brazilian market for 20 years, the company imports its products from China and offers a diverse range in its catalog, mostly cell phone accessories and other computer products.

Among the new products, it presented **turbo chargers**, fast chargers with a longer lifespan, lines of **Bluetooth speakers, USB and TF cards** and the gamer line, which includes an ergonomic **mechanical keyboard**, high precision and modern design. "Our products receive a quality seal to be sold in the Brazilian market and are differentiated by their price, with a focus on providing solutions that meet our customers' needs," said Sagar. ■■



Lançamento tem tela AMOLED, câmera e tecnologia 5G.

*The launch has an AMOLED screen, camera and 5G technology.*

## MICROWEAR APRESENTOU SMARTWATCH ULTRA AI 3 5G

*MICROWEAR PRESENTED THE ULTRA AI 3 5G SMARTWATCH*

**P** rincipal lançamento da **Microwear**, o **smartwatch Ultra AI 3 5G** tem tela AMOLED, sistema Android, câmera oculta no botão e entrada para chip de celular para uso com tecnologia 5G. Segundo a **gerente de vendas da empresa, Nelita Rodrigues**, outro modelo bastante procurado foi o **U3 A**. "Ele vem com case de proteção, tem carregamento por indução e quatro pulseiras, duas de silicone, uma de couro e outra de tecido", explicou.

Em sua estreia na Eletrolar Show, a marca buscou ampliar a visibilidade de seus produtos e estabelecer novos contatos comerciais. No estande, mais um modelo chamou a atenção dos visitantes: o **Ultra 3**, que ficou mergulhado na água. "Ele tem tela AMOLED e resistência a até 1 metro de profundidade", disse Nelita. ■■

**M** icrowear's main launch, the **Ultra AI 3 5G smartwatch** has an AMOLED screen, Android system, hidden camera in the button and a cell phone chip slot for use with 5G technology. **According to the company's sales manager, Nelita Rodrigues**, another highly sought-after model was the **U3 A**. "It comes with a protective case, has induction charging and four straps, two silicone, one leather and one fabric", she explained.

*In its debut at the Eletrolar Show, the brand sought to increase the visibility of its products and establish new business contacts. At the booth, another model caught the attention of visitors: the **Ultra 3**, which was submerged in water. "It has an AMOLED screen and is water resistant up to 1 meter deep", said Nelita. ■■*

## MIETUBL: ESTANDE MAIOR, MAIS TECNOLOGIA

*MIETUBL: BIGGER BOOTH, MORE TECHNOLOGY*

**Empresa buscou ampliar sua rede de distribuidores.**

*The company sought to expand its network of distributors.*



**P**ela segunda vez na Eletrolar Show, a **Mietubl** contou com um estande significativamente maior do que o do ano passado. “Estamos crescendo e investindo em nossa participação na feira”, afirmou a **diretora-executiva, Alice Yang**. O objetivo da empresa foi conquistar novos distribuidores para expandir a sua presença no Brasil.

Um destaque foi a **máquina para corte de película hidrogel**, compatível com diversas marcas de película

**F**or the second time at the Eletrolar Show, **Mietubl** had a significantly larger booth than last year. “We are growing and investing in our participation in the fair,” said **CEO Alice Yang**. The company’s goal was to win new distributors to expand its presence in Brazil.

A highlight was the **hydrogel film cutting machine**, compatible with several brands of film for protecting smartphone screens. It also exhibited **headphones**,



**ALICE YANG,**  
DIRETORA-EXECUTIVA  
CEO

para a proteção da tela de smartphones. Expôs, também, **headphones, fones de ouvido wireless e caixas de som** da linha de eletrônicos voltada ao segmento premium. “Como somos importadores diretos da fábrica, conseguimos oferecer preços acessíveis, qualidade e suporte ao cliente”, salientou Alice.

A Mietubl também está introduzindo no mercado brasileiro a marca **Aula, de produtos de alta performance dirigidos para o universo gamer**, contou a diretora-executiva. “Trouxemos amostras de teclados sem fio, mouses e fones de ouvido bastante arrojados, e a receptividade foi excelente.” ■■

**wireless earphones and speakers** from its line of electronics aimed at the premium segment. “Since we are direct importers from the factory, we are able to offer affordable prices, quality and customer support,” Alice pointed out.

Mietubl is also introducing the **Aula brand to the Brazilian market, which offers high-performance products aimed at the gaming universe**, said the CEO. “We brought samples of really cool wireless keyboards, mice and headphones, and the reception was great.” ■■





**LUCIANA DE CAMARGO,**  
GERENTE DE MARKETING  
MARKETING MANAGER

**No estande, panelas diferenciadas e minicarros elétricos.**

*At the booth, unique pans and mini electric cars.*

## MIMO STYLE E ZIPPY STYLE: PRODUTOS PARA ADULTOS E CRIANÇAS

*MIMO STYLE AND ZIPPY STYLE: PRODUCTS FOR ADULTS AND CHILDREN*

**A** **Mimo Style** lançou na feira a **linha de panelas Isa Scherer**, resultado da parceria entre a marca e a chefe de cozinha que dá nome à coleção, cujo diferencial é o revestimento interno cerâmico antiaderente PPG, que garante três vezes mais resistência. Podem ser utilizadas em fogões a gás, elétricos e vitrocerâmicos. "São fáceis de limpar e livres de componentes prejudiciais à saúde", disse **Luciana de Camargo, gerente de marketing da marca**. Expôs, também, a **linha de panelas Black Rock** e **churrasqueiras a gás** em diversos modelos.

Para o público infantil, o destaque ficou com os produtos da **Zippy**, que atua exclusivamente **com brinquedos eletrônicos**, como robôs, carrinhos de controle remoto, miniveículos elétricos e a linha Baby. A marca apresentou **minicarros elétricos de bombeiros e da Fórmula 1, réplicas das versões originais**. As marcas expuseram pela segunda vez na feira. "Tivemos ótimos resultados após nossa primeira participação, por isso voltamos com mais produtos e lançamentos", contou Luciana. ■■

**M**imo Style launched the **Isa Scherer line of pans** at the fair, the result of a partnership between the brand and the chef who gives the collection its name, whose distinguishing feature is the PPG non-stick ceramic coating, which guarantees three times more resistance. They can be used on gas, electric and glass-ceramic stoves. "They are easy to clean and free of components that are harmful to health," said **Luciana de Camargo, the brand's marketing manager**. The **Black Rock line of pans and gas grills** in various models were also on display.

For children, the highlight was the products from **Zippy**, which works exclusively **with electronic toys**, such as robots, remote control cars, mini electric vehicles and the Baby line. The brand presented **mini electric fire trucks and Formula 1 cars, replicas of the original versions**. The brands exhibited their products at the fair's stand for the second time. "We had great results after our first participation, so we came back with more products and launches," said Luciana. ■■

## MINI ANGEL / SANLIDA: LINHA DE BATEDEIRAS DE PONTA

MINI ANGEL / SANLIDA LAUNCHED A LINE OF TOP-OF-THE-ART MIXERS



NIKKI WEI,  
GERENTE DE VENDAS  
SALES MANAGER

### Empresa voltou à Eletrolar Show após bons resultados na última edição.

*The company returned to the Eletrolar Show after good results at the last edition.*



Com uma linha que abrange desde **modelos de entrada até produtos focados em cozinhas profissionais**, a **Mini Angel / Sanlida**, marca especializada em **batedeiras**, marcou presença na Eletrolar Show. “Como destaque, mostramos, pela primeira vez, nossa **nova linha de bateadeiras de ponta, com corpo e acessórios metálicos**, que prometem mais durabilidade”, disse **Nikki Wei, gerente de vendas da Mini Angel / Sanlida**.

Essa foi a segunda participação da empresa na feira, como expositora. “Da primeira vez, conseguimos trabalhar bem com nossos clientes e recebemos alguns pedidos, por isso voltamos neste ano. Quisemos fechar negócios e conhecer clientes para trabalharmos de forma colaborativa”, contou Nikki. ■■

With a line that ranges from **entry-level models to products focused on professional kitchens**, **Mini Angel / Sanlida**, a brand specialized in **mixers**, was present at the Eletrolar Show. “As a highlight, we showed, for the first time, our **new line of top-of-the-line mixers, with metal bodies and accessories**, which promise greater durability,” said **Nikki Wei, sales manager at Mini Angel / Sanlida**.

This was the company's second participation in the fair as an exhibitor. “The first time, we were able to work well with our customers and received some orders, which is why we returned this year. We wanted to close deals and meet customers so we could work collaboratively,” said Nikki. ■■



## MINHAONG: EXPANSÃO DE NEGÓCIOS NA AMÉRICA LATINA

MINHAONG: BUSINESS EXPANSION IN LATIN AMERICA

**Empresa apresentou televisores de até 98" em 4K.**

*The company presented televisions up to 98" in 4K.*

Fabricante de televisores, a **Minhaong** expôs pela primeira vez com o objetivo de conhecer o público brasileiro e expandir a atuação na América Latina. Após ver de perto suas possibilidades de negócios, decidiu que voltará na próxima edição. "Gostei do networking que consegui fazer na feira. Com certeza, voltaremos no ano que vem e com um espaço maior", disse **Jasmine Alex, executiva de vendas da empresa**.

No estande, a Minhaong, que está há 20 anos no mercado, expôs **televisores de 24" e 32" em 2K e aparelhos que chegam a 98" em 4K**. Seus diferenciais, conforme a empresa, são os preços baixos e a garantia de um ano. "O Brasil é uma ótima porta de entrada para a América Latina, e a feira nos ajudará com essa expansão", contou Jasmine. ■■



**JASMINE ALEX,**  
EXECUTIVA DE VENDAS  
SALES EXECUTIVE

A television manufacturer, **Minhaong** exhibited for the first time with the aim of getting to know the Brazilian public and expanding its operations in Latin America. After seeing its business possibilities up close, it decided to return to the next edition. "I liked the networking I was able to do at the fair. We will definitely be back next year and with a bigger space", said **Jasmine Alex, the company's sales executive**.

At its booth, Minhaong, which has been in the market for 20 years, exhibited **24" and 32" televisions in 2K and devices that reach 98" in 4K**. According to the company, its distinguishing features are its low prices and one-year warranty. "Brazil is a great gateway to Latin America, and the fair will help us with this expansion", said Jasmine. ■■

## MINIMEN: OBJETIVO FOI DIVULGAR A MARCA

MINIMEN: THE GOAL WAS TO PROMOTE THE BRAND

Expositora pela primeira vez, a empresa atende clientes em todo o Brasil.

*A first-time exhibitor, the company serves customers all over Brazil.*



ALLAN YANG,  
DIRETOR  
DIRETOR

**A** Minimen apresentou extensão de mesa retrátil para três tomadas, power banks com cargas mais rápidas, fones de ouvido anti-ruído, caixas de som à prova d'água, rádio AM/FM Bluetooth com lanterna, câmeras de vigilância e outros equipamentos para residências e estabelecimentos comerciais. "Temos escritório em São Paulo e atendemos clientes de todo o Brasil", contou **Allan Yang, diretor da empresa.**

Expositora pela primeira vez na Eletrolar Show, a Minimen fechou negócios já nos primeiros dias da feira. "Expusemos para que mais pessoas conheçam os nossos produtos, bem como a qualidade e os bons preços que oferecemos. Nosso objetivo foi ampliar as vendas", disse Allan. ■■

**M**inimen presented a retractable table extension with three sockets, power banks with faster charges, noise-canceling headphones, waterproof speakers, an AM/FM Bluetooth radio with flashlight, surveillance cameras and other equipment for homes and commercial establishments. "We have an office in São Paulo and serve customers all over Brazil," said **Allan Yang, the company's director.**

A first-time exhibitor at the Eletrolar Show, Minimen closed deals in the first few days of the fair. "We exhibited so that more people could learn about our products, as well as the quality and good prices we offer. Our goal was to increase sales," said Allan. ■■



**Empresa visa à liderança na fabricação e venda de modelos TWS e OWS.**

*The company aims to become a leader in the manufacturing and sale of TWS and OWS models.*



**JACK DONG,**  
GERENTE DE VENDAS  
SALES MANAGER

## FONES DE OUVIDO: ESPECIALIDADE DA MK

*HEADPHONES: MK'S SPECIALTY*

**A** **MK**, especializada em fones de ouvido, estreou na Eletrolar Show em 2024. "Somos uma fábrica especializada em **fones de ouvido Bluetooth TWS** (True Wireless Stereo) e viemos à feira para chegar a mais clientes do Brasil", contou **Jack Dong, gerente de vendas** da empresa. Expôs, também, **fones OWS** (Open Wireless Stereo), que não ficam dentro da orelha, oferecendo mais conforto.

O design, a qualidade de ponta, a embalagem e os materiais premium são os diferenciais dos fones de ouvido. "Queremos ser a principal fabricante desses produtos e entregar boa qualidade aos clientes brasileiros", acrescentou Jack, que pretende voltar à feira no próximo ano por causa dos resultados que conseguiu durante esta edição. ■■

**M** **K**, which specializes in headphones, made its debut at the Eletrolar Show in 2024. "We are a factory specializing in **TWS (True Wireless Stereo) Bluetooth headphones** and we came to the fair to reach more customers in Brazil," said **Jack Dong, the company's sales manager**. It also exhibited **OWS (Open Wireless Stereo) headphones**, which do not fit inside the ear, offering greater comfort.

The design, top-quality, packaging and premium materials are what set these headphones apart. "We want to be the leading manufacturer of these products and deliver good quality to Brazilian customers," added Jack, who intends to return to the fair next year because of the results it achieved during this edition. ■■



**OTAVIO NEVES,**  
COORDENADOR COMERCIAL  
COMMERCIAL COORDINATOR

**Empresa atua na  
certificação de produtos  
eletrônicos.**

*Company works in the certification  
of electronic products.*



## MODERNA TECNOLOGIA: CONQUISTA DE NOVOS CLIENTES

*MODERNA TECNOLOGIA: WINNING NEW CUSTOMERS*

**A Moderna Tecnologia** foi uma das muitas empresas que fizeram sua estreia como expositores na 17ª edição da Eletrolar Show. “Sempre participamos como visitantes da feira e, neste ano, decidimos ter um espaço aqui para conquistar clientes brasileiros e estrangeiros”, explicou **Otavio Neves, coordenador comercial** da companhia.

Com foco na **certificação de produtos eletrônicos** para a Anatel, entre os itens mais atendidos pela marca estão aqueles que possuem algum tipo de tecnologia sem fio, como os carregadores e o power bank. “Nosso principal diferencial em relação aos concorrentes é fazer uma gestão completa para os clientes”, disse Otavio. ■■

**M**oderna Tecnologia was one of the many companies that made their debut as exhibitors at the 17th edition of the Eletrolar Show. “We have always participated as visitors to the fair and, this year, we decided to have a space here to win over Brazilian and foreign customers,” explained **Otavio Neves, the company’s commercial coordinator**.

With a focus on **certifying electronic products** for Anatel, among the items most serviced by the brand are those that have some type of wireless technology, such as chargers and power banks. “Our main difference, in relation to our competitors, is to provide complete management for our customers,” said Otavio. ■■



**SOPHIE LIHONG WU,**  
GERENTE DE VENDAS  
SALES MANAGER

## MOFII: TECLADOS RETRÔ E MOUSES COLORIDOS

*MOFII: RETRO KEYBOARDS AND COLORFUL MICE*

**Empresa é fabricante de periféricos há 18 anos.**

*The company has been manufacturing peripherals for 18 years.*

Com o objetivo de divulgar a marca, seus **mouses** e **teclados** no Brasil, a **Moffi** participou pela segunda vez da Eletrolar Show. "Neste ano, ficamos mais próximos das empresas brasileiras e dos visitantes, o que favoreceu nossos contatos comerciais", contou **Sophie Lihong Wu, gerente de vendas da empresa.**

Junto aos seus produtos, que têm licença de uso da **marca Disney**, também estavam expostos **teclados e mouses da Geezer**. Na feira, lançou teclados coloridos em estilo **retrô** e **mouses ópticos em cores e formatos variados**. "No próximo ano, vamos reservar um espaço no centro do evento para aumentar ainda mais a nossa visibilidade", disse Sophie. ■■

Aiming to promote the brand, its **mice** and **keyboards** in Brazil, **Moffi** participated in the Eletrolar Show for the second time. "This year, we got closer to Brazilian companies and visitors, which favored our business contacts," said **Sophie Lihong Wu, the company's sales manager.**

Along with its products, which are licensed to use the **Disney brand**, **Geezer keyboards and mice** were also on display. At the fair, it launched colorful **retro-style keyboards and optical mice in various colors and shapes**. "Next year, we will reserve a space in the center of the event to further increase our visibility," said Sophie. ■■



WWW.ELECTRONICSHOME.COM.AR

# GH ELECTRONICS HOME • Argentina

A FEIRA DE NEGÓCIOS  
MAIS IMPORTANTE DO PAÍS

## ESPERAMOS VOCÊ

5° EDIÇÃO

# 2025



## MONDIAL ELETRODOMÉSTICOS: 50 LANÇAMENTOS NA FEIRA

MONDIAL ELETRODOMÉSTICOS: 50 LAUNCHES AT THE FAIR

**Empresa apresentou novidades em todas as suas linhas.**

*The company presented new products across all its lines.*

**A** **Mondial Eletrodomésticos**, que cresceu 28% em vendas no primeiro semestre deste ano e espera chegar a 35% até o final de 2024, tem fábrica em Conceição do Jacuípe (BA), com 4.070 funcionários. "O número representa 57% da população ativa da cidade", disse **Giovanni M. Cardoso, cofundador da empresa**, que fez **50 lançamentos na feira em suas várias linhas**. Os produtos foram apresentados em dois estandes, que totalizaram 550 m<sup>2</sup>.

Em **eletroportáteis**, destaque para a **air fryer com visor transparente superior**, para o **forno com capacidade de 25 litros** e para **duas máquinas: a de café espresso Dolce Crema e a de fazer gelo**. "A cozinha está cada vez mais elétrica e menos a gás. As pessoas aprenderam a utilizar os eletroportáteis, cujo mercado deve crescer 13% neste ano", disse Giovanni. Na **linha branca, lançou três frigobares, dois freezers, cooktops por indução e micro-ondas**.



**GIOVANNI M. CARDOSO,**  
COFUNDADOR  
CO-FOUNDER

**M** **ondial Eletrodomésticos**, which grew 28% in sales in the first half of this year and expects to reach 35% by the end of 2024, has a factory in Conceição do Jacuípe (BA), with 4,070 employees. "This number represents 57% of the city's working population," said **Giovanni M. Cardoso, co-founder at the company**, which **launched 50 products at the fair across its various lines**. The products were presented at two stands, totaling 550 sqm.

In **small appliances**, the highlights were the **air fryer with a transparent upper display**, the **oven with a 25-liter capacity** and **two machines: the Dolce Crema espresso machine and the ice maker**. "Kitchens are increasingly electric and less gas-based. People have learned to use small appliances, whose market is expected to grow 13% this year", said Giovanni. In the **white goods segment**, it **launched three mini-fridges, two freezers, induction cooktops and microwaves**.





Na categoria de **eletrônicos**, expôs **caixas de som, party box, torres de som e a linha gamer**. Em cuidados pessoais, **escova alisadora, secador e modelador de cachos**. E, na linha lar, **aspiradores, extratora e higienizadora, além de lavadoras de alta pressão**. Na feira, a Mondial recebeu os embaixadores da marca, Rodrigo Hilbert e Juliette Freire, e 87% dos seus clientes. ■■

In the **electronics** category, it exhibited **speakers, party boxes, sound towers and the gamer line**. In personal care, it exhibited **straightening brushes, hair dryers and curling irons**. And, in the home line, it exhibited **vacuum cleaners, extractors and sanitizers, as well as high-pressure washers**. At the fair, Mondial welcomed brand ambassadors **Rodrigo Hilbert and Juliette Freire**, and 87% of its customers. ■■





**JUAN PABLO GARCIA,**  
GERENTE COMERCIAL  
SALES MANAGER



## MORELLI APOSTOU EM CRESCIMENTO DE COZINHAS GOURMET

*MORELLI BETS ON GROWTH IN GOURMET KITCHENS*

**Marca italiana com fábricas na Argentina quer entrar no mercado brasileiro.**

*An Italian brand with factories in Argentina wants to enter the Brazilian market.*

Com uma **linha de produtos voltados para espaços gourmet**, a **Morelli apresentou fornos e fogões** originados na Itália, que mesclam recursos para cozinhas industriais e residenciais. O principal destaque da empresa, chamado **Cocina Magna**, foi mostrado pela primeira vez no Brasil. “Trata-se de uma **combinação de forno a gás e elétrico**, com seis bocas, uma chapa, e dois fogões, cada um com o seu próprio termômetro”, explicou **Juan Pablo Garcia, gerente comercial da empresa.**

“O segmento de cozinha gourmet vem crescendo ano a ano no Brasil, e a Elettrolar Show foi uma oportunidade para fazer a Morelli ser reconhecida por aqui e, também, de fortalecer a relação da nossa empresa com potenciais distribuidores. Ficamos gratamente surpresos com a feira, pois tivemos até intenções de compras”, comentou Juan Pablo. ■■

With a **line of products aimed at gourmet spaces**, **Morelli presented ovens and stoves** made in Italy, which combine features for industrial and residential kitchens. The company’s main highlight, called **Cocina Magna**, was shown for the first time in Brazil. “It is a **combination of a gas and electric oven**, with six burners, a griddle, and two stoves, each with its own thermometer,” explained **Juan Pablo Garcia, the company’s sales manager.**

“The gourmet kitchen segment has been growing year after year in Brazil and the Elettrolar Show was an opportunity to make Morelli known here and also to strengthen our company’s relationship with potential distributors. We were pleasantly surprised by the fair, as we even had intentions of making purchases,” commented Juan Pablo. ■■

**guzzini**   
MADE IN ITALY SINCE 1912

A Guzzini traz a cultura italiana  
para o sua loja.

# Dolceevita

Design sustentável

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

## MOX E DOTCELL: VETERANAS NA ES

MOX AND DOTCELL: VETERANS IN ES

Pela 13ª vez, as duas marcas apresentaram seus produtos aos visitantes do evento.

*For the 13<sup>th</sup> time, the two brands presented their products to visitors at the event.*



Os aparelhos de som **speakers**, o **carregador de pilhas** e as **pilhas recarregáveis** foram os destaques da **Mox**. Já os **home theaters** e os **fones de ouvido** foram os principais aparelhos apresentados pela **Dotcell**. Pertencentes ao mesmo dono, as marcas dividiram o estande na Eletrolar Show 2024.

“As nossas **pilhas e carregadores de pilhas** são produtos que aparecem como líderes de mercado há mais de 10 anos. Nós nos destacamos dos nossos

**Speakers, battery chargers and rechargeable batteries** were the highlights of **Mox**. **Home theaters and headphones** were the main devices presented by **Dotcell**. Owned by the same owner, the brands shared the booth at Eletrolar Show 2024.

“Our **batteries and battery chargers** are products that have been market leaders for over 10 years. We stand out from our competitors due to the reputation of our brand and the warranty period offered. The **speakers** are different because of their power and practicality.

concorrentes em razão da reputação da nossa marca e do tempo de garantia oferecido. **As caixas de som** são diferentes por causa da potência e da praticidade. Apesar de grandes, vêm com alça, por isso podem ser levadas para qualquer lugar”, disse **Hassan Abdallah, diretor e CEO da Mox e Dotcell.**

A oportunidade única de poder mostrar os produtos para os clientes de todo o País é que faz Mox e Dotcell voltarem há 13 anos à Eletrolar Show. “Aqui podemos sentar com o cliente e conversar ‘olho no olho’. Nenhuma reunião online ou por telefone substitui esse tipo de interação, que funciona muito bem na hora de vender e conquistar o cliente”, completou Hassan. ■■

*Despite being large, they come with a handle, so they can be taken anywhere,” said **Hassan Abdallah, director and CEO of Mox and Dotcell.***

*The unique opportunity to showcase products to customers from all over the country is what has kept Mox and Dotcell coming back to the Eletrolar Show for 13 years. “Here we can sit down with the customer and talk ‘face to face’. No online or telephone meeting can replace this type of interaction, which works very well when it comes to selling and winning over customers,” added Hassan. ■■*



**HASSAN ABDALLAH,**  
**DIRETOR E CEO**  
DIRECTOR AND CEO





**JOSÉ OLACYR,**  
SÓCIO E DIRETOR COMERCIAL  
PARTNER AND COMMERCIAL DIRECTOR

**Atendimento abrange empresas de todos os portes.**

*Service covers companies of all sizes.*



## NLG COMEX: PROCESSO PORTA A PORTA MAIS FÁCIL

*NLG COMEX: EASIER DOOR-TO-DOOR PROCESS*

A empresa, que presta **assessoria e consultoria em comércio exterior**, está há 21 anos no mercado e faz todo o processo porta a porta, ou seja, desde a procura de grandes fornecedores chineses até o transporte da mercadoria ao Brasil. “Nossas grandes vantagens são a desburocratização do processo aduaneiro e a garantia do transporte”, contou **José Olacyr, sócio e diretor comercial da NLG Comex.**

No currículo da empresa, que atende importadores e exportadores de todos os portes, principalmente médios e pequenos, está a liberação de cargas do Cirque du Soleil e da Fórmula 1. A NLG também dá ênfase aos que querem importar pela primeira vez, disse José. “A Eletrolar Show é uma feira importante, tem muitos clientes em potencial. Nosso objetivo é aumentar o número deles e a frequência na tratativa.” ■■

The company, which provides foreign **trade advisory and consulting services**, has been in the market for 21 years and handles the entire door-to-door process, that is, from finding large Chinese suppliers to transporting the goods to Brazil. “Our biggest advantages are the reduction of bureaucracy in the customs process and the guarantee of transportation,” said **José Olacyr, partner and commercial director at NLG Comex.**

The company, which serves importers and exporters of all sizes, mainly medium and small ones, has already cleared cargo for Cirque du Soleil and Formula 1. NLG also places emphasis on those who want to import for the first time, said José. “The Eletrolar Show is an important fair, with many potential customers. Our goal is to increase the number of them and the frequency of dealings.” ■■



**Empresa fez mais de 15 lançamentos na feira.**

*Company launched more than 15 products at the fair.*



**NATALYE FARIAS,**  
GERENTE DE MARKETING  
MARKETING MANAGER

## NOVA DIGITAL: SOLUÇÕES PARA AUTOMAÇÃO RESIDENCIAL

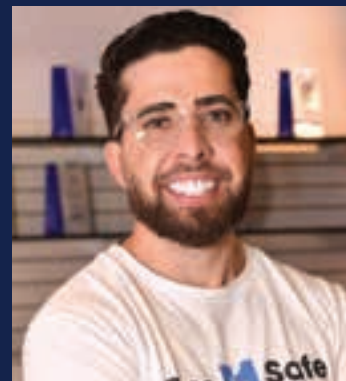
*NOVA DIGITAL: SOLUTIONS FOR HOME AUTOMATION*

**A** **Nova Digital**, focada em automação residencial, trouxe mais de 15 lançamentos para a Eletrolar Show 2024, sua terceira participação no evento. “Nossa intenção foi oferecer tudo para uma pessoa automatizar qualquer coisa na sua casa”, disse **Natalye Farias, gerente de marketing da empresa**. O principal destaque foi a **linha N Power de carregadores para carros elétricos**, já adaptados ao padrão brasileiro, com um recurso que permite ver o estágio de carregamento do automóvel pelo celular, usando um aplicativo.

Na feira, a empresa mostrou ainda soluções para automação de iluminação, cortinas, câmeras e fechaduras inteligentes. A Nova Digital foi ao evento para encontrar clientes de longa data, para chegar a mais pessoas e ampliar o reconhecimento de sua marca. “Temos sete anos de mercado. Estamos tentando nos consolidar a cada ano, e a Eletrolar Show está ajudando bastante”, contou Natalye. ■■

**N**ova Digital, focused on home automation, brought more than 15 new products to the Eletrolar Show 2024, its third participation in the event. “Our intention was to offer everything a person needs to automate anything in their home,” said **Natalye Farias, the company’s marketing manager**. The main highlight was the **N Power line of chargers for electric cars**, already adapted to the Brazilian standard, with a feature that allows you to see the car’s charging status on your cell phone, using an app.

At the fair, the company also showed solutions for lighting automation, curtains, cameras and smart locks. Nova Digital went to the event to meet long-standing customers, to reach more people and increase its brand recognition. “We have been in the market for seven years. We are trying to consolidate ourselves every year, and the Eletrolar Show is helping a lot,” said Natalye. ■■



**FELIPE GUIMARÃES,**  
COFUNDADOR  
CO-FOUNDER

**Empresa apresentou produtos e serviços.**

*Company showcases products and services.*

## ONE SAFE LANÇOU PROGRAMA DE GARANTIA DE PRODUTOS

### ONE SAFE LAUNCHES PRODUCT WARRANTY PROGRAM

Em sua primeira participação na Eletrolar Show, a atacadista **One Safe** movimentou o estande com a apresentação de **produtos e serviços**, além de atividades, como o sorteio de acessórios para celular entre lojistas visitantes. O lançamento do programa de **garantia para telas de quatro linhas de iPhone** foi o grande destaque. "A blindagem é garantida por quatro meses. Se trincar ou quebrar, a tela é substituída", explicou o **cofundador da empresa, Felipe Guimarães**.

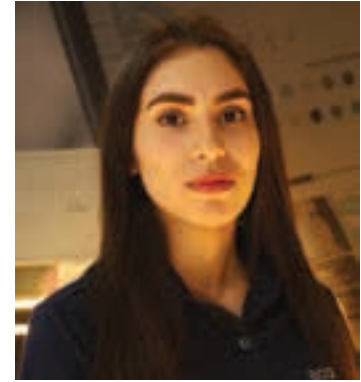
A mesma garantia é dada para a **proteção de duas ou três lentes de câmeras de celular iPhone**. Outro lançamento foi a **case protetora para celular**, que também tem garantia de quatro meses para a parte traseira. No estande, Felipe compartilhou seu conhecimento na gestão das seis lojas da rede MeuCelular.com. "Oferecemos aos lojistas uma aula sobre vendas, com dicas quanto ao atendimento, preferências dos clientes e otimização de vendas", contou. ■■

In its first appearance at the Eletrolar Show, wholesaler **One Safe** mobilized its booth to showcase **products and services**, as well as activities such as a raffle for cell phone accessories among visiting retailers. The highlight was the launch of the **warranty program for screens on four iPhone lines**. "The shielding is guaranteed for four months. If it cracks or breaks, the screen is replaced," explained the **company's co-founder, Felipe Guimarães**.

The same warranty is given to **protect two or three iPhone camera lenses**. Another launch was the **protective case for cell phones**, which also has a four-month warranty for the back. At the booth, Felipe shared his knowledge of managing the six stores in the MeuCelular.com chain. "We offer retailers a sales class, with tips on customer service, customer preferences and sales optimization," he said. ■■

## ONIX BOOX BRASIL: FRETE GRÁTIS PARA TODO O PAÍS

ONIX BOOX BRASIL: FREE SHIPPING TO THE WHOLE COUNTRY



**YASMIN SILVA,**  
REPRESENTANTE COMERCIAL  
SALES REPRESENTATIVE

**Empresa expôs dispositivos de leitura com dois anos de garantia.**

*The company exhibited reading devices with a two-year warranty.*

**A** **Onix Boox Brasil** lançou o **dispositivo para leitura Mira Pró**, compatível com o sistema Android, que utiliza tinta digital preta e branca e não emite luz azul, o que protege a saúde dos olhos. Lançou, também, o **Go Color, dispositivo em cores para quem gosta de quadrinhos**, que pode ser utilizado na vertical e na horizontal. “Nossos diferenciais são a qualidade e o compromisso com o cliente, tanto que oferecemos dois anos de garantia em todos os produtos e entregamos em qualquer região do Brasil sem custos adicionais”, disse **Yasmin Silva, representante comercial da empresa**.

Expositora pela primeira vez na Eletrolar Show, a Onix Boox Brasil elogiou a organização da feira. “Gostamos muito da disposição dos estandes e da diversidade de produtos que encontramos aqui. Certamente, voltaremos no próximo ano para aumentar a nossa visibilidade no mercado brasileiro”, afirmou Yasmin. Em agosto, a marca completou um ano atuação no País. ■■

**O** **nix Boox Brasil** launched the **Mira Pró reading device**, compatible with the Android system, which uses black and white digital ink and does not emit blue light, which protects eye health. It also launched the **Go Color, a color device for comic book lovers**, which can be used vertically and horizontally. “Our distinguishing features are quality and commitment to the customer, so much so that we offer a two-year warranty on all products and deliver to any region of Brazil at no additional cost,” said **Yasmin Silva, the company’s sales representative**.

A first-time exhibitor at the Eletrolar Show, Onix Boox Brasil praised the organization of the fair. “We really liked the layout of the booths and the diversity of products we found here. We will certainly return next year to increase our visibility in the Brazilian market,” said Yasmin. In August, the brand completed one year of operations in the country. ■■



**CAMILLI SOUZA,**  
GERENTE DE MARKETING  
MARKETING MANAGER

## PEINING: CONTATO DIRETO COM OS CLIENTES

*PEINING: DIRECT CONTACT WITH CUSTOMERS*

**Empresa expôs linha atualizada de produtos.**

*Company exhibited updated product line.*

Com um portfólio de produtos que inclui **desde caixas de som e estabilizadores de imagem até compressores de ar automatizados para pneus, boias e bolas**, a Peining participou da Eletrolar Show pela segunda vez em 2024. "Tivemos grandes resultados no ano passado, então voltamos e já estamos reservando nosso lugar na próxima edição", contou **Camilli Souza, gerente de marketing da empresa**.

Dentre as novidades que a Peining mostrou na feira estavam um **power bank de 50 mil miliampères-hora**, suficiente para mais de dez cargas completas de bateria de celular. "Nosso diferencial, além dos produtos, é a comunicação direta com os clientes", disse Camilli. A empresa mantém contato com seus consumidores pelo Instagram e compartilha vídeos curtos pelas redes sociais para auxiliar seus parceiros na divulgação dos produtos. ■■

With a product portfolio that includes **everything from speakers and image stabilizers to automated air compressors for tires, buoys and balls**, Peining participated in the Eletrolar Show for the second time in 2024. "We had great results last year, so we came back and are already reserving our place in the next edition", said **Camilli Souza, the company's marketing manager**.

Among the new products that Peining showed at the fair was a **50,000 milliampere-hour power bank**, enough for more than ten full cell phone battery charges. "Our differential, in addition to the products, is the direct communication with customers", said Camilli. The company maintains contact with its consumers through Instagram and shares short videos on social media to help its partners promote the products. ■■



## PEJE EXPÔS PRODUTOS PARA O BEM-ESTAR

PEJE DISPLAYED WELL-BEING PRODUCTS

### Lançamentos incluíram itens inteligentes.

Launches included smart items.

A **Peje** destacou o anel **Smart Ring**, com monitor cardíaco, de glicemia, oxigênio e sono, e bateria para até sete dias. É conectado ao celular. Lançou o **Smartwatch ZW Ultra 9S** com monitor de saúde, tela colorida, microfone, contador de passos e outras funções. Expôs, também, o **Crystal Clear Sound**, fone de ouvido inteligente, resistente à água, com cancelamento de ruído ambiental e conectado ao celular. A empresa é voltada ao bem-estar e ao incentivo à prática esportiva, afirmou o **proprietário, Jinhe Zuo**. "Por isso, o nosso slogan é: mais do que um produto, uma mudança de estilo de vida."

Em sua primeira participação na Eletrolar Show, a Peje, que está há dois anos no Brasil, considerou os resultados obtidos na feira como muito positivos, contou Jinhe. "Nossas expectativas foram atingidas, pois mostramos a empresa para um número muito maior de possíveis clientes." ■■



JINHE ZUO,  
PROPRIETÁRIO  
OWNER

**P**eje highlighted the **Smart Ring**, with a heart rate, blood sugar, oxygen and sleep monitor, and a battery that lasts up to seven days. It connects to a cell phone. It launched the **Smartwatch ZW Ultra 9S** with a health monitor, color screen, microphone, step counter and other functions and also exhibited the **Crystal Clear Sound**, smart, water-resistant headphones with environmental noise cancellation that connect to a cell phone. The company is focused on well-being and encouraging the practice of sports, said the **owner, Jinhe Zuo**. "That's why our slogan is: more than a product, a change in lifestyle."

In its first participation in the Eletrolar Show, Peje, which has been in Brazil for two years, considered the results obtained at the fair to be very positive, said Jinhe. "Our expectations were met, because we showed the company to a much larger number of potential customers." ■■



**EILEEN TAN,**  
CEO



## PELADN VEIO PARA CONQUISTAR CLIENTES

*PELADN CAME TO WIN CUSTOMERS*

**As placas de vídeo foram o principal destaque da marca no evento.**

*The video cards were the brand's main highlight at the event.*

“**N**esta primeira vez expondo na Eletrolar Show, viemos com o propósito de conquistar pelo menos 80 clientes em quatro dias de evento”, disse **Eileen Tan, CEO da Peladn**. As **placas de vídeo**, que servem para processar imagens gráficas pesadas de videogame e programas profissionais de edição de vídeo e animação, foram o principal destaque da companhia durante a feira.

De acordo com Eileen, a **Peladn** aposta em criar placas com design próprio para conseguir se diferenciar dos concorrentes. “Por dentro nossos produtos são semelhantes aos de outras marcas, mas por fora são únicos, não têm igual no mercado. Além de clientes, agora queremos ter um representante da marca aqui no Brasil.” ■■

“**T**his is our first time exhibiting at the Eletrolar Show, and we came with the purpose of winning at least 80 customers over the four days of the event,” said **Eileen Tan, CEO of Peladn**. The **video cards**, which are used to process heavy graphics for video games and professional video editing and animation programs, were the company's main highlight during the fair.

According to Eileen, **Peladn** is betting on creating cards with its own design to differentiate itself from its competitors. “On the inside, our products are similar to those of other brands, but on the outside they are unique, they have no equal in the market. In addition to customers, we now want to have a representative of the brand here in Brazil.” ■■

# PINENG QUER RETOMAR LIDERANÇA EM POWER BANKS

PINENG WANTS TO REGAIN LEADERSHIP IN POWER BANKS

Com 15 anos de mercado, empresa expôs carregadores para carros elétricos.

With 15 years in the market, the company exhibited chargers for electric cars.



RAY ZHANG,  
REPRESENTANTE DE VENDAS  
SALES REPRESENTATIVE

Após uma ausência de 13 anos, a **Pineng** voltou à Eletrolar Show em 2024 para sua segunda participação. Segundo **Ray Zhang, representante de vendas**, o objetivo foi reforçar a oferta tanto de **power banks** – a especialidade da empresa – quanto de seus novos **carregadores para carros elétricos**. “Temos diversas opções de capacidade, carregamento rápido e carregamento sem fio”, ressaltou Ray.

Fundada em 2009, a empresa chegou a ser a principal fornecedora de power banks para o mercado brasileiro, mas acabou perdendo espaço ao longo da década anterior. Para Ray, a presença na feira foi um esforço para retomar a liderança. “Queremos reconstruir a nossa marca e estamos buscando contato com clientes e distribuidores locais.” ■■

After a 13-year absence, **Pineng** returned to the Eletrolar Show in 2024 for its second participation. According to **Ray Zhang, the company's sales representative**, the objective was to reinforce the offer of both **power banks** – the company's specialty – and its new **chargers for electric cars**. “We have several capacity options, fast charging and wireless charging”, highlighted Ray.

Founded in 2009, the company was once the main supplier of power banks for the Brazilian market, but ended up losing ground over the previous decade. For Ray, the presence at the fair was an effort to regain leadership. “We want to rebuild our brand and we are seeking contact with local customers and distributors.” ■■



**DANIEL ANDREATI,**  
DIRETOR-EXECUTIVO  
EXECUTIVE DIRECTOR

## PÓLO CLIMA ESTREOU COM A LINHA ECOLOGY

*PÓLO CLIMA DEBUTS WITH THE ECOLOGY LINE*

**Fabricante nacional lançou linha de climatizadores portáteis.**

*National manufacturer has launched a line of portable air coolers.*

**A** **Pólo Clima** estreou na Eletrolar Show com a **linha Ecology de climatizadores portáteis, destacando os modelos de 45 e 70 litros.** Os produtos são direcionados aos mercados residencial e comercial de pequeno porte. “Nosso climatizador é totalmente fabricado no Brasil, com componentes nacionais, garantindo alta qualidade e economia de energia”, disse o **diretor-executivo Daniel Andreati.** A empresa tem 25 anos de experiência no segmento industrial.

Equipados com motores WEG brasileiros, os climatizadores evaporativos prometem baixo ruído e eficiência energética até 30% superior aos concorrentes importados. “A demanda por climatização vem crescendo, e estamos prontos para atender os clientes com produtos de alta qualidade.” Com duas fábricas no país, uma em São Paulo e outra no Mato Grosso do Sul, a Pólo Clima quer expandir sua atuação no nicho residencial com soluções inovadoras e sustentáveis. ■■

**P**ólo Clima debuted at the Eletrolar Show with the **Ecology line of portable air coolers, highlighting the 45 and 70 liter models.** The products are aimed at the residential and small commercial markets. “Our air conditioner is entirely manufactured in Brazil, with national components, ensuring high quality and energy savings”, said **executive director Daniel Andreati.** The company has 25 years of experience in the industrial segment.

Equipped with Brazilian WEG motors, the evaporative air conditioners promise low noise and energy efficiency up to 30% higher than imported competitors. “The demand for air conditioning has been growing, and we are ready to serve customers with high quality products.” With two factories in the country, one in São Paulo and another in Mato Grosso do Sul, Pólo Clima wants to expand its operations in the residential niche with innovative and sustainable solutions. ■■

## POTENCIAL SUPRIMENTOS: GABINETES GAMER

POTENCIAL SUPRIMENTOS: GABINETES GAMER

**Feira gerou proximidade entre a empresa e novos clientes.**

*Feira gerou proximidade entre a empresa e novos clientes.*



**RENATO MORENO,**  
CEO



Criada em 2004 inicialmente para cuidar da reciclagem de cartuchos de toner, hoje a **Potencial Suprimentos** compra e revende impressoras e peças para manutenção dessas máquinas, além de periféricos como mouse e papel fotográfico. Como destaque, a marca trouxe **gabinetes gamer** para a feira. “Com design diferenciado, nossos gabinetes apresentam diversas opções de configuração”, disse **Renato Moreno, CEO da empresa**.

Depois de conquistar bons resultados no ano passado, quando dividia espaço com outra marca, a companhia decidiu investir em um estande próprio em 2024 para se aproximar ainda mais de possíveis novos clientes. “Vimos com a expectativa de fechar parcerias, bem como ampliar o número de negócios. Também participamos para escutar de perto os nossos clientes”, completou Renato. ■■

Initially created in 2004 to handle the recycling of toner cartridges, today **Potencial Suprimentos** buys and resells printers and parts for the maintenance of these machines, in addition to peripherals such as mice and photo paper. As a highlight, the brand brought **gamer CPUs** to the fair. “With a unique design, our cases offer several configuration options,” said **Renato Moreno, CEO of the company**.

After achieving good results last year, when it shared the space with another brand, the company decided to invest in its own booth in 2024 to get even closer to potential new customers. “We came with the expectation of forming partnerships, as well as increasing the number of businesses. We also participated to listen closely to our customers,” added Renato. ■■



**MÔNICA HUI,**  
GERENTE COMERCIAL  
SALES MANAGER



## POsher: PROTEÇÃO RFID NOS PRODUTOS

*POsher: RFID PROTECTION IN PRODUCTS*

**Marca apresentou 35 modelos de mochila na feira.**

*The brand presented 35 backpack models at the fair.*

#ES2024

Expositora da Elettrolar Show pela segunda vez, a **Posher lançou produtos que têm o RFID como diferencial**. “É uma proteção para o cartão de crédito, ela não permite a captura dos dados do titular”, explicou **Mônica Hui, gerente comercial da empresa**. As **mochilas**, com design funcional, são feitas de tecido resistente à água, contam com bolso secreto e várias divisórias para facilitar o uso no dia a dia.

São 35 modelos de mochilas, em cores sóbrias, que têm como público-alvo executivos e universitários. Oferece garantia de um ano. “A marca é a mais disseminada no Brasil. Esperamos aumento de vendas de 50% neste ano em relação a 2023”, disse Mônica. Em novembro próximo, a Posher lança uma **linha de malas** de viagem em tecido resistente, com chip interno, cadeado e cinco anos de garantia. ■■

An exhibitor at Elettrolar Show for the second time, **Posher launched products that have RFID as a differential**. “It is a protection for the credit card, it does not allow the capture of the cardholder’s data”, explained **Mônica Hui, the company’s sales manager**. The **backpacks**, with a functional design, are made of water-resistant fabric, have a secret pocket and several dividers to facilitate daily use.

There are 35 backpack models, in sober colors, aimed at executives and university students. It offers a one-year warranty. “The brand is the most widespread in Brazil. We expect a 50% increase in sales this year compared to 2023”, said Mônica. Next November, Posher will launch a **line of travel bags** in resistant fabric, with an internal chip, padlock and a five-year warranty. ■■

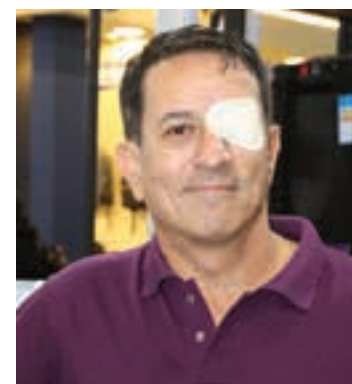


## PRAXIS ELETRODOMÉSTICOS LANÇOU 9 PRODUTOS

*PRAXIS ELETRODOMÉSTICOS LAUNCHED 9 PRODUCTS*

**Empresa investiu em pesquisa de mercado e tecnologia 100% nacional.**

*The company invested in market research and 100% national technology.*



**DENIS FORNARI,**  
DIRETOR  
DIRECTOR

**A** Praxis Eletrodomésticos lançou na feira a **lava-louças portátil, de quatro serviços, uma máquina inédita no mercado**, desenvolvida com tecnologia totalmente brasileira. "As pesquisas mostraram a necessidade de produtos mais compactos nos dias atuais. Apostamos muito na marca", contou **Denis Fornari, diretor da empresa**, cujas fábricas estão localizadas em Taubaté (SP) e em Cachoeiras (MG).

Na 17ª Eletrolar Show, lançou, também, **climatizador quente/frio**, de 20 litros, e **lavadoras de roupas semiautomáticas**, as menores do Brasil, que consomem 50% menos água que as tradicionais e giram para os dois lados sem parar um minuto. "Também acreditamos muito nessa linha e na revigoração do mercado", disse Denis. Outros lançamentos foram a **secadora de roupas digital** e o **ventilador USB**. ■■

**P** Praxis Eletrodomésticos launched a portable **four-service dishwasher at the fair, a machine that is new to the market** and developed with entirely Brazilian technology. "The research showed the need for more compact products today. We are very confident in the brand," said **Denis Fornari, director of the company**, whose factories are in Taubaté (SP) and Cachoeiras (MG).

At the 17<sup>th</sup> Eletrolar Show, the company also launched a **20-liter hot/cold air cooler** and **semi-automatic washing machines**, the smallest in Brazil, which consume 50% less water than traditional ones and spin in both directions without stopping for a minute. "We also believe a lot in this line and in the reinvigoration of the market," said Denis. Other launches included the digital clothes dryer and the USB fan. ■■

## Empresa expande a atuação com a fabricação de cortes de metal.

*Company expands its operations with the manufacture of metal cuttings.*



**RADHARANY SERRANO,**  
GESTORA COMERCIAL  
SALES MANAGER



## PUMATEK: MIGRAÇÃO PARA A LINHA BRANCA

*PUMATEK: MIGRATION TO THE WHITE LINE*

Fundada em 2018, no estado de Santa Catarina, a **Pumatek** é especializada em **usinagem técnica e confecção de matrizes, punções, talhadeiras e outros materiais e acessórios para a indústria metal mecânica**. A empresa tem, também, clientes no México e atua, principalmente, no ramo automotivo. Agora, expande a atuação com a fabricação de **cortes de placas de metal para a produção de geladeiras e fogões**, entre outros produtos da categoria.

**Gestora comercial da marca, Radharany Serrano**, disse o que levou a empresa a expor na feira: “Viemos para conhecer a necessidade do mercado e nos planejar para o fornecimento futuro. Sabíamos que, aqui, encontraríamos os principais fabricantes, isso aumentou a nossa visibilidade, ficamos impressionados”. Um diferencial da marca é ter o **menor prazo do mercado**, **disse Radharany**. “Enquanto a maior parte das empresas pede 60 dias para a produção e entrega, a Pumatek faz isso em 25 dias corridos.” A empresa planeja voltar à feira no próximo ano com uma gama maior de produtos. ■■

Founded in 2018, in the state of Santa Catarina, **Pumatek** specializes in **technical machining and the manufacture of dies, punches, cutters and other materials and accessories for the metalworking industry**. The company also has clients in Mexico and operates mainly in the automotive sector. Now, it is expanding its operations with the manufacture of **metal plate cuttings for the production of refrigerators and stoves**, among other products in the category.

**The brand's commercial manager, Radharany Serrano**, said what led the company to exhibit at the fair: “We came to learn about the market's needs and plan for future supply. We knew that we would find the main manufacturers here, this increased our visibility, we were impressed”. One of the brand's distinguishing features is having the **shortest lead time in the market**, **said Radharany**. “While most companies require 60 days for production and delivery, Pumatek does it in 25 calendar days.” The company plans to return to the fair next year with a wider range of products. ■■



## QCY: FONES DE OUVIDO E SMARTWATCHES

QCY: HEADPHONES AND SMARTWATCHES

### Headphone H3 e linha de relógios inteligentes em destaque.

*H3 headphones and line of smart watches are in the spotlight.*

**A** QCY apresentou suas mais recentes inovações em fones de ouvido, como o **headphone H3, com 43 decibéis de cancelamento de ruído e certificação high-res áudio**. “Esse é um grande diferencial para quem busca alta qualidade de som e isolamento”, afirmou o **gerente de vendas, Diego Alexandre**. O modelo foi exposto em cinco cores.

No estande, também se destacaram os **smartwatches, desde a linha de entrada até a premium**, com tela AMOLED e mais de 100 modos esportivos, todos integrados ao aplicativo da marca. Diego ressaltou a receptividade dos visitantes da feira. “Muitos lojistas se interessaram em representar a QCY em lojas físicas, criando pontos de venda focados na nossa marca.” Esse interesse, segundo ele, complementa a já forte presença da marca no mercado online. ■■



**DIEGO ALEXANDRE,**  
GERENTE DE VENDAS  
SALES MANAGER

**Q** CY presented its latest innovations in headphones, such as the **H3 headphones, with 43 decibels of noise cancellation and high-res audio certification**. “This is a great differentiator for those looking for high-quality sound and isolation,” said **sales manager Diego Alexandre**. The model was on display in five colors.

The booth also featured **smartwatches, from the entry-level to the premium line**, with AMOLED screens and more than 100 sports modes, all integrated with the brand's app. Diego highlighted the receptiveness of visitors to the fair. “Many retailers were interested in representing QCY in physical stores, creating points of sale focused on our brand.” This interest, according to him, complements the brand's already strong presence in the online market. ■■



**MATT ZHUANG,**  
DIRETOR DE VENDAS  
SALES DIRECTOR



## QISHUN INNOVATION: FONES DE OUVIDO MONSTER E TRANSFORMER

QISHUN INNOVATION: MONSTER AND TRANSFORMER HEADPHONES

### Empresa detém a licença das duas marcas.

*The company holds the license for both brands.*

Laançou **fones de ouvido** em diversos modelos. "O produto mais inovador é o **Ear Clip Type**, intra-auricular, que é Bluetooth. Pelo seu design diferenciado, se adapta melhor à orelha, podendo ser utilizado por mais tempo. É ideal para viagens e prática de esportes, pois não se desloca nem faz pressão", disse **Matt Zhuang, diretor de vendas da Qishun Innovation Technology Development Co. LTD.**

Outro lançamento em fones de ouvido, com a marca **Transformer TF-T01**, é de metal e se destaca pelo design e estilo. É Bluetooth e tem baixa latência. Também pode ser usado como item de decoração para os fãs dos robôs. Lançou, ainda, os **fones de ouvido da Monster, Bluetooth TWS**, sem fio, para uso com música ou gamer. "O movimento em nosso estande na feira foi acima do esperado, assim como o contato com possíveis clientes", avaliou Matt. ■■

It launched **headphones** in several models. "The most innovative product is the **Ear Clip Type**, in-ear, which is Bluetooth. Due to its unique design, it adapts better to the ear and can be used for longer. It is ideal for traveling and playing sports, as it does not move or exert pressure," said **Matt Zhuang, sales director of Qishun Innovation Technology Development Co. LTD.**

Another new headphone launch, under the **Transformer TF-T01** brand, is made of metal and stands out for its design and style. It is Bluetooth and has low latency. It can also be used as a decorative item for robot fans. It also launched **Monster headphones, Bluetooth TWS**, wireless, for use with music or gaming. "The movement at our booth at the fair was higher than expected, as was the contact with potential customers," assessed Matt. ■■



**Retorno da marca incluirá produtos de linha branca e marrom até 2025.**

*The brand's return will include white and brown goods by 2025.*



**BRUNO ESTEVE,**  
DIRETOR GLOBAL DE MARCA  
GLOBAL BRAND DIRECTOR

## RCA VOLTA AO BRASIL E DESTACA TVs

*RCA RETURNS TO BRAZIL AND HIGHLIGHTS TVs*

**A** **RCA**, empresa de televisores que já atuou no Brasil, aproveitou a Eletrolar Show para anunciar seu retorno ao mercado nacional. De acordo com **Bruno Esteve, diretor global de marca**, a empresa trará **televisores, aparelhos de som, computadores e itens das linhas branca e marrom** em 2025. "Os primeiros produtos devem estar disponíveis ainda em 2024 para a Black Friday, e a maioria no começo do ano que vem", disse.

Os **televisores da RCA** trarão tecnologias novas, como MiniLED, QLED e OLED. No evento, a empresa buscou se aproximar de varejistas para apresentar seus produtos e avaliar oportunidades de distribuição. "Temos recebido um feedback muito bom, porque ainda há algum conhecimento da marca RCA. A Eletrolar Show tem muitos visitantes, e o contato com eles é uma experiência muito boa para nós", acrescentou. ■■

**R** **CA**, a television company that has already operated in Brazil, took advantage of the Eletrolar Show to announce its return to the national market. According to **Bruno Esteve, global brand director**, the company will bring **televisions, stereos, computers and white and brown goods** in 2025. "The first products should be available in 2024 for Black Friday, and most of them at the beginning of next year," he said.

**RCA's televisions** will feature new technologies, such as MiniLED, QLED and OLED. At the event, the company sought to approach retailers to present its products and evaluate distribution opportunities. "We have received very good feedback, because there is still some knowledge of the RCA brand. The Eletrolar Show has many visitors, and contact with them is a very good experience for us," he added. ■■



**DANIMAR MICHELS,**  
GERENTE COMERCIAL  
SALES MANAGER



## REALCE: NOVO FOGÃO TEM FORNO DE 94 LITROS

*REALCE: NEW STOVE HAS 94-LITER OVEN*

**Empresa trabalha com as linhas econômica e premium.**

*The company works with the economy and premium lines.*

Expositora da feira pela segunda vez, a **Realce** lançou **cooktops com quatro e cinco bocas** e tripla chama no acendedor principal. E mais o **Ares Timer Glass, fogão de piso**, com timer digital, queimador principal com tripla chama, puxador escovado e forno de 94 litros, o que traz praticidade e funcionalidade na hora de cozinhar. Além desses produtos, expôs seus tradicionais **fogões de piso e industriais, e fornos elétricos**. Com 22 anos de história, a empresa de Santa Catarina exporta seus produtos para 32 países da América do Sul e da África do Sul.

“Viemos pela primeira vez à feira no ano passado e obtivemos ótimos resultados. Voltamos neste ano com novidades, pois queremos mostrar o nosso diferencial, que é a qualidade dos produtos, e assim dar mais visibilidade à marca”, disse **Danimar Michels, gerente comercial da empresa**. A Realce trabalha com **as linhas econômica e premium** para atender diversos públicos e vê na Eletrolar Show uma oportunidade de expansão e de aproximação com os clientes. “É o lugar ideal para estreitar laços com nossos compradores e fechar novos negócios”, afirmou Danimar. ■■

Exhibiting at the fair for the second time, **Realce** launched **cooktops with four and five burners** and triple flame on the main igniter. And also, the **Ares Timer Glass, a floor-standing stove** with a digital timer, triple flame main burner, brushed handle and 94-liter oven, which brings practicality and functionality when cooking. In addition to these products, it exhibited its traditional **floor-standing and industrial stoves, and electric ovens**. With 22 years of history, the company from Santa Catarina exports its products to 32 countries in South America and South Africa.

“We came to the fair for the first-time last year and had great results. We returned this year with new products, because we want to show what sets us apart, which is the quality of our products, and thus give more visibility to the brand”, said **Danimar Michels, the company’s sales manager**. Realce works with **economy and premium lines** to serve different audiences and sees the Eletrolar Show as an opportunity to expand and get closer to its customers. “It’s the ideal place to strengthen ties with our buyers and close new deals,” said Danimar. ■■

De 23 a 26 de Junho | 2025  
Novo Distrito Anhembi  
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**

Patrocinada por  
**azuloplay**  
Feiras e Eventos

Parceira Oficial  
**ELETROLAR**

Parceira Oficial  
**eletrorshow**  
ALL CONNECTED

Parceira Oficial  
**LATIN AMERICAN ELECTRONICS**

Parceira Oficial  
**LIGHTING SHOW**

Parceira Oficial  
**eletrocar**

Parceira Oficial  
+55 (11) 2807-4848  
contato@eletrorshow.com.br  
www.eletrorshow.com.br

Patrocinador  
**ANASSA**

Patrocinador  
**abree**

Patrocinador  
**ACIER**

Patrocinador  
**ELETROS**

Patrocinador  
**GREENSHOW**

Patrocinador  
**GREENSHOW**

Patrocinador  
**GREENSHOW**

Patrocinador  
**LIBRAFE**

Patrocinador  
**UNICEF**

Patrocinador  
**UNICEF**

Patrocinador  
**SINDICATO**

Patrocinador  
**SINDICATO**



## ROCK SPACE: PROTEÇÃO E PERSONALIZAÇÃO

*ROCK SPACE: PROTECTION AND CUSTOMIZATION*

**Em destaque, soluções focadas em acessórios para smartphones.**

*The highlight was solutions focused on smartphone accessories.*

Com um estande moderno na área nobre da feira, a **Rock Space** apresentou as novas gerações de **máquinas de proteção de tela e de personalização de capas de celulares**. “Fomos pioneiros em oferecer uma solução que eliminou a necessidade de manter um estoque de películas para diversos modelos de celulares, e continuamos a inovar constantemente”, disse o **diretor comercial da empresa, Hicham Hamze**.

A **mini recortadora de películas ZV1** chamou a atenção por seu design compacto. “É a solução ideal para quiosques e lojas pequenas, oferecendo uma forma prática e econômica de cortar películas para qualquer modelo de celular”, explicou Hamze. E a **Personal Case** possibilita a personalização de capas de celular com qualquer imagem desejada, combinando rapidez, praticidade e alta qualidade.

A Rock Space atraiu um grande número de visitantes ao seu estande expondo uma variedade de acessórios para smartphones, como **cabos, carregadores e suportes**. Outro destaque foi a tecnologia de som direcional OWS presente nos **novos fones de ouvido**, que permitem que os usuários ouçam o ambiente ao redor sem perder a qualidade sonora. ■■

With a modern booth in the prime area of the fair, **Rock Space** presented the new generations of **screen protection and cell phone case customization machines**. “We were pioneers in offering a solution that eliminated the need to keep a stock of films for various cell phone models, and we continue to innovate constantly,” said the **company’s commercial director, Hicham Hamze**.

The **ZV1 mini film cutter** drew attention for its compact design. “It is the ideal solution for kiosks and small stores, offering a practical and economical way to cut films for any cell phone model,” explained Hamze. And the **Personal Case** allows the customization of cell phone cases with any desired image, combining speed, practicality and high quality.

Rock Space attracted many visitors to its standby exhibiting a variety of smartphone accessories, such as **cables, chargers and holders**. Another highlight was the **OWS directional sound technology** present in the **new headphones**, which allows users to hear the surrounding environment without losing sound quality. ■■



**HICHAM HAMZE,**  
**DIRETOR COMERCIAL**  
*COMMERCIAL DIRECTOR*



## RUNMEFIT: PRECISÃO E PREÇOS COMPETITIVOS

*RUNMEFIT: PRECISION AND COMPETITIVE PRICES*



**DAVID WEI,**  
GERENTE DE MARKETING  
MARKETING MANAGER

**Smartwatches e rastreadores fitness foram destaques.**

*Smartwatches and fitness trackers were highlights.*

**E**streante na Eletrolar Show, a **RunmeFit**, marca chinesa de dispositivos para monitoramento da saúde e atividade física, expôs novidades, como o **smartwatch GTS7 Pro**, que tem tela de 2.0", coroa e botão de atalho, e o **rastreador de fitness GTL2**, equipado com assistente inteligente e funcionalidades avançadas. "Oferecemos produtos de qualidade a preços mais acessíveis em comparação com marcas famosas", afirmou o **gerente de marketing da empresa, David Wei**.

Os dispositivos da RunmeFit são conhecidos nos Estados Unidos, na Europa e no Japão, e estão chegando ao Brasil com a promessa de precisão e confiabilidade. "Para monitoramento da saúde, essas são as características mais importantes", lembrou Wei, mencionando a equipe de mais de 100 engenheiros dedicados à pesquisa e ao desenvolvimento dos produtos. A marca espera encontrar novos parceiros de negócios e expandir sua presença no mercado brasileiro. ■■

**N**ew at Eletrolar Show, **RunmeFit**, a Chinese brand of devices for monitoring health and physical activity, exhibited new products, such as the **GTS7 Pro smartwatch**, which has a 2.0" screen, crown and shortcut button, and the **GTL2 fitness tracker**, equipped with a smart assistant and advanced features. "We offer quality products at more affordable prices compared to famous brands," said the **company's marketing manager, David Wei**.

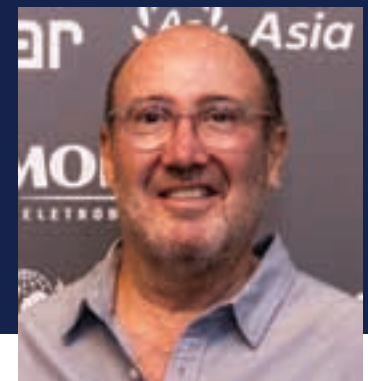
RunmeFit devices are known in the United States, Europe and Japan, and are arriving in Brazil with the promise of precision and reliability. "For health monitoring, these are the most important features," Wei said, mentioning the team of more than 100 engineers dedicated to research and development of the products. The brand hopes to find new business partners and expand its presence in the Brazilian market. ■■

# SAFEWELL: COFRES COM WI-FI E RECONHECIMENTO FACIAL

SAFEWELL: SAFE WITH WI-FI AND FACIAL RECOGNITION

Empresa buscou crescimento nas Regiões Norte e Nordeste do País.

*The company sought growth in the North and Northeast regions of the country.*



MARCOS SASSON,  
DIRETOR COMERCIAL  
COMMERCIAL DIRECTOR

A **Safewell** expôs uma **linha atualizada de cofres**. Destaque para os **modelos com reconhecimento facial, que podem ser abertos com Wi-Fi por meio do celular**. “Ninguém mais tem cofres com essas características, os que estão no mercado são digitais simples, e o nosso é o único que dá garantia de um ano, reposição de chaves extraviadas e assistência técnica com peças originais. O cofre não é só para dinheiro, ele serve para guardar documentos, joias e qualquer coisa importante”, afirmou **Marcos Sasson, diretor comercial da Safewell no Brasil**.

Em sua terceira participação como expositora, na Eletrolar Show, a empresa também mostrou **modelos de cadeados sem chaves**, com travas biométricas, que registram até 20 impressões digitais diferentes. Para Sasson, a participação no evento ajudou a captar mais clientes de fora da Região Sudeste. “Em especial, nas Regiões Norte e Nordeste”, contou. ■■

**Safewell** exhibited an **updated line of safes**. The highlight was the **models with facial recognition, which can be opened with Wi-Fi via a cell phone**. “No one has safes with these features anymore. The ones on the market are simple digital ones, and ours is the only one that offers a one-year warranty, replacement of lost keys, and technical assistance with original parts. The safe is not just for money; it can be used to store documents, jewelry, and anything else important,” said **Marcos Sasson, commercial director at Safewell in Brazil**.

In its third participation as an exhibitor at the Eletrolar Show, the company also showed **models of keyless padlocks** with biometric locks that record up to 20 different fingerprints. For Sasson, participating in the event helped attract more customers from outside the Southeast region. “Especially in the North and Northeast regions,” he said. ■■



**KENNEDI FERRARI,**  
DIRETOR  
DIRECTOR



## SELOVAC: PIONEIRISMO EM EMBALAGENS A VÁCUO

*SELOVAC: PIONEERING IN VACUUM PACKAGING*

**Empresa se destaca pelo atendimento pós-venda e assistência permanente.**

*The company stands out for its after-sales service and ongoing support.*

**A Selovac**, empresa brasileira fundada em 1970, é pioneira na fabricação de máquinas para **embalagem a vácuo, transformadoras e seladoras**, aparelhos usados para aumentar a vida útil dos alimentos. Na feira, lançou **a linha doméstica NEO, com seladoras a vácuo e embaladoras fáceis de operar**. Os produtos otimizam o espaço das cozinhas e serão ofertados ao consumidor final. Até agora, a empresa só atuava com lojistas. Esta foi a primeira participação da Selovac na feira.

Um diferencial da empresa é o atendimento, disse o **diretor, Kennedy Ferrari**. “Nosso foco é atuar não apenas na pré, mas também no pós-venda. Assim, garantimos a fidelidade dos nossos clientes”. A Selovac tem estrutura de assistência técnica em todo o País, contou Kennedy, que gostou do resultado da feira. “Eu me surpreendi com o número de pessoas que passaram no estande para conhecer os nossos produtos. Daqui para a frente, vamos participar de todas as edições com um espaço maior e mais produtos.” ■■

**Selovac**, a Brazilian company founded in 1970, is a pioneer in the manufacture of **vacuum packaging, transforming and sealing** machines, devices used to increase the shelf life of food. At the fair, it launched the **NEO domestic line, with easy-to-operate vacuum sealers and packaging machines**. The products optimize kitchen space and will be offered to the end consumer. Until now, the company only worked with retailers. This was Selovac’s first participation in the fair.

One of the company’s distinguishing features is its service, said **director Kennedy Ferrari**. “Our focus is to act not only in the pre-sales, but also in the post-sales. This way, we guarantee the loyalty of our customers.” Selovac has a technical support structure throughout the country, said Kennedy, who was pleased with the results of the fair. “I was surprised by the number of people who came to the booth to see our products. From now on, we will participate in all editions with a larger space and more products.” ■■



**Empresa espera expandir negócios na América Latina.**

*Company hopes to expand business in Latin America.*



**PENG DAN,**  
GERENTE DE VENDAS  
SALES MANAGER

## SHADOW CROWN: TECNOLOGIA EM PROJETORES

### SHADOW CROWN: TECHNOLOGY IN PROJECTORS

**A** **Shadow Crown** apresentou na feira, como destaque, o seu **miniprojetor YG 300**, que possui conexão Bluetooth. "O equipamento é fabricado com alta tecnologia, por isso oferece mais brilho e som de alta qualidade, que são os seus diferenciais", explicou **Peng Dan, gerente de vendas da companhia**.

Expositora pela primeira vez, a empresa, que veio em busca de novos clientes e parcerias, se surpreendeu com o tamanho da feira. "Não imaginávamos que encontraríamos tantos fabricantes e clientes em um mesmo lugar. Exportamos para Estados Unidos, Canadá, Índia, Japão e México. Vimos na Eletrolar Show uma oportunidade de expandir nossos negócios para a América Latina", disse Peng. ■■

**S** **hadow Crown** presented its **YG 300 mini projector**, which has Bluetooth connectivity, as a highlight at the fair. "The equipment is manufactured with high technology, which is why it offers more brightness and high-quality sound, which are its distinguishing features," explained **Peng Dan, the company's sales manager**.

A first-time exhibitor, the company, which came in search of new customers and partnerships, was surprised by the size of the fair. "We never imagined that we would find so many manufacturers and customers in one place. We export to the United States, Canada, India, Japan and Mexico. We saw the Eletrolar Show as an opportunity to expand our business to Latin America," said Peng. ■■

## SHOPCEEP: OFERTA VARIADA DE PRODUTOS

*SHOPCEEP: VARIED PRODUCT OFFER*

**Plataforma facilita processo de compra e venda.**

*Platform facilitates the buying and selling process.*

**CAIXI CHEN,**  
REPRESENTANTE DE VENDAS  
SALES REPRESENTATIVE



**A**tuante no mercado de eletrônicos e acessórios para celulares, a **Shopceep, plataforma de vendas**, participou pela quinta vez da feira em busca de novas oportunidades de negócios e para fortalecer os laços com clientes. “A Eletrolar Show é um dos principais eventos do qual participamos. Todos os anos voltamos para reencontrar clientes e sempre temos um retorno positivo”, contou o **representante de vendas da marca, Caixi Chen**.

Há três anos a empresa, que também representa outras marcas, lançou um aplicativo para facilitar o processo de compra e venda. Na plataforma, é possível comprar e vender capas para celulares e tablets, películas, teclados, fones, suportes, cabos e carregadores, estes os mais procurados, disse Caixi. “A Eletrolar Show estimula as vendas. É o lugar ideal para quem quer encontrar novas oportunidades de negócios.” ■■

**O**perating in the electronics and cell phone accessories market, **Shopceep, a sales platform**, participated in the fair for the fifth time in search of new business opportunities and to strengthen ties with customers. “The Eletrolar Show is one of the main events we participate in. Every year we return to meet customers again and we always have positive feedback,” said the **brand’s sales representative, Caixi Chen**.

Three years ago, the company, which also represents other brands, launched an app to facilitate the buying and selling process. On the platform, it is possible to buy and sell cell phone and tablet covers, screen protectors, keyboards, headphones, stands, cables and chargers, the latter being the most sought after, said Caixi. “The Eletrolar Show stimulates sales. It is the ideal place for those who want to find new business opportunities.” ■■



## Plotter de recorte Camel 5 focou o mercado de customização.

*The Camel 5 cutting plotter focused on the customization market.*

## SILHOUETTE BRASIL: SOLUÇÕES EM PERSONALIZAÇÃO

### SILHOUETTE BRASIL: CUSTOMIZATION SOLUTIONS

**M**ais recente inovação da **Silhouette Brasil**, a **Camel 5 é uma plotter de recorte ideal para o mercado de customização e cultura maker**, que permite a personalização de diversos materiais, como papel e transfer termocolante. “É uma máquina versátil, que realmente consegue auxiliar artesãos e pequenos produtores”, disse **Paola Caeiro, gerente de marketing do grupo TS2**.

Além da Silhouette, a TS2 destacou a **xTool M1, máquina híbrida que combina corte com lâmina e gravação a laser**, ampliando as possibilidades de personalização de materiais como metal, madeira e cerâmica. “A feira representou um grande potencial de negócios para nós, permitindo expandir nosso mercado e alcançar novos segmentos”, afirmou Paola. ■■

**S**ilhouette Brasil’s latest innovation, the **Camel 5 is a cutting plotter ideal for the customization and maker culture market**, which allows for the customization of various materials, such as paper and heat-sealable transfers. “It’s a versatile machine that can really help artisans and small producers,” said **Paola Caeiro, marketing manager at TS2 group**.

In addition to the Silhouette, **TS2 highlighted the xTool M1, a hybrid machine that combines blade cutting and laser engraving**, expanding the possibilities for customizing materials such as metal, wood and ceramics. “The fair represented great business potential for us, allowing us to expand our market and reach new segments,” said Paola. ■■



**LINYA LIN,**  
GERENTE REGIONAL  
REGIONAL MANAGER

## SIXUNITED: DE NOTEBOOKS A SERVIDORES

*SIXUNITED: FROM LAPTOPS TO SERVERS*

**Empresa atua com hardware e buscou clientes sul-americanos de grande porte.**

*The company works with hardware and sought out large South American clients.*

**A** **Sixunited**, que faz **desde a pesquisa e o desenvolvimento até a fabricação de computadores**, veio à feira em busca de clientes brasileiros e de outros países da América do Sul. "Temos três fábricas na China e somos capazes de produzir para marcas grandes como Acer, Toshiba e Positivo", disse **Linya Lin, gerente regional da empresa**. Os bons resultados que obteve em 2023 motivaram a presença no evento deste ano.

Em seu estande, também deu destaque **aos notebooks** equipados com a última geração de processadores da Intel, que oferecem alguns **recursos de Inteligência Artificial**. A Sixunited trabalha, ainda, com **servidores, periféricos e aparelhos da Internet das Coisas** voltados para o controle industrial. ■■

**S** **ixunited**, which does **everything from research and development to manufacturing computers**, came to the fair in search of Brazilian clients and those from other South American countries. "We have three factories in China and are capable of producing for major brands such as Acer, Toshiba and Positivo," said **Linya Lin, the company's regional manager**. The good results it achieved in 2023 motivated its presence at this year's event.

At its booth, it also highlighted **notebooks** equipped with the latest generation of Intel processors, which offer some **Artificial Intelligence features**. Sixunited also works with **servers, peripherals and Internet of Things** devices aimed at industrial control. ■■

# eletrocar show

23-26

**Junho 2025**

Distrito Anhembi



**O FUTURO  
É AGORA!**

Acesse nosso site  
[eletrocarshow.com](http://eletrocarshow.com)  
[contato@eletrocarshow.com](mailto:contato@eletrocarshow.com)



## SKAIKY: BATERIAS PARA CELULAR HOMOLOGADAS PELA ANATEL

SKAIKY: CELL PHONE BATTERIES APPROVED BY ANATEL

### Empresa recebeu no estande executivos de toda a América Latina.

*The company welcomed executives from all over Latin America to its booth.*



**H**á 10 anos no mercado, a **Skaiky** lançou na 17ª Eletrolar Show uma **linha de baterias para celular, homologada pela Anatel, com garantia de um ano**. “É a única e a mais famosa do Brasil, passou por todos os testes”, disse **Ali Skaiky, proprietário da empresa**.

Com escritório na China, de onde exporta para vários países, entre eles Estados Unidos, a Skaiky tem representantes e seis lojas no Brasil. Hoje, disponibiliza 85 modelos de baterias, que atendem todas as marcas de celulares. O mercado informal é um desafio. “Ele é grande e não paga impostos”, diz Ali.

O proprietário da Skaiky classificou como ótima a 17ª Eletrolar Show. “A movimentação foi grande. Atendemos executivos de outros países da América Latina”, disse Ali. A empresa vai lançar uma linha de acessórios premium, que inclui capa para celular, película e um aplicativo com inteligência artificial. ■■

**H**aving been in the market for 10 years, **Skaiky** launched a **line of cell phone batteries at the 17th Eletrolar Show, approved by Anatel, with a one-year warranty**. “It is the only and most famous in Brazil, and it has passed all the tests”, said **Ali Skaiky, the company’s owner**.

With an office in China, from where it exports to several countries, including the United States, Skaiky has representatives and six stores throughout Brazil. Today, it offers 85 battery models, which meet the needs of all cell phone brands. The informal market is a challenge. “It is large and does not pay taxes”, says Ali.

The owner of Skaiky described the 17th Eletrolar Show as excellent. “There was a lot of activity. And we serve executives from other Latin American countries,” Ali said. The company will launch a line of premium accessories, which includes a cell phone case, a screen protector and an app with artificial intelligence. ■■



ALI SKAIKY,  
PROPRIETÁRIO  
OWNER



## SMA: NOVIDADES EM SMARTWATCHES

SMA: NEW SMARTWATCHES



**ISABEL YIN,**  
GERENTE DE VENDAS  
SALES MANAGER

**Produtos têm tela  
AMOLED.**

*Products feature AMOLED  
screens.*

Conhecida internacionalmente por seus dispositivos tecnológicos, a **SMA** apresentou **nova linha de smartwatches com telas AMOLED**, que oferecem maior nitidez e economia de bateria. “Estamos no processo de entrada no mercado brasileiro e viemos à feira para entendê-lo melhor e identificar quais modelos têm maior potencial de vendas”, contou **Isabel Yin, gerente de vendas** da empresa.

Alguns modelos exibidos possuem **funcionalidades como monitoramento de batimentos cardíacos e pressão arterial**. Outros suportam a **inserção de chip SIM, possibilitando o uso do smartwatch como um celular independente**. “No momento, estamos operando apenas por importação, com pedidos mínimos de mil unidades”, explicou Isabel. ■■

Internationally known for its technological devices, **SMA** has introduced a **new line of smartwatches with AMOLED screens**, which offer greater clarity and battery savings. “We are in the process of entering the Brazilian market and came to the fair to understand it better and identify which models have the greatest sales potential,” said **Isabel Yin, the company’s sales manager**.

Some models on display have **features such as heart rate and blood pressure monitoring**. Others support the insertion of a **SIM chip, allowing the smartwatch to be used as an independent cell phone**. “At the moment, we are only operating through imports, with minimum orders of one thousand units,” explained Isabel. ■■



**MICHELE UEMURA,**  
GERENTE DE MARKETING  
MARKETING MANAGER



#ES2024

## SOLID IMPORTAÇÃO: MARCAS EXCLUSIVAS

SOLID IMPORTAÇÃO: EXCLUSIVE BRANDS

**Portfólio da empresa será ampliado até o final deste ano.**

*The company's portfolio will be expanded by the end of this year.*

Em seu estande, a **Solid Importação** expôs produtos das principais marcas que representa com exclusividade no Brasil. Da **Redragon, por exemplo, lançou mouse e headset sem fio; da Maono, microfones e mesa de produção de audiovisual; e da Akko, teclados**. “Temos mais de 20 marcas no portfólio e até o final do ano serão 25. Em vendas, neste ano, esperamos crescer 10% em relação a 2023”, contou **Michele Uemura, gerente de marketing da empresa**.

No mercado em que atua, o desafio é a variação do valor do dólar. Apesar disso, Michele acredita que o segmento gamer, por exemplo, irá crescer 3% neste ano em relação a 2023. Em dois meses, a Solid Importação lançará a **linha Keytim**, com teclado, mouse, fone de ouvido, webcam e cadeira. “A Eletrolar Show foi uma experiência muito boa, recebemos muitos clientes e conquistamos novos. É um espaço onde conseguimos ter contato pessoal”, disse Michele. ■■

At its booth, **Solid Importação** displayed products from the main brands that it exclusively represents in Brazil. For **example, it launched a wireless mouse and headset from Redragon; microphones and an audiovisual production table from Maono; and keyboards from Akko**. “We have more than 20 brands in our portfolio and by the end of the year there will be 25. In terms of sales, this year, we expect to grow 10% compared to 2023,” said **Michele Uemura, the company's marketing manager**.

In the market in which it operates, the challenge is the variation in the value of the dollar. Despite this, Michele believes that the gamer segment, for example, will grow 3% this year compared to 2023. In two months, Solid Importação will launch the **Keytim line**, with a keyboard, mouse, headset, webcam and chair. “The Eletrolar Show was a great experience, we received many clients and won new ones. It's a place where we can have personal contact,” said Michele. ■■



## STAR GLORY LIMITED: PRODUTOS VINTAGE COM TECNOLOGIA

STAR GLORY LIMITED: VINTAGE PRODUCTS WITH TECHNOLOGY

**Empresa quer reintroduzir grandes marcas no mercado.**

*The company wants to reintroduce big brands to the market.*

**A** **Star Glory** retornou à Eletrolar Show entusiasmada e mostrou novas linhas, visando encontrar clientes e parceiros. “Mais do que trazer produtos, queremos resgatar algumas marcas muito tradicionais no passado, mas que deixaram o mercado brasileiro ou estão afastadas dele”, explicou **Arun Mahbubani, CEO da empresa**.

No estande, apresentou produtos dessas marcas recriados com mais tecnologia, preservando, porém, parte do design tradicional e as cores retrô. É o caso da **linha completa de 10 utensílios elétricos da Westinghouse**, disponíveis em cinco cores, e produtos da **Blaupunkt**. “Numa parceria com a AGT Company, também abrimos espaço para alguns produtos das marcas **Kodak** e **Agfa Photo**”, contou Arun. ■■

**S** **tar Glory** returned to the Eletrolar Show enthusiastically and showed new lines, aiming to find customers and partners. “More than bringing products, we want to rescue some very traditional brands from the past, but which have left the Brazilian market or are far from it”, explained **Arun Mahbubani, CEO of the company**.

At the stand, products from these brands were presented, recreated with more technology, while preserving part of the traditional design and retro colors. This is the case of the **complete line of 10 electrical appliances from Westinghouse**, available in five colors, and products from **Blaupunkt**. “In partnership with AGT Company, we also made space for some products from the brands **Kodak** and **Agfa Photo**”, said Arun. ■■

# SUFRAMA APRESENTOU MODELO DA ZONA FRANCA DE MANAUS

SUFRAMA PRESENTED THE MANAUS FREE TRADE ZONE MODEL



**ARTHUR LISBOA,**  
COORDENADOR-GERAL DE COMÉRCIO  
EXTERIOR E ASSUNTOS INTERNACIONAIS  
GENERAL COORDINATOR OF FOREIGN TRADE AND  
INTERNATIONAL AFFAIRS



**A superintendência atuou para levar mais empresas ao Amazonas.**

*The superintendence worked to bring more companies to Amazonas.*

**A** Superintendência da Zona Franca de Manaus (Suframa) veio à Eletrolar Show para divulgar os **benefícios do modelo, que conta com mais de 500 indústrias**. “Nosso primeiro objetivo foi encontrar as empresas já presentes na Zona Franca, e o segundo, nos aproximar das que ainda não estão”, disse **Arthur Lisboa, coordenador-geral de comércio exterior e assuntos internacionais** do órgão.

Segundo Arthur, a feira, historicamente, tem trazido excelentes resultados nesse sentido. “Tivemos mais de 100 contatos e prospectos a partir dos atendimentos que realizamos no evento e muitos feedbacks positivos das empresas, que gostaram de ver que estávamos presentes e elogiaram a nossa participação”, contou. ■■

**T**he Superintendence of the Manaus Free Trade Zone (Suframa) came to the Eletrolar Show to promote the **benefits of the model, which has more than 500 industries**. “Our first objective was to find the companies already present in the Free Trade Zone, and the second, to get closer to those that are not yet there,” said **Arthur Lisboa, general coordinator of foreign trade and international affairs** for the agency.

According to Arthur, the fair has historically brought excellent results in this regard. “We had more than 100 contacts and prospects from the services we provided at the event and a lot of positive feedback from the companies, who were pleased to see that we were present and praised our participation,” he said. ■■

## SYMPHONY: NOVOS CLIMATIZADORES E AR-CONDICIONADO

SYMPHONY: NEW AIR CONDITIONING



**Produtos têm como principal característica a eficiência.**

*The main characteristic of the products is efficiency.*



**TIAGO PITON,**  
DIRETOR COMERCIAL  
COMMERCIAL DIRECTOR

**A** Symphony lançou, na feira, **três climatizadores de ar para uso residencial, comercial e industrial, com alta vazão de ar.** Os produtos têm **capacidades de 17L, 75L e 115L.** **“Lançamos, também, o aparelho de ar-condicionado com design diferenciado para uso em residências, que é o mais silencioso do mercado. Os equipamentos têm como característica a eficiência, sendo indicados para regiões quentes e secas”,** explicou **Tiago Piton, diretor comercial da empresa.**

O mercado é competitivo, ainda assim a Symphony espera superar, em 2024, as vendas do ano passado, um período muito forte para o segmento de climatização, que cresceu bastante, mas enfrenta o desafio da alta do preço do frete, contou Tiago, que gostou dos resultados da feira. “Participamos pela terceira vez da Eletrolar Show e, a cada ano, com um estande maior. Nosso público está na feira, ela é muito útil e, desta vez, tivemos muitos negócios encaminhados.” ■■

**A**t the fair, **Symphony** launched **three air conditioning units for residential, commercial and industrial use, with high air flow.** The products have **capacities of 17L, 75L and 115L.** **“We also launched an air conditioning unit with a distinctive design for use in homes, which is the quietest on the market. The equipment is characterized by efficiency, and is recommended for hot and dry regions”,** explained **Tiago Piton, the company’s commercial director.**

The market is competitive, but Symphony still expects to surpass last year’s sales in 2024, a very strong period for the air conditioning segment, which grew significantly, but faces the challenge of high freight prices, said Tiago, who was pleased with the fair’s results. “We participated in the Eletrolar Show for the third time and, each year, with a larger stand. Our audience is at the fair, it is very useful and, this time, we had a lot of business done.” ■■

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

**Siga-nos nas redes sociais**



/eletrolarshow



/grupoeletrolar



/eletrolarshow



@eletrolarshow

Conecte-se ao  
nosso linkedin



**Conecte-se agora ao nosso LinkedIn e fique  
por dentro das últimas notícias do setor.**



**Participação tem sido estratégica para divulgar a marca.**

*Participation has been strategic to promote the brand.*



**LIAO ZHUANGHAI,**  
GERENTE COMERCIAL  
COMMERCIAL MANAGER

## T&G: RESULTADOS POSITIVOS NA ES

*T&G: POSITIVE RESULTS IN ES*

Expositora pela segunda vez, a **T&G** teve resultados que classificou como “muito interessantes”, como já havia constatado no ano passado. “A divulgação da marca proporciona um grande impacto em termos de marketing, fortalecendo o nome da T&G entre consumidores e parceiros comerciais. Para dar uma ideia, só com a primeira participação, tivemos acesso a vários países da América do Sul”, contou **Liao Zhuanghai, gerente comercial da empresa.**

No estande, apresentou modelos de **caixas de som Bluetooth portáteis** de vários tamanhos. O lançamento especial foi a **caixa de som Bluetooth Support Outdoor modes – EQ áudio ipx5**. Fabricada com componentes de primeira linha, tem alça fixa para transporte, lanterna e acabamento em tecido. “Também somos conhecidos pela parceria com a Kalunga. Temos uma vasta experiência no mercado, atuamos desde 1992”, disse Liao. ■■

Exhibiting for the second time, **T&G** had results that it classified as “very interesting”, as it had already noted last year. “Promoting the brand provides a great impact in terms of marketing, strengthening the name of T&G among consumers and business partners. To give you an idea, with the first participation alone, we had access to several countries in South America”, said **Liao Zhuanghai, the company’s commercial manager.**

At the booth, it presented models of **portable Bluetooth speakers** of various sizes. The special launch was the **Bluetooth Support Outdoor modes – EQ audio ipx5 speaker**. Made with top-of-the-line components, it has a fixed handle for transport, a flashlight and a fabric finish. “We are also known for our partnership with Kalunga. We have extensive experience in the market, having been operating since 1992”, said Liao. ■■

## TCBEST: BATERIAS DE TODOS OS TIPOS

TCBEST: BATTERIES OF ALL TYPES

Produtos integram a categoria dos verdes.

*The products are part of the green category.*



**JOCELYN ZHOU,**  
GERENTE DE VENDAS  
SALES MANAGER

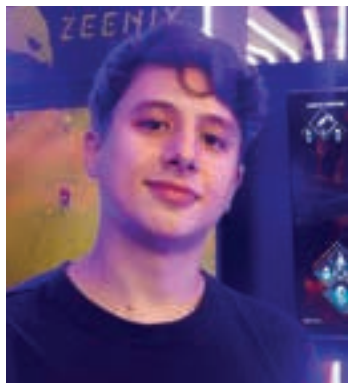
#ES2024

**A** **Tcbest** se concentra em pesquisa, produção e venda de baterias para todos os aparelhos eletrônicos, contou **Jocelyn Zhou, gerente de vendas da empresa.** “Temos as **alcalinas, de carbono, tipo botão de lítio-manganês, baterias recarregáveis Ni-MH, Ni-Cd e PLIB, além de carregadores de bateria.**”

“Os produtos têm longa duração, chegam a durar cinco vezes mais que os concorrentes”, disse Jocelyn. A capacidade de produção da empresa pode chegar a 700 mil unidades/dia. Todas as séries de baterias pertencem aos chamados produtos verdes, não contêm Hg, Cd e Pb. ■■

**T****cbest** focuses on researching, producing and selling batteries for all electronic devices, said **Jocelyn Zhou, the company's sales manager.** “We have **alkaline, carbon, lithium-manganese button type, Ni-MH, Ni-Cd and PLIB rechargeable batteries, as well as battery chargers.**”

“The products are long-lasting, lasting up to five times longer than their competitors,” said Jocelyn. The company's production capacity can reach 700,000 units/day. All battery series belong to the so-called green products, free of Hg, Cd and Pb. ■■



**RODRIGO PELEGRINI,**  
GERENTE DE SOFTWARE  
SOFTWARE MANAGER



## TECTOY EXPÔS PC PORTÁTIL MULTIFUNCIONAL

*TECTOY DISPLAYED MULTIFUNCTIONAL PORTABLE PC*

### Computador gamer roda jogos de todas as plataformas e Windows 11.

*Gamer computer runs games from all platforms and Windows 11.*

Com foco no público varejista, o grande destaque da **TecToy** neste ano foi o **computador portátil Zeenix**. “Ele parece realmente um console de videogame, mas é um PC. Tem suporte para jogos de qualquer plataforma e ainda roda o Windows, que é um dos sistemas operacionais mais utilizados no mundo”, explicou **Rodrigo Pelegrini, gerente de software da TecToy**.

Além desse computador portátil, em sua segunda passagem pela Eletrolar Show, a empresa de equipamentos eletrônicos de consumo também expôs suas **maquinhas de pagamento e totens de autoatendimento**. “Decidimos voltar neste ano em razão do ótimo retorno financeiro que tivemos na edição de 2023. Essa feira é importante para nós por causa do grande volume de pessoas que passam por aqui. É nesse momento que temos a oportunidade de prestar um atendimento exclusivo para os compradores”, disse Rodrigo. ■■

With a focus on the retail public, **TecToy's** big highlight this year was the **Zeenix portable computer**. “It really looks like a video game console, but it’s a PC. It supports games from any platform and also runs Windows, which is one of the most widely used operating systems in the world,” explained **Rodrigo Pelegrini, TecToy's software manager**.

In addition to this portable computer, in its second visit to Eletrolar Show, the consumer electronics company also exhibited its **payment machines and self-service kiosks**. “We decided to return this year because of the great financial return we had in the 2023 edition. This fair is important to us because of the large volume of people who pass through here. This is when we have the opportunity to provide exclusive service to buyers,” said Rodrigo. ■■

## TF SMILEE: NOVOS MODELOS DE E-BIKES

TF SMILEE: NEW E-BIKE MODELS

**Indústria, que tem fábricas na China e no Vietnã, já exporta para o Brasil.**

*The company, which has factories in China and Vietnam, already exports to Brazil.*



Fabricante de **electric bikes e electric scooters** (patinetes), a TF Smilee foi à feira com o objetivo de conquistar novos parceiros, contou **Michael Tan, gerente de vendas** da empresa. “Com o público presente no evento, formado por lojistas e grandes revendedores, não foi difícil ter a atenção dos visitantes e apresentar de perto nossos produtos, que já conquistam mercados como o americano e alguns clientes no Brasil.”

Os principais lançamentos foram a **E-Bike E3**, bicicleta elétrica urbana desenvolvida para deslocamentos diários, e a **E-Bike E13**, assistida por energia com sensor de torque. Ele faz com que o sinal gerado pela bicicleta mude rapidamente de acordo com a força da pedalada. “Vendemos cerca de 30 mil unidades, desde 2020. A capacidade de produção de e-bikes é de 300 a 500 peças por dia, disse Michael. ■■

A manufacturer of **electric bikes and electric scooters**, TF Smilee went to the fair with the aim of winning new partners, said **Michael Tan, the company's sales manager**. “With the audience present at the event, made up of retailers and large resellers, it was not difficult to get the attention of visitors and present our products up close, which are already conquering markets such as the US and some customers in Brazil.”

The main launches were the **E-Bike E3**, an urban electric bike developed for daily commutes, and the **E-Bike E13**, an energy-assisted bike with a torque sensor. It causes the signal generated by the bike to change rapidly with changes in pedaling force. “We have sold around 30,000 units since 2020. The production capacity for e-bikes is 300 to 500 units per day,” said Michael. ■■

## THINK PLASTIC: APOIO À INTERNACIONALIZAÇÃO DE EMPRESAS

THINK PLASTIC: SUPPORT FOR THE INTERNATIONALIZATION OF COMPANIES



**Programa visa aumentar a competitividade de negócios brasileiros.**

*The program aims to increase the competitiveness of Brazilian businesses.*



**CARLOS MOREIRA,**  
DIRETOR-EXECUTIVO DE PROJETOS  
EXECUTIVE DIRECTOR OF PROJECTS

Com 21 anos de mercado, o **programa Think Plastic Brasil**, realizado pelo Instituto Nacional do Plástico, veio pela primeira vez à Eletrolar Show em 2024. Seu objetivo foi destacar as **soluções de apoio à internacionalização de empresas do setor de produtos transformados de plásticos**.

“A gente quer que o setor cada vez mais exporte seus produtos e se torne competitivo de forma global”, disse **Carlos Moreira, diretor-executivo de projetos** do Think Plastic Brasil.

A meta do programa, durante sua participação no evento, era chegar tanto às mais de 250 empresas já representadas quanto a outras que pudessem se interessar por seus serviços. “Já saímos daqui com vários leads, conversamos com importadores e abrimos uma carteira de interesses. Com certeza, teremos grandes resultados”, afirmou Carlos, no primeiro dia da feira. ■■

With 21 years in the market, the **Think Plastic Brazil program**, carried out by the Instituto Nacional do Plástico (National Plastics Institute), came to the Eletrolar Show for the first time in 2024. Its objective was to highlight **solutions to support the internationalization of companies in the plastics processing products sector**. “We want the sector to increasingly export its products and become globally competitive,” said **Carlos Moreira, executive director of projects** at Think Plastic Brazil.

The goal of the program, during its participation in the event, was to reach both the more than 250 companies already represented and others that might be interested in its services. “We have already left here with several leads, talked to importers and opened a portfolio of interests. We will certainly have great results,” said Carlos on the first day of the fair. ■■



**EMERSON LIMA,**  
DIRETOR  
DIRECTOR



## THUNDEROBOT E MACHENIKE: DESIGN E TECNOLOGIA

THUNDEROBOT AND MACHENIKE: DESIGN AND TECHNOLOGY

**Linha de produtos é voltada ao público gamer.**

*Product line is aimed at gamers.*

Levou para a feira parte de sua linha de produtos, que inclui **teclados, notebooks, laptops, fones e controles para videogame**. Entre os lançamentos, destaque para **o G5 Pró, controle de videogame sem fio**, com conexão Bluetooth, compatível com Nintendo Switch, PC, smartphones, TV, iOS e iPad. Lançou, também, os **teclados transparentes da Machenike K500**. Sua primeira participação foi marcada pelos bons resultados. “A recepção dos clientes aos nossos produtos foi melhor do que a esperada e já estou fazendo planos para a edição do ano que vem”, contou **Emerson Lima, diretor da Thunderrobot e Machenike**.

O grupo, que além do Brasil atua em outros países da América do Sul, Europa e Ásia, possui como diferenciais a qualidade e a durabilidade de seus produtos, disse Emerson. “Eles têm designs exclusivos, produzidos pela empresa e pensados para os usuários gamers. Na feira, conseguimos nos aproximar dos clientes e entender qual é a demanda do mercado, assim podemos produzir para atendê-la.” ■■

The group took part of its product line to the fair, which includes **keyboards, notebooks, laptops, headphones and video game controllers**. Among the launches, the highlight was **the G5 Pro, a wireless video game controller with Bluetooth connection, compatible with Nintendo Switch, PC, smartphones, TV, iOS and iPad**. It also launched the **transparent Machenike K500 keyboards**. Its first participation was marked by good results. “Customers’ reception of our products was better than expected and I’m already making plans for next year’s edition”, said Emerson Lima, director at Thunderrobot and Machenike.

The group, which in addition to Brazil operates in other countries in South America, Europe and Asia, has as its distinguishing features the quality and durability of its products, said Emerson. “They have exclusive designs, produced by the company and designed exclusively for gamers. At the fair, we were able to get closer to our customers and understand what the market demand is, so we can produce to meet it.” ■■



**ALI ABBAS,**  
GERENTE  
MANAGER



## TLIDA: TECNOLOGIA EM BATERIAS PARA CELULAR

*TLIDA: TECHNOLOGY IN CELL PHONE BATTERIES*

**Empresa é fornecedora oficial de grandes marcas.**

*The company is an official supplier to major brands.*

**H**á 26 anos no mercado de **baterias para celulares**, a **Tlida** tem atuação internacional. Exporta seus produtos para Brasil, Índia, Rússia, África e Arábia. “Nosso diferencial está na qualidade e na tecnologia implantada na fabricação, o que nos fez conquistar um lugar importante no mercado e fornecer oficialmente para grandes marcas, entre elas iPhone, Samsung e Xiaomi”, contou **Ali Abbas, gerente da empresa**.

Além de baterias para celulares, produz **cabos, fontes e power banks**. Também pretende abrir uma representação no País, disse Ali. “Já temos forte atuação no Brasil. Acredito que a Eletrolar Show nos deixa mais próximos dos nossos clientes. Por isso, uma operação local facilitará o trabalho. O Brasil tem um mercado diverso e muito grande, queremos deixar nossa marca no topo, e a feira é o lugar ideal para isso.” ■■

**W**ith 26 years in the **cell phone battery** market, **Tlida** has an international presence. It exports its products to Brazil, India, Russia, Africa and Arabia. “Our competitive edge lies in the quality and technology implemented in manufacturing, which has allowed us to gain an important place in the market and officially supply major brands, including iPhone, Samsung and Xiaomi,” said **Ali Abbas, the company’s manager**.

In addition to cell phone batteries, the company produces **cables, power supplies and power banks**. It also intends to open a representative office in the country, said Ali. “We already have a strong presence in Brazil. I believe that the Eletrolar Show brings us closer to our customers. Therefore, a local operation will make our work easier. Brazil has a diverse and very large market, we want to leave our mark at the top, and the fair is the ideal place for that.” ■■

## TOKLAR MÓVEIS AMPLIOU REDE DE CONTATOS

TOKLAR MÓVEIS EXPANDED ITS NETWORK OF CONTACTS



**Distribuidora de cadeiras apostou em design, conforto e produtividade.**

*Chair distributor focused on design, comfort and productivity.*

**A** TokLar Móveis apresentou uma **seleção de cadeiras de escritório importadas**, projetadas para proporcionar maior conforto e produtividade no trabalho. Com design diferenciado e acabamento em materiais variados como couro e tecidos, os produtos chamaram a atenção de lojistas e revendedores. "Queremos estabelecer parcerias e ampliar nossa rede comercial", disse **Peter Zhu Xiao Xiong, representante da empresa.**

Participar da Eletrolar Show proporcionou à companhia a oportunidade de expor seus produtos de alta qualidade e desenvolver novas parcerias com lojistas interessados em oferecer cadeiras ergonômicas e modernas aos consumidores finais, contou Peter. "Outros produtos que também tiveram boa procura foram as cadeiras gamer." ■■

**T**okLar Móveis presented a **selection of imported office chairs**, designed to provide greater comfort and productivity at work. With a distinctive design and finishes in various materials such as leather and fabrics, the products caught the attention of store owners and resellers. "We want to establish partnerships and expand our sales network," said **Peter Zhu Xiao Xiong, the company's representative.**

Participating in the Eletrolar Show gave the company the opportunity to showcase its high-quality products and develop new partnerships with retailers interested in offering ergonomic and modern chairs to end consumers, said Peter. "Other products that were also in high demand were the gamer chairs." ■■

## Empresa de logística reversa buscou novas parcerias.

*Reverse logistics company seeks new partnerships.*



**DOUGLAS FERNANDES,**  
GERENTE ADMINISTRATIVO  
MANAGER



## TOLEDO AMBIENTAL: META É A EXPANSÃO DA MARCA

*TOLEDO AMBIENTAL: GOAL IS BRAND EXPANSION*

Com foco na **destinação correta de resíduos** produzidos por indústrias e empresas de telecomunicações, a **Toledo Ambiental** participou da Eletrolar Show para conquistar novos parceiros de negócio. “Normalmente o pessoal não entende o que apresentamos. Por isso, estar nesta feira, pela primeira vez, é muito importante para gerar conhecimento de marca”, disse **Douglas Fernandes, gerente administrativo da Toledo Ambiental**.

Realizando a destinação dos materiais, que vão desde plástico e papel até metais nobres, como ouro, presentes em eletrônicos, a empresa de logística reversa ambiental revende as matérias-primas para outras indústrias e refinarias, visando ajudar o meio ambiente. “A reciclagem desses materiais é uma demanda nova do mercado e está crescendo bastante”, completou Douglas. ■■

**F**ocused on the **correct disposal of waste** produced by industries and telecommunications companies, **Toledo Ambiental** participated in the Eletrolar Show to win new business partners. “Normally, people don’t understand what we present. That’s why being at this fair for the first time is very important to generate brand awareness,” said **Douglas Fernandes, administrative manager at Toledo Ambiental**.

By disposing of materials, which range from plastic and paper to precious metals, such as gold, found in electronics, the environmental reverse logistics company resells the raw materials to other industries and refineries, aiming to help the environment. “Recycling these materials is a new demand in the market, which is growing significantly,” added Douglas. ■■



# LIGHTING SHOW

SÃO PAULO, BRASIL

## LIGHT UP YOUR BUSINESS

23 A 26 DE JUNHO DE 2025

NOVO DISTRITO ANHEMBI

A Lighting Show é uma oportunidade para a indústria e o varejo encontrarem lançamentos, inovações e marcas internacionais.

**SEJA UM EXPOSITOR**



### Perfil do **visitante**

Varejo, importadores e distribuidores, indústria, atacado, lojas de departamento, e-commerce e marketplaces

### Categorias de **exposição**

Iluminação residencial e corporativa  
componentes e materiais · semicondutores de iluminação  
módulos e pacotes · aplicações e testes

**Faça parte!**

[www.lightingshow.com](http://www.lightingshow.com)

Contato: +55 11 3187-8949 | [comercial@ggruposeletronic.com.br](mailto:comercial@ggruposeletronic.com.br)

EVENTOS:  
PARALELOS:

[eletronicshow](#)  
[ALL CONNECTED](#)

**LATIN AMERICAN  
ELECTRONICS**  
International Trade Show

**LATIN AMERICAN  
HOUSEWARES**

**eletrocar**  
show

# TRAMONTINA: ESTREIA DE SUCESSO

TRAMONTINA: SUCCESSFUL DEBUT



**Utilidades domésticas,  
móveis e ferramentas  
marcaram sua presença.**

*Household appliances, furniture and  
tools made their presence felt.*



Em sua primeira participação, a **Tramontina** apresentou uma seleção de seu diversificado portfólio, abrangendo utilidades domésticas, móveis e ferramentas. Os visitantes puderam conferir a **panela de pressão Brava**, compatível com todos os tipos de fogão, o **conjunto Ravana de frigideiras, caçarola e panelas antiaderentes**, além dos **talheres Ipanema coloridos e novas porcelanas**. “Estamos muito felizes em participar da Eletrolar Show, pois vemos na feira uma oportunidade de ampliar o reconhecimento da marca”, afirmou o **gerente de vendas da empresa, Jones Zianni**.

Além de soluções para a cozinha, a empresa expôs inovações para mobiliar a casa, como as **cadeiras Vanda**, de design clean, e os modelos dobráveis em madeira da **linha Potenza**. Também foram expostos itens para ambientes externos, incluindo **cortadores de grama elétricos, lavadoras de alta pressão e ferramentas elétricas**. “Recebemos um grande número de visitantes, o que nos deixou muito satisfeitos, com a certeza de ótimos resultados”, disse Jones.

Com a sua presença na feira, a Tramontina visou fortalecer conexões e prospectar novos clientes e fornecedores. “Nosso objetivo principal é estreitar o relacionamento com consumidores e representantes de diversos segmentos, ampliando a visibilidade de nossos produtos, tanto para B2B quanto B2P”, destacou o gerente de vendas. ■■

In its first participation, **Tramontina** presented a selection of its diverse portfolio, including household appliances, furniture and tools. Visitors were able to check out the **Brava pressure cooker**, compatible with all types of stoves, the **Ravana set of frying pans, casseroles and non-stick pans**, as well as **colorful Ipanema cutlery and new porcelain**. “We are very happy to participate in the Eletrolar Show, as we see the fair as an opportunity to increase brand recognition,” said the **company’s sales manager, Jones Zianni**.

In addition to kitchen solutions, the company exhibited innovations for furnishing the home, such as the clean-design **Vanda chairs** and the folding wooden models from the **Potenza line**. Outdoor items were also on display, including **electric lawn mowers, high-pressure washers and power tools**. “We received a large number of visitors, which made us very pleased, and we are certain of great results,” said Jones.

With its presence at the fair, Tramontina aimed to strengthen connections and prospect new customers and suppliers. “Our main objective is to strengthen relationships with consumers and representatives from various segments, increasing the visibility of our products, both for B2B and B2P,” highlighted the sales manager. ■■





**MARCIA SANTOS,**  
ANALISTA DE E-COMMERCE  
E-COMMERCE ANALYST



## TREZOR APRESENTOU SAFE 3

TREZOR PRESENTED SAFE 3

### Empresa levou à ES a carteira de criptomoedas para gestão de ativos digitais.

*The company brought its cryptocurrency wallet for managing digital assets to ES.*

Representada pela Brazil Electronics, a **Trezor** apresentou a **Safe 3**, uma carteira moderna e segura para gerenciamento de ativos digitais. “É nossa nova solução para gerenciar criptomoedas por conta própria, sem necessidade de um gestor de investimentos”, afirmou a **analista de e-commerce, Marcia Santos**.

A Safe 3 é compatível com as principais criptomoedas, como Bitcoin, Ethereum, Litecoin, Solana e Avalanche, entre outras. Além de alto nível de segurança, tem uma interface intuitiva, podendo ser conectada ao notebook e acessada através de dispositivos Android e iOS. No estande, mostrou também a **Trezor Model T**, carro-chefe e uma das carteiras mais completas do mercado, e a **Steel Wallet**, carteira de aço para armazenar senhas. “Nosso objetivo, na feira, é aumentar o reconhecimento da marca e nos aproximar mais do público”, contou Marcia. ■■

Represented by Brazil Electronics, **Trezor** presented **Safe 3**, a modern and secure wallet for managing digital assets. “It’s our new solution for managing cryptocurrencies on your own, without the need for an investment manager,” said **e-commerce analyst Marcia Santos**.

Safe 3 is compatible with the main cryptocurrencies, such as Bitcoin, Ethereum, Litecoin, Solana and Avalanche, among others. In addition to a high level of security, it has an intuitive interface and can be connected to a notebook and accessed through Android and iOS devices. At the booth, the company also showed the **Trezor Model T**, its flagship and one of the most complete wallets on the market, and the **Steel Wallet**, a steel wallet for storing passwords. “Our goal at the fair is to increase brand recognition and get closer to the public,” said Marcia. ■■

## TS SHARA MOSTROU LINHA DE EQUIPAMENTOS IOT

TS SHARA SHOWCASED IOT EQUIPMENT LINE



**PEDRO AL SHARA,**  
DIRETOR-PRESIDENTE  
CEO

**Linha de dispositivos  
protege os aparelhos  
contra picos de tensão.**

*The line of devices protects  
equipment against voltage spikes.*

O principal lançamento da **TS Shara** foi o **dispositivo que liga e desliga** os aparelhos à distância, via app. Também lançou **novos PDUs, autotransformadores, nobreaks e filtros de linha que suportam até sete tomadas**. “Contam com controle de acionamento remoto das tomadas, via app e têm compatibilidade com Alexa e Google Assistente”, disse **Pedro Al Shara, diretor-presidente da empresa**. Expôs, ainda, nobreaks para proteção de circuito de monitoramento por câmeras (CFTV) e nobreaks para portões automáticos e controles de acesso. Os produtos funcionam em 110 V e 220 V.

A empresa expôs na feira pelo sétimo ano consecutivo e com bons resultados. “Todos os anos participamos com muito prazer. O nosso público principal se concentra na Eletrolar Show”, contou Pedro. Sua expectativa para este semestre é de aumento das vendas, principalmente de nobreaks e estabilizadores. ■■

**T**S Shara’s main launch was the device that turns equipment on and off remotely, via an app. It also launched **new PDUs, autotransformers, uninterruptible power supplies and power strips that support up to seven sockets**. “They have remote control of sockets, via an app, and are compatible with Alexa and Google Assistant,” said **Pedro Al Shara, CEO of the company**. It also exhibited uninterruptible power supplies for protecting CCTV circuits and uninterruptible power supplies for automatic gates and access controls. The products operate at 110 V and 220 V.

The company exhibited at the fair for the seventh consecutive year and with good results. “We participate with great pleasure every year. Our main audience is concentrated at the Eletrolar Show,” said Pedro. His expectation for this semester is an increase in sales, mainly of uninterruptible power supplies and stabilizers. ■■

## UGREEN: NOVIDADES EM ACESSÓRIOS

UGREEN: NEW ACCESSORIES

**Empresa reforçou seu compromisso com o mercado local.**

*The company reinforced its commitment to the local market.*



**EDUARDO CHEN,**  
GERENTE DE VENDAS  
SALES MANAGER



**P**ela segunda vez na feira, a **Ugreen** expôs o **carregador 65 W em formato de robô**, que exibe um rosto feliz durante o carregamento, a **estação power bank sem fio**, com design inovador, e o **suporte para notebook com hub integrado**, que proporciona uma solução prática e compacta para usuários. “No ano passado, tivemos uma experiência muito positiva na Eletrolar Show e, em 2024, não foi diferente”, disse **Eduardo Chen, gerente de vendas da empresa**.

O executivo enfatizou a importância da feira como plataforma para aumentar a visibilidade da marca e estabelecer novas parcerias. “Nosso objetivo é que a marca se torne familiar. Assim, nossos produtos serão reconhecidos pela qualidade e inovação”, destacou Eduardo. ■■

**F**or the second time at the fair, **Ugreen** exhibited the **65 W charger in the shape of a robot**, which displays a happy face while charging, the **wireless power bank station**, with an innovative design, and the **laptop stand with an integrated hub**, which provides a practical and compact solution for users. “Last year, we had a very positive experience at the Eletrolar Show and, in 2024, it was no different”, said **Eduardo Chen, the company’s sales manager**.

The executive emphasized the importance of the fair as a platform to increase the brand’s visibility and establish new partnerships. “Our goal is for the brand to become familiar. This way, our products will be recognized for their quality and innovation”, highlighted Eduardo. ■■



## ULEFONE: CELULARES ULTRARRESISTENTES PARA TRABALHADORES INDUSTRIAIS

*ULEFONE: ULTRA-RUGGED CELL PHONES FOR INDUSTRIAL WORKERS*

**Empresa mira parcerias para entrar no mercado brasileiro.**

*Company seeks partnerships to enter the Brazilian market.*

Com foco em smartphones e tablets ultrarresistentes, a **Ulefone** mostrou **soluções eletrônicas** para profissionais que trabalham em indústrias, na construção civil, ao ar livre ou em outros ambientes que exigem dispositivos resistentes. O destaque ficou para o **modelo mais novo da empresa, Armor 27 Pro**, com até 24 GB de RAM e bateria de mais de 10.000 miliampères-hora. "Temos outros modelos cujas baterias duram até um mês", acrescentou **Ansen Xiong, cofundador da Ulefone**.

A empresa trouxe, também, modelos com recursos específicos, como **câmera de visão noturna e câmera microscópica**, resistentes a quedas, água, poeira e impactos de grande pressão. Segundo Ansen, a Ulefone está em busca de parceiros para as vendas no Brasil. "Já temos um bom produto, agora queremos um bom parceiro que nos ajude a entrar nesse mercado", comentou. ■■



**ANSEN XIONG,**  
COFUNDADOR  
CO-FOUNDER

With a focus on ultra-durable smartphones and tablets, **Ulefone** showed **electronic solutions** for professionals who work in industries, construction, outdoors or in other environments that require rugged devices. The highlight was the **company's newest model, Armor 27 Pro**, with up to 24 GB of RAM and a battery of over 10,000 milliamperes-hours. "We have other models whose batteries last up to a month," added **Ansen Xiong, co-founder at Ulefone**.

The company also brought models with specific features, such as a **night vision camera and a microscope camera**, and resistance to falls, water, dust and high-pressure impacts. According to Ansen, Ulefone is looking for partners for sales in Brazil. "We already have a good product, now we want a good partner to help us enter this market," he commented. ■■



## ULTRAAR: ECONOMIA DE ENERGIA COM SEUS CLIMATIZADORES

ULTRAAR: SAVING ENERGY WITH ITS AIR COOLERS

Produtos reduzem a temperatura do ambiente em até 12º Celsius.

Products reduce room temperature by up to 12º Celsius.



LUCAS RIBEIRO,  
GERENTE COMERCIAL  
SALES MANAGER

A **Ultraar** expôs a sua **linha de climatizadores portáteis**, de fabricação inteiramente nacional. "São **três produtos que se diferenciam pela maior potência, isto é, 250 W**, e que economizam 95% mais na conta de energia que os demais do mercado", disse **Lucas Ribeiro, gerente comercial da empresa**. Os produtos estarão disponíveis no próximo verão. Em ar-condicionado, lançou aparelhos de três tamanhos e climatizador de 75 litros, este um produto de entrada. Todos têm motor WEG. Programa, também, o **lançamento de um ventilador**.

Com fábrica em Maravilha, Santa Catarina, a empresa tem, atualmente, uma linha mais nobre e, para atingir um público maior, planejou o lançamento de produtos mais básicos. "Queremos chegar a todos os estados do País", contou Lucas. A fábrica da Ultraar possui capacidade diária de produção de 280 unidades e está sendo ampliada para 750 máquinas/dia. ■■

**U**ltraar exhibited its **line of portable air coolers**, manufactured entirely in Brazil. "There are **three products that stand out due to their greater power, that is, 250 W**, and that save 95% more on the energy bill than others on the market," said **Lucas Ribeiro, the company's sales manager**. The products will be available next summer. In terms of air coolers, the company launched devices in three sizes and a 75-liter air cooler, the latter an entry-level product. All have WEG motors. It also plans to **launch a fan**.

With a factory in Maravilha, Santa Catarina, the company currently has a more upscale line and, to reach a larger audience, it has planned to launch more basic products. "We want to reach every state in the country," said Lucas. The Ultraar factory has a daily production capacity of 280 units and is being expanded to 750 machines/day. ■■

## UMIDIGI APRESENTOU O SMARTPHONE NOTE 90 5G

UMIDIGI PRESENTED THE NOTE 90 5G SMARTPHONE

### Marca apostou em modelos acessíveis para atrair o brasileiro.

*The brand invested in affordable models to attract Brazilians.*



**ELON MA,**  
CEO PARA A AMÉRICA LATINA  
CEO FOR LATIN AMERICA



Os smartphones da **Umidigi**, com preços acessíveis, chamaram a atenção dos visitantes da feira. A marca chinesa oferece celulares com especificações baseadas nos modelos mais vendidos no País. “Desenvolvemos nossos produtos pensando na preferência dos brasileiros”, disse **Elon Ma, CEO da empresa para a América Latina**. Todos os produtos possuem dois anos de garantia, o que proporciona maior segurança aos consumidores.

A Umidigi também está investindo em conectividade avançada com o **modelo Note 90 5G**, que tem design ultrafino e câmera de 50 megapixels, garantindo desempenho competitivo. Segundo Elon, a participação na Eletrolar Show foi vista como uma oportunidade para a Umidigi aumentar sua visibilidade e fechar novas parcerias comerciais. “Temos a expectativa de dobrar o número de representantes no Brasil.” ■■

**U**midigi's affordable smartphones caught the attention of visitors to the fair. The Chinese brand offers cell phones with specifications based on the best-selling models in the country. “We develop our products with Brazilians’ preferences in mind,” said **Elon Ma, the company’s CEO for Latin America**. All products have a two-year warranty, which provides greater security to consumers.

Umidigi is also investing in advanced connectivity with the **Note 90 5G model**, which has an ultra-thin design and a 50-megapixel camera, ensuring competitive performance. According to Elon, participating in the Eletrolar Show was seen as an opportunity for Umidigi to increase its visibility and close new business partnerships. “We expect to double the number of representatives in Brazil.” ■■

## USAMS: FONES COM 100 HORAS DE BATERIA

*USAMS: HEADPHONES WITH 100 HOURS OF BATTERY*

**Em sua quarta participação na feira, empresa buscou novos clientes.**

*In its fourth participation in the fair, the company sought new customers.*



**ALEX CUNHA,**  
DIRETOR COMERCIAL  
COMMERCIAL DIRECTOR



**A** **Usams** levou para a 17ª Eletrolar Show **fones de ouvido com 100 horas de bateria e carregadores** mais potentes. “Neste ano, trouxemos para a feira carregadores que têm uma voltagem maior. Isso faz com que os celulares carreguem mais rápido”, contou **Alex Cunha, diretor comercial da Usams.**

Com a expectativa de fechar negócios com novos clientes brasileiros, a empresa apresentou outros acessórios para smartphones, como o power bank. Além da bateria duradoura e do carregamento mais ágil, os itens da marca se destacam em comparação com os concorrentes, de acordo com Alex, porque apresentam qualidade superior e design inovador. ■■

**U** **SAMS** brought headphones with **100 hours of battery life and more powerful chargers** to the 17<sup>th</sup> Eletrolar Show. “This year, we brought chargers with a higher voltage to the fair. This makes cell phones charge faster,” said **Alex Cunha, commercial director at of USAMS.**

With the expectation of closing deals with new Brazilian customers, the company presented other accessories for smartphones, such as the power bank. In addition to the long-lasting battery and faster charging, the brand's items stand out compared to the competition, according to Alex, because they feature superior quality and innovative design. ■■

## VENTIMAIIS: DESTAQUE PARA O PRODUTO TRÊS EM UM

*VENTIMAIIS: HIGHLIGHT FOR THE THREE-IN-ONE PRODUCT*

**Circulador de ar pode ser utilizado no chão, na mesa e na parede.**

*Air circulator can be used on the floor, table and wall.*



**ANTONIO LUCHTENBERG,**  
DIRETOR  
DIRECTOR

**A** **Ventimais** apresentou na feira a sua linha de ventilação residencial. “Nosso destaque foi o **circulador de ar de 35 cm, três em um**, que pode ser utilizado no chão, na mesa e na parede. Tem duas velocidades e seus diferenciais são o design inovador e a hélice com seis pás”, contou **Antonio Luchtenberg, diretor da empresa**, que expôs pela segunda vez.

Com fábrica em Palhoça (SC), a empresa atende todo o Brasil, registra maiores vendas no ventilador de 40 cm e constata que o mercado está aquecido, com vendas de 24 milhões de unidades/ano. A expectativa para 2024 é positiva, conta Antonio. “A Eletrolar Show ajuda o networking e a divulgação da marca.” No último trimestre deste ano, a empresa lançará minieletrônicos, como chaleira elétrica, sanduicheira e air fryer. ■■



**V**entimais presented its residential ventilation line at the fair. “Our highlight was the **35 cm, three-in-one air circulator**, which can be used on the floor, table and wall. It has two speeds, and its distinguishing features are its innovative design and the propeller with six blades”, said **Antonio Luchtenberg, director of the company**, who was exhibiting for the second time.

With a factory in Palhoça (SC), the company serves all of Brazil, records the highest sales of the 40 cm fan and notes that the market is heated, with sales of 24 million units/year. The expectation for 2024 is positive, says Antonio. “The Eletrolar Show helps with networking and brand awareness.” In the last quarter of this year, the company will launch small appliances, such as an electric kettle, sandwich maker and air fryer. ■■

## VENTION BUSCOU PARCEIROS DE DISTRIBUIÇÃO

*VENTION SEARCHED FOR DISTRIBUTION PARTNERS*

**Fabricante de acessórios expôs seu portfólio na segunda participação na ES.**

*Accessories manufacturer showcased its portfolio in its second participation in ES.*



**JIAN SUN,**  
DIRETOR COMERCIAL DA MARCA  
PARA A AMÉRICA LATINA  
BRAND'S COMMERCIAL DIRECTOR  
FOR LATIN AMERICA



**A** **Vention** viu o movimento crescer em sua segunda participação na Eletrolar Show. “Recebemos visitantes muito interessantes. Já temos um distribuidor no Brasil, mas tivemos contato com novos possíveis parceiros e clientes que gostaram dos nossos produtos”, disse **Jian Sun, diretor comercial** da marca para a América Latina.

A empresa trouxe suas duas principais linhas de produtos: **acessórios de áudio e vídeo para computadores**, como cabos e adaptadores, e **acessórios para celulares**, como carregadores, fones de ouvido e baterias portáteis. “No Brasil, há muitos produtos baratos, mas a qualidade média não é muito boa. Nosso diferencial é a garantia de dois anos para defeitos de fábrica, que nossos concorrentes não podem oferecer”, comentou Sun. ■■

**V**ention saw its traffic grow in its second participation in Eletrolar Show. “We received very interesting visitors. We already have a distributor in Brazil, but we had contact with new potential partners and customers who liked our products,” said **Jian Sun, the brand’s commercial director** for Latin America.

The company brought its two main product lines: **audio and video accessories for computers**, such as cables and adapters, and **accessories for cell phones**, such as chargers, headphones and portable batteries. “In Brazil, there are many cheap products, but the average quality is not very good. Our differential is the two-year warranty against manufacturing defects, which our competitors cannot offer,” commented Sun. ■■

# VENTTOS ELECTRONICS OFERECE FABRICAÇÃO OEM BRASILEIRA

VENTTOS ELECTRONICS OFFERS BRAZILIAN OEM MANUFACTURING

Empresa voltou à feira após fechar importantes negócios em 2023.

Company returns to the fair after closing important deals in 2023.



LUCIANO BENITAH,  
CEO

A empresa amazonense **Venttos Electronics** retornou à Eletrolar Show em 2024 após uma participação de sucesso no ano anterior. A organização é responsável pela **produção de bens intermediários para várias indústrias do Polo Industrial de Manaus (PIM) e também oferece a opção de fabricação OEM** – montar e desenvolver produtos para que outras empresas os vendam sob seu próprio nome. “A volta aqui para a Eletrolar Show não é à toa, é baseada em resultados de verdade”, ressaltou **Luciano Benitah, CEO da Venttos Electronics**.

Na participação deste ano, a empresa destacou uma **linha de produtos focados em automação industrial**, chamada de **V Future**. “A gente vê que o mundo está mais conectado, com uma tendência de automatização, e estamos investindo nesse sentido”, acrescentou Benitah. Para ele, é um grande orgulho ter crescido a empresa com **investimento totalmente de dentro do Estado do Amazonas**. “Mesmo com a Zona Franca, pouco se escuta falar de que empresários de lá criaram empresas desse porte”, comentou. ■■

The Amazonas-based company **Venttos Electronics** returned to the Eletrolar Show in 2024 after a successful participation the previous year. The organization is responsible for the **production of intermediate goods for several industries in the Manaus Industrial Pole (PIM), and also offers the option of OEM manufacturing** – assembling and developing products for other companies to sell under their own name. “The return here to the Eletrolar Show is not by chance, it is based on real results”, highlighted **Luciano Benitah, CEO at Venttos Electronics**.

In this year’s participation, the company highlighted a **line of products focused on industrial automation**, called **V Future**. “We see that the world is more connected, with a trend towards automation, and we are investing in this direction”, added Benitah. For him, it is a great pride to have grown the company with **investment entirely from within the State of Amazonas**. “Even with the Free Trade Zone, we rarely hear about entrepreneurs from there creating companies of this size,” he commented. ■■



## VERYRIO: CAPAS DE CELULARES PARA TODOS OS GOSTOS

VERYRIO: CELL PHONE CASES FOR ALL TASTES

**Em 2024, a empresa veio mais preparada para fechar negócios.**

*In 2024, the company came better prepared to close deals.*



**NILDE LEI,**  
SUPERVISORA DE VENDAS  
SALES SUPERVISOR

**A** **Veryrio**, empresa especializada na comercialização de **capas de alta qualidade para celulares**, participou da Eletrolar Show como expositora pelo segundo ano. “Na primeira vez, por falta de experiência, não conseguimos fechar muitos negócios, mas neste ano nos preparamos, já nos primeiros dias captamos contatos interessantes e, também, conversamos bastante com nossos clientes”, disse **Nilde Lei**, **supervisora de vendas** da marca.

Presente em um mercado repleto de concorrentes, os diferenciais da empresa, como destacou Nilde, são a exclusividade e a diversidade. “Temos opções de capas para atender todos os gostos e tipos de clientes. Vendemos capas com bastante glitter para quem quer chamar a atenção e também temos capas com qualidade reforçada para aquele cliente que preza a segurança do aparelho.” ■■

**V**eryrio, a company specialized in selling **high-quality cell phone cases**, participated in the Eletrolar Show as an exhibitor for the second year. “The first time, due to lack of experience, we were unable to close many deals, but this year we prepared ourselves, in the first few days we already made interesting contacts and also talked a lot with our customers”, said **Nilde Lei**, **the brand’s sales supervisor**.

Present in a market full of competitors, the company’s differentials, as Nilde highlighted, are exclusivity and diversity. “We have cover options to suit all tastes and types of customers. We sell covers with lots of glitter for those who want to attract attention and we also have covers with reinforced quality for those customers who value the safety of their device.” ■■



WWW.ELECTRONICSHOME.COM.AR

# GH ELECTRONICS HOME • Argentina

A FEIRA DE NEGÓCIOS  
MAIS IMPORTANTE DO PAÍS

## ESPERAMOS VOCÊ

5° EDIÇÃO

# 2025



## VIVENSIS: LANÇAMENTOS IMPORTANTES NA ES

VIVENSIS: IMPORTANT LAUNCHES IN ES

**Empresa lançou linhas de áudio e de acessórios para gamers.**

*The company launched audio and accessory lines for gamers.*

Quando o assunto é sinal de TV por satélite, a **Vivensis** é um dos principais nomes. Com 28 anos de experiência, alia tecnologia e atendimento personalizado para garantir a fidelidade de seus clientes e a conquista de novas oportunidades. Para manter a marca no topo, participa da Eletrolar Show, disse a **diretora de marketing, Patrícia Vital**. "A feira nos ajuda a manter o prestígio da marca, estar aqui

When it comes to satellite TV signals, **Vivensis** is one of the leading names. With 28 years of experience, it combines technology and personalized service to ensure customer loyalty and new opportunities. To keep the brand at the top, it participates in the Eletrolar Show, said **marketing director Patrícia Vital**. "The fair helps us maintain the brand's prestige; being here among the main manu-





**PATRÍCIA VITAL,**  
DIRETORA DE MARKETING  
MARKETING DIRECTOR



entre os principais fabricantes é algo que nos faz posicioná-la com nossos clientes.”

Em sua segunda participação na feira, fez dois importantes lançamentos: a **linha de áudio Vibe Sound, com caixas de som potentes e versáteis**, e a **Vibe Pró Gamer, de acessórios como teclados, mouses e headsets personalizados** para os amantes dos games. Expôs, também, o seu carro-chefe de vendas, o **receptor VX Smart** para receber sinal de internet, utilizar aplicativos de streaming e ter acesso a 80 canais.

Sediada em Curitiba (PR), a Vivensis atua em todo o País. Para Patrícia, o segredo do sucesso não está apenas em vender produtos, mas sim em dar assistência aos clientes no pré e no pós-venda, o que inclui garantia de pelo menos dois anos em todos os itens. “Nossa garantia dá confiança e credibilidade com os parceiros. Com certeza, voltaremos na próxima edição com estande maior e mais novidades.” ■■

facturers is something that makes us position it with our customers.”

In its second participation in the fair, it made two important launches: the **Vibe Sound audio line, with powerful and versatile speakers**, and the **Vibe Pró Gamer, with accessories such as keyboards, mice and customized head sets** for game lovers. It also showcased its best-selling product, the **VX Smart receiver** for receiving internet signals, using streaming apps and accessing 80 channels.

Based in Curitiba (PR), Vivensis operates throughout the country. For Patrícia, the secret to its success is not just selling products, but also providing pre- and post-sale customer support, which includes a warranty of at least two years on all items. “We received our guarantee of trust and credibility with our partners at the fair. We will definitely be back at the next edition with a larger stand and more new products.” ■■

## WAVEONE: PRODUTOS COM GARANTIA DE DOIS ANOS, NO MÍNIMO

WAVEONE: PRODUCTS WITH AT LEAST A TWO-YEAR WARRANTY



**Empresa lançou caixas de som, fones e headsets para gamers.**

*The company launched speakers, headphones and headsets for gamers.*



**FERNANDO ALVES,**  
GERENTE-EXECUTIVO  
EXECUTIVE MANAGER

Com 31 anos de história, a **Waveone** expôs as **linhas de caixas de som em torre, modelos Box Thunder, Box Firework e Box Stage**, com alta qualidade de som e fácil conectividade. Na **linha gamer, lançou caixas de som portáteis com Bluetooth, headsets gamer e fones de alta performance**, como os modelos **500 BT**, com espuma de memória, para maior conforto, e bateria com 50 horas de duração, e **WF 600 BT**, com cancelamento de ruído e bateria que dura até 60 horas. Os produtos têm garantia de dois anos, no mínimo. "A Eletrolar Show é o lugar ideal para mostrar aos compradores nossos produtos, divulgar os lançamentos e conhecer novos clientes", disse **Fernando Alves, gerente-executivo da marca**.

Em março deste ano, a Waveone **lançou um programa que oferece aos lojistas treinamento, certificação e suporte pelo portal**. "A intenção é estreitar os laços com os pequenos varejistas, oferecendo a cada um qualidade, preço baixo e competitividade. Assim, a concorrência com as grandes empresas será mais justa", afirmou Fernando. ■■

With 31 years of history, **Waveone** exhibited its **lines of tower speakers, the Box Thunder, Box Firework and Box Stage models**, with high sound quality and easy connectivity. In the **gamer line, it launched portable speakers with Bluetooth, gamer headsets and high-performance headphones**, such as the **500 BT** models, with memory foam for greater comfort and a battery life of 50 hours, and the **WF 600 BT**, with noise cancellation and a battery life of up to 60 hours. The products have a minimum two-year warranty. "The Eletrolar Show is the ideal place to show buyers our products, announce new launches and meet new customers", said **Fernando Alves, the brand's executive manager**.

In March of this year, **Waveone launched a program that offers retailers training, certification and support through its portal**. "The intention is to strengthen ties with small retailers, offering each one quality, low prices and competitiveness. This way, competition with large companies will be fairer," said Fernando. ■■



**RODRIGO TSAI,**  
CEO

## WEI IMPORT: VARIEDADE DE PRODUTOS

*WEI IMPORT: VARIETY OF PRODUCTS*

**Empresa é especializada em atender o mercado de e-commerce.**

*The company specializes in serving the e-commerce market.*

**A** **WEI Import** apresentou na feira uma gama de itens de alta demanda no mercado digital, incluindo informática, utensílios domésticos, ferramentas e eletroeletrônicos. “Em câmeras de segurança, carro-chefe da empresa, trouxemos o **modelo A8**, de uso externo, com visão noturna colorida, resistente à água e compatível com assistentes virtuais”, contou o **CEO da empresa, Rodrigo Tsai**.

Em **air fryers**, mostrou modelos em duas versões: uma com tecnologia digital e tampa em vidro transparente, nas cores cinza e preto; e outra manual, nas cores verde, preto, branco e cinza. Lançou, também, **escova elétrica giratória** para limpeza geral, com motor de 25 W. O produto tem nove escovas removíveis para diferentes usos. “Na feira, divulgamos a marca e fizemos muitos contatos com novos clientes”, disse Rodrigo. ■■

**A**t the fair, **WEI Import** presented a range of items in high demand in the digital market, including computers, household appliances, tools and electronics. “In security cameras, the company’s flagship product, we brought the **A8 model**, for outdoor use, with color night vision, water resistance and compatible with virtual assistants”, said the **company’s CEO, Rodrigo Tsai**.

In **air fryers**, the company showed models in two versions: one with digital technology and a transparent glass lid, in gray and black; and another manual, in green, black, white and gray. It also launched an **electric rotating brush** for general cleaning, with a 25 W motor. The product has nine removable brushes for different uses. “At the fair, we promoted the brand and made many contacts with new customers”, said Rodrigo. ■■

## WIWU: MOCHILAS E NÉCESSAIRES TECNOLÓGICAS

WIWU: BACKPACKS AND TECHNOLOGICAL TOILETRY BAGS



**Empresa estreou na ES com lançamentos.**

*The company debuted at ES with new products.*



**JEFFERSON SILVA,**  
**COORDENADOR DE MARKETING**  
MARKETING COORDINATOR

**E**m sua primeira participação na feira, além das capinhas para celulares e fones de ouvido, a **Wiwu** apresentou uma nova linha de **mochilas e nécessaires tecnológicas**. “Com material de qualidade na costura, a tecnologia está presente na abertura dos produtos com digital”, explicou **Jefferson Silva, coordenador de marketing da Wiwu**.

A empresa multinacional, que está lançando sua primeira loja oficial no Brasil, chegou à feira com grandes expectativas. “Viemos focados em mostrar a variedade dos nossos produtos para os lojistas e para começar a introduzir nossa operação para o varejo. Queremos trazer bastante clientes e expandir nossa marca pelo Brasil”, disse Jefferson. ■■

**I**n its first participation at the fair, in addition to cell phone cases and headphones, **Wiwu** presented a new line of backpacks and **technological toilette bags**. “With quality material in the sewing, technology is present in the digital opening of the products”, explained **Jefferson Silva, marketing coordinator at Wiwu**.

The multinational company, which is launching its first official store in Brazil, arrived at the fair with great expectations. “We came focused on showing the variety of our products to store owners and to start introducing our retail operation. We want to bring in a lot of customers and expand our brand throughout Brazil”, said Jefferson. ■■



## WYLIE TOOLS: SOLUÇÕES PARA REPAROS DE CELULAR

WYLIE TOOLS: SOLUTIONS FOR CELL PHONE REPAIRS

Técnicos de conserto são o público da empresa.

*The company's target audience is repair technicians.*

A **Wylie Tools** marcou presença com uma gama completa de ferramentas e insumos para assistência técnica avançada de celulares. "Oferecemos produtos de alta qualidade, importados diretamente da China, que atendem às necessidades dos técnicos de reparo de celulares", afirmou o **diretor comercial da empresa, Vinicius Lu**.

Com o objetivo de se tornar líder no mercado brasileiro nos próximos anos, a empresa prima pela atualização tecnológica. "Estamos aqui para mostrar a evolução na área de reparos e compartilhar nosso conhecimento com os profissionais do setor", explicou Vinicius. A empresa oferece desde **kits de ferramentas até equipamentos avançados**, como **microscópios com câmera, materiais para solda e fontes de bancada**. ■■

**W**ylie Tools was present with a complete range of tools and supplies for advanced technical assistance for cell phones. "We offer high-quality products, imported directly from China, that meet the needs of cell phone repair technicians," said the **company's commercial director, Vinicius Lu**.

With the goal of becoming a leader in the Brazilian market in the coming years, the company prioritizes technological updates. "We are here to show the evolution in the repair area and share our knowledge with professionals in the sector," explained Vinicius. The company offers everything from **tool kits to advanced equipment**, such as **microscopes with cameras, soldering materials and bench power supplies**. ■■

# X-ONE LANÇOU PRODUTO EXCLUSIVO NO BRASIL

*X-ONE LAUNCHED EXCLUSIVE PRODUCT IN BRAZIL*



**Empresa classifica a feira como um espelho do mercado.**

*The company classifies the fair as a reflection of the market.*



**BRENO FRANÇA,**  
CEO

Expositora pela quarta vez consecutiva, a **X-ONE Brasil** lançou uma **linha de fontes de 140 W, exclusiva no País**, capaz de carregar mais de um aparelho de notebook e Macbook ao mesmo tempo. A empresa, que atua em mais de 75 países, também lançou **um aplicador de película**, que será comercializado em primeira mão no Brasil.

"A Eletrolar Show é um espelho do mercado, os produtos que lançamos aqui são sucesso de vendas e mantêm o posicionamento da marca", disse **Breno França, CEO da X-ONE**. Em sua primeira vez na feira, em 2019, seu estande tinha 35 m<sup>2</sup>. Neste ano, foram 150 m<sup>2</sup>. A empresa também expandiu o portfólio. Além da linha de capas e películas antiqueda para iPhones, criou **películas para smartwatches da Apple** com borda protetora e para os **smartphones da linha S24 da Samsung**.

A X-ONE é a única que dá garantia para as películas de proteção, destacou Breno. "Mantemos uma alta qualidade nos produtos a ponto de oferecermos garantia até em nossas películas. Além disso, temos o compromisso de realizar nossas vendas no esquema B2B. Assim, os lojistas não sofrem com uma concorrência desleal." ■■

Exhibiting for the fourth consecutive time, **X-ONE Brasil** launched a **line of 140 W power supplies, exclusive to the country**, capable of charging more than one laptop and Macbook device at the same time. The company, which operates in more than 75 countries, also launched a **film applicator**, which will be sold for the first time in Brazil.

"The Eletrolar Show is a reflection of the market, the products we launch here are sales successes and maintain the brand's positioning", said **Breno França, CEO of X-ONE**. In its first time at the fair, in 2019, its stand was 35 sqm. This year, it was 150 sqm. The company also expanded its portfolio. In addition to the line of anti-fall covers and **films for iPhones, it created films for Apple smartwatches** with protective edges and for **Samsung's S24 line of smartphones**.

X-ONE is the only company that offers a guarantee for its protective films, Breno emphasized. "We maintain such high quality in our products that we even offer a guarantee on our films. Furthermore, we are committed to selling our products on a B2B basis. This way, retailers do not suffer from unfair competition." ■■



**Empresa é forte no mercado internacional e chegou ao Brasil há um ano.**

*The company is strong in the international market and arrived in Brazil a year ago.*



**JUAN CRUZ GONZALEZ,**  
CEO



**XAEA BRASIL ATINGIU SEUS OBJETIVOS NA ES**

*XAEA BRASIL ACHIEVED ITS GOALS AT ES*

#ES2024

Em sua primeira participação na feira, a **Xaea Brasil** firmou parcerias, atendeu lojistas interessados em seus produtos e concretizou vendas. "Atingimos nossos objetivos de mostrar a qualidade dos produtos e fazer contatos com empresas de vários estados", contou **Juan Cruz Gonzales, CEO da empresa**, que tem em seu portfólio **smartwatches, fones, caixas de som, cabos e carregadores**, entre outros acessórios.

Na 17ª Eletrolar Show, também apresentou lançamentos e destaques, como o **carregador Supreme 45W, USB + TC/1TC**; o **cabo Hulk** ultrarrápido e resistente, TC-IP-V8; e a **caixa de som Vortex**, com Bluetooth, luzes de LED e design moderno e compacto. "A marca é muito forte no mercado internacional, onde atua há 16 anos", disse Juan. ■■

In its first participation in the fair, **Xaea Brasil** established partnerships, served retailers interested in its products and made sales. "We achieved our goals of showing the quality of the products and making contacts with companies from several states", said **Juan Cruz Gonzales, CEO of the company**, whose portfolio includes **smartwatches, headphones, speakers, cables and chargers**, among other accessories.

At the 17<sup>th</sup> Eletrolar Show, it also presented new releases and highlights, such as the **Supreme 45W charger, USB + TC/1TC**; the ultra-fast and resistant **Hulk cable, TC-IP-V8**; and the **Vortex speaker**, with Bluetooth, LED lights and a modern and compact design. "The brand is very strong in the international market, where it has been operating for 16 years", said Juan. ■■

#ES2024



## XIAOMI: INOVAÇÃO E CONECTIVIDADE

*XIAOMI: INNOVATION AND CONNECTIVITY*

**Objetivo da empresa foi estreitar a relação com o médio e o pequeno varejo.**

*The company's goal was to strengthen its relationship with small and medium-sized retailers.*



**A** **Xiaomi**, além das linhas de smartphones, apresentou dezenas de produtos do seu ecossistema, como o **liquidificador portátil, a air fryer inteligente e o robô aspirador**, que podem ser controlados via aplicativo e integrados às casas inteligentes. “Buscamos oferecer produtos que facilitam a vida dos consumidores, mantendo nosso compromisso com a qualidade e o custo-benefício”, afirmou **Luciano Barbosa, head da operação Xiaomi no Brasil**.

Desde sua chegada ao Brasil, em 2019, a marca vem ganhando espaço e, hoje, está presente em mais de 8 mil pontos de venda. Entre os smartphones, o destaque foi o **Redmi Note 13 Pro 5G**, com recursos avançados de IA, que melhoram a usabilidade diária.

A Xiaomi, que tem cinco lojas próprias no Brasil e 40 quiosques, quer dobrar esses números até o final deste ano. “A presença da empresa na 17ª Eletrolar Show foi uma oportunidade para fortalecer os laços com parceiros de todo o País e aumentar a presença da marca no mercado. Nosso foco foi atingir o médio e o pequeno varejo”, disse Luciano. ■■

**I**n addition to its smartphone lines, **Xiaomi** also presented dozens of products from its ecosystem, such as the **portable blender, the smart air fryer, and the robot vacuum cleaner**, which can be controlled via an app and integrated into smart homes. “We seek to offer products that make consumers’ lives easier, while maintaining our commitment to quality and cost-effectiveness,” said **Luciano Barbosa, head of Xiaomi’s operations in Brazil**.

Since its arrival in Brazil in 2019, the brand has been gaining ground and is now present in more than 8,000 points of sale. Among the smartphones, the highlight was the **Redmi Note 13 Pro 5G**, with advanced AI features that improve daily usability.

Xiaomi, which has five of its own stores in Brazil and 40 kiosks, wants to double these numbers by the end of this year. “The company’s presence at the 17th Eletrolar Show was an opportunity to strengthen ties with partners from all over the country and increase the brand’s presence in the market. Our focus was to reach medium and small retailers,” said Luciano. ■■

**LUCIANO BARBOSA,**  
HEAD DA OPERAÇÃO  
HEAD OF OPERATIONS



## YGGY FOCA EM PROTEÇÃO E SUSTENTABILIDADE

*YGGY HIGHLIGHTS PROTECTION AND SUSTAINABILITY*

**Em destaque cases com certificação militar e compromisso ambiental.**

*Cases with military certification and environmental commitment were highlighted.*

#ES2024



**A** Yggy expôs sua **linha de proteção para iPhones**, incluindo **cases com certificação militar, protetores de câmera e películas frontais**. “Nossa missão é oferecer maior proteção e durabilidade para os aparelhos dos consumidores”, afirmou o **diretor de operações da empresa, Nicolas Galvão**.

De acordo com ele, prolongar a vida útil dos aparelhos significa contribuir para a redução do descarte de lixo eletrônico e do uso desnecessário de matérias-primas. A marca reafirmou o seu compromisso com a sustentabilidade, destinando parte do faturamento ao projeto de reflorestamento da Mata Atlântica. Em sua segunda participação na feira, a Yggy buscou ampliar sua base de clientes, contou Nicolas. “Superamos as expectativas em comparação ao ano passado, com um público qualificado e lojistas interessados em trabalhar com a nossa marca.” ■■

**Y**ggy showcased its **line of protection for iPhones, including cases with military certification, camera protectors and front screen protectors**. “Our mission is to offer greater protection and durability for consumers’ devices,” said the **company’s operations director, Nicolas Galvão**.

According to him, extending the useful life of devices means contributing to the reduction of electronic waste disposal and unnecessary use of raw materials. The brand reaffirmed its commitment to sustainability, allocating part of its revenue to the Atlantic Forest reforestation project. In its second participation in the fair, Yggy sought to expand its customer base, said Nicolas. “We exceeded expectations compared to last year, with a qualified audience and retailers interested in working with our brand.” ■■

## YINLANG ELECTRONIC TECHNOLOGY: FECHADURAS ELETRÔNICAS PARA CASAS

YINLANG ELECTRONIC TECHNOLOGY:  
ELECTRONIC LOCKS FOR HOMES

### Fabricante chinesa fez sua segunda passagem pela ES.

*Chinese manufacturer made its second visit to ES.*



**JIANG LIPING,**  
GERENTE COMERCIAL  
SALES MANAGER



**B**aseada na cidade de Dongguan, na China, a fabricante **Yinlang Electronic Technology** mostrou aos brasileiros sua linha de **fechaduras eletrônicas**. Os dispositivos trazem proteção e conectividade a casas, apartamentos e hotéis, permitindo a entrada por meio de senhas ou impressões digitais.

Foi a segunda vez de **Jiang Liping, gerente comercial da marca**, na Eletrolar Show. Segundo ele, os resultados foram semelhantes: negócios de médio porte fechados, mais a chance de exibir o portfólio para potenciais clientes e distribuidores. O diferencial dos produtos é o preço. "Design e funções são importantes, mas o custo de transporte para o Brasil é o que faz a diferença", comentou Jiang. ■■

**B**ased in the city of Dongguan, China, the manufacturer **Yinlang Electronic Technology** showed Brazilians its line of **electronic locks**. The devices provide protection and connectivity to homes, apartments and hotels, allowing entry using passwords or fingerprints.

This was the second time for **Jiang Liping, the brand's sales manager**, at the Eletrolar Show. According to him, the results were similar: medium-sized deals closed, plus the chance to showcase the portfolio to potential customers and distributors. The difference between the products is the price. "Design and functions are important, but the cost of shipping to Brazil is what makes the difference," commented Jiang. ■■

## ZIPDIN APRESENTOU SUAS SOLUÇÕES

ZIPDIN PRESENTED ITS SOLUTIONS

Lançadas neste ano, elas são voltadas ao varejo.

*Launched this year, they are aimed at retail.*



**GUILHERME DELLA PENNA,**  
DIRETOR COMERCIAL  
COMMERCIAL DIRECTOR

Apresentou **soluções financeiras para o varejo**, como o método de pagamento que permite aos clientes utilizar o saldo que está parado no Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS) para realizar suas compras. “As soluções da **Zipdin** dão ao consumidor a oportunidade de adquirir o bem e, também, possibilitam o aumento do tíquete médio das vendas”, contou **Guilherme Della Penna, diretor comercial da empresa**.

Outra solução lançada neste ano é o **Credit as a Service**, que estrutura o empresário para ter o retorno financeiro do financiamento de suas próprias vendas. Ele monta a sua operação de crédito e atua como um banco. A Zipdin participou pela primeira vez da Eletrolar Show. “A feira recebe muitos varejistas, este é o público que queremos atingir”, disse Guilherme. ■■

It presented **financial solutions for retail**, such as the payment method that allows customers to use the balance that is in the Severance Pay Fund (FGTS) to make their purchases. “**Zipdin’s** solutions give consumers the opportunity to purchase goods and also make it possible to increase the average sales receipt,” said **Guilherme Della Penna, the company’s commercial director**.

Another solution launched this year is **Credit as a Service**, which structures the entrepreneur to obtain the financial return from financing their own sales. It sets up its credit operation and acts as a bank. Zipdin participated in the Eletrolar Show for the first time. “The fair receives many retailers, this is the audience we wanted to reach,” said Guilherme. ■■



## ZWEAR APOSTOU NOS SMARTWATCHES

ZWEAR BET ON SMARTWATCHES

**Mercado permanece receptivo a essa categoria.**

*The market remains receptive to this category.*



**DAVID FENG,**  
GERENTE-GERAL  
GENERAL MANAGER

Lançou **três linhas de smartwatches** à prova d'água, Bluetooth e com sensor de dispositivos médicos, como frequência cardíaca. A **linha EC-G+PPG** tem três modelos, o E01 (retangular em duas cores), o E03 e o E03S (redondos em três cores). A linha **Versatile Unisex Models**, considerada "venda quente" pela facilidade de comercialização, tem seis modelos, com destaque para o ZL73J / ZL73S. E a **Amoled New Generation Screen**, que, assim como a Versatile, tem opções em quatro cores. "Nesta nossa segunda participação na ES, pudemos aproveitar ainda mais o espaço para novos contatos", avaliou **David Feng, gerente-geral da ZWEAR**.

No estande, apresentou outras linhas de smartwatches. "Alguns dos modelos que trouxemos para a Eletrolar Show já estavam começando a ser comercializados no País, importados da China por meio da nossa empresa, que atua há dois anos no mercado brasileiro", contou David. ■■

It launched **three lines of waterproof smartwatches**, Bluetooth and with medical device sensors, such as heart rate. The **ECG+PPG line** has three models, the E01 (rectangular in two colors), the E03 and the E03S (round in three colors). The **Versatile Unisex Models line**, considered a "hot seller" due to its ease of sale, has six models, with the ZL73J / ZL73S standing out. And the **Amoled New Generation Screen**, which, like the Versatile, has options in four colors. "In our second participation at ES, we were able to take advantage of the space even more for new contacts", assessed **David Feng, general manager at ZWEAR**.

At the booth, it presented other lines of smartwatches. "Some of the models we brought to the Eletrolar Show were already starting to be sold in the country, imported from China through our company, which has been operating in the Brazilian market for two years," said David. ■■

# 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](http://eletrocompras.com)

 [contato@eletrocompras.com.br](mailto:contato@eletrocompras.com.br)

# MARKET

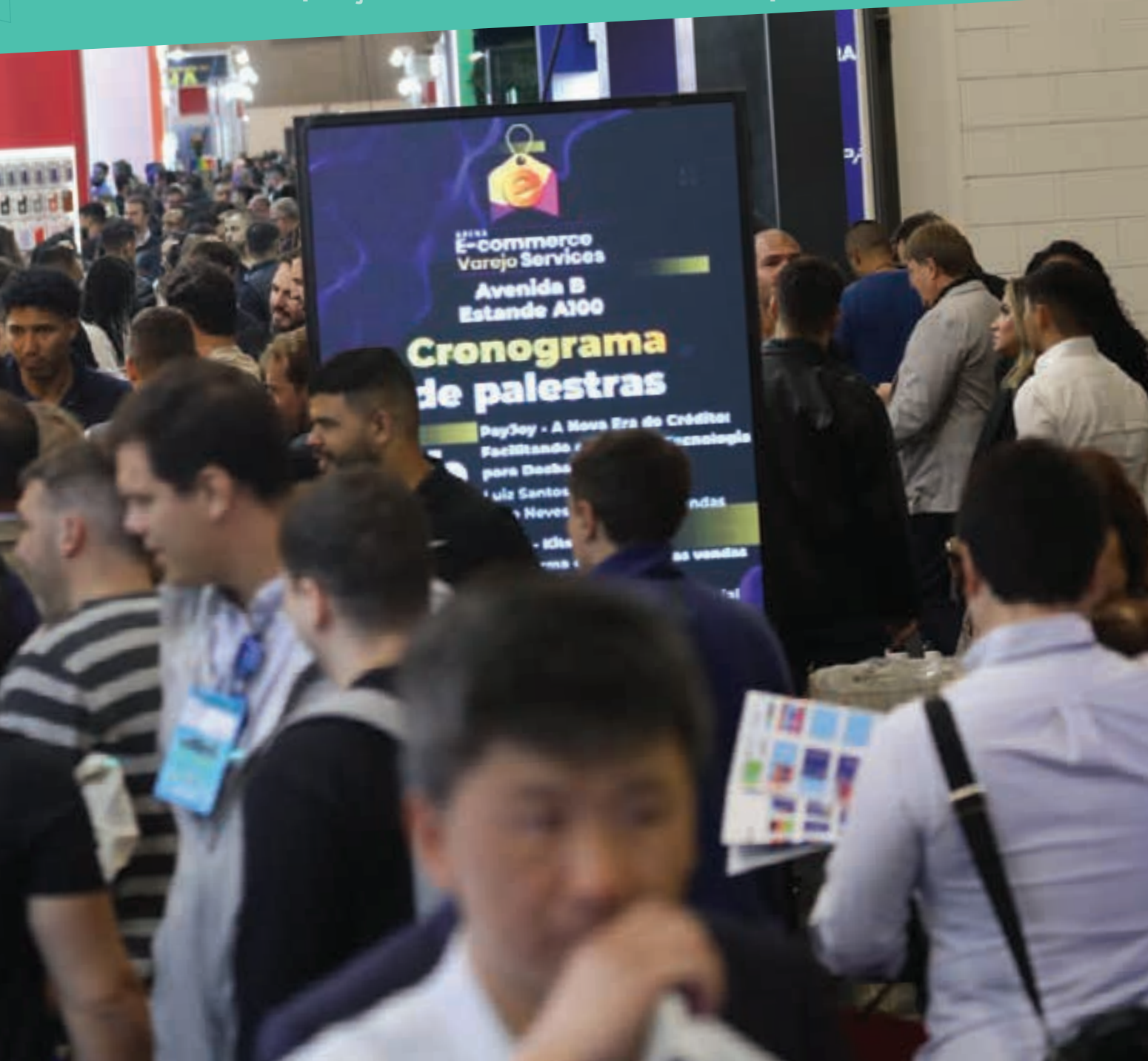
## NIELSEN IQ GFK: TECH & DURABLE GOODS GROWS 11% UNTIL MAY AND REVERSES NEGATIVE TREND OF THE LAST TWO YEARS

*Signs of economic recovery have been essential for the market this year.*



# NIELSEN IQ GFK: TECH & BENS DURÁVEIS CRESCE 11% ATÉ MAIO E REVERTE TENDÊNCIA NEGATIVA DOS ÚLTIMOS DOIS ANOS

Os sinais de recuperação da economia têm sido essenciais para o mercado neste ano.



O mercado de Tech & Bens Duráveis no Brasil está finalmente mostrando sinais de recuperação após um período de dois anos de declínio acentuado. **De acordo com levantamento da NielsenIQ GfK, exclusivo para a Eletrolar Show 2024, todas as categorias performaram bem, com um crescimento em unidades de 11% até maio deste ano.**

As categorias específicas tiveram desempenho notável. **As vendas de geladeiras aumentaram em 22% em unidades, enquanto as máquinas de lavar roupas registraram crescimento de 17%.** Além disso, as categorias de ar-condicionado e ventiladores tiveram um impacto significativo devido ao calor, impulsionando ainda mais os resultados do setor.

The Tech & Durable Goods market in Brazil is finally showing signs of recovery after a two-year period of steep decline. **According to a survey by NielsenIQ GfK, exclusively for Eletrolar Show 2024, all categories performed well, with an 11% growth in units through May of this year.**

Specific categories performed remarkably well. **Refrigerator sales increased by 22% in units, while washing machines registered growth of 17%.** In addition, the air conditioning and fan categories were significantly impacted by the heat, further boosting the sector's results.

### FACTORS IN ECONOMIC RECOVERY

For NielsenIQ GfK's Tech & Durables Customer Success Director in Brazil, Ricardo Moura, signs of

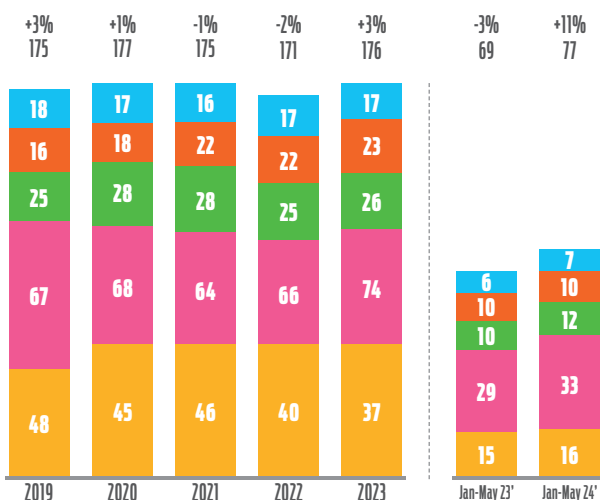
## APÓS ANOS DIFÍCEIS, MERCADO MOSTRA RECUPERAÇÃO EM 2024. AR-CONDICIONADO, REFRIGERADORES E VENTILADORES PUXAM RESULTADO, IMPACTADOS PELO CALOR

T&D\* | Brazil | Sales Bn BRL & Mio Sales Units by TCG sector | 2019 – YTD 2024

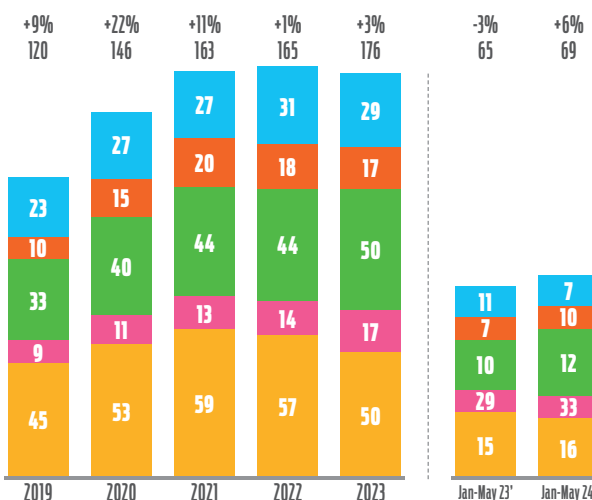
After difficult years, the market shows recovery in 2024. Air Conditioning, Refrigerators and Fans drive results, impacted by the heat

T&D\* | Brazil | Sales Bn BRL & Mio Sales Units by TCG sector | 2019 – YTD 2024

Sales Mio Units



Sales Bn Value USD



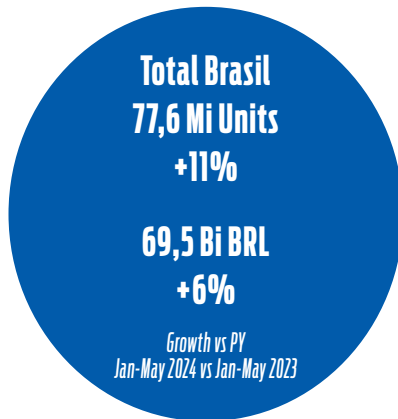
Source: GfK PDS - Brazil, T&D: Telecom, CE, IT, MDA, SDA, MTG

Eletrônicos IT Linha Branca Portáteis Telecom

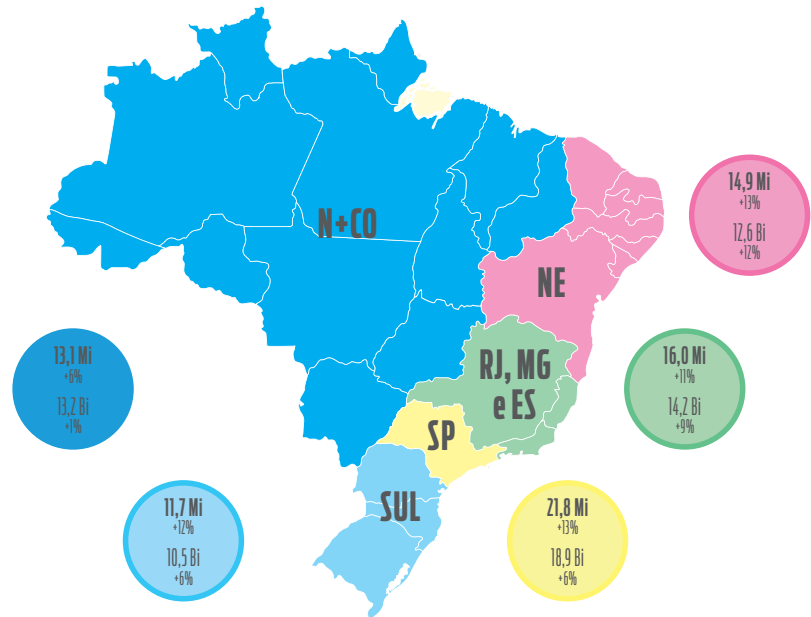
## O CONSUMO CRESCE EM TODO O BRASIL

No entanto, o Nordeste se destaca por um tíquete médio mais estável.

*CONSUMPTION GROWS THROUGHOUT BRAZIL - However, the Northeast stands out for having a more stable average ticket.*



Source: GfK POS data  
Brazil, T&D: Telecom, CE, IT, MDA, SDA, MTG



### FATORES DE RECUPERAÇÃO ECONÔMICA

Para o diretor de Sucesso do Cliente Tech & Durables da NielsenIQ GfK no Brasil, Ricardo Moura, os sinais de recuperação econômica têm sido essenciais para o mercado neste ano. "A queda na taxa de juros e a melhoria no mercado de trabalho criaram um ambiente favorável para o consumo de bens duráveis", afirmou Moura. A facilidade de crédito e as condições de pagamento mais atraentes incentivaram os consumidores a renovar e modernizar seus aparelhos domésticos, enquanto promoções e facilidades oferecidas pelos varejistas também contribuíram para o crescimento das vendas.

### PREFERÊNCIAS DOS CONSUMIDORES

A pesquisa avaliou as preferências dos consumidores brasileiros, mostrando que **36% estão dispostos a pagar mais se o produto facilitar suas vidas**. Além disso, 48% consideram o preço como o fator mais importante na decisão de compra, e 72% preferem esperar até que novas tecnologias sejam comprovadamente eficientes antes de adquiri-las.

economic recovery have been essential for the market this year. "The drop-in interest rates and the improvement in the job market have created a favorable environment for the consumption of durable goods," said Moura. Easy credit and more attractive payment terms have encouraged consumers to renew and modernize their household appliances, while promotions and facilities offered by retailers have also contributed to sales growth.

### CONSUMER PREFERENCES

The survey assessed the preferences of Brazilian consumers, showing that **36% are willing to pay more if the product makes their lives easier**. In addition, 48% consider price to be the most important factor in their purchasing decision, and 72% prefer to wait until new technologies are proven to be effective before purchasing them.



**Um destaque importante é o crescimento dos produtos premium dentro do mercado de Tech & Bens Duráveis.”**

*“A significant highlight is the growth of premium products within the Tech & Durable Goods market.”*



**RICARDO MOURA**

#### **IMPACTO DO E-COMMERCE**

O impacto do e-commerce é significativo, com o marketplace (3P) ganhando relevância e ocupando o espaço das vendas diretas. Houve um crescimento notável nas vendas online de marketplace (3P) em comparação com lojas físicas e vendas diretas online (1P).

#### **REPOSICIONAMENTO DE PREÇOS**

O reposicionamento de preços foi puxado principalmente pela linha branca, que mostrou um aumento consistente a partir do segundo semestre de 2023. A categoria de portáteis também se destacou pela consistência no reposicionamento de preços.

#### **CRESCIMENTO DOS PRODUTOS PREMIUM E DE ENTRADA**

**Um destaque importante é o crescimento dos produtos premium dentro do mercado de Tech & Bens Duráveis.** Produtos com índice de preço superior a 150% apresentaram crescimento notável, refletindo uma demanda crescente por itens de maior valor agregado. Esse segmento, que inclui eletrônicos de alta tecnologia e eletrodomésticos sofisticados, está atraindo consumidores dispostos a investir em qualidade e inovação, impulsionando ainda mais a recuperação do setor. Houve, também, crescimento significativo nos produtos de entrada, demonstrando que a recuperação do mercado está sendo impulsionada tanto por consumidores que buscam produtos premium quanto pelos que procuram por opções mais acessíveis.

#### **CRESCIMENTO REGIONAL**

**O consumo de Tech & Bens Duráveis cresceu em todas as regiões do Brasil, com destaque para o Nordeste, que apresentou um tíquete médio mais estável.** Esse crescimento regional mostra que a recuperação é abrangente e não se limita a áreas específicas, evidenciando a demanda consistente por tecnologia e bens duráveis em todo o País.

#### **IMPACT OF E-COMMERCE**

The impact of e-commerce is significant, with marketplaces (3P) gaining relevance and taking the place of direct sales. There has been a notable growth in online marketplace sales (3P) compared to physical stores and online direct sales (1P).

#### **PRICE REPOSITIONING**

Price repositioning was driven mainly by the white goods sector, which showed a consistent increase from the second half of 2023 onwards. The small appliances category also stood out for its consistent price repositioning.

#### **GROWTH IN PREMIUM AND ENTRY-LEVEL PRODUCTS**

**A key highlight is the growth in premium products within the Tech & Durable Goods market.** Products with a price index above 150% showed notable growth, reflecting a growing demand for higher value-added items. This segment, which includes high-tech electronics and sophisticated home appliances, is attracting consumers willing to invest in quality and innovation, further driving the recovery of the sector. There was also significant growth in entry-level products, demonstrating that the market recovery is being driven by both consumers seeking premium products and those looking for more affordable options.

#### **REGIONAL GROWTH**

**Technology and durable goods consumption grew in all regions of Brazil, with a focus on the Northeast, which had a more stable average ticket.** This regional growth shows that the recovery is broad and not limited to specific areas, highlighting the consistent demand for technology and durable goods throughout the country.

## ASIA SHIPPING: DECISÕES ACERTADAS MUDAM A VIDA

*Diego Ribas e Felipe Titto falaram de suas experiências.*

## ASIA SHIPPING: RIGHT DECISIONS CHANGE LIVES

*Diego Ribas and Felipe Titto shared their experiences.*

Na **Arena Comex**, os palestrantes da Asia Shipping abordaram temas como tecnologia, logística, comércio exterior, supply chain, tendências e perspectivas para o futuro. O **ex-jogador de futebol Diego Ribas** e o **influenciador Felipe Titto** estavam entre os principais palestrantes da multinacional brasileira, que atua na gestão de processos logísticos de mercadorias.

**"Trouxemos esses palestrantes para mostrar como eles tomaram decisões acertadas em suas carreiras e para que servissem de exemplo para os nossos clientes", disse Rafael Dantas, diretor comercial e sócio da empresa.** No primeiro dia da 17ª edição da Eletrolar Show, a palestra principal foi de Diego Ribas, que falou sobre as escolhas inteligentes que transformaram sua carreira.

At the **Arena Comex**, Asia Shipping speakers addressed topics such as technology, logistics, foreign trade, supply chain, trends, and future perspectives. **Former soccer player Diego Ribas and influencer Felipe Titto** were among the main speakers for the Brazilian multinational, which operates in the management of goods logistics processes.



**DIEGO RIBAS,**  
EX-JOGADOR  
FORMER PLAYER





**FELIPE TITTO,**  
INFLUENCIADOR  
INFLUENCER

Intitulada “Do risco à glória”, a palestra durou quase 50 minutos. “Não desista do seu grande sonho. Eu realizei meu sonho de ser um jogador de futebol de um grande time e sigo em frente graças às decisões que tomei. **Todos querem chegar a um lugar de destaque, mas poucos tomam as decisões que realmente têm peso”, disse Diego.** “Nenhum obstáculo resiste à persistência de uma pessoa decidida.”

No segundo dia, a palestra principal da Asia Shipping foi de Felipe Titto. Ele falou sobre a transição de carreira realizada, de ator para empresário, e sobre os aprendizados que foram conquistados. **“O digital é um aliado, não um inimigo do varejista. Para ter sucesso no digital, é preciso entender isso e focar em como você vende seu produto, não no produto que você vende de fato”, disse Felipe.**

*“We brought these speakers to show how they made the right decisions in their careers and to serve as an example for our clients,” said Rafael Dantas, commercial director and partner of the company. On the first day of the 17<sup>th</sup> edition of Eletrolar Show, the keynote speech was given by Diego Ribas, who talked about the intelligent choices that transformed his career.*

*Titled “From Risk to Glory,” the lecture lasted nearly 50 minutes. “Don’t give up on your big dream. I fulfilled my dream of being a football player for a big team and I keep moving forward thanks to the decisions I made. **Everyone wants to reach a place of prominence, but few make the decisions that really have weight,” said Diego.** “No obstacle can resist the persistence of a determined person.”*

*On the second day, the keynote speech for Asia Shipping was given by Felipe Titto. He talked about the career transition he made, from actor to entrepreneur, and about the lessons learned. **“Digital is an ally, not an enemy of the retailer. To succeed in the digital world, you need to understand this and focus on how you sell your product, not on the product you sell,” said Felipe.***

## ARENA E-COMMERCE & SERVICES: EXPERIÊNCIAS COMPARTILHADAS

*Especialistas abordaram serviços e soluções com foco no varejo online.*

### E-COMMERCE & SERVICES ARENA: SHARED EXPERIENCES

*Experts addressed services and solutions focused on online retail.*

Durante os quatro dias da Eletrolar Show 2024, o **Espaço Arena E-Commerce & Services** apresentou palestras sobre soluções e serviços voltados, sobretudo, para o universo do varejo online. Especialistas abordaram temas de grande interesse, como logística sustentável, automação em marketplaces, pós-venda integrada, processos de importação e novos meios de pagamento.

*During the four days of Eletrolar Show 2024, the **E-Commerce & Services** Arena Space presented lectures on solutions and services aimed primarily at the online retail universe. Experts addressed topics of great interest, such as sustainable logistics, marketplace automation, integrated after-sales service, import processes, and new payment methods.*

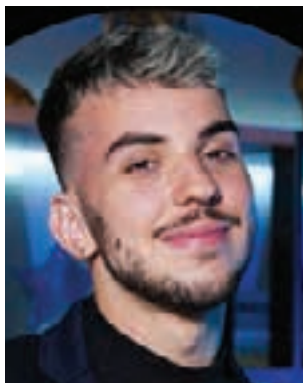


## CHINA LINK: FACILIDADES NA IMPORTAÇÃO

### CHINA LINK: IMPORT FACILITATION

**Thiago Codogno, gerente comercial da China Link**, ministrou a palestra "DNA da importação". A consultoria, especializada em importação da China, oferece um serviço completo e personalizado para seus clientes. Com escritórios na China e no Brasil, a China Link gerencia todo o processo de importação, até a entrega final dos produtos.

**"Fazemos o acompanhamento do processo, incluindo a busca de fornecedores, simulação de custos e inspeção de qualidade. Nosso objetivo é que a única preocupação do cliente seja vender o produto importado"**, afirmou o **head de marketing, João Januário**.



**JOÃO JANUÁRIO,**  
HEAD DE MARKETING DA CHINA LINK  
HEAD OF MARKETING AT CHINA LINK

**Thiago Codogno, Commercial Manager at China Link**, delivered a presentation titled "The DNA of Importing." The consultancy, specializing in imports from China, offers a complete and personalized service to its clients. With offices in China and Brazil, China Link manages the entire import process, up to the final delivery of products.

**"We monitor the process, including supplier search, cost simulation, and quality inspection. Our goal is that the client's only concern is selling the imported product,"** said the head of marketing, **João Januário**.

## COOPERCARGA: LOGÍSTICA SUSTENTÁVEL

### COOPERCARGA: SUSTAINABLE LOGISTICS

**André Vieira, gerente de negócios e estratégia da Coopercarga,** falou sobre “Logística inbound e outbound: o caminho do ESG para a indústria e o varejo”. Destacou a importância da integração sustentável entre os fluxos de inbound e outbound, que, geralmente, são tratados separadamente. **“O grande desafio é implementar essa integração logística, alinhando conceitos ambientais e econômicos”**, afirmou.

A Coopercarga se posiciona como um operador logístico comprometido com a sustentabilidade nos aspectos ambiental, econômico, social e de governança corporativa. **“Temos veículos elétricos e a gás, além de uma usina própria de biometano, desenvolvida em parceria com pequenos produtores”**, disse André. A empresa atende diversos segmentos, oferecendo serviços como carga-lotação para transferência nacional, centros logísticos, operações portuárias e entregas fracionadas. Também opera em nível latino-americano, com um portfólio diversificado de soluções para suprir diferentes necessidades logísticas.



**ANDRÉ VIEIRA,**  
GERENTE DA E NEGÓCIOS E  
ESTRATÉGIA DA COOPERCARGA  
BUSINESS AND STRATEGY MANAGER OF  
COOPERCARGA

**André Vieira, Business and Strategy Manager at Coopercarga,** presented on “Inbound and Outbound Logistics: The ESG Path for Industry and Retail”. He highlighted the importance of sustainable integration between inbound and outbound flows, which are often treated separately. **“The big challenge is implementing this logistics integration, aligning environmental and economic concepts,”** he stated.

Coopercarga positions itself as a logistics operator committed to sustainability in the environmental, economic, social, and corporate governance aspects. **“We have electric and gas vehicles, as well as our own biomethane plant, developed in partnership with small producers,”** said

André. The company serves various segments, offering services such as full truckload for national transfers, logistics centers, port operations, and less-than-truckload deliveries. It also operates at a Latin American level, with a diversified portfolio of solutions to meet different logistics needs.

## IDERIS: HUB DE INTEGRAÇÃO PARA O VAREJO ONLINE

### IDERIS: INTEGRATION HUB FOR ONLINE RETAIL

**Tiago Corrêa, gerente comercial da Ideris,** destacou os desafios do marketplace e a versatilidade da solução da empresa na palestra “Como um hub de integração pode ajudar a alavancar vendas”. A Ideris se posiciona como um parceiro estratégico para operações de grande escala no e-commerce, facilitando a gestão de diferentes canais de vendas, estoque, logística e atendimento ao cliente.

**“Nossa plataforma é desenhada para proporcionar uma operação fluida e eficiente, permitindo que nossos clientes foquem no crescimento e na inovação”**, afirmou Tiago. O objetivo da palestra também foi o de mostrar as formas de otimizar resultados com o uso da tecnologia e da Inteligência Artificial.



**TIAGO CORRÊA,**  
GERENTE COMERCIAL DA IDERIS  
COMMERCIAL MANAGER OF IDERIS

**Tiago Corrêa, Ideris’s Commercial Manager,** highlighted the challenges of marketplaces and the versatility of the company’s solution in the presentation “How an integration hub can help boost sales.” Ideris positions itself as a strategic partner for large-scale e-commerce operations, facilitating the management of different sales channels, inventory, logistics, and customer service.

**“Our platform is designed to provide a smooth and efficient operation, allowing our clients to focus on growth and innovation,”** said Tiago. The presentation also aimed to showcase ways to optimize results using technology and Artificial Intelligence.

## MAGIS5: INTEGRAÇÃO E AUTOMAÇÃO DE MARKETPLACES

### MAGIS5: MARKETPLACE INTEGRATION AND AUTOMATION

**Claudio Dias, CEO da Magis5**, destacou em sua palestra "Automação na gestão dos marketplaces" a importância da tecnologia para melhorar a eficiência operacional e garantir a competitividade das vendas online. Disse que o nível de exigência dos marketplaces tem aumentado, e o vendedor que deseja ser um player importante deve investir em automação. **"A tecnologia precisa ser encarada não como um custo, mas como um investimento necessário para se manter relevante no mercado"**, disse.

A Magis5 oferece ferramentas de integração e automação para os principais e-commerces e marketplaces do Brasil, incluindo Mercado Livre, Amazon e Shopee. "É possível centralizar a gestão da operação em uma única plataforma, abrangendo desde a criação dos anúncios e precificação dos produtos até a expedição de etiquetas e controle de estoque". Neste ano, a plataforma da Magis5 deve processar cerca de 80 milhões de pedidos.



**CLAUDIO DIAS,**  
CEO DA MAGIS5  
CEO OF MAGIS5

**Claudio Dias, CEO of Magis5**, highlighted in his presentation "Automation in Marketplace Management" the importance of technology in improving operational efficiency and ensuring the competitiveness of online sales. He stated that the level of demand from marketplaces has increased, and sellers who want to be major players must invest in automation. **"Technology should be seen not as a cost, but as a necessary investment to remain relevant in the market,"** he said.

Magis5 offers integration and automation tools for Brazil's major e-commerce platforms and marketplaces, including Mercado Livre, Amazon, and Shopee. "It is possible to centralize the management of operations on a single platform, ranging from the creation of listings and product pricing to the dispatch of labels and inventory control." This year, the Magis5 platform is expected to process approximately 80 million orders.

## PAYJOY: INCLUSÃO DIGITAL E FINANCEIRA

### PAYJOY: DIGITAL AND FINANCIAL INCLUSION

**Luiz Santos, responsável pela área de novos negócios da PayJoy**, fez a palestra "A nova era do crédito: facilitando o acesso à tecnologia para desbancarizados". Lembrou que um terço da população brasileira não tem acesso a crédito, mas movimentam um trilhão de reais por ano. "Queremos resolver esse problema usando o próprio smartphone como objeto de garantia para o financiamento", disse Luiz.

A PayJoy é uma fintech que atua em parceria com varejistas que comercializam smartphones, oferecendo uma opção de financiamento inovadora, que incentiva o pagamento das parcelas e aumenta as vendas dos varejistas. **"Entendemos que o celular é um bem essencial na vida das pessoas, uma fonte de renda e educação que promove a inclusão digital e financeira"**, afirmou Luiz, que ficou impressionado com a qualidade dos leads que passaram pelo estande da empresa na Eletrolar Show. "Foi muito positivo esse networking."



**LUIZ SANTOS,**  
RESPONSÁVEL PELA ÁREA DE  
NOVOS NEGÓCIOS DA PAYJOY  
HEAD OF NEW BUSINESS AT PAYJOY

**Luiz Santos, Head of New Business at PayJoy**, delivered a presentation titled "The New Era of Credit: Facilitating Access to Technology for the Unbanked". He highlighted that one-third of the Brazilian population does not have access to credit but moves one trillion reais per year. "We want to solve this problem by using the smartphone itself as collateral for financing," said Luiz.

PayJoy is a fintech that partners with retailers selling smartphones, offering an innovative financing option that incentivizes installment payments and increases retailer sales. **"We understand that the cellphone is an essential asset in people's lives, a source of income and education that promotes digital and financial inclusion,"** said Luiz, who was impressed with the quality of the leads that visited the company's booth at Eletrolar Show. "This networking was very positive."

## PONTONET: PÓS-VENDA EFICIENTE

### PONTONET: EFFICIENT AFTER-SALES SERVICE

**José Mello, diretor da Pontonet,** falou sobre a inovação no atendimento pós-venda em sua palestra "Omnichannel: canais integrados que garantem um atendimento ao cliente de forma rápida, eficiente e encantadora". Explicou como a plataforma omnichannel da Pontonet integra múltiplos canais de contato, como vídeo, WhatsApp, chatbot com inteligência artificial, mídias sociais e Reclame Aqui, incluindo canais com acessibilidade, como atendimento em Libras.



**JOSÉ MELLO,**  
DIRETOR DA PONTONET  
DIRECTOR OF PONTONET

**"A automação possibilita uma resposta imediata, demonstrando o compromisso de atender às necessidades dos consumidores de forma eficiente e personalizada"**, afirmou José. A Pontonet atua em diversos momentos do pós-venda, desde reparos e trocas de produtos até o monitoramento de reputação e logística reversa, tanto em B2B quanto em B2C. "O objetivo é gerar valor para a marca, conquistando a empatia do consumidor", concluiu.

**José Mello, Director of Pontonet,** discussed innovation in after-sales service in his presentation "Omnichannel: Integrated Channels that Guarantee Fast, Efficient, and Delightful Customer Service". He explained how Pontonet's omnichannel platform integrates multiple contact channels, such as video, WhatsApp, AI-powered chatbot, social media, and Reclame Aqui, including accessible channels like Libras-based service.

**"Automation enables an immediate response, demonstrating our commitment to meeting the needs of consumers efficiently and personalized,"** said José. Pontonet operates in various moments of the after-sales process, from repairs and product exchanges to reputation monitoring and reverse logistics, both in B2B and B2C. "The goal is to generate value for the brand, gaining the consumer's empathy," he concluded.

## WAKE: EXPERIÊNCIAS DE CONSUMO DIGITAL

### WAKE: DIGITAL CONSUMER EXPERIENCES

**André Viana, diretor comercial da Wake,** abordou a construção e gestão da jornada de consumo digital na palestra "Conheça o ecossistema Wake". Explicou como a Wake integra e-commerce, experiências comportamentais e influenciadores digitais em uma única plataforma. **"Nossa tecnologia permite que as marcas criem conexões autênticas e duradouras com seus consumidores, desde a atração até a fidelização"**, disse André.



**ANDRÉ VIANA,**  
DIRETOR COMERCIAL DA WAKE  
COMMERCIAL DIRECTOR OF WAKE

Em sua palestra, o diretor comercial também enfatizou a importância de uma abordagem holística e integrada para maximizar o impacto no mercado digital. A empresa oferece soluções para o varejo e a indústria, com foco em negócios de médio e grande porte. ■■

**André Viana, Commercial Director of Wake,** addressed the construction and management of the digital consumer journey in the presentation "Discover the Wake Ecosystem". He explained how Wake integrates e-commerce, behavioral experiences, and digital influencers into a single platform. **"Our technology allows brands to create authentic and lasting connections with their consumers, from attraction to loyalty,"** said André.

In his presentation, the Commercial Director also emphasized the importance of a holistic and integrated approach to maximize impact in the digital market. The company offers solutions for retail and industry, focusing on medium and large businesses. ■■



**“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**



# EM BUSCA DE TECNOLOGIA, PREÇO E QUALIDADE

**Compradores conhecem as novidades e preveem crescimento neste ano.**

## LOOKING FOR TECHNOLOGY, PRICE AND QUALITY

*Compradores conhecem as novidades e preveem crescimento neste ano.*

**E**xecutivos de compras de todos os estados brasileiros visitaram a 17ª Eletrolar Show para conhecer as novidades que serão lançadas neste semestre, quando o volume de vendas aumenta, principalmente por causa de datas importantes como a Black Friday e o Natal.

As expectativas de vendas são positivas. Alguns compradores apostam em crescimento superior a 20% em relação ao mesmo período de 2023. A variedade de produtos de todas as categorias e as negociações agradaram aos compradores, como afirmam nestes depoimentos.

**P**urchasing executives from all Brazilian states visited the 17<sup>th</sup> Eletrolar Show to learn about the new products that will be launched this semester, when sales volume increases, mainly due to important dates such as Black Friday and Christmas.

Sales expectations are positive. Some buyers are expecting growth of over 20% compared to the same period in 2023. The variety of products in all categories and the deals pleased buyers, as stated in these testimonials.

## HAVAN

**Manuel Ludwig, gerente de compras de eletro e ferramentas da Havan,** empresa sediada em Brusque (SC), buscou especialmente os eletroportáteis, que têm uma exposição maior nas lojas da rede e geram resultados positivos, tanto que são considerados um case. Além deles, procurou pela linha branca, por TVs e produtos de telefonia.

A Havan participa de feiras para fortalecer o relacionamento com os fornecedores e descobrir as novidades em produtos. "Para nós, a Eletrolar Show é importante porque encontramos os fornecedores e os produtos que realmente podemos colocar em nossos pontos de venda", disse Manuel. Ele projeta crescimento de 25% nas vendas ante o mesmo período de 2023.

**Manuel Ludwig, purchasing manager for appliances and tools at Havan,** a company based in Brusque (SC), looked especially for small appliances, which have greater exposure in the chain's stores and generate positive results, so much so that they are considered a case study. In addition to these, he looked for white goods, TVs and telephone products.

Havan participates in trade fairs to strengthen its relationship with suppliers and discover new products. "For us, the Eletrolar Show is important because we find suppliers and products that we can actually place in our points of sale," said Manuel. He projects a 25% growth in sales compared to the same period in 2023.



## MARTINS ATACADISTA

A linha de climatização é uma das apostas do Martins Atacadista, segundo **Amanda Mirelly Silva, trade marketing e-commerce B2B** da empresa. "Esse segmento é expressivo em nossa companhia", afirmou Amanda, prevendo aumento das vendas neste segundo semestre, principalmente em função dos eventos sazonais, como Black Friday e o Natal.

Atuando como distribuidora atacadista e como marketplace, a empresa, com sede em Uberlândia (MG), oferece produtos de variadas categorias, atendendo desde pequenos varejistas até grandes indústrias e distribuidores em todo o País. "Nossa infraestrutura é robusta, contamos com um centro de distribuição capaz de suportar um grande volume de operações."

The air conditioning line is one of Martins Atacadista's bets, according to **Amanda Mirelly Silva, the company's B2B e-commerce trade marketing.** "This segment is significant for our company," said Amanda, predicting an increase in sales in the second half of the year, mainly due to seasonal events, such as Black Friday and Christmas.

Operating as a wholesale distributor and marketplace, the company, headquartered in Uberlândia (MG), offers products from various categories, serving everyone from small retailers to large industries and distributors throughout the country. "Our infrastructure is robust; we have a distribution center capable of supporting a large volume of operations."



## SOL BIKES

As bicicletas elétricas foram o alvo da Sol Bikes, de olho na ampla variedade de modelos, de 500 W a 4.000 W. "Atendemos às necessidades de diferentes consumidores, incluindo idosos e pessoas com deficiência, que encontram na mobilidade elétrica uma forma sustentável e eficiente de se locomover", disse **João César Cerqueira, fundador** da empresa.

Ele também destacou a importância das parcerias e do networking proporcionados pela feira. "A conectividade e a possibilidade de abrir novos caminhos são essenciais para o nosso sucesso." Com uma loja física em Salvador (BA), a Sol Bikes tem expandido sua atuação para todo o Brasil. Apresenta crescimento mensal de 30% em comparação com 2023 e programa a abertura de uma linha de montagem exclusiva na China, prevista para 2025.

*Electric bicycles were Sol Bikes' target, with an eye on the wide variety of models, from 500 W to 4,000 W. "We meet the needs of different consumers, including seniors and people with disabilities, who find electric mobility a sustainable and efficient way to get around," said **João César Cerqueira, the company's founder.***

*He also highlighted the importance of the partnerships and networking provided by the fair. "Connectivity and the possibility of opening new paths are essential to our success." With a physical store in Salvador (BA), Sol Bikes has expanded its operations throughout Brazil, showing monthly growth of 30% compared to 2023 and planning to open an exclusive assembly line in China, scheduled for 2025.*



## SUPER VI SUPERMERCADOS

**Magno Victor Costa, proprietário do Super VI Supermercados**, de Goiás, veio à feira em busca de novas parcerias e produtos inovadores para manter a variedade e a qualidade dos itens oferecidos em suas 16 lojas e no seu marketplace.

"Esse é um diferencial competitivo importante. A diversidade de produtos é um ponto forte do Super VI, especialmente com a chegada do verão, quando a climatização ganha destaque nas vendas." Segundo Magno, participar de feiras como a Eletrolar Show tem sido uma estratégia essencial. "Trazer novidade para os nossos clientes é muito importante para a rede hoje."

**Magno Victor Costa, owner of Super VI Supermercados**, from Goiás, came to the fair in search of new partnerships and innovative products to maintain the variety and quality of the items offered in his 16 stores and in his marketplace.

*"This is an important competitive advantage. The diversity of products is a strong point of Super VI, especially with the arrival of summer, when air conditioning becomes a highlight in sales." According to Magno, participating in fairs such as Eletrolar Show has been an essential strategy. "Bringing new products to our customers is very important for the chain today."*

## DEPEX

A categoria de cuidados pessoais mereceu atenção especial de **Gerardo Valdes Briano, proprietário da Depex**, empresa que atua no mercado de eletrodomésticos e produtos eletrônicos, operando principalmente no Uruguai, com lojas físicas e e-commerce.

“A linha de cuidados pessoais está em nosso planejamento de crescimento. As pessoas estão cuidando muito mais da aparência”, afirmou Gerardo, ressaltando o potencial desses produtos para impulsionar as vendas da empresa. A Depex espera crescimento de 20% nas vendas neste semestre, com a ampliação de seu catálogo.

*The personal care category received special attention from **Gerardo Valdes Briano, owner of Depex**, a company that operates in the home appliances and electronics market, operating mainly in Uruguay, with physical stores and e-commerce.*

*“The personal care line is part of our growth plan. People are taking much more care of their appearance,” said Gerardo, highlighting the potential of these products to boost the company’s sales. Depex expects a 20% growth in sales this semester, with the expansion of its catalog.*



## SORRISÃO MÓVEIS

Otimista com as perspectivas de crescimento no segundo semestre, **Anderson Brizon, proprietário da Sorrisão Móveis**, localizada em Linhares (ES), conferiu os produtos da linha branca, um dos destaques das vendas da empresa. “Há uma demanda crescente por esses itens”, afirmou.

A estimativa é que as vendas da Sorrisão aumentem de 25% a 30% em comparação ao primeiro semestre do ano. Segundo Anderson, a empresa pretende expandir seu mix de produtos, incluindo mais eletrônicos, como celulares. “Esses aparelhos têm tido boa aceitação no mercado”, informou.

*Optimistic about the growth prospects for the second half of the year, **Anderson Brizon, owner of Sorrisão Móveis**, located in Linhares (ES), checked out the white goods, one of the company’s sales highlights. “There is a growing demand for these items,” he said.*

*The estimate is that Sorrisão’s sales will increase by 25% to 30% compared to the first half of the year. According to Anderson, the company intends to expand its product mix, including more electronics, such as cell phones. “These devices have been well received by the market,” he said.*

## SMARTECH

Capas para celulares, películas e cabos foram os produtos de maior interesse para **Fernando Menezes, proprietário da Smartech**, que tem lojas nos principais shoppings da região de São José dos Campos (SP). “Os consumidores buscam proteção e estilo para seus dispositivos móveis”, explicou, dando ênfase na qualidade e na durabilidade dos produtos.

A empresa trabalha com a linha premium de alta proteção, com produtos que têm certificação militar. Para atender a uma gama mais ampla de clientes, está explorando também novos mercados, como o segmento gamer, com teclados, fones e cadeiras específicas para jogos.

*Cell phone cases, screen protectors and cables were the products of greatest interest to **Fernando Menezes, owner of Smartech**, which has stores in the main shopping malls in the São José dos Campos region (SP). “Consumers are looking for protection and style for their mobile devices,” he explained, emphasizing the quality and durability of the products.*

*The company works with a premium line of high protection products that have military certification. To serve a wider range of customers, it is also exploring new markets, such as the gamer segment, with keyboards, headphones and chairs specifically for gaming.*



## COOKSTORE

**Fernando Pascual, proprietário da Cookstore**, de Porto Alegre (RS), buscou na feira produtos com novas tecnologias. “A crescente integração de produtos com Wi-Fi está se tornando uma característica padrão em muitos itens de consumo. A adaptação a essas inovações é crucial para manter a competitividade no mercado”, afirmou.

Há uma demanda crescente por produtos tecnológicos, especialmente aqueles que oferecem algum tipo de conectividade ou automação, refletindo uma mudança nos hábitos de consumo, disse Fernando. “A feira é uma chance de observar as tendências, ver o que está sendo lançado e entender o que pode ser adaptado para nosso mercado. Ajuda a empresa a planejar suas estratégias.”

***Fernando Pascual, owner of Cookstore** in Porto Alegre (RS), sought out products with new technologies at the fair. “The increasing integration of products with Wi-Fi is becoming a standard feature in many consumer items. Adapting to these innovations is crucial to maintaining competitiveness in the market,” he said.*

*There is a growing demand for technological products, especially those that offer some type of connectivity or automation, reflecting a change in consumer habits, said Fernando. “The fair is a chance to observe trends, see what is being launched and understand what can be adapted to our market. It helps companies plan their strategies.”*

## MERCADO URSO COMÉRCIO ELETRÔNICO

A Mercado Urso Comércio Eletrônico se interessou de maneira especial por acessórios para celulares e periféricos para gamers, cuja demanda tem crescido muito. "Acessórios como cabos e carregadores têm boa aceitação e facilitam uma venda agregada com outros produtos, como celulares", disse **Pedro Bernardes, coordenador de vendas** da empresa, situada no Espírito Santo.

Pedro destacou a importância das feiras, como a Eletrolar Show, para a expansão dos negócios e para o fortalecimento das parcerias comerciais. "Esses eventos são fundamentais para explorar novas oportunidades de mercado. Eles trazem muitas novidades e fazem com que haja um encontro presencial importante para fechar novos negócios."

*Mercado Urso Comércio Eletrônico has shown particular interest in cell phone accessories and peripherals for gamers, the demand for which has been growing significantly. "Accessories such as cables and chargers are well-received and facilitate a bundled sale with other products, such as cell phones," said **Pedro Bernardes, sales coordinator** for the company, located in Espírito Santo.*

*Pedro highlighted the importance of trade fairs, such as the Eletrolar Show, for expanding business and strengthening commercial partnerships. "These events are essential for exploring new market opportunities. They bring a lot of new things and provide an important face-to-face meeting to close new deals."*



## REDE TOKLAR

Neste ano, a Rede Toklar trouxe toda a sua equipe de compras para a Eletrolar Show. "É a terceira vez que participamos da feira e sempre fazemos bons negócios", disse **Murillo Scherer, proprietário** da rede varejista de móveis e eletrodomésticos das linhas branca e marrom, que tem presença significativa nos estados do Sul.

A participação na feira faz parte da estratégia da empresa. Segundo Murillo Scherer, a Eletrolar Show proporciona um ambiente profissional e receptivo. "Facilita negociações vantajosas e estreita o relacionamento com fornecedores, o que é essencial para o crescimento da rede", destacou. Ele espera um aumento de 20% em seu faturamento até o final do ano.

*This year, Rede Toklar brought its entire purchasing team to the Eletrolar Show. "This is the third time we have participated in the fair and we always do good business," said **Murillo Scherer, owner** of the retail chain of furniture and home appliances for white and brown goods, which has a significant presence in the southern states.*

*Participating in the fair is part of the company's strategy. According to Murillo Scherer, the Eletrolar Show provides a professional and welcoming environment. "It facilitates advantageous negotiations and strengthens relationships with suppliers, which is essential for the growth of the chain," he highlighted. He expects a 20% increase in revenue by the end of the year.*

## CERTEL

Com 38 lojas no Rio Grande do Sul, a **Certel** teve como alvo produtos de linha branca e aparelhos de ar-condicionado, que são os destaques esperados para o segundo semestre, especialmente os que têm tecnologias que promovem economia de energia. “Sabemos que essa é uma demanda crescente dos consumidores preocupados com a sustentabilidade”, afirmou **Lediane Oliveira, assistente de compras sênior**.

Ela ressaltou a relevância das feiras do setor para a empresa. “A Eletrolar Show é importante para nós, não só pelos produtos, mas principalmente pelo relacionamento que ela proporciona. É uma chance de entender melhor as tendências do mercado e ajustar nossa estratégia”, explicou.

*With 38 stores in Rio Grande do Sul, **Certel** targeted white goods and air conditioning units, which are expected to be the highlights for the second half of the year, especially those with technologies that promote energy savings. “We know that this is a growing demand from consumers concerned about sustainability,” said **Lediane Oliveira, senior purchasing assistant**.*

*She emphasized the importance of the sector’s fairs for the company. “The Eletrolar Show is important to us, not only because of the products, but mainly because of the relationship it provides. It is a chance to better understand market trends and adjust our strategy,” she explained.*



## CACHOEIRO ELETRO

Com forte presença no mercado regional de eletrodomésticos e eletroeletrônicos, a Cachoeiro Eletro, do Espírito Santo, teve como foco ventiladores e aparelhos de ar-condicionado. “O verão é um período estratégico para a Cachoeiro Eletro, pois a demanda por esses produtos aumenta significativamente”, disse **Jorge Luiz Chamon, proprietário** da empresa.

A expectativa para este semestre é positiva, especialmente em função de eventos como a Black Friday e o Natal. Para enfrentar a concorrência, que tem se intensificado, a empresa investe em inovação e qualidade. “Estamos vendo uma variedade cada vez maior de produtos e tecnologias, o que nos desafia a inovar constantemente e oferecer o melhor para nossos clientes”, disse Jorge.

*With a strong presence in the regional home appliance and electronics market, Cachoeiro Eletro, from Espírito Santo, focused on fans and air conditioning units. “Summer is a strategic period for Cachoeiro Eletro, as the demand for these products increases significantly,” said **Jorge Luiz Chamon, owner** of the company.*

*The expectation for this semester is positive, especially due to events such as Black Friday and Christmas. To face the competition, which has intensified, the company invests in innovation and quality. “We are seeing an ever-increasing variety of products and technologies, which challenges us to constantly innovate and offer the best to our customers,” said Jorge.*

## JCCS

Empresa de Itaperuna (RJ), perto de Minas Gerais e do Espírito Santo, a JCCS tem no iPhone seu carro-chefe, comercializando também vários acessórios, desde fones de ouvido até carregadores portáteis. Segundo **Joemir Cabral Silva, proprietário** da empresa, a expectativa para o segundo semestre é alta.

“Nosso foco está no lançamento de novos produtos e na busca por fornecedores que permitam a importação direta. Participamos da Eletrolar Show para procurar algumas opções”, explicou Joemir, destacando a importância de encontrar parceiros que possam proporcionar um posicionamento melhor e maior credibilidade para a marca própria da empresa.

*JCCS, a company based in Itaperuna (RJ), near Minas Gerais and Espírito Santo, has the iPhone as its flagship product, and sells a range of accessories, from headphones to portable chargers. According to **Joemir Cabral Silva, the company's owner**, expectations for the second half of the year are high.*

*“Our focus is on launching new products and finding suppliers that allow direct imports. We participated in the Eletrolar Show to look for some options,” explained Joemir, highlighting the importance of finding partners that can provide better positioning and greater credibility for the company's own brand.*



## NAGEM

Com 38 lojas físicas, principalmente no Nordeste, e um canal online, a Nagem, sediada em Recife (PE), se destaca na venda de eletroeletrônicos e produtos de linha branca. **George Bione, coordenador de produtos e gerente de compras** da empresa, destacou a importância da Eletrolar Show, que oferece oportunidade de networking e de conhecer novas tendências e fornecedores.

“O evento é essencial não só para fechar novos negócios como para fortalecer parcerias já existentes”, disse. A Nagem aposta no fortalecimento de suas relações comerciais através de encontros presenciais. “A negociação tem que ser olho no olho, tem que ser de conversa”, disse George, que espera crescimento de 18% a 20% nas vendas, nos próximos meses.

*With 38 physical stores, mainly in the Northeast, and an online channel, Nagem, headquartered in Recife (PE), stands out in the sale of electronics and white goods. **George Bione, product coordinator and purchasing manager for the company**, highlighted the importance of the Eletrolar Show, which offers networking opportunities and the opportunity to learn about new trends and suppliers.*

*“The event is essential not only for closing new deals but also for strengthening existing partnerships,” he said. Nagem is betting on strengthening its business relationships through face-to-face meetings. “Negotiations have to be face-to-face; they have to be conversational,” said George, who expects sales to grow by 18% to 20% in the coming months.*

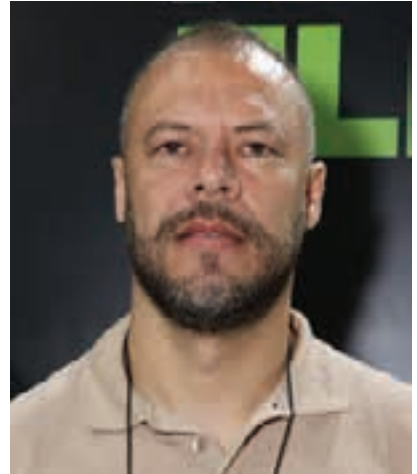
## PRIMER COMÉRCIO DE SUPRIMENTOS

**Thiago Cabral, proprietário da Primer Comércio de Suprimentos**, de Belo Horizonte (MG), veio à feira para identificar novas oportunidades e manter-se atualizado com as tendências do mercado de produtos de camping. “Buscamos, também, novas parcerias para ampliar a linha de produtos oferecidos”, contou.

Para Thiago, as plataformas online são importantes para o crescimento do negócio, especialmente após a pandemia. “O pessoal se acostumou a usar esse tipo de mercado online”, explicou. Segundo ele, a praticidade e os preços mais acessíveis são grandes atrativos para os consumidores, tendo melhorado, também, a eficiência no serviço de entrega.

*Thiago Cabral, owner of Primer Comércio de Suprimentos, from Belo Horizonte (MG), came to the fair to identify new opportunities and stay up to date with trends in the camping products market. “We are also looking for new partnerships to expand the line of products offered,” he said.*

*For Thiago, online platforms are important for business growth, especially after the pandemic. “People have gotten used to using this type of online market,” he explained. According to him, the convenience and more affordable prices are great attractions for consumers, and the efficiency of the delivery service has also improved.*



## RED CELULARES

Com atuação no setor de informática e telecomunicações, a Red Celulares esteve na Eletrolar Show procurando diversificar e atualizar seu portfólio de produtos. “Estamos sempre buscando novidades para manter nossos clientes satisfeitos e oferecer produtos de alta qualidade”, disse **Henia Macedo Pereira, proprietária** da empresa, localizada em Goiás.

A empresa tem observado um crescimento significativo na demanda por smartwatches, o que representa uma nova vertente de investimento. Também está realizando a importação de celulares chineses, buscando homologá-los para o mercado brasileiro. “Esses dispositivos têm tecnologia avançada e são competitivos em comparação com marcas tradicionais”, observou Henia.

*Operating in the IT and telecommunications sector, Red Celulares was at the Eletrolar Show seeking to diversify and update its product portfolio. “We are always looking for new products to keep our customers satisfied and offer high-quality products,” said **Henia Macedo Pereira, owner** of the company, located in Goiás.*

*The company has seen significant growth in demand for smartwatches, which represents a new investment avenue. It is also importing Chinese cell phones, seeking to have them approved for the Brazilian market. “These devices have advanced technology and are competitive compared to traditional brands,” noted Henia.*

## BM COMÉRCIO E DISTRIBUIÇÃO

Disposta a investir na linha gamer para atender a uma demanda crescente, a BM Comércio e Distribuição, localizada em Goiânia (GO), veio à feira em busca de novidades. "A linha gamer tem tido uma repercussão e uma procura muito grandes. A estratégia de diversificação e de dar resposta rápida às tendências de mercado é essencial para manter a empresa competitiva e relevante", disse **Bruno Gonzaga Faria, sócio-administrador**.

A empresa se destaca no segmento de informática, especialmente no fornecimento de acessórios e hardware em geral. A expectativa para o segundo semestre é otimista. Bruno acredita que a nova linha gamer pode incrementar as vendas em até 20%. Destacou, também, a importância de trabalhar com parceiros confiáveis para garantir a qualidade dos produtos oferecidos.

*Willing to invest in the gamer line to meet a growing demand, BM Comércio e Distribuição, located in Goiânia (GO), came to the fair in search of new products. "The gamer line has had a huge impact and demand. The strategy of diversification and responding quickly to market trends is essential to keep the company competitive and relevant", said **Bruno Gonzaga Faria, managing partner**.*

*The company stands out in the computer segment, especially in the supply of accessories and hardware in general. Expectations for the second half of the year are optimistic. Bruno believes that the new gamer line can increase sales by up to 20%. He also highlighted the importance of working with reliable partners to ensure the quality of the products offered.*



## COFEL

Com quatro lojas na Bahia, a Cofel teve como foco, na feira, a linha de ventilação – ventiladores e ar-condicionado. "A gente gosta de comprar nessa época do inverno, justamente para conseguir preços melhores e garantir o estoque para o final de ano", disse **Fabio Matos Leal, sócio-administrador** da empresa.

Fabio procurou, também, antecipar as compras de produtos da linha marrom, como televisores e sistemas de som. Segundo ele, feiras como a Eletrolar Show são fundamentais para estabelecer e fortalecer relacionamentos com fornecedores e outros compradores, permitindo negociações mais vantajosas e o acesso a lançamentos e inovações do setor. "O mais importante na feira é a parte do relacionamento."

*With four stores in Bahia, Cofel focused on the ventilation line – fans and air conditioning – at the fair. "We like to buy during the winter, precisely to get better prices and guarantee stock for the end of the year," said **Fabio Matos Leal, the company's managing partner**.*

*Fabio also sought to anticipate purchases of brown line products, such as televisions and sound systems. According to him, fairs like the Eletrolar Show are essential for establishing and strengthening relationships with suppliers and other buyers, allowing for more advantageous negotiations and access to new products and innovations in the sector. "The most important part of the fair is the relationship part."*



## GEEKS

Com foco na área mobile, a Geeks trabalha com diversas marcas e parceiros. “Queremos oferecer produtos inovadores. A presença em eventos do setor, como a Eletrolar Show, é fundamental para manter a competitividade e identificar novas oportunidades de negócio”, disse **Gabriela Kumm, sócia-administradora** da empresa, que tem sede no Mato Grosso do Sul.

Ela enfatizou a importância das tecnologias e parcerias. “Temos novas tecnologias na parte de fones e outros acessórios que estrearam na feira e que podem resultar em parcerias estratégicas”, afirmou. Destacou, ainda, a importância de um bom relacionamento com fornecedores, pois o contato pessoal durante eventos fortalece laços e garante um atendimento diferenciado.

*With a focus on the mobile sector, Geeks works with several brands and partners. “We want to offer innovative products. Attending industry events, such as the Eletrolar Show, is essential to maintaining competitiveness and identifying new business opportunities,” said **Gabriela Kumm, managing partner** of the company, which is headquartered in Mato Grosso do Sul.*

*She emphasized the importance of technologies and partnerships. “We have new technologies in the area of headphones and other accessories that debuted at the fair and that can result in strategic partnerships,” she said. She also highlighted the importance of a good relationship with suppliers, since personal contact during events strengthens ties and ensures differentiated service.*



## ALPHA COMÉRCIO

A Alpha Comércio, de Belo Horizonte (MG), está investindo em uma nova linha de produtos, com ênfase em smartwatches e outros dispositivos eletrônicos. “Viemos em busca de novos fornecedores de inovação tecnológica. E também para fazer os pedidos, aproveitando os descontos da feira”, contou **David Leandro Silva, sócio-administrador** da empresa.

Sua expectativa é que essa estratégia impulse as vendas, gerando um crescimento de 20% a 30%. A Alpha Comércio opera exclusivamente no formato virtual, com três lojas em marketplaces como Mercado Livre e Facebook. Silva ressaltou a importância de fornecer uma gama completa de acessórios para dispositivos móveis, garantindo que os clientes encontrem tudo o que precisam em um único lugar.

*Alpha Comércio, from Belo Horizonte (MG), is investing in a new product line, with an emphasis on smartwatches and other electronic devices. “We came here looking for new suppliers of technological innovation. And also, to place orders, taking advantage of the discounts at the fair”, said **David Leandro Silva, the company’s managing partner.***

*He expects this strategy to boost sales, generating growth of 20% to 30%. Alpha Comércio operates exclusively in the virtual format, with three stores on marketplaces such as Mercado Livre and Facebook. Silva stressed the importance of providing a full range of accessories for mobile devices, ensuring that customers find everything they need in one place.*

## HELPCELL CELULARES

Para atender à demanda crescente por proteção, **Thiago Pedroso Bruno, sócio-administrador da Helpcell Celulares**, veio à Eletrolar Show em busca de películas e capas, além de acessórios como fones de ouvido. “É importante fornecer aos consumidores produtos inovadores de alta qualidade”, destacou.

Thiago considerou que a participação na feira tem sido estratégica para a Helpcell. “A interação com fornecedores e o conhecimento de novas tecnologias são vantagens significativas. A negociação é diferente e sempre positiva, proporcionando novas oportunidades de negócios.” Com duas unidades físicas em Goiás, a empresa espera que suas vendas cresçam cerca de 20% neste ano.

*To meet the growing demand for protection, **Thiago Pedroso Bruno, managing partner of Helpcell Celulares**, came to the Eletrolar Show in search of screen protectors and covers, as well as accessories such as headphones. “It is important to provide consumers with innovative, high-quality products,” he emphasized.*

*Thiago considered that participating in the fair has been strategic for Helpcell. “Interaction with suppliers and knowledge of new technologies are significant advantages. Negotiation is different and always positive, providing new business opportunities.” With two physical units in Goiás, the company expects its sales to grow by around 20% this year.*



## ATUAL BR

Em sua terceira participação na Eletrolar Show, a Atual BR veio para identificar oportunidades de negócio, as tendências e as novidades do setor. “A partir do ano que vem, quero expandir minha marca na feira”, afirmou **Leomar Rodrigues da Penha, proprietário** da empresa, que tem sede no Espírito Santo.

A Atual, que opera de forma 100% virtual, se especializou na venda de peças para computadores, com destaque para memórias. Segundo Leomar, a participação em eventos do setor tem sido uma estratégia da empresa. Ele classificou todas as experiências até agora como “positivas e benéficas para os negócios”.

*In its third participation at the Eletrolar Show, Atual BR came to identify business opportunities, trends and innovations in the sector. “Starting next year, I want to expand my brand at the fair”, stated **Leomar Rodrigues da Penha, owner** of the company, which is headquartered in Espírito Santo.*

*Atual, which operates 100% virtually, specializes in the sale of computer parts, with an emphasis on memory. According to Leomar, participating in sector events has been a company strategy. He classified all the experiences so far as “positive and beneficial for business”.*



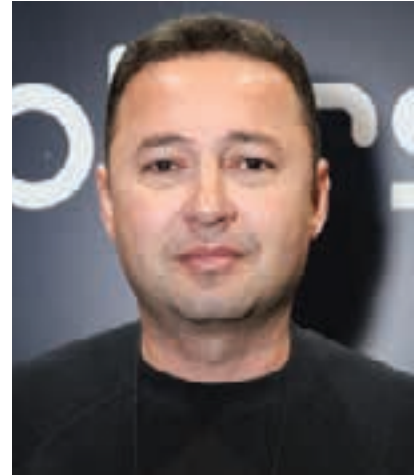
## ISTORE GYN

A iStore Gyn, de Goiás, está atualizando seu portfólio para incluir as últimas novidades do mercado, como capas de alta qualidade, fontes mais leves e carregadores rápidos. “Queremos garantir que os clientes tenham acesso ao melhor em termos de funcionalidade e design”, afirmou **Edinei Silva, sócio-administrador** da empresa.

A tendência, segundo Edinei, é o carregamento sem cabo. “Cada vez mais as pessoas preferem praticidade.” Ele espera crescimento em torno de 40% na linha de acessórios e de 35% na de aparelhos celulares, ante o primeiro semestre. A conexão direta com fornecedores e o acesso a novas tecnologias são duas das vantagens apontados por Edinei em sua participação na Eletrolar Show.

*iStore Gyn, from Goiás, is updating its portfolio to include the latest innovations on the market, such as high-quality covers, lighter power supplies and fast chargers. “We want to ensure that customers have access to the best in terms of functionality and design,” said **Edinei Silva, the company’s managing partner.***

*According to Edinei, the trend is toward cable-free charging. “People increasingly prefer practicality.” He expects growth of around 40% in the accessories line and 35% in the cell phone line, compared to the first half of the year. Direct connection with suppliers and access to new technologies are two of the advantages highlighted by Edinei during his participation in the Eletrolar Show.*



## TOP SHOP

Com atuação no mercado de eletrônicos e produtos capilares, a Top Shop tem investido na importação de acessórios de alta qualidade, principalmente da China e dos Estados Unidos. “Temos conseguido consolidar diversas marcas internacionais no Brasil”, afirmou **Alan Alves Santos, proprietário** da empresa, que tem sede em São Paulo.

Segundo Alan, acessórios para celular, como cabos e fones de ouvido, são itens que nunca saem de linha e têm desempenho forte no mercado, apresentando crescimento anual de aproximadamente 30%. Para ele, feiras como a Eletrolar Show facilitam o fechamento de negócios. “É possível negociar diretamente com os fornecedores internacionais sem a necessidade de viajar para a China.”

*Operating in the electronics and hair products market, Top Shop has invested in importing high-quality accessories, mainly from China and the United States. “We have managed to consolidate several international brands in Brazil,” said **Alan Alves Santos, owner of the company,** which is headquartered in São Paulo.*

*According to Alan, cell phone accessories, such as cables and headphones, are items that never go out of line and have strong performance in the market, showing annual growth of approximately 30%. For him, trade shows such as Eletrolar Show make it easier to close deals. “It is possible to negotiate directly with international suppliers without having to travel to China.”*

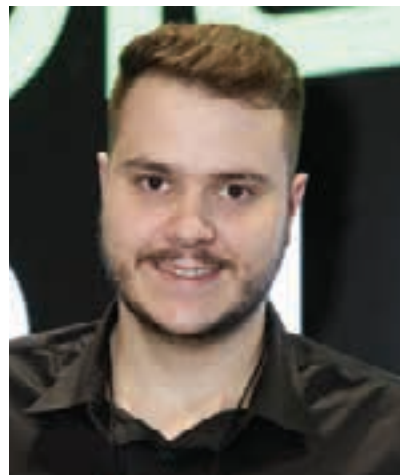
## YOURPHONE

A diversificação do portfólio faz parte da estratégia da Yourphone, que tem três lojas físicas em Belo Horizonte (MG) e atua em marketplaces. "Entre os itens mais procurados estão acessórios para telefones, como capas e carregadores, além de utilitários domésticos", disse **Ramon Machado, gerente de vendas** da empresa.

Outra aposta da Yourphone são produtos que otimizam o home office, soluções que facilitam o trabalho remoto. "Investimos em monitores para segunda tela e cabos que transformam telefone e tablet em um segundo monitor", informou Ramon. Ele prevê um crescimento de 37% até o final do ano.

*Diversifying its portfolio is part of Yourphone's strategy, which has three physical stores in Belo Horizonte (MG) and operates in marketplaces. "Among the most sought-after items are phone accessories, such as covers and chargers, as well as household appliances," said **Ramon Machado, the company's sales manager.***

*Yourphone is also investing in products that optimize home office, solutions that facilitate remote work. "We invested in second-screen monitors and cables that transform phones and tablets into second monitors," said Ramon. He expects 37% growth by the end of the year.*



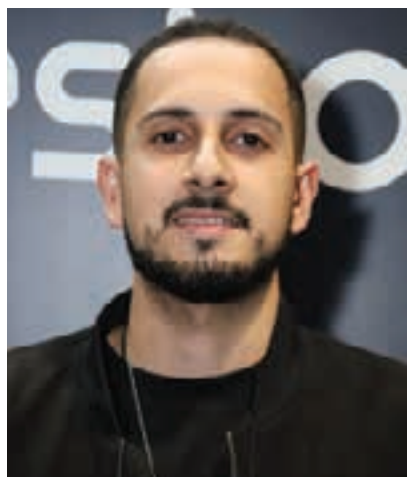
## AQUI TEM INFORMÁTICA

Empresa veio à feira para se manter atualizada com os lançamentos mais recentes e, também, explorar novos segmentos, como materiais de beleza, que vêm mostrando potencial significativo de crescimento. "Estamos tentando segmentar outros produtos em nossa loja, entrando com materiais de beleza, que estão fortes aqui", afirmou **Bruno Silva, proprietário** da Aqui Tem Informática, que espera crescer entre 15% a 20% neste semestre.

Bruno destacou a importância de eventos comerciais para o networking e o estabelecimento de parcerias estratégicas. "O contato direto facilita acordos mais vantajosos, tem permitido estabelecer conexões mais fortes com fornecedores e parceiros, melhorando a flexibilidade nas condições de importação e expandindo as oportunidades de mercado."

*She came to the fair to stay up to date with the latest launches and also to explore new segments, such as beauty products, which have shown significant growth potential. "We are trying to segment other products in our store, introducing beauty products, which are strong here," said **Bruno Silva, owner** of Aqui Tem Informática, which expects to grow between 15% and 20% this semester.*

*Bruno highlighted the importance of trade events for networking and establishing strategic partnerships. "Direct contact facilitates more advantageous agreements, has allowed us to establish stronger connections with suppliers and partners, improving flexibility in import conditions and expanding market opportunities."*



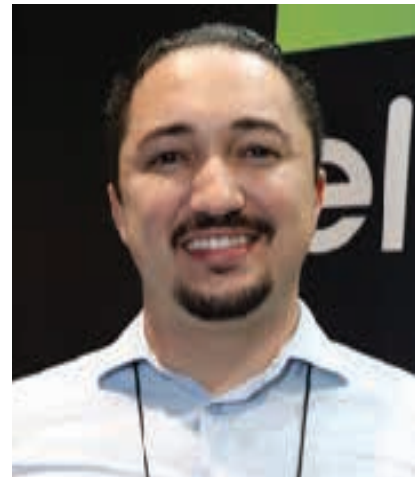
## SUPER CELL

Um teclado da Disney foi um dos produtos que despertaram a atenção de **André Quadros Machado, proprietário da Super Cell**, empresa de Curitiba (PR). "É importante estar presente em feiras de negócios para se manter atualizado sobre as tendências de mercado e identificar novas oportunidades", afirmou.

Para ele, a participação em eventos, como a Eletrolar Show, permite compreender as demandas e preferências dos consumidores, o que é essencial para os negócios. Mesmo com o crescimento das vendas online, André considera importante manter a loja física. "A experiência presencial proporciona aos clientes uma melhor avaliação dos produtos, reduzindo devoluções e aumentando a satisfação", destacou.

*A Disney keyboard was one of the products that caught the attention of **André Quadros Machado, owner of Super Cell**, a company based in Curitiba (PR). "It is important to be present at trade fairs to stay up to date on market trends and identify new opportunities," he said.*

*For him, participating in events such as the Eletrolar Show allows him to understand consumer demands and preferences, which is essential for business. Even with the growth of online sales, André believes it is important to maintain a physical store. "The in-person experience gives customers a better evaluation of products, reducing returns and increasing satisfaction," he said.*



## WHATSCEL

Cabos carregadores e capas de telefone são os itens mais vendidos pela Whatscel. Na Eletrolar Show, **Marcio Guimarães Borges, proprietário** da empresa de Minas Gerais, destacou que é preciso investir na qualidade. "Oferecer produtos duráveis e bem projetados é essencial para manter a fidelidade dos clientes", afirmou.

Segundo ele, neste semestre a Whatscel continuará inovando, especialmente no segmento de acessórios para dispositivos móveis. Marcio citou como exemplo o lançamento de novas capas de telefone que permitem personalização, como a adição de fotos, o que tem atraído bastante interesse dos consumidores. Na sua avaliação, a feira é importante para ver os produtos fisicamente e proporcionar um atendimento mais próximo e especializado.

*Charging cables and phone cases are Whatscel's best-selling items. At the Eletrolar Show, **Marcio Guimarães Borges, owner** of the Minas Gerais-based company, emphasized that it is necessary to invest in quality. "Offering durable and well-designed products is essential to maintain customer loyalty," he said.*

*According to him, Whatscel will continue to innovate this semester, especially in the segment of accessories for mobile devices. Marcio cited as an example the launch of new phone cases that allow customization, such as adding photos, which has attracted a lot of interest from consumers. In his opinion, the fair is important for seeing the products in person and providing closer and more specialized service. ■■*

hejiang Quality  
Global Popularity

ODS (QUZHOU) CO.,LTD. 280C

Eastsign

Bottom Tea Cup Drink  
Vending Machine

Fastsign

Instant Powder  
Drink Machine

Lastsign

Coffee Capsule Drink  
Vending Machine

LATIN AMERICAN ELECTRONICS AND  
LATIN AMERICAN HOUSEWARES  
*THE PROFESSIONALISM OF THE FAIRS WAS HIGHLIGHTED  
BY INTERNATIONAL AGENTS AND EXHIBITORS.*

LAE/LAH COVERAGE 2024

COBERTURA **ES 2024**  
PALESTRAS

# LATIN AMERICAN ELECTRONICS E LATIN AMERICAN HOUSEWARES

**PROFISSIONALISMO DAS FEIRAS FOI RESSALTADO  
POR AGENTES INTERNACIONAIS E EXPOSITORES.**



Dedicadas às marcas internacionais, a Latin American Electronics e a Latin American Housewares, realizadas junto com a Eletrolar Show, receberam centenas de expositores, que apresentaram suas inovações nas categorias de eletroeletrônicos e de utilidades domésticas. A **China Chamber of Commerce for Import & Export of Machinery & Electronic Products (CCCME)** trouxe 180 empresas às feiras.

**Ma Jiayl, assistente de projeto** da CCCME, destacou que a China é o principal parceiro comercial do Brasil há 14 anos consecutivos. “Em 2023, o comércio bilateral entre a China e o Brasil foi de US\$ 181,53 milhões, crescendo 6,1% ante 2022. A estreita relação entre os dois países proporciona base mais sólida para o acesso das empresas chinesas ao mercado latino-americano.”

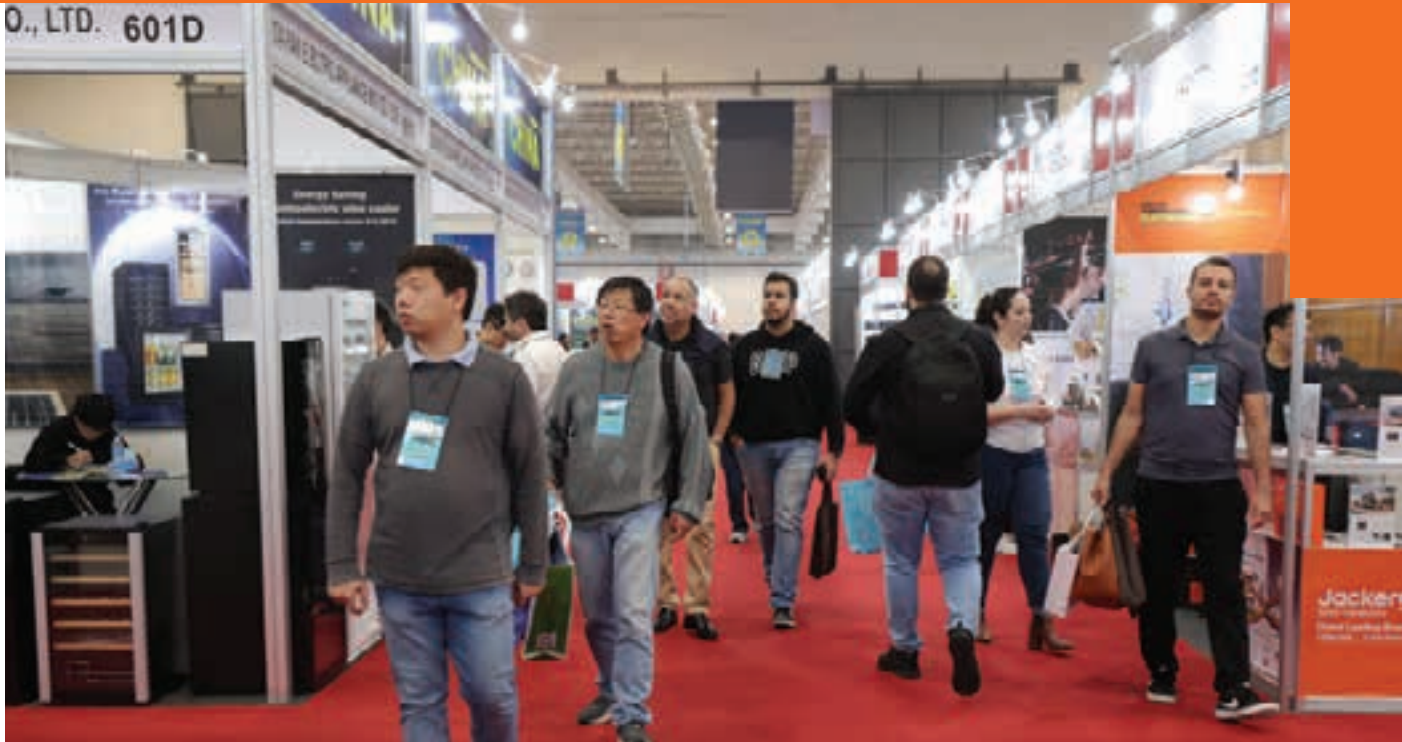
Os resultados agradaram aos expositores, e muitos deles já esperam pela edição de 2025, contou Ma. “Na feira, eles encontraram seus clientes, conquistaram novos e aprenderam mais sobre as necessidades do mercado sul-americano. Como maior economia da América Latina e a nona do mundo, o Brasil tem alto número de consumidores e um mercado de eletros em rápido crescimento.”

Dedicated to international brands, Latin American Electronics and Latin American Housewares, held together with the Eletrolar Show, welcomed hundreds of exhibitors, who presented their innovations in the electronics and household categories. The **China Chamber of Commerce for Import & Export of Machinery & Electronic Products (CCCME)** brought 180 companies to the fairs.

**Ma Jiayl, project assistant** at CCCME, highlighted that China has been Brazil's main trading partner for 14 consecutive years. “In 2023, bilateral trade between China and Brazil was US\$ 181.53 million, growing 6.1% compared to 2022. The close relationship between the two countries provides the most solid basis for Chinese companies to access the Latin American market.”

The results pleased exhibitors, and many of them are already looking forward to the 2025 edition, Ma said. “At the fair, they met their customers, won new ones and learned more about the needs of the South American market. As the largest economy in Latin America and the ninth largest in the world, Brazil has many consumers and a fast-growing electronics market.”





### RODADAS DE NEGÓCIOS

Mais de 110 rodadas de negócios foram realizadas durante as feiras. O **Instituto Brasileiro de Relações Empresariais Internacionais (IBREI)** trouxe 10 compradores do Chile, da Guatemala, da Colômbia, do Equador, do México e da Bolívia. “As feiras reuniram grandes importadores, que vieram à LAE em busca de novidades em produtos e de tecnologia, além de novos fornecedores, lançamentos, preços competitivos, qualidade e confiança”, disse **Gilberto Bueno, diretor comercial e de eventos do IBREI**.

Os compradores elogiaram muito a estrutura do evento, a quantidade de expositores e a variedade de produtos em exposição, contou Gilberto. “O atendimento da equipe da feira foi impecável. O IBREI enxerga a feira como a maior possibilidade de negociação internacional do setor e, com sua ampliação para o México, acredita que se torna uma referência na América Latina.”

Com uma cultura de rodada de negócios internacionais executada em poucas feiras aqui no Brasil, a LAE proporcionou oportunidades aos compradores. Promoveu a possibilidade de levarem lançamentos e novidades do setor com preços competitivos aos seus países. “As negociações levam um tempo para se concretizar, mas já temos informações de que haverá importações de bicicletas, equipamentos de celulares e eletrodomésticos”, disse o diretor.

### BUSINESS ROUNDS

More than 110 business rounds were held during the fairs. The **Instituto Brasileiro de Relações Empresariais (Brazilian Institute of International Business Relations)(IBREI)** brought 10 buyers from Chile, Guatemala, Colombia, Ecuador, Mexico and Bolivia. The fairs brought together major importers, who came to LAE in search of new products and technology, as well as new suppliers, launches, competitive prices, quality and trust”, said **Gilberto Bueno, commercial and events director at IBREI**.

Buyers highly praised the event's structure, the number of exhibitors and the variety of products on display, said Gilberto. “The service provided by the fair team was impeccable. IBREI sees the fair as the greatest opportunity for international negotiation in the sector and, with its expansion to Mexico, believes it will become a reference in Latin America.”

With a culture of international business rounds held at few fairs here in Brazil, LAE provided opportunities for buyers. He promoted the possibility of bringing new products and innovations from the sector at competitive prices to their countries. “Negotiations take time to materialize, but we already have information that there will be imports of bicycles, cell phone equipment and household appliances,” said the director.

**PALAVRA DOS COMPRADORES**

Representante da **importadora El Gato SA**, do Equador, o engenheiro **Jorge Guamán Toscano** se interessou, na feira, por itens de tecnologia médica e utilidades domésticas. Está prestes a fechar negócios com cinco fornecedores. “Expandimos nossa rede com amigos que conhecemos no IBREI e estamos em contato com fornecedores do Brasil, México, Bolívia e Colômbia”, disse.

A empresa expandiu uma nova linha de negócios e conseguiu preços melhores, contou Jorge, que esteve nas rodadas de negócios. “Elas foram muito úteis, bem como a ajuda prestada pelos intérpretes. Foi importante participar da feira para conhecer novas tecnologias, produtos inovadores, novos fornecedores e melhores preços.”

Gerente-geral da **Aura Systems, Andrés Costa** aprovou as rodadas de negócios. “Ajudaram-me a aprender sobre vários tipos de produtos e novas possibilidades de negócios.” Na feira, os produtos que mais chamaram sua atenção foram os smartwatches e os projetores portáteis.

No evento, conseguiu novas oportunidades de negócios e maior exposição da marca. “A feira é importante porque permite que grandes, médios e pequenos

**WORDS FROM BUYERS**

Representing the **importer El Gato SA**, from Ecuador, engineer **Jorge Guamán Toscano** was interested in medical technology and household goods at the fair. He is about to close deals with five suppliers. “We expanded our network with friends we met at IBREI and we are in contact with suppliers from Brazil, Mexico, Bolivia and Colombia,” he said.

The company expanded a new line of business and obtained better prices, said Jorge, who attended the business rounds. “They were very useful, as was the help provided by the interpreters. It was important to participate in the fair to learn about new technologies, innovative products, new suppliers and better prices.”

General manager at **Aura Systems, Andrés Costa** approved the business rounds. “They helped me learn about various types of products and new business possibilities.” At the fair, the products that caught his attention the most were smartwatches and portable projectors.

At the event, he obtained new business opportunities and greater brand exposure. “The fair is important because it allows large, medium and small entrepreneurs to present their products and businesses to various





empresários apresentem os seus produtos e negócios para vários tipos de compradores de diferentes regiões e países”, disse Andrés.

A **Nipponflex Bolívia** voltou sua atenção para as bicicletas elétricas e os purificadores de água. “A feira ajudou nosso negócio no acesso a fornecedores com variedade de produtos, qualidade e preços diretos de fábrica”, **disse Nadia Floes, diretora de negócios**, que participou das rodadas e gostou do resultado. “A Eletrolar Show é importante para o segmento de eletros, porque a tecnologia e a inovação têm que estar presentes nas casas e cobrir as necessidades básicas das pessoas.”

Eletroportáteis como cafeteiras, máquinas de café expresso e air fryers se destacaram, contou **Juan Camilo Uribe, CEO da Plus Solutions**. “Tivemos boas oportunidades de negócios, que serão consolidadas em compras. A feira nos permitiu diversificar os fornecedores, e as rodadas de negócios foram uma oportunidade para melhorar a oferta. Temos nossa própria marca e estamos constantemente comprando produtos.”

**Christian Paris Martinez Garcia, diretor da Monter, do México**, se interessou, na feira, pelos relógios digitais, bicicletas elétricas e equipamentos de limpeza, e iniciou negociações. “Seria bom, no México, encontrar produtos brasileiros de qualidade”, disse.

A **Proserva Produtos e Serviços** elegeu como destaques os eletrodomésticos para cozinha e lavanderia, as bicicletas e motocicletas elétricas, os sistemas de

types of buyers from different regions and countries,” said Andrés.

**Nipponflex Bolivia** turned its attention to electric bicycles and water purifiers. “The fair helped our business access suppliers with a variety of products, quality and direct factory prices,” **said Nadia Floes, business director**, who participated in the rounds and was pleased with the results. “The Eletrolar Show is important for the electronics segment, because technology and innovation must be present in homes and cover people’s basic needs.”

Small appliances such as coffee makers, espresso machines and air fryers stood out, said **Juan Camilo Uribe, CEO at Plus Solutions**. “We had good business opportunities, which will be consolidated in purchases. The fair allowed us to diversify suppliers and the business rounds were an opportunity to improve the offer. We have our own brand and are constantly buying products.”

**Christian Paris Martinez Garcia, director at Monter, Mexico**, was interested in digital watches, electric bicycles and cleaning equipment at the fair and began negotiations. “It would be good to find quality Brazilian products in Mexico,” he said.

**Proserva Produtos e Serviços** highlighted kitchen and laundry appliances, electric bicycles and motorcycles, air conditioning and solar power generation systems, interior lighting, and multimedia and telephone accessories.



ar-condicionado e de geração de energia solar, iluminação de interiores e acessórios multimídia e de telefonia.

“Na feira, encontramos novos produtos com tecnologias mais avançadas do que conhecíamos e fizemos muitos contatos interessantes para possíveis negócios. Tivemos contato direto com novos fornecedores, avaliámos os produtos e construímos relacionamentos diretos com pessoas de outros países”, disse **Julio Cesar Monroy Linares, da direção geral corporativa** da empresa.

#### INVESTIMENTO EM NOVOS CLIENTES

A **Realink Expo** trouxe 112 empresas, disse o **gerente-geral, Li Ningyan**. Elas expuseram refrigeradores, aspiradores, secadores de cabelo, coolers, placas-mãe de computadores, alto-falantes, fones de ouvido Bluetooth, copos térmicos e sacos de armazenamento a vácuo.

“O potencial das feiras é o de conhecer novos clientes na América do Sul, especialmente no Brasil, e suas necessidades. A maior parte dos nossos expositores fez contatos com clientes locais, e a comunicação vai se estender nos próximos meses. As feiras foram bem administradas e colaboraram para as empresas expandirem sua rede no Brasil”, disse Li.

**Vansn Chen, diretor de vendas da Hot Expo**, que trouxe 14 empresas para a Latin American Electronics,

*“At the fair, we found new products with more advanced technologies than we were aware of and made many interesting contacts for potential business. We had direct contact with new suppliers, evaluated products, and built direct relationships with people from other countries,”* said **Julio Cesar Monroy Linares, from the company’s general corporate management**.

#### INVESTMENT IN NEW CUSTOMERS

**Realink Expo** brought in 112 companies, said **general manager Li Ningyan**. They exhibited refrigerators, vacuum cleaners, hair dryers, coolers, computer motherboards, speakers, Bluetooth headsets, thermal cups and vacuum storage bags.

*“The potential of the fairs is to meet new customers in South America, especially Brazil, and their needs. Most of our exhibitors have made contacts with local customers, and the communication will continue in the coming months. The fairs were well-managed and helped companies expand their network in Brazil,”* Li said.

**Vansn Chen, sales director at Hot Expo**, which brought 14 companies to Latin American Electronics, said the feedback was positive and that the China-Brazil supply chain will meet the needs of both countries. *“Most of them met good retailers in Brazil. LAE*

disse que os comentários foram positivos e que a cadeia de suprimentos China-Brasil atenderá às necessidades dos dois países. “A maioria conheceu bons varejistas do Brasil. A LAE representa o mercado da América do Sul para muitos fornecedores chineses que querem atuar na região e ainda têm concorrentes limitados.”

## ALTA QUALIDADE

Foi assim que as empresas trazidas pela **HK Huizhan Han** classificaram a LAE, disse **Carol Zheng, executiva do projeto**. “A **Heilongjiang Catig**, que expôs chaleira elétrica, cafeteira e espremedor de frutas, gostou do alto número de visitantes. Para a **Brilliant Industry**, de utensílios de cozinha em aço inoxidável, o evento foi de alta qualidade. E para a **Motor Suzhou Yongjie**, que expôs aparelhos de limpeza de alta potência para uso comercial e jardim, o intercâmbio favoreceu a venda e o desenvolvimento de produtos.”

A **Sea Ever International** trouxe 30 empresas, contou **Freya Song, CEO**. “O mercado brasileiro é enorme, e os expositores esperavam que essa feira fosse a única e a maior plataforma para compradores de utilidades domésticas. Eles, realmente, fizeram bons negócios e, também, ampliaram o seu networking.”

represents the South American market for many Chinese suppliers who want to operate in the region and still have limited competitors.”

## HIGH QUALITY

This is how the companies brought by **HK Huizhan** rated LAE, said **Carol Zheng, project executive**. “**Heilongjiang Catig**, which exhibited electric kettles, coffee makers and juicers, was pleased with the high number of visitors. **Brilliant Industry**, which exhibited stainless steel kitchenware, said the event was high quality. And for **Suzhou Yongjie Motor**, which exhibited high-power cleaning appliances for commercial and garden use, the exchange was conducive to sales and product development.”

**Sea Ever International** brought 30 companies, said **Freya Song, CEO**. “The Brazilian market is huge, and exhibitors expected this fair to be the only and largest platform for buyers of household appliances. They really did good business and expanded their networking.”

**Sam Liu, general manager of Encore Expo**, with a delegation of 49 exhibitors showcasing home appliances, computer accessories and consumer electronics, said the fair was productive. “It had a huge impact on





**Sam Liu, gerente-geral da Encore Expo**, com uma delegação de 49 expositores que mostraram eletrodomésticos, acessórios de computador e eletrônicos de consumo, disse que a feira foi produtiva. “Teve enorme repercussão nas mídias sociais, no rádio e na TV, tanto que 55% dos nossos expositores reconheceram o gabarito dos visitantes. Eles se reuniram com os principais compradores não só do Brasil, mas também de países vizinhos.”

#### PROFISSIONALISMO, UMA MARCA DA FEIRA

A **New Century** trouxe cerca de 30 empresas. “Elas apresentaram eletrônicos, produtos inteligentes, robô para limpeza de janelas, projetores, acessórios para celulares e periféricos de computador, entre outros itens. Fizeram bons negócios e ampliaram o seu networking. O mercado sul-americano é muito importante, e a Eletrolar Show/Latin American Electronics é a maior e mais profissional feira de eletrônicos da América do Sul”, disse **Andy Xiang, diretor de vendas**.

Em sua primeira atuação na Latin American Electronics, a **Hao Expo** trouxe 15 empresas, que expuseram, principalmente, eletrodomésticos e utensílios de cozinha, contou **Ivy Kang, gerente do departamento de relações**. “A feira foi a plataforma ideal para apresentarem os seus produtos ou marcas. Conheceram ótimos visitantes e expositores. É uma mostra realmente agradável e que vale a pena.” Veja, a seguir, a opinião das empresas.

*social media, radio and TV, so much so that 55% of our exhibitors recognized the visitors' expertise. They met with the main buyers not only from Brazil, but also from neighboring countries.”*

#### PROFESSIONALISM, A HALLMARK OF THE FAIR

*New Century brought together around 30 companies. “They presented electronics, smart products, window cleaning robots, projectors, cell phone accessories and computer peripherals, among other items. They did good business and expanded their networking. The South American market is very important, and the Eletrolar Show/Latin American Electronics is the largest and most professional electronics fair in South America,” said **Andy Xiang, sales director**.*

*In its first appearance at Latin American Electronics, **Hao Expo** brought together 15 companies, which exhibited mainly home appliances and kitchen utensils, said **Ivy Kang, manager of the relations department**. “The fair was the ideal platform for them to present their products or brands. They met great visitors and exhibitors. It is an enjoyable and worthwhile show.” See below what the companies had to say.*

## 7SWORD ELECTRONICS CO., LTD.

A **7Sword Electronics Co., Ltd.** participou como expositora pela primeira vez. Seus destaques foram os **alto-falantes de festa e os alto-falantes PA**, com diferentes funções e potências de saída do som.

“O objetivo da nossa vinda à feira foi expandir a presença da marca no mercado sul-americano, captar mais clientes, fazer parcerias e exportar para o Brasil. Foi produtivo”, contou **Clay Lee, diretor de marketing da empresa**.

**7Sword Electronics Co., Ltd.** participated as an exhibitor for the first time. Its highlights **were party speakers and PA speakers**, with different functions and sound output powers.

“The objective of our visit to the fair was to expand the brand’s presence in the South American market, attract more customers, establish partnerships and export to Brazil. It was productive,” said **Clay Lee, the company’s marketing director**.

## CIXI GSTAR ELECTRIC APPLIANCE

Destacou sua **air fryer** com a marca Gstar. “Viemos para visitar clientes no Brasil, encontrar novos na América do Sul e fazer pesquisas de mercado aprofundadas”, contou o **gerente da empresa, Ren Janke**.

A **Cixi Gstar Electric Appliance** participou pela primeira vez da feira, com o objetivo de formar parcerias no Brasil e na América do Sul, bem como ampliar a sua presença no mercado.

Its **air fryer**, under the Gstar brand, was highlighted. “We came to visit customers in Brazil, find new ones in South America and conduct in-depth market research,” said the **company’s manager, Ren Janke**.

**Cixi Gstar Electric Appliance** participated in the fair for the first time, with the aim of forming partnerships in Brazil and South America, as well as expanding its presence in the market.

## DA PAN ELECTRIC APPLIANCE IND.

A marca DA PAN participou pela primeira vez como expositora e destacou a sua **adeaga para vinhos**. O objetivo foi expandir a sua presença no mercado, contou **Luis Lu, gerente de vendas da Da Pan Electric Appliance Ind.**

“Na verdade, já temos uma cooperação de longo prazo com empresas de marcas locais, mas gostaríamos de encontrar mais oportunidades de negócios em outros países. Na feira, conhecemos alguns compradores importantes do Chile e da Colômbia.”

DA PAN participated as an exhibitor for the first time and highlighted its **wine cooler**. The aim was to expand its presence in the market, said **Luis Lu, sales manager at Da Pan Electric Appliance Ind.**

“Actually, we already have long-term cooperation with local brand companies, but we would like to find more business opportunities in other countries. At the fair, we met some important buyers from Chile and Colombia.”

## DONGGUAN JINGSHU TECHNOLOGY CO., LTD.

Expôs o **monitor gamer e o monitor office**, com venda direta da fábrica, o que resulta em preço muito acessível. “Podemos personalizar o logotipo e as especificações do cliente, oferecendo o produto mais satisfatório e de acordo com os hábitos brasileiros”, explicou **Amber Pan**, responsável pelo estande.

A **Dongguan JingShu Technology Co., Ltd.** participou pela primeira vez, com o objetivo de exportar seus produtos para o Brasil e ampliar a presença da empresa no mercado. Em sua avaliação, a feira foi muito produtiva.

The company exhibited its **gaming monitor and office monitor**, sold directly from the factory, which resulted in very affordable prices. “We can customize the customer’s logo and specifications, offering the most satisfactory product in line with Brazilian habits,” explained **Amber Pan**, who was in charge of the booth.

**Dongguan JingShu Technology Co., Ltd.** participated for the first time, with the aim of exporting its products to Brazil and expanding the company’s presence in the market. In its assessment, the fair was very productive.

## DONGGUAN HC TECHNOLOGY CO., LTD.

Participou pela segunda vez como expositora e destacou novidades em **alto-falantes para festas**. “Esses produtos são muito bem recebidos, e suas vendas vêm aumentando bastante no mercado brasileiro”, **contou Maggie Wu, gerente de vendas**.

**A Dongguan HC Technology Co, Ltd.** pretende ampliar a sua presença no mercado do Brasil e da América do Sul. Para tanto, já confirmou a sua presença na edição da feira em 2025.

*It was the second time that the company participated as an exhibitor and highlighted **new party speakers**. “These products have been very well received and their sales have been increasing significantly in the Brazilian market,” **said Maggie Wu, sales manager**.*

***Dongguan HC Technology Co, Ltd.** intends to expand its presence in the Brazilian and South American markets. To this end, it has already confirmed its presence at the 2025 edition of the fair.*

## FEILONG HOME ELECTRICAL GROUP CO., LTD.

Expositora pelo segundo ano consecutivo, a **Feilong Home Electrical Group Co., Ltd.** apresentou seu novo **Beer Cooler**, que pode chegar à temperatura de menos 6 °C, exclusivamente para cerveja. Mais um produto de destaque foi o **freezer baú**, de alto desempenho.

No ano passado, a empresa teve um bom feedback após a feira e agora irá iniciar negociações com alguns clientes. Com a participação no evento, espera expandir o mercado e firmar uma parceria duradoura com os clientes de seus produtos.

***Feilong Home Electrical Group Co., Ltd.**, which is exhibiting for the second consecutive year, showcased its new **Beer Cooler**, which can reach a temperature of minus 6°C, exclusively for beer. Another highlight was the high-performance **chest freezer**.*

*Last year, the company received good feedback after the fair and will now start negotiations with some customers. By participating in the event, it hopes to expand its market and establish a long-term partnership with customers of its products.*

## FOSHAN MONTEDOLENT BROTHERS APPLIANCES

Mostrou **diferentes suportes, de vários tamanhos**, que permitem colocar um televisor de até 120”. “Eles dão um ângulo de visão diferente do ângulo dos produtos tradicionais”, explicou **Cherry Xing, gerente de vendas da empresa**, que expôs pela primeira vez.

A **Foshan Montedolent Brothers Appliances** veio à feira para avaliar a demanda de mercado e contatar novos clientes, contou Cherry. “Encontramos nossos clientes antigos, conhecemos novos, com os quais já estamos nos comunicando, e recebemos encomendas.”

*It showcased **different supports in various sizes** that can hold a TV up to 120”. “They provide a different viewing angle than traditional products,” explained **Cherry Xing, sales manager of the company**, which was exhibiting for the first time.*

***Foshan Montedolent Brothers Appliances** came to the fair to assess market demand and contact new customers, Cherry said. “We met our old customers, met new ones, with whom we are already communicating, and received orders.”*

## FOSHAN KITCHENSTAR

Participou pela primeira vez da feira, como expositora, e apresentou **placas de indução**, modelos topo de linha para eletrodomésticos de cozinha. Trouxe, também, **placas de indução com extrator**.

“O objetivo da **Foshan Kitchenstar** ao vir para o evento foi o de buscar algumas oportunidades de cooperação no mercado brasileiro”, contou a **gerente de vendas, Tina Wu**.

*It was the first time that Foshan Kitchenstar participated in the fair as an exhibitor, and it presented top-of-the-line **induction hobs** for kitchen appliances. It also brought **induction hobs with extractors**.*

*“**Foshan Kitchenstar’s** objective in coming to the event was to seek out some cooperation opportunities in the Brazilian market,” said sales manager Tina Wu.*



### GUANGZHOU AOKING LEATHER CO., LTD.

Expôs **mochilas com display de LED**, visando ampliar a participação dos produtos em diferentes países. "A América Latina e a América do Sul são os nossos mercados-alvo nos próximos anos", explicou **Huang Yu, gerente de vendas**.

A **Guangzhou Aoking Leather Co., Ltd.** participou da feira pela primeira vez. Seus objetivos foram a formação de parcerias e a expansão da presença de seus produtos no mercado sul-americano.

It showcased **backpacks with LED displays**, aiming to expand the presence of its products in different countries. "Latin America and South America are our target markets in the coming years," explained **Huang Yu, sales manager**.

**Guangzhou Aoking Leather Co., Ltd.** participated in the fair for the first time. Its objectives were to form partnerships and expand the presence of its products in the South American market.

### GUANGDONG HELENBO HOUSEHOLD ELECTRICAL APPLIANCE CO., LTD.

Levou para a feira **aparelhos de ar-condicionado com refrigeração a água**. "Esse tipo de produto está em alta, agora é a hora certa de fazer os pedidos de ventiladores e coolers", disse Zhi Huan, gerente de vendas da empresa.

A **Guangdong Helenbo Household Electrical Appliance Co., Ltd.** participou pela primeira vez como expositora. Seus objetivos foram a exportação de produtos para o Brasil, a formação de parcerias e a ampliação do mercado.

It brought **water-cooled air conditioners** to the fair. "This type of product is in high demand, and now is the right time to place orders for fans and coolers," said Zhi Huan, the company's sales manager.

**Guangdong Helenbo Household Electrical Appliance Co., Ltd.** participated as an exhibitor for the first time. Its goals were to export products to Brazil, form partnerships and expand its market.

## GUANGDONG LINKFAIR HOUSEHOLD CO., LTD.

Com a marca Linkfair, expôs **churrasqueira elétrica familiar**. A empresa participou da feira por indicação de um grande cliente da Argentina, com o qual combinou um encontro no evento.

A **Guangdong Linkfair Household Co., Ltd.** planeja expandir a presença de seus produtos em outros mercados, o que a levou a participar da feira, conforme contaram seus gerentes.

Under the Linkfair brand, it exhibited a **family electric barbecue**. The company participated in the fair at the recommendation of a major client from Argentina, with whom it arranged to meet at the event.

**Guangdong Linkfair Household Co., Ltd.** plans to expand the presence of its products in other markets, which led it to participate in the fair, according to its managers.

## HOMER ELECTRICAL APPLIANCES CO., LTD.

Em sua estreia na feira, apresentou produtos de utilidades domésticas, com destaque para o **espremedor**. A empresa chegou ao evento por indicação de um cliente no Brasil.

De acordo com os gerentes da **Homer Electrical Appliances Co. Ltd.**, o objetivo da participação na feira foi a possibilidade de ampliar a presença de seus produtos em novos mercados.

In its debut at the fair, it presented household appliances, with a highlight being the **juicer**. The company came to the event on the recommendation of a client in Brazil.

According to the managers of **Homer Electrical Appliances Co. Ltd.**, the objective of participating in the fair was to expand the presence of its products in new markets.

## HANGZHOU NEWSOURCES ELECTRONICS CO., LTD.

Expôs **amplificador de áudio automotivo, processador de sinal de áudio automotivo e produtos BT**, entre outros itens. "Nosso objetivo foi desenvolver o mercado e encontrar compradores no Brasil", contou **Sara Bai, gerente de vendas e projetos da empresa**.

A **Hangzhou Newsources Electronics Co., Ltd.** participou pela primeira vez da feira e fez bons contatos com potenciais clientes. Seu objetivo foi encontrar colaboradores e, também, exportar os amplificadores de áudio automotivo para o Brasil.

It exhibited **automotive audio amplifiers, automotive audio signal processors and BT products**, among other items. "Our goal was to develop the market and find buyers in Brazil," said Sara Bai, the company's sales and project manager.

**Hangzhou Newsources Electronics Co., Ltd.** participated in the fair for the first time and made good contacts with potential customers. Its goal was to find partners and to export automotive audio amplifiers to Brazil.

## JIANGMEN NANGUANG ELECTRICAL APPLIANCE INDUSTRIAL

Trouxe muitos **produtos com design e recursos inovadores**, ainda inéditos no mercado. "Vimos à feira, em primeiro lugar, porque o mercado brasileiro é o maior da América do Sul em população, o que nos permite encontrar um alto número de potenciais novos clientes", contou **Jenny Chen, gerente de vendas da empresa**.

Para a **Jiangmen Nanguang Electrical Appliance Industrial**, o resultado foi muito proveitoso. "Aderimos à feira todos os anos", disse Jenny, que fez reuniões com clientes, debates sobre novos projetos, conheceu novas marcas sul-americanas e avaliou as condições do mercado.

It brought many **products with innovative designs and features** that were previously unheard of on the market. "We came to the fair, first of all, because the Brazilian market is the largest in South America in terms of population, which allows us to find a large number of potential new customers," said **Jenny Chen, the company's sales manager**.

For **Jiangmen Nanguang Electrical Appliance Industrial**, the result was very beneficial. "We join the fair every year," said Jenny, who held meetings with customers, discussed new projects, got to know new South American brands and assessed market conditions.

## NINGBO ALLINE ELECTRONIC TECHNOLOGY

Apresentou na feira **novo hub USB, docking station e cabo**, além de **cabletime** com novo design. Em sua segunda participação, buscou distribuidores e apresentou seus produtos com o intuito de exportar para varejistas e lojas online.

No evento, a **Ningbo Alline Electronic Technology** encontrou novos parceiros. "O foco é exportar para o Brasil, que é um mercado em expansão e, também, formar novas parcerias", informou a diretora de vendas da empresa.

At the fair, it presented a **new USB hub, docking station and cable**, as well as a new **cabletime** design. In its second participation, it sought distributors and presented its products with the aim of exporting to retailers and online stores.

At the event, **Ningbo Alline Electronic Technology** found new partners. "The focus is on exporting to Brazil, which is a growing market, and also on forming new partnerships," said the company's sales director.

## NINGBO FOURA INDUSTRY AND TRADE CO., LTD.

A empresa, que **desenvolve e fabrica produtos de limpeza para aspiradores profissionais**, multifuncionais e inovadores, e atua em todo o mundo, participou pela primeira vez da feira.

"Nosso objetivo foi exportar para o Brasil e, também, estabelecer relações de parceria", contou a gerente de exposições da **Ningbo Foura Industry and Trade Co., Ltd.**

The company, which **develops and manufactures innovative, multifunctional cleaning products for professional vacuum cleaners** and operates worldwide, participated in the fair for the first time.

"Our goal was to export to Brazil and also establish partnerships," said the exhibition manager of **Ningbo Foura Industry and Trade Co., Ltd.**

## NINGBO GOLDEN AGE ELECTRIC CO., LTD.

Expôs grande variedade de produtos. "Seus diferenciais são a alta qualidade e o preço razoável", disse **Wang Panpan**, da área de vendas da **Ningbo Golden Age Electric Co., Ltd.**, empresa que já havia participado da feira.

"O Brasil tem um grande mercado de OEM, e o evento pode atrair boas marcas que estão por vir. Estar na feira nos ajuda a ter contato com algumas marcas conhecidas e conseguir clientes", contou Wang.

It showcased a wide variety of products. "Their distinguishing features are high quality and reasonable prices," said Wang Panpan, from the sales department of **Ningbo Golden Age Electric Co., Ltd.**, a company that had already participated in the fair.

"Brazil has a large OEM market, and the event can attract good upcoming brands. Being at the fair helps us get in touch with some well-known brands and gain customers," said Wang.

## NINGBO KONWIN ELECTRICAL APPLIANCE CO., LTD.

Com a marca Konwin, destacou o **ventilador elétrico** na edição de 2024, sua segunda participação na feira. "Muitos pedidos de nossos parceiros comerciais nos Estados Unidos são do Brasil, então viemos obter algumas informações de marketing que nos serão úteis", informou a gerência da empresa.

A **Ningbo Konwin Electrical Appliance Co., Ltd.** fez a primeira participação na feira em 2015. "Depois de quase 10 anos, conseguimos muitos clientes potenciais valiosos em 2024, foi muito produtivo." A empresa tem interesse em exportar para o Brasil e formar parcerias.

With the Konwin brand, the **electric fan** was highlighted at the 2024 edition, its second participation in the fair. "Many orders from our business partners in the United States are from Brazil, so we came to get some marketing information that will be useful to us," said the company's management.

**Ningbo Konwin Electrical Appliance Co., Ltd.** made its first participation in the fair in 2015. "After 10 years, we have gained many valuable potential customers in 2024, which was very productive." The company is interested in exporting to Brazil and forming partnerships.

## NINGBO SWDK

A marca lançou o **esfregão vibratório, sem fio**, que simula o movimento da mão para a frente e para trás. Esfrega o chão de forma mais estável e completa. “O produto é exclusivo de nossa empresa e novo no mercado brasileiro, queremos abri-lo para essa novidade”, contou **Zhou Lili, gerente de vendas da empresa**.

Esta foi a primeira vez que a **Ningbo SWDK** participou da feira. A empresa espera receber encomendas e colocar o produto no mercado brasileiro. Outro objetivo é estabelecer parcerias.

The brand launched a **cordless vibrating mop** that simulates the forward and backward movement of a hand. It scrubs the floor more stably and thoroughly. “The product is exclusive to our company and new to the Brazilian market. We want to open it up to this new feature,” said **Zhou Lili, the company’s sales manager**.

This was the first time that **Ningbo SWDK** participated in the fair. The company hopes to receive orders and introduce the product to the Brazilian market. Another goal is to establish partnerships.

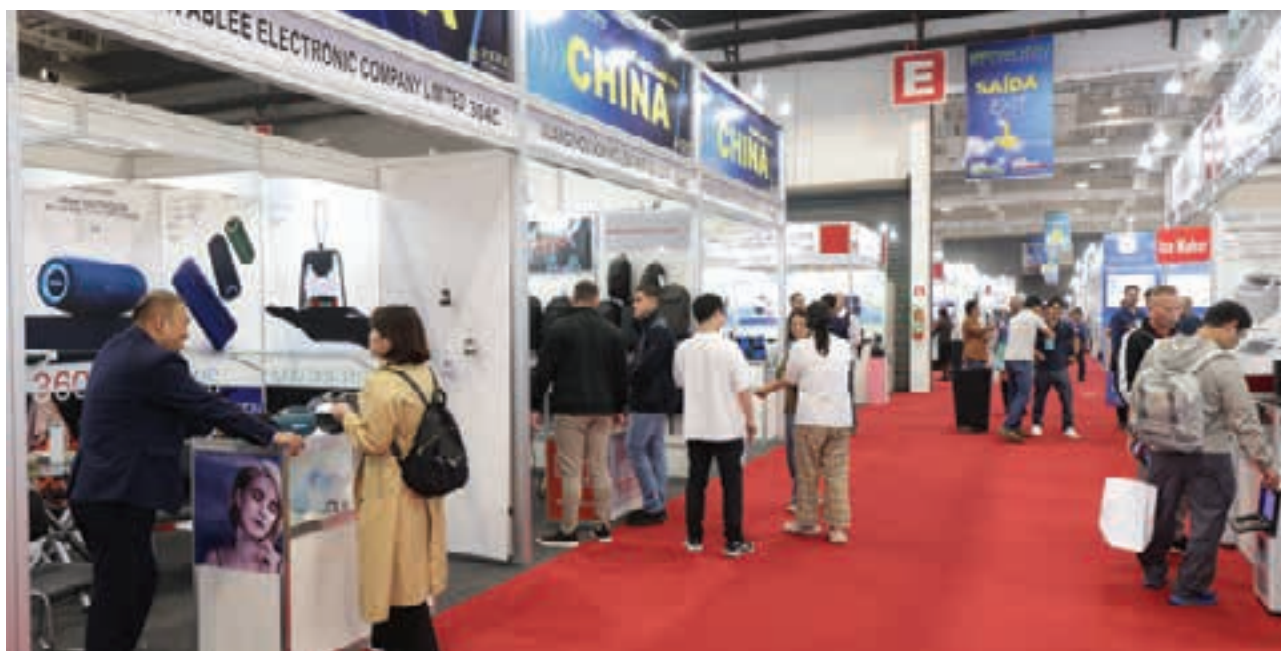
## NINGBO XINGDING

Lançou seu **ferro elétrico a vapor**, com alta potência e desempenho. “O produto é significativamente superior aos encontrados no mercado por suas inovações tecnológicas”, disse **Tony Wang, gerente-chefe de vendas da empresa**. Trouxe, também, soluções personalizadas para atender às necessidades dos diferentes clientes e uma equipe para dar aos visitantes informações detalhadas sobre os produtos.

Pela primeira vez na feira, a **Ningbo Xingdin** expôs seus serviços e estabeleceu relações de cooperação com grandes e potenciais compradores. “Nosso principal objetivo foi aumentar o reconhecimento da marca, as vendas, com promoções especiais, e exportar para o Brasil. Através da interação com os visitantes, tivemos um feedback valioso do mercado”, contou Tony.

It launched its high-power, high-performance **electric steam iron**. “The product is significantly superior to other products on the market due to its technological innovations,” said **Tony Wang, the company’s chief sales manager**. It also brought customized solutions to meet the needs of different customers and a team to provide visitors with detailed information about the products.

For the first time at the fair, **Ningbo Xingdin** showcased its services and established cooperative relationships with large and potential buyers. “Our main goal was to increase brand awareness, sales through special promotions, and export to Brazil. Through interaction with visitors, we obtained valuable feedback from the market,” said Tony.



## SHAOXING MONA WATER PURIFICATION TECHNOLOGY CO., LTD.

Com a marca Monapure, expôs **purificador de água**. “A América do Sul é o nosso mercado mais importante desde a pandemia, os visitantes são profissionais. Agradecemos que a Encore tenha nos ajudado a participar do matchmaking. Conseguimos dois novos clientes, foi fantástico”, disse **Chen Yi, diretor de marketing internacional da empresa**.

O ano de 2024 marcou a primeira participação da **Shaoxing Mona Water Purification Technology Co., Ltd.** na feira. A empresa está empenhada em exportar para o Brasil e, também, em formar parcerias.

With the Monapure brand, it exhibited **water purifiers**. “South America is our most important market since the pandemic, and the visitors are professionals. We are grateful that Encore helped us participate in the matchmaking. We gained two new customers, it was fantastic,” said Chen Yi, the company’s international marketing director.

The year 2024 marked the first participation of **Shaoxing Mona Water Purification Technology Co., Ltd.** in the fair. The company is committed to exporting to Brazil and also to forming partnerships.

## SHENZHEN AUTO INTELLIGENCE TECHNOLOGY CO., LTD.

Expôs novos modelos **de alto-falantes e fones de ouvido Bluetooth**, com design diferenciado e tecnologia avançada, em sua primeira participação na feira. O foco era divulgar a marca Atsom no mercado latino-americano e contatar clientes promissores.

O resultado obtido foi positivo, disse **Steven Cheng, gerente de vendas da Shenzhen Auto Intelligence Technology Co., Ltd.** “A feira foi muito boa, atingimos o nosso objetivo de ampliar o mercado latino-americano. Queremos exportar para o Brasil, que é o mercado mais importante para nós, e formar parcerias.”

It showcased new models of **Bluetooth speakers and headphones**, with distinctive designs and advanced technology, in its first participation in the fair. The focus was to promote the Atsom brand in the Latin American market and contact promising customers.

The result obtained was positive, said **Steven Cheng, sales manager of Shenzhen Auto Intelligence Technology Co., Ltd.** “The fair was very good; we achieved our goal of expanding the Latin American market. We want to export to Brazil, which is the most important market for us, and form partnerships.”

## SHENZHEN BEELAN TECHNOLOGY CO., LTD.

Expôs **capas para celulares**. “Em nosso setor, há muitas marcas líderes e encontramos nossos parceiros que também participaram da feira”, informou a empresa.

A **Shenzhen Beelan Technology Co., Ltd.** esteve presente pela primeira vez na feira. Seus objetivos foram a maior divulgação dos produtos e a formação de boas parcerias.

It exhibited **mobile phone cases**. “There are many leading brands in our industry, and we met our partners who also participated in the fair,” the company said.

**Shenzhen Beelan Technology Co., Ltd.** was present at the fair for the first time. Its objectives were to promote its products more widely and establish good partnerships.

## SHENZHEN UNIQUE SCALES CO., LTD.

Trouxe um **produto que faz a medição da escala de gordura corporal**. “Tem tela colorida VA de 5,25” e eletrodos de respiração”, contou **Xu Yan Yang, gerente da empresa**.

A **Shenzen Unique Scales Co., Ltd.** participou da feira pela primeira vez. “O Brasil é um mercado-chave para nós, e a feira é bem conhecida em todo o mundo. Queremos expandir o mercado e encontrar parceiros”, disse Xu Yan.

It brought a **product that measures body fat scales**. “It has a 5.25” VA color screen and breathing electrodes,” said **Xu Yan Yang, the company’s manager**.

**Shenzen Unique Scales Co., Ltd.** participated in the fair for the first time. “Brazil is a key market for us, and the fair is well-known around the world. We want to expand the market and find partners,” said Xu Yan.

## SUNVALLEY (HK) TECHNOLOGY LIMITED

Apresentou as mais recentes inovações em **luminárias de mesa da sua marca Tao Tronics, monitores de bebês, dispositivos de carregamento e projetores**.

“Nossos diferenciais incluem design exclusivo, qualidade superior e tecnologia inovadora, atributos que os distinguem de produtos da concorrência”, contou **Celia Shen, gerente de vendas da empresa**, que considerou como positiva sua primeira participação, que visou ampliar a presença no mercado, fazer parcerias e exportar para o Brasil.

Uma das razões que fez a **Sunvalley (HK) Technology Limited** expor no evento foi o fato de ser de primeira linha e atrair importantes players do setor eletrônico e de tecnologia, disse Celia. “Esta plataforma nos proporcionou a oportunidade de conexão com um público mais amplo, de obter informações valiosas do mercado e de fortalecer a nossa presença na indústria. Reunimos informações significativas, que serão inestimáveis para nossas estratégias futuras.”

**Tao Tronics, baby monitors, charging devices and projectors.** “Our unique features include unique design, superior quality and innovative technology, attributes that distinguish us from our competitors’ products,” said **Celia Shen, the company’s sales manager**, who considered her first participation to be a positive one, which aimed to expand its presence in the market, establish partnerships and export to Brazil.

One of the reasons **Sunvalley (HK) Technology Limited** exhibited at the event was the fact that it was top-tier and attracted important players from the electronics and technology sector, said Celia. “This platform provided us with the opportunity to connect with a wider audience, obtain valuable market information and strengthen our presence in the industry. We gathered significant information that will be invaluable for our future strategies.”

## ZHEJIANG HUATAI ELECTRONICS CO., LTD.

Expôs uma **lâmpada magnética nova e diferente**, que integra as séries Júpiter e Lua, com um design único, de estilo. “O produto permite que as pessoas brilhem”, contou **Huang Zhijian**, da área de comércio exterior da empresa, que, na feira, visou estabelecer parcerias e atrair clientes internacionais.

“O Brasil é a maior economia da América do Sul e tem um grande mercado consumidor”, disse o executivo da **Zhejiang Huatai Electronics Co., Ltd.** “Participar da feira ajuda a empresa a expandir seu mercado, aumenta a visibilidade e a influência da marca no cenário internacional. É uma plataforma para estabelecer contatos e cooperação com outras empresas, o que ajuda a expandir os canais.” ■■

It showcased a **new and different magnetic lamp**, which is part of the Jupiter and Moon series, with a unique and stylish design. “The product allows people to shine,” said **Huang Zhijian**, from the company’s foreign trade department, who aimed to establish partnerships and attract international customers at the fair.

Brazil is the largest economy in South America and has a large consumer market,” said the executive of **Zhejiang Huatai Electronics Co., Ltd.** “Participating in the fair helps the company expand its market, increases the visibility and influence of the brand on the international stage. It is a platform for establishing contacts and cooperation with other companies, which helps expand channels.” ■■



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](mailto:contato@institutoteacolhe.org.br)

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

### VISITE-NOS:

 [WWW.INSTITUTOTEACOLHE.ORG.BR](http://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**





## ELETROCAR SHOW: PRESENT AND FUTURE OF ELECTRIC MOBILITY

*A milestone for the sector, the B2B event will have 160 exhibiting brands, 3,000 companies and will receive around 40,000 visitors. It will be held from June 23 to 26, 2025, in the Distrito Anhembi Expo Center, in a space of 12,000 sqm. More than 200 vehicles will be on display and with test drives for visitors to try out.*

# **PRESENTE E FUTURO** **DA MOBILIDADE** **ELÉTRICA**

**Um marco para o setor, o evento B2B terá 160 marcas expositoras, 3 mil empresas e receberá cerca de 40 mil visitantes. Será realizado de 23 a 26 de junho de 2025, no Distrito Anhembi, em espaço de 12 mil m<sup>2</sup>. Mais de 200 veículos estarão expostos e com test drive para experimentação dos visitantes.**



O **Caderno Eletrocar** é dedicado a explorar o futuro da mobilidade elétrica, destacando inovações, tendências e soluções que estão moldando o mercado de veículos elétricos e infraestrutura associada. É um espaço focado em conectar as principais marcas, fabricantes e compradores deste segmento em franca ascensão, além de apoiar o crescimento da mobilidade sustentável no Brasil.

Apesar de obstáculos fiscais, especialistas do setor automotivo preveem um futuro promissor para os carros elétricos no Brasil. **A Associação Brasileira do Veículo Elétrico (ABVE) estima que até 2030 haverá cerca de 1 milhão de carros elétricos e híbridos em circulação no País, com uma participação de mercado em torno de 30%.** De janeiro a maio deste ano, foram comercializados 64.908 veículos leves eletrificados, e a previsão da ABVE é fechar 2024 com mais de 150 mil unidades de veículos vendidos.

Na 17ª Eletrolar Show, o Grupo Eletrolar All Connected fez o anúncio oficial da **Eletrocar Show**, que trará ao setor de carros elétricos a oportunidade de promover conexões estratégicas entre players do mercado. O evento acontecerá em paralelo à Eletrolar Show 2025, de 23 a 26 de junho, no novo Distrito Anhembi, em São Paulo, e ocupará um pavilhão vizinho ao da feira.

#### MOBILIDADE LIMPA

O anúncio oficial ocorreu durante a entrega do **Prêmio Mobilidade Limpa, na Eletrolar Show**. A premiação,

The **Eletrocar Supplement** is dedicated to exploring the future of electric mobility, highlighting innovations, trends and solutions that are shaping the electric vehicle market and associated infrastructure. It is a space focused on connecting the main brands, manufacturers and buyers of this rapidly growing segment, in addition to supporting the growth of sustainable mobility in Brazil.

Despite fiscal obstacles, automotive industry experts predict a promising future for electric cars in Brazil. **The Associação Brasileira de Veículos Elétricos (Brazilian Electric Vehicle Association) (ABVE) estimates that by 2030 there will be around 1 million electric and hybrid cars in circulation in the country, with a market share of around 30%.** From January to May of this year, 64,908 electrified light vehicles were sold, and ABVE expects to close 2024 with more than 150 thousand vehicles sold.

At the 17<sup>th</sup> Eletrolar Show, the Grupo Eletrolar All Connected made the official announcement of the **launch of the Eletrocar Show**, which will provide the electric car sector with the opportunity to promote strategic connections between market players. The event will take place in parallel with the Eletrolar Show 2025, from June 23 to 26 in the new Distrito Anhembi Expo Center, in São Paulo, and will occupy a pavilion next to the fair.

“Cerca de 11% das emissões de um carro a combustão acontecem na fabricação das peças. No carro elétrico, são 70%. Mas, ao longo de toda a sua vida útil, o carro a combustão emite 52 toneladas, contra 23 do elétrico.”

*“About 11% of the emissions from a combustion car occur during the manufacturing of parts. In an electric car, the figure is 70%. However, throughout its entire useful life, a combustion car emits 52 tons, compared to 23 tons for an electric car.”*



**JOÃO IRINEU MEDEIROS, VICE-PRESIDENTE DE ASSUNTOS REGULATÓRIOS DA STELLANTIS SOUTH AMERICA**  
VICE PRESIDENT OF REGULATORY AFFAIRS AT STELLANTIS SOUTH AMERICA



lançada em julho de 2023, objetiva incentivar montadoras e importadoras a oferecerem automóveis e comerciais leves mais eficientes, além de chamar a atenção dos consumidores para os veículos mais limpos, em termos ambientais, do mercado.

Nessa segunda edição do prêmio, foram avaliados não apenas veículos totalmente elétricos, mas também veículos híbridos e a combustão. No total, foram considerados 97 carros elétricos, 77 carros plug-in, 30 híbridos, 97 híbridos leves e 534 carros a combustão.

Dentre as marcas participantes, um dos destaques foi a FIAT, que teve o maior número de modelos premiados, com oito no total (todos a combustão) em categorias diferentes. A chinesa Build Your Dreams (BYD) também se destacou como maior ganhadora na categoria de carros elétricos puros. Seu modelo Dolphin Mini foi o carro que registrou menor índice de emissões, com 0,41 Megajoules por quilômetro rodado.

#### **PAINEL DE DEBATES**

A cerimônia de entrega da premiação foi precedida por apresentações de **Marcio Alfonso, diretor de Engenharia & PDI da GWM Brasil**, e de **João Irineu Medeiros, vice-presidente de Assuntos Regulatórios da Stellantis South America**.

**Em sua fala, João Irineu destacou a importância de pensar a sustentabilidade ao longo de toda a cadeia produtiva dos veículos. "Cerca de 11% das**

#### **CLEAN MOBILITY**

The official announcement was made during the **Prêmio Mobilidade Limpa (Clean Mobility Award)** ceremony at the Eletrolar Show. The award, launched in July 2023, aims to encourage automakers and importers to offer more efficient cars and light commercial vehicles, in addition to drawing consumers' attention to the cleanest vehicles on the market, in environmental terms.

In this second edition of the award, not only fully electric vehicles were evaluated, but also hybrid and combustion vehicles. In total, 97 electric cars, 77 plug-in cars, 30 hybrids, 97 mild hybrids and 534 combustion cars were considered.

Among the participating brands, one of the highlights was FIAT, which had the largest number of award-winning models, with eight in total (all combustion) in different categories. The Chinese company Build Your Dreams (BYD) also stood out as the biggest winner in the pure electric car category. Its Dolphin Mini model was the car with the lowest emissions rate, with 0.41 Megajoules per kilometer driven.

#### **PANEL DISCUSSION**

The award ceremony was preceded by a panel discussion with the participation of **Marcio Alfonso, Director of Engineering & RDI at GWM Brazil**, and **João Irineu Medeiros, Vice President of Regulatory Affairs at Stellantis South America**.

emissões de um carro a combustão acontecem na fabricação das peças. No carro elétrico, são 70%. Mas, ao longo de toda a sua vida útil, o carro a combustão emite 52 toneladas, contra 23 do elétrico."

O executivo da Stellantis lembrou a singularidade do mercado brasileiro com relação aos biocombustíveis. "A fabricação dos carros elétricos ainda custa muito caro. Enquanto não conseguimos reduzir o custo, podemos usar o etanol para distribuir as tecnologias entre os mercados." A empresa pretende oferecer diversas arquiteturas, desde carros híbridos leves até totalmente elétricos, de modo a democratizar o acesso a tecnologias mais limpas de transporte.

Marcio Alfonso também identificou a oportunidade do mercado brasileiro nesse sentido. "Mais de 90% da nossa frota já é preparada para Flex, mas hoje, em média, só cerca de 30% dos carros usam etanol." Citou, também, uma mudança na percepção dos consumidores em relação aos veículos elétricos: mais de 40% têm interesse nesses modelos. Em carros, a GWM aposta em modelos híbridos e totalmente elétricos, como o Haval. No transporte de cargas, a empresa pretende trazer ao Brasil a tecnologia de hidrogênio, que pode se consolidar, na visão de Marcio, num diferencial importante no mercado.

*In his speech, João Irineu highlighted the importance of thinking about sustainability throughout the entire vehicle production chain. "Approximately 11% of emissions from a combustion car occur in the manufacturing of parts. In an electric car, the figure is 70%. However, throughout its entire useful life, a combustion car emits 52 tons, compared to 23 tons for an electric car."*

*The Stellantis executive recalled the uniqueness of the Brazilian market in relation to biofuels. "The manufacturing of electric cars is still very expensive. Until we can reduce the cost, we can use ethanol to distribute the technologies among the markets." The company intends to offer several architectures, from mild hybrids to fully electric vehicles, to democratize access to cleaner transportation technologies.*

*Marcio Alfonso also identified the opportunity in the Brazilian market in this regard. "More than 90% of our fleet is already prepared for Flex, but today, on average, only about 30% of cars use ethanol." He also mentioned a change in consumer perception regarding electric vehicles: more than 40% are interested in these models. In cars, GWM is betting on hybrid and fully electric models, such as the Hava. In cargo transportation, the company intends to bring hydrogen technology to Brazil, which could become, in Marcio's view, an important differentiator in the market.*



## ELETROCAR SHOW

**A Eletrocar Show, que ocorrerá em 2025 como evento paralelo à Eletrolar Show, é um marco para o setor de mobilidade elétrica na América Latina.**

Responde ao crescente interesse e demanda por soluções de mobilidade sustentável, refletindo as tendências globais de transição energética e inovação tecnológica. O mercado de veículos elétricos no Brasil está em plena expansão, com projeções de crescimento significativo nos próximos anos, impulsionado por políticas de incentivo, avanços tecnológicos e a conscientização ambiental.

Será o palco ideal para o lançamento de novos produtos, networking entre profissionais do setor e discussões sobre o futuro da mobilidade. Serão quatro dias de negócios dedicados a apoiar o crescimento da categoria, com a presença de veículos elétricos e híbridos

## ELETROCAR SHOW

**The Eletrocar Show, which will take place in 2025 as a parallel event to the Eletrolar Show, is a milestone for the electric mobility sector in Latin America.** It responds to the growing interest and demand for sustainable mobility solutions, reflecting global trends in energy transition and technological innovation. The electric vehicle market in Brazil is heated, with projections of significant growth in the coming years, driven by incentive policies, technological advances and environmental awareness.

It will be the ideal stage for the launch of new products, networking among professionals in the sector and discussions about the future of mobility. There will be four days of business dedicated to supporting the growth of the category, with the presence of electric and hybrid vehicles available on the Brazilian market.

**“Mais de 90% da nossa frota já é preparada para Flex, mas hoje, em média, só cerca de 30% dos carros usam etanol.”**

*“More than 90% of our fleet is already prepared for Flex, but today, on average, only about 30% of cars use ethanol.”*

**MARCIO ALFONSO, DIRETOR DE ENGENHARIA & PDI DA GWM BRASIL**  
DIRECTOR OF ENGINEERING & RDI AT GWM BRAZIL



disponíveis no mercado brasileiro. **O evento oferecerá a oportunidade única de conversar diretamente com representantes das marcas e conhecer alguns modelos de perto no Eletrocar Test Drive Experience.** Além disso, terá um fórum dedicado a discutir tendências, legislação e oportunidades de mercado.

A Eletrocar Show estará ligada à Eletrolar Show, uma feira consolidada e com público qualificado, atendendo à necessidade dos expositores que buscam espaço na área de mobilidade elétrica. **O evento incluirá veículos de todas as categorias: pesados, leves e levíssimos (carros, motos, bicicletas elétricas, patinetes e ônibus eletrificados), proporcionando uma visão abrangente do futuro da mobilidade sustentável no Brasil.**

**The event will offer the unique opportunity to talk directly with brand representatives and see some models up close at the Eletrocar Test Drive Experience.** In addition, there will be a forum dedicated to discussing trends, legislation and market opportunities.

The Eletrocar Show will be linked to the Eletrolar Show, a well-established trade fair with a qualified audience, meeting the needs of exhibitors seeking space in the electric mobility sector. The event will include vehicles from all categories: heavy, light and very light (cars, motorcycles, electric bicycles, scooters and electrified buses), providing a comprehensive vision of the future of sustainable mobility in Brazil.



**CARLOS CLUR,**  
CEO DA ELETROCAR SHOW  
CEO AT ELETROCAR SHOW

“O evento será transformador, estabelecendo a Eletrocar Show como o ponto de encontro essencial para o futuro dessa indústria no Brasil, que está apenas começando a se consolidar como dominante no mercado global.”

*“The event will be transformative, establishing the Eletrocar Show as the essential meeting point for the future of this industry in Brazil, which is just beginning to consolidate itself as a dominant player in the global market.”*



#### QUAL FOI A MOTIVAÇÃO PARA A CRIAÇÃO DA ELETROCAR SHOW?

Os carros elétricos, hoje, se consolidaram como parte essencial do segmento de eletroeletrônicos, e nossa experiência de mais de 17 anos com a Eletrolar Show nos permitiu identificar essa tendência crescente. Observamos o sucesso desse setor em feiras internacionais e percebemos que o mercado brasileiro, com seu crescimento exponencial no setor, está pronto para abraçar essa inovação. **O carro elétrico não é apenas um novo produto, ele traz consigo uma indústria inteira de acessórios, carregadores, baterias e soluções sustentáveis, como a energia solar. A Eletrocar Show nasce como uma plataforma crucial para apresentar essas inovações, impulsionar as vendas e promover a emissão de carbono zero, alinhada às fontes limpas de energia do Brasil.**

#### JUNTAR A ELETROLAR SHOW COM A ELETROCAR SHOW TRAZ QUAIS BENEFÍCIOS?

A junção da Eletrolar Show com a Eletrocar Show permitirá reunir o mercado B2B de forma abrangente, incluindo revendedores, concessionárias, lojistas e formadores de opinião. Com a Eletrolar Show se transformando em uma feira multisetorial e multicanal, era natural que a indústria de mobilidade elétrica, com o carro elétrico como destaque, se integrasse a esse cenário. **Além disso, essa união fortalece o**

#### WHAT MOTIVATED YOU TO CREATE ELETROCAR SHOW?

Electric cars have now become an essential part of the electronics segment, and our experience of over **17 years with Eletrolar Show** has allowed us to identify this growing trend. We have observed the success of this sector at international trade fairs and realized that the Brazilian market, with its exponential growth in the sector, is ready to embrace this innovation. **The electric car is not just a new product; it brings with it an entire industry of accessories, chargers, batteries and sustainable solutions, such as solar energy. Eletrocar Show was created as a crucial platform to present these innovations, boost sales and promote zero carbon emissions, in line with Brazil's clean energy sources.**

#### WHAT ARE THE BENEFITS OF COMBINING THE ELETROLAR SHOW WITH THE ELETROCAR SHOW?

The combination of the Eletrolar Show with the Eletrocar Show will bring together the B2B market in a comprehensive manner, including resellers, dealerships, retailers and opinion leaders. With the Eletrolar Show becoming a multi-sector and multi-channel trade show, it was only natural that the electric mobility industry, with the electric car as its highlight, would join this scenario. In addition, this union strengthens the ecosystem of automotive electronic products, such as car audio and auto parts, offering a complete view of the opportunities that this new industry has to offer.



**ecossistema de produtos eletrônicos automotivos, como som de carro e autopeças, oferecendo uma visão completa das oportunidades que essa nova indústria tem a oferecer.**

#### **QUAL É A EXPECTATIVA PARA A PRIMEIRA EDIÇÃO DA ELETROCAR SHOW?**

Estamos muito otimistas. Contamos com o apoio de diversas entidades importantes do setor, e nossa estratégia de divulgação e marketing está focada em atrair um público altamente qualificado e interessado na indústria de mobilidade elétrica. Acreditamos que este será um evento transformador, estabelecendo a Eletrocar Show como o ponto de encontro essencial para o futuro dessa indústria no Brasil, que está apenas começando a se consolidar como dominante no mercado global.

#### **WHAT ARE THE EXPECTATIONS FOR THE FIRST EDITION OF THE ELETROCAR SHOW?**

We are very optimistic. We have the support of several important entities in the sector, and our advertising and marketing strategy is focused on attracting a highly qualified audience interested in the electric mobility industry. We believe that this will be a transformative event, establishing the Eletrocar Show as the essential meeting point for the future of this industry in Brazil, which is just beginning to consolidate itself as a dominant player in the global market.



**JUAN PABLO DE VERA,**  
PRESIDENTE DA ELETROCAR SHOW  
PRESIDENT AT ELETROCAR SHOW

#### COM SUA EXPERIÊNCIA NO MERCADO, COMO VÊ A EVOLUÇÃO DO SETOR DE MOBILIDADE ELÉTRICA?

É, sem dúvida, um privilégio fazer parte deste momento especial do setor, contribuindo para o desenvolvimento de negócios e promovendo a implementação das soluções oferecidas pela mobilidade elétrica. Assim como ocorreu com a chegada da tecnologia, da internet, da telefonia celular e, mais recentemente, com a conectividade das coisas (IoT), **a Eletrocar Show destacará os benefícios dessa nova evolução na mobilidade. Isso permitirá evidenciar soluções sustentáveis para a mobilidade de pessoas e produtos, integrando as inovações dos veículos elétricos com a oferta de infraestrutura eficiente e fontes de energia renováveis.**

#### COMO ESTÁ O DESENVOLVIMENTO DO PROJETO? QUAIS DESAFIOS TÊM SIDO ENFRENTADOS?

Esta iniciativa do Grupo Eletrolar chega ao Brasil em um momento extremamente oportuno. A adesão das empresas e empresários do mercado tem sido significativa, atendendo a uma demanda por um evento anual do setor, organizado com o profissionalismo e competência que o grupo vem demonstrando ao

“A Eletrocar Show evidenciará soluções sustentáveis para a mobilidade de pessoas e produtos, integrando as inovações dos veículos elétricos com a oferta de infraestrutura eficiente e fontes de energia renováveis.”

*“The Eletrocar Show will showcase sustainable solutions for the mobility of people and products, integrating innovations in electric vehicles with the provision of efficient infrastructure and renewable energy sources.”*

#### WITH YOUR EXPERIENCE IN THE MARKET, HOW DO YOU SEE THE EVOLUTION OF THE ELECTRIC MOBILITY SECTOR?

It is undoubtedly a privilege to be part of this special moment in the sector, contributing to business development and promoting the implementation of solutions offered by electric mobility. Just as happened with the arrival of technology, the internet, mobile phones and, more recently, the connectivity of things (IoT), **Eletrocar Show will highlight the benefits of this new evolution in mobility. This will allow us to highlight sustainable solutions for the mobility of people and products, integrating the innovations of electric vehicles with the offer of efficient infrastructure and renewable energy sources.**

#### HOW IS THE PROJECT DEVELOPING? WHAT CHALLENGES HAVE BEEN FACED?

This initiative by the Grupo Eletrolar is coming to Brazil at an extremely opportune time. The participation of companies and entrepreneurs in the market has been significant, meeting the demand for an annual event in the sector, organized with the professionalism and competence that the group has demonstrated throughout its almost 20 years of activity in trade fairs.

longo de seus quase 20 anos de atuação em feiras de negócios. Já contamos com o apoio institucional da ABVE – Associação Brasileira de Veículos Elétricos, que representa as principais empresas e reúne as lideranças do setor de mobilidade elétrica no Brasil, assim como das principais empresas e líderes deste dinâmico setor econômico, que projeta um crescimento acelerado nos próximos anos.

#### **QUAL É A SUA EXPECTATIVA PARA O EVENTO, TANTO DE PÚBLICO QUANTO DE IMPACTO NO MERCADO DE VEÍCULOS ELETRIFICADOS?**

Para esta primeira edição, projetamos apresentar o maior evento do setor já realizado na América Latina. Com a expertise da equipe que reunimos, estamos confiantes em expor mais de 200 veículos, contar com a participação de empresas líderes do mercado e promover um fórum com líderes e empresários que compartilharão cases de sucesso e as mais recentes inovações do setor. Além disso, ofereceremos o maior test drive de experiências e workshops educativos, abordando temas como manutenção e reparação para essa modalidade de transporte. **Junto aos visitantes de negócios da Eletrolar Show 2025 e da semana de eventos simultâneos, esperamos reunir mais de 40 mil compradores, empresários e investidores de todo o Brasil e dos principais países da América Latina.**

*We already have the institutional support of ABVE – Brazilian Association of Electric Vehicles, which represents the main companies and brings together the leaders of the electric mobility sector in Brazil, as well as the main companies and leaders of this dynamic economic sector, which is projected to grow rapidly in the coming years.*

#### **WHAT ARE YOUR EXPECTATIONS FOR THE EVENT, BOTH IN TERMS OF ATTENDANCE AND IMPACT ON THE ELECTRIFIED VEHICLE MARKET?**

*For this first edition, we plan to present the largest event in the sector ever held in Latin America. With the expertise of the team we have assembled, we are confident of exhibiting more than 200 vehicles, counting on the participation of leading companies in the market and promoting a forum with leaders and entrepreneurs who will share success stories and the latest innovations in the sector. In addition, we will offer the largest test drive experience and educational workshops, addressing topics such as maintenance and repair for this mode of transport. **Together with the business visitors of Eletrolar Show 2025 and the week of simultaneous events, we expect to bring together more than 40 thousand buyers, entrepreneurs and investors from all over Brazil and the main countries in Latin America.***





**DANIEL ZANNETTI,**  
DIRETOR DA ELETROCAR SHOW  
DIRECTOR AT ELETROCAR SHOW

“Ao cobrir todas as categorias de veículos, dos levíssimos aos pesados, estamos criando um ecossistema vibrante para discutir o futuro e apresentar inovações que terão um impacto positivo em um momento crucial.”

*“By covering all vehicle categories, from very light to heavy, we are creating a vibrant ecosystem to discuss the future and showcase innovations that will have a positive impact at a crucial time.”*

#### COMO FOI ENTRAR NESTE MERCADO PARA A CRIAÇÃO DA ELETROCAR SHOW?

Recentemente, de volta ao Brasil, fui convidado pelo Grupo Eletrolar para integrar a equipe responsável por lançar uma nova feira da organização, um convite que aceitei com entusiasmo. **A oportunidade de participar de um projeto inovador, junto a uma equipe séria e consagrada, é extremamente motivadora para mim.** O mercado de veículos elétricos tem se mostrado cada vez mais relevante, trazendo inovações em novas fontes de energia, motores avançados, tecnologia de ponta e conectividade. Estou feliz de voltar ao Brasil num momento em que o País cresce tanto nessa área e posso contribuir com um projeto que fará muita diferença para o setor.

#### QUAIS SERÃO OS PRINCIPAIS ATRATIVOS DA FEIRA?

A Eletrocar Show vem para ocupar um nicho específico no mercado, oferecendo uma feira B2B que conectará os principais fabricantes, montadoras e importadores de veículos elétricos aos profissionais compradores do setor. **Ao cobrir todas as categorias de veículos, dos levíssimos aos pesados, estamos criando um ecossistema vibrante para discutir o futuro e apresentar inovações que terão um impacto positivo em um momento crucial.** Os participantes poderão usufruir do melhor que as feiras têm a oferecer, desde a exposição estática de novos modelos, conceitos e

#### WHAT WAS IT LIKE ENTERING THIS MARKET TO CREATE THE ELETROCAR SHOW?

Recently, back in Brazil, I was invited by the Grupo Eletrolar to join the team responsible for launching a new trade show for the organization, an invitation that I accepted with enthusiasm. **The opportunity to participate in an innovative project, together with a serious and renowned team, is extremely motivating for me.** The electric vehicle market has shown itself to be increasingly relevant, bringing innovations in new energy sources, advanced engines, cutting-edge technology and connectivity. I am happy to return to Brazil at a time when the country is growing so much in this area, and I can contribute to a project that will make a big difference to the sector.

#### WHAT WILL BE THE MAIN ATTRACTIONS OF THE FAIR?

The Eletrocar Show aims to fill a specific niche in the market, offering a B2B fair that will connect the main manufacturers, assemblers and importers of electric vehicles with professional buyers in the sector. **By covering all vehicle categories, from very light to heavy, we are creating a vibrant ecosystem to discuss the future and present innovations that will have a positive impact at a crucial time.** Attendees will be able to enjoy the best that fairs have to offer, from the static display of new models, concepts and projects to the opportunity to try out electric vehicles

projetos, até a oportunidade de experimentar veículos elétricos em nossa pista de test drive, comparando as diferentes tecnologias e soluções disponíveis no mercado. Durante nosso Fórum, os melhores especialistas do mercado trarão discussões inovadoras sobre o futuro e as tendências na mobilidade elétrica.

#### QUAL É A EXPECTATIVA PARA O EVENTO?

Desde o anúncio oficial durante a Eletrolar Show 2024, o feedback tem sido extremamente positivo, com diversas empresas interessadas em conhecer mais sobre o evento. **Compartilhar espaço com a Eletrolar Show, que atrai um público extremamente qualificado e conta com a experiência de uma excelente equipe, nos dá a certeza de que a primeira edição da Eletrocar Show será um grande sucesso.** O momento do setor não poderia ser mais favorável, com as vendas de veículos elétricos crescendo e batendo recordes a cada mês. Contamos com apoios sólidos e uma equipe totalmente alinhada com os objetivos do evento. Com toda essa base, posso afirmar que a Eletrocar Show vai contribuir de forma muito significativa para o crescimento do setor no País.

on our test drive track, comparing the different technologies and solutions available on the market. During our Forum, the best experts in the market will bring innovative discussions about the future and trends in electric mobility.

#### WHAT ARE THE EXPECTATIONS FOR THE EVENT?

Since the official announcement during the Eletrolar Show 2024, the feedback has been extremely positive, with several companies interested in learning more about the event. **Sharing space with the Eletrolar Show, which attracts an extremely qualified audience and has the experience of an excellent team, gives us the certainty that the first edition of the Eletrocar Show will be a great success.** The moment for the sector could not be more favorable, with sales of electric vehicles growing and breaking records every month. We have solid support and a team fully aligned with the objectives of the event. With all this support, I can say that the Eletrocar Show will contribute significantly to the growth of the sector in the country.





**RODOLFO ANDRADE,**  
DIRETOR-GERAL DO DISTRITO ANHEMBI  
GENERAL DIRECTOR AT DISTRITO ANHEMBI

“Receber eventos desse tipo é fundamental para posicionar o Distrito Anhembi como um centro de referência não só para negócios, mas também para o avanço de práticas sustentáveis e inovadoras.”

*“Hosting events of this type is essential to position the Distrito Anhembi as a reference center not only for business, but also for the advancement of sustainable and innovative practices.”*

#### QUAIS OS DIFERENCIAIS DO NOVO PAVILHÃO?

O novo pavilhão do Distrito Anhembi foi projetado para ser um dos mais versáteis e modernos espaços de eventos da América Latina. **A nova estrutura conta com um equipamento totalmente climatizado, cinco entradas exclusivas e divisórias acústicas, além de uma marquise com pontos de alimentação e espaço para diversas ações ao público.** Pensado para uma melhor experiência do visitante e expositores, tem espaço dedicado para logística dos eventos e outro exclusivo ao fluxo dos visitantes. O interior do pavilhão conta com mais opções de sanitários, piso 100% nivelado e uma malha de pontos aéreos que atende às mais altas demandas do mercado. Sem contar toda a conexão do Distrito Anhembi, que compõe uma praça central de convivência e um centro de convenções ampliado e renovado.

#### QUANTO FOI INVESTIDO NO EMPREENDIMENTO?

**O total investido no Distrito Anhembi foi de aproximadamente R\$ 1,5 bilhão.** Este investimento é parte de um plano maior para transformar o complexo em uma referência mundial para eventos, ampliando e modernizando suas instalações e aumentando a capacidade de São Paulo para atrair grandes eventos nacionais e internacionais.

#### QUAL A EXPECTATIVA EM TERMOS DE PÚBLICO E IMPACTO ECONÔMICO PARA A CIDADE DE SÃO PAULO NO PRÓXIMO ANO?

**A expectativa é que o Distrito Anhembi movimentará cerca de R\$ 5 bilhões por ano a partir de 2025.**

#### WHAT MAKES THE NEW PAVILION UNIQUE?

The new Distrito Anhembi pavilion was designed to be one of the most versatile and modern event spaces in Latin America. **The new structure has fully air-conditioned equipment, five exclusive entrances and acoustic dividers, as well as a marquee with food outlets and space for various activities for the public.** Designed to improve the experience of visitors and exhibitors, it has a space dedicated to event logistics and another exclusively for the flow of visitors. The interior of the pavilion has more restroom options, a 100% level floor and a network of aerial points that meets the highest market demands. Not to mention the entire connection to the Distrito Anhembi, which comprises a central plaza for socializing and an expanded and renovated convention center.

#### HOW MUCH WAS INVESTED IN THE PROJECT?

**The total investment in the Distrito Anhembi was approximately R\$1.5 billion.** This investment is part of a larger plan to transform the complex into a global reference for events, expanding and modernizing its facilities and increasing São Paulo's capacity to attract major national and international events.

#### WHAT ARE THE EXPECTATIONS IN TERMS OF ATTENDANCE AND ECONOMIC IMPACT FOR THE CITY OF SÃO PAULO NEXT YEAR?

**The Distrito Anhembi is expected to generate around R\$5 billion per year from 2025 onwards.** In addition to attracting millions of visitors to events,



Além de atrair milhões de visitantes para os eventos, o complexo também deve gerar emprego e renda, consolidando a cidade como um dos principais destinos para eventos e negócios na América Latina. Há de se considerar a pluralidade do Distrito Anhembi, que possui três grandes polos de eventos em um único espaço, atraindo feiras de negócios, congressos, convenções, palestras, entretenimento e esportes.

#### **POR QUE É IMPORTANTE RECEBER UM EVENTO VOLTADO À TECNOLOGIA, INOVAÇÃO E SUSTENTABILIDADE?**

**Receber eventos desse tipo é fundamental para posicionar o Distrito Anhembi como um centro de referência não só para negócios, mas também para o avanço de práticas sustentáveis e inovadoras.** O

complexo foi projetado com várias iniciativas de sustentabilidade, como redução de emissões de carbono, reaproveitamento de água e uso de materiais ecológicos, além de estar antenado com as tecnologias do mercado a fim de ser pioneiro em implementar novas soluções, como o primeiro sistema de extração de fumaça do Brasil. Isso alinha o espaço às demandas atuais de responsabilidade ambiental e inovação, atraindo eventos que compartilham esses valores e reforçando São Paulo como uma cidade comprometida com o futuro sustentável e inovador.

*the complex is also expected to generate jobs and income, consolidating the city as one of the main destinations for events and business in Latin America. It is important to consider the plurality of the Distrito Anhembi, which has three large event centers in a single space, attracting business fairs, congresses, conventions, lectures, entertainment and sports.*

#### **WHY IS IT IMPORTANT TO HOST AN EVENT FOCUSED ON TECHNOLOGY, INNOVATION AND SUSTAINABILITY?**

**Hosting events of this type is essential to position the Distrito Anhembi as a reference center not only for business, but also for the advancement of sustainable and innovative practices.** The complex

was designed with several sustainability initiatives, such as reducing carbon emissions, reusing water and using ecological materials, in addition to being in tune with market technologies to be a pioneer in implementing new solutions, such as the first smoke extraction system in Brazil. This aligns the space with current demands for environmental responsibility and innovation, attracting events that share these values and reinforcing São Paulo as a city committed to a sustainable and innovative future.



**ADRIANO RUFINO,**  
**RESPONSÁVEL PELO RELACIONAMENTO COM O MERCADO**  
*RESPONSIBLE FOR MARKET RELATIONS*

### COM MAIS DE DUAS DÉCADAS DE EXPERIÊNCIA, COMO FOI SUA TRAJETÓRIA NO MERCADO DE VEÍCULOS ELETRIFICADOS E COMO VÊ O CRESCIMENTO DESSE SETOR?

Minha trajetória no setor automotivo, especialmente na mobilidade elétrica, reflete as transformações profundas pelas quais passamos nos últimos 20 anos. **Assim como vimos a música ser transformada pelo streaming e a fotografia pelo digital, estamos agora no meio de uma revolução na mobilidade. Hoje, lidero a Ideia5, uma das principais agências de publicidade, marketing e eventos focada em tecnologia, inovação e mobilidade sustentável.** O crescimento do setor de veículos eletrificados é inevitável em um mundo que busca soluções mais sustentáveis. Estar na linha de frente dessa mudança é algo que me motiva todos os dias, pois vejo como a mobilidade elétrica está se tornando uma parte essencial de um futuro mais inclusivo e sustentável.

### O QUE ESPERA DA PRIMEIRA EDIÇÃO DA ELETROCAR SHOW?

A Eletrocar Show 2025 promete ser um marco no mercado de mobilidade sustentável no Brasil. Minha expectativa é que ela se torne um catalisador para a democratização da mobilidade elétrica, reunindo todos os envolvidos em um ambiente que promove a inovação e a inclusão. **Assim como a música e a fotografia passaram por disruptions, acredito que a**

### WITH OVER TWO DECADES OF EXPERIENCE, WHAT WAS YOUR JOURNEY IN THE ELECTRIFIED VEHICLE MARKET LIKE AND HOW DO YOU SEE THE GROWTH OF THIS SECTOR?

My journey in the automotive sector, especially in electric mobility, reflects the profound transformations we have undergone in the last 20 years. **Just as we have seen music transformed by streaming and photography by digital, we are now in the midst of a revolution in mobility. Today, I lead Ideia5, one of the leading advertising, marketing and events agencies focused on technology, innovation and sustainable mobility.** The growth of the electrified vehicle sector is inevitable in a world that seeks more sustainable solutions. Being on the front line of this change is something that motivates me every day, as I see how electric mobility is becoming an essential part of a more inclusive and sustainable future.

### WHAT DO YOU EXPECT FROM THE FIRST EDITION OF THE ELETROCAR SHOW?

The Eletrocar Show 2025 promises to be a milestone in the sustainable mobility market in Brazil. I expect it to become a catalyst for the democratization of electric mobility, bringing together everyone involved in an environment that promotes innovation and inclusion. **Just as music and photography have undergone disruptions, I believe that mobility is experiencing its own revolution, and events like the Eletrocar Show are essential to driving this change.** Mobility, for me, is culture, and I see this event as a unique opportunity to connect the three pillars of sustainability – social, environmental and financial – in a way that is tangible and accessible to everyone.

### WHAT ARE THE MAIN CHALLENGES CURRENTLY FACING THE ELECTRIC VEHICLE INDUSTRY? CAN EVENTS LIKE THE ELETROCAR SHOW HELP TO OVERCOME THEM?

The electric vehicle industry faces significant challenges, such as the need to expand charging infrastructure and make vehicles more affordable. In addition, regulations still need to evolve to support the growth of this market. However, I believe that events like the Eletrocar Show are crucial to overcoming these obstacles. **By bringing together the main players in the industry, these events not only facilitate dialogue and the search for solutions, but also allow everyone to experience mobility in a more engaging way.** ■■

**mobilidade está vivendo sua própria revolução, e eventos como a Eletrocar Show são essenciais para impulsionar essa mudança.** Mobilidade, para mim, é cultura, e vejo este evento como uma oportunidade única de conectar o tripé da sustentabilidade – social, ambiental e financeiro – de maneira que ele seja palpável e acessível a todos.

#### **QUAIS OS PRINCIPAIS DESAFIOS QUE A INDÚSTRIA DE VEÍCULOS ELÉTRICOS ENFRENTA ATUALMENTE? EVENTOS COMO A ELETROCAR SHOW PODEM AJUDAR A SUPERÁ-LOS?**

A indústria de veículos elétricos enfrenta desafios significativos, como a necessidade de expandir a infraestrutura de recarga e tornar os veículos economicamente mais acessíveis. Além disso, a regulamentação ainda precisa evoluir para apoiar o crescimento desse mercado. No entanto, acredito que eventos como a Eletrocar Show são cruciais para superar esses obstáculos. **Ao reunir os principais players do setor, esses eventos não apenas facilitam o diálogo e a busca por soluções, mas permitem que todos experimentem a mobilidade de uma maneira mais envolvente.** ■■

“**Minha expectativa é que a Eletrocar Show se torne um catalisador para a democratização da mobilidade elétrica, reunindo todos os envolvidos em um ambiente que promove a inovação e a inclusão.**”

*“My expectation is that the Eletrocar Show will become a catalyst for the democratization of electric mobility, bringing together all people evolved in an environment that promotes innovation and inclusion.”*





DOSSIÊ  
DOSSIER

# VEN TILA DORES

FANS

Com a primavera e o verão se aproximando, a categoria de ventiladores é peça-chave para o varejo atender à alta demanda. Segundo dados da NIQ GfK, o volume de vendas cresceu 47% de janeiro a junho de 2024, em comparação com o mesmo período do ano passado. Este **Dossiê** traz as inovações e os principais produtos da indústria para os meses mais quentes do ano.

With spring and summer approaching, the fan category is a key player for retailers to meet high demand. According to data from NIQ GfK, sales volume grew 47% from January to June 2024, compared to the same period last year. This **Dossier** brings the industry's innovations and main products for the warmest months of the year.

## ARNO

O **ventilador Arno X-Treme 9 Mesa** tem novo e sofisticado design. É discreto e desmontável, sendo fácil de guardar. Possui alta potência e X-Treme Silêncio, vazão de ar de até 12 metros e duas tecnologias diferenciadas, a Power Zone, que garante o máximo de vento direcionado, e a Grade Chevron Zone, que proporciona conforto do som. Conta, também, com nove pás e três velocidades: Sono Tranquilo, com vento moderado e baixo nível de ruído; Eco Fresh, que economiza até 20% de energia; e Potência Extrema, com vento mais forte.

*The **Arno X-Treme 9 Table fan** has a new and sophisticated design. It is discreet and detachable, making it easy to store. It has high power and X-treme Silence, air flow of up to 12 meters and two different technologies, the Power Zone, which guarantees maximum directed wind, and the Chevron Zone Grille, which provides sound comfort. It also has nine blades and three speeds: Quiet Sleep, with moderate wind and low noise level; Eco Fresh, which saves up to 20% energy; and Extreme Power, with stronger wind.*



**Preço sugerido em 05/08/2024: R\$ 459,99.**

*Suggested price on 08/05/2024: BRL 459.99.*

## BRITÂNIA



O **ventilador Britânia BVT491** tem 174 W de potência, tecnologia Maxx Force, hélice de 10 pás com 40 cm e três opções de velocidade: suave, moderada e intensa. Pode ser utilizado em mesas e em paredes. Possui ajuste de inclinação vertical, e o botão de oscilação horizontal automática garante a distribuição uniforme do ar. O motor interrompe o funcionamento em caso de superaquecimento. Sua grade impede o contato com a hélice, e o sistema de travamento entre a grade frontal e a traseira oferece proteção adicional. Conta, também, com alça para transporte.

*The **Britânia BVT491 fan** has 174 W of power, Maxx Force technology, a 10-blade 40 cm propeller, and three speed options: soft, moderate and intense. It can be used on tables and walls. It has a vertical tilt adjustment, and the automatic horizontal oscillation button ensures uniform air distribution. The motor stops working in case of overheating. Its grille prevents contact with the propeller, and the locking system between the front and rear grilles offers additional protection. It also has a handle for transportation.*

## CADENCE

O modelo de destaque da marca tem alta performance e 140 W de potência. O **ventilador Refresh Turbo Pro (VTR420)** possui design inovador e grade direcionadora para um vento com maior precisão. O modelo tem três velocidades para atender às necessidades de cada ambiente, oscilação 180° e é fácil de montar. O ventilador possui seis pás, mede 40 cm, é compacto e eficiente. Conta, também, com grade removível. É fácil de limpar e, para maior segurança, tem base antiderrapante.

*The brand's flagship model has high performance and 140 W of power. The **Refresh Turbo Pro fan (VTR420)** has an innovative design and a directional grid for more precise wind. The model has three speeds to meet the needs of each environment, 180° oscillation and is easy to assemble. The fan has six blades, measures 40 cm, is compact and efficient. It also has a removable grid. It is easy to clean and, for greater safety, has a non-slip base.*



**Preço sugerido em 29/07/2024: R\$ 249,90.**  
*Suggested price on 07/29/2024: BRL 249.90.*

## LOREN SID

Novo modelo da marca, o **circulador de ar Turbo 50 cm prata bivolt com base de aço** já está disponível para venda nas cores prata e preto. Com produção 100% nacional, o circulador de ar possui 50 cm de diâmetro e 160 W de potência. Tem motor bivolt com dois rolamentos e protetor térmico. Possui, também, controle de velocidade, inclinação ajustável em diversos ângulos e 12 meses de garantia. O modelo se destaca pelo seu design moderno e alta potência.

*The brand's new model, the **50 cm silver dual-voltage Turbo air circulator with a steel base**, is now available for sale in silver and black. Made 100% in Brazil, the air circulator has a 50 cm diameter and 160 W of power. It has a dual-voltage motor with two bearings and a thermal protector. It also has speed control, adjustable tilt at different angles and a 12-month warranty. The model stands out for its modern design and high power.*



**Preço sugerido em 05/08/2024: R\$ 395,00.**  
*Suggested price on 08/05/2024: BRL 395.00.*

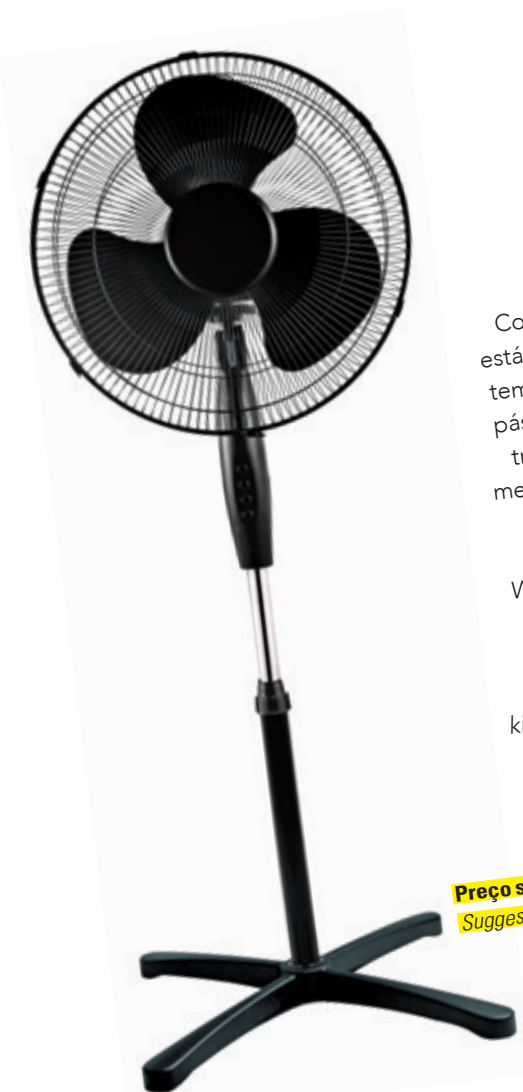
## MONDIAL

O design aerodinâmico e a alta performance do **ventilador de mesa Mondial Turbo 8 Pás VTX-40-8P** proporcionam maior intensidade do vento e melhor distribuição de ar. Possui 40 cm de diâmetro e hélice de oito pás. Tem baixo nível de ruído, e o Sistema Oscilante Contínuo amplia o raio de alcance do vento no ambiente. Possui inclinação vertical regulável e três opções de controle de velocidade. A grade desmontável oferece mais facilidade na limpeza das hélices, e a alça traseira facilita o transporte. Permite armazenar o fio dentro do aparelho após o uso.

*The aerodynamic design and high performance of the **Mondial Turbo 8-Blade VTX-40-8P table fan** provide greater wind intensity and better air distribution. It has a 40 cm diameter and an eight-blade propeller. It has a low noise level, and the Continuous Oscillating System increases the radius of the wind in the environment. It has adjustable vertical tilt and three speed control options. The removable grille makes it easier to clean the propellers, and the rear handle makes it easy to transport. It allows you to store the cord inside the device after use.*



**Preço sugerido em 1º/08/2024: R\$ 269,90.**  
*Suggested price on 08/01/2024: BRL 269.90.*



Com potência de 50 W, **o ventilador de coluna pedestal 40 cm** está disponível nas versões 110 V ou 220 V, na cor preta. O modelo tem plugue de energia padrão novo de três pinos, hélice com três pás, base em X e regulagem de altura que atinge até 1,25 m. Pesa três quilos, possui controle de velocidade com três opções e seis meses de garantia. O ventilador não necessita de ferramentas para ser montado.

*With a power of 50 W, the **40 cm pedestal column fan** is available in 110 V or 220 V versions, in black. The model has a new standard three-pin power plug, a three-blade propeller, an X-shaped base and height adjustment that reaches up to 1.25 m. It weighs three kilos, has speed control with three options and a six-month warranty. The fan does not require tools to be assembled.*

**Preço sugerido em 29/07/2024: R\$ 159,90.**  
*Suggested price on 07/29/2024: BRL 159.90.*

## OSTER

O **ventilador de coluna Oster Power Fresh (OVTR881)** está disponível nas versões 127 V e 220 V, e na potência de 140 W. As grades do modelo são projetadas para a frente, criando a Max Cool, uma área de vento máximo. Conta, também, com três velocidades e altura regulável, atingindo até 1,51 m. O ventilador possui 12 meses de garantia.

*The **Oster Power Fresh (OVTR881) column fan** is available in 127 V and 220 V versions, and with a power of 140 W. The model's grilles are projected forward, creating Max Cool, an area of maximum wind. It also has three speeds and adjustable height, reaching up to 1.51 m. The fan has a 12-month warranty.*

**Preço sugerido em 31/07/2024: R\$ 379,90.**

*Suggested price on 07/31/2024: BRL379.90.*



## PHILCO

O **ventilador Philco PVT466** traz a tecnologia Maxx Force e conta com 174 W de potência. Silencioso, tem três velocidades: suave, moderada e intensa. Possui hélice de 10 pás com 40 cm e duas opções de uso: pode ser utilizado como ventilador de mesa ou de coluna. A altura da coluna é ajustável e tem um sistema de inclinação vertical e de oscilação horizontal automática para a distribuição uniforme do ar. As peças são de fácil encaixe, e a montagem é simples. A grade é removível, o que facilita a limpeza.

*The **Philco PVT466 fan** features Maxx Force technology and 174 W of power. It is quiet and has three speeds: soft, moderate and intense. It has a 10-blade 40 cm propeller and two usage options: it can be used as a table fan or a column fan. The column height is adjustable and has a vertical tilt and automatic horizontal oscillation system for uniform air distribution. The parts fit together easily, and assembly is simple. The grille is removable, which makes cleaning easier.*

## TRON

A marca destaca o modelo **Tron Buzios Max Black LED** para a temporada de calor. É um ventilador de teto com potência de 130 W, apresentado nas versões de 127 V e 220 V. Possui fluxo luminoso de 1.350 lumens, e a temperatura da cor da luz atinge 600 K. A luminária tem potência de 18 K. O ventilador está disponível nas cores preta e branca.

The brand highlights the **Tron Buzios Max Black LED** model for the hot season. It is a ceiling fan with a power of 130 W, available in 127 V and 220 V versions. It has a luminous flux of 1,350 lumens, and the color temperature of the light reaches 600 K. The luminaire has a power of 18 K. The fan is available in black and white.



**Preço sugerido em 30/07/2024: R\$ 450,00.**  
Suggested price on 07/30/2024: BRL 450.00.

## VENTISOL

O **ventilador de parede Ventisol Bivolt 60 cm** é o destaque da empresa para uso residencial e comercial. O modelo tem alta capacidade de ventilação, eficiência econômica que lhe dá certificação A no Inmetro e durabilidade. Vem com controle de velocidade e plugue conectados. Não exige instalação elétrica especial. Basta montar o aparelho, fixá-lo na parede e conectá-lo à tomada.

The **Ventisol Bivolt 60 cm wall fan** is the company's highlight for residential and commercial use. The model has a high ventilation capacity, economic efficiency that gives it an A certification from Inmetro and durability. It is powerful and economical, comes with speed control and plug connected.

It does not require special electrical installation. Simply assemble the device, fix it to the wall and connect it to the socket.



**Preço sugerido em 1º/08/2024: R\$ 199,90.**  
Suggested price on 08/01/2024: BRL 199.90.

**guzzini**   
MADE IN ITALY SINCE 1912

A Guzzini traz a cultura italiana  
para o sua loja.

# Dolceevita

Design sustentável

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

# COMPRAS ONLINE: DICAS PARA GARANTIR SUA SEGURANÇA E EVITAR FRAUDES

ONLINE SHOPPING: TIPS TO ENSURE YOUR SAFETY AND AVOID FRAUD

**MAURICIO SALVADOR**  
**PRESIDENTE DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE COMÉRCIO ELETRÔNICO (ABCOMM)**

*PRESIDENT AT THE BRAZILIAN ASSOCIATION OF ELECTRONIC COMMERCE (ABCOMM)*



Foto: Divulgação

**A**o fazer compras online, é preciso fornecer informações pessoais e financeiras. Sites sem criptografia ou com segurança fraca podem expor essas informações a hackers e colocar em risco a integridade dos usuários. Veja dicas para fazer compras com segurança e evitar cair em golpes.

## 1. Reputação da empresa

É fundamental verificar a reputação da empresa. Utilize ferramentas como Reclame Aqui e redes sociais para pesquisar possíveis reclamações sobre a loja. Ao digitar o nome da empresa em sites de busca, você pode obter uma visão geral sobre a sua confiabilidade.

## 2. Ofertas aparentemente imperdíveis

Desconfie de ofertas generosas demais. Descontos extremamente altos, especialmente quando combinados com opções de pagamento como transferência bancária, boleto ou Pix, são um sinal de alerta. Sites fraudulentos geralmente oferecem produtos a preços muito inferiores aos do mercado. E páginas enganosas costumam ter layouts de baixa qualidade, com imagens, textos e cores inconsistentes.

## 3. Segurança do site

Antes de inserir dados pessoais ou do cartão de crédito, verifique se a loja virtual é criptografada, buscando pelo ícone de cadeado fechado no canto superior esquerdo da tela. O ícone indica que o site é seguro. Para maior segurança, utilize cartões de crédito virtuais oferecidos pelos bancos.

## 4. Combo de indicadores de segurança

Tenha conhecimento prévio sobre a empresa, analise as experiências positivas de outros consumidores nas redes sociais, veja se há baixa quantidade de reclamações e verifique se a situação cadastral do CNPJ está em normalidade com a Receita Federal. ■■

**W**hen shopping online, you need to provide personal and financial information. Websites without encryption or with weak security can expose this information to hackers and put users' integrity at risk. See tips for shopping safely and avoiding scams.

## 1. Company reputation

It is essential to check the company's reputation. Use tools such as Reclame Aqui and social medias to search for possible complaints about the store. By typing the company's name into search engines, you can get an overview of its reliability.

## 2. Seemingly unmissable offers

Be wary of overly generous offers. Extremely high discounts, especially when combined with payment options such as bank transfer, invoice or Pix, are a warning sign. Fraudulent websites usually offer products at prices much lower than those on the market. And misleading pages often have low-quality layouts, with inconsistent images, texts and colors.

## 3. Website security

Before entering personal or credit card information, check whether the online store is encrypted by looking for the closed padlock icon in the upper left corner of the screen. The icon indicates that the website is secure. For greater security, use virtual credit cards offered by banks.

## 4. Security indicator combo

Have prior knowledge about the company, analyze the positive experiences of other consumers on social media, see if there is a low number of complaints and check whether the CNPJ registration status is normal with the Receita Federal. ■■

# OS DESAFIOS DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

## THE CHALLENGES OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE

### IVAIR RODRIGUES

**FUNDADOR E DIRETOR DE ESTUDOS DE MERCADO DA IT DATA E CONSULTOR DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA DISTRIBUIÇÃO DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO (ABRADISTI)**

*FOUNDER AND MARKET RESEARCH DIRECTOR AT IT DATA, AND CONSULTANT FOR THE BRAZILIAN ASSOCIATION OF INFORMATION TECHNOLOGY DISTRIBUTION (ABRADISTI)*



Foto: Divulgação

Muito se tem falado sobre o uso da Inteligência Artificial (IA), e com razão. O tema é o assunto que os decisores da área de TI mais gostariam de entender. No mais recente Censo das Revendas, realizado pela IT Data para a ABRADISTI junto a 1.460 revendas de TIC, verificamos que a solução também é o que as revendas mais enxergam como oportunidade de crescimento nos próximos anos.

Na elaboração do censo, 39% das revendas afirmaram que não comercializam nada de IA neste momento. Mas quem comercializa está mais focado em segurança das informações, seguida por chatbot e comércio eletrônico. A IT Data identificou a tendência, nas médias e grandes empresas, de crescimento do interesse na utilização da IA em aplicações de segurança da informação, planejamento e logística nos próximos 12 meses.

Embora o interesse por IA tenha crescido significativamente nos últimos anos, especialmente a partir de 2023, os desenvolvedores ainda estão trabalhando para encontrar formas de integrar a tecnologia a seus produtos e serviços, de forma que seja interessante ao consumidor, além de economicamente viável.

Dessa forma, o mercado ainda se encontra em um estágio de baixa consolidação. Trata-se de um nível de maturidade em que os players estão buscando criar soluções que utilizem a IA ou para adicioná-la a alguns produtos de seus portfólios. Não há um modelo claro que os fornecedores possam seguir ou aplicação-chave em IA que, comprovadamente, encontrará forte e consistente demanda no mercado consumidor. ■■

Artificial Intelligence (AI) has been a hot topic, and for good reason. IT decision-makers are eager to understand it. In the most recent Reseller Census, conducted by IT Data for ABRADISTI among 1,460 ICT resellers, we found that the solution is also what resellers see as the greatest growth opportunity in the coming years.

In the census, 39% of resellers stated that they do not currently sell any AI products. However, those who do sell AI solutions are primarily focused on information security, followed by chatbots and e-commerce.

IT Data has identified a growing trend among medium and large enterprises to adopt AI for applications in information security, planning, and logistics over the next 12 months.

Although interest in AI has grown significantly in recent years, especially since 2023, developers are still working to find ways to integrate the technology into their products and services in a way that is both appealing to consumers and economically viable.

As a result, the market is still evolving, with companies exploring various approaches to AI integration. It is a maturity level where players are seeking to create solutions that utilize AI or to add it to some products in their portfolios. There is no clear model that suppliers can follow or key AI application that will demonstrably find strong and consistent demand in the consumer market. ■■

## IMPORTÂNCIA DA ECONOMIA CIRCULAR NA LOGÍSTICA REVERSA DO PÓS-VENDAS DE ELETROELETRÔNICOS

IMPORTANCE OF THE CIRCULAR ECONOMY IN REVERSE LOGISTICS OF ELECTRONIC DEVICES AFTER-SALES SERVICE

### WAGNER GATTO

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

*EXECUTIVE DIRECTOR OF THE BRAZILIAN ASSOCIATION OF ELECTRONIC DEVICES AFTER-SALES SERVICE (ABRASA)*



Foto: Arquivo

A diretoria da ABRASA parabeniza os organizadores da 17ª Eletrolar Show pelo sucesso da feira. Foi uma excelente oportunidade de prospectar junto aos fabricantes, distribuidores e importadores novos negócios e apresentar nossa expertise em prestação de serviços de consultoria, desenvolvimento e implantação de novos projetos na gestão da rede nacional de pós-vendas em eletroeletrônicos, proporcionando a integração da economia circular na logística reversa.

Não poderíamos deixar de agradecer aos nossos parceiros, a WG & Associados – Consultoria, BBL – Consultoria (gestão financeira) e a SIS – Solutions (gestão de rede), e aos colaboradores Eduardo Silva Carvalho (Play Tech), José Roberto (GAP), Luiz Duarte (Eletrônica River-RJ), Norberto Mensório (Panafax), Robson Rodrigues e Sergio Duso.

Dados do primeiro semestre de 2024 apontam crescimento de 0,21% nas quantidades de OS (Ordens de Serviços) em comparação com 2023. A ABRASA, no entanto, vem desenvolvendo parcerias e ferramentas para captar e direcionar os clientes à rede premium, que tem um perfil qualificado de atendimento, enfatizando os aspectos de sustentabilidade ambiental e da economia circular nos serviços de pós-vendas oferecidos por região, marca e linha de produtos. ■■

The board of directors of ABRASA congratulates the organizers of the 17th Eletrolar Show for the success of the fair. It was an excellent opportunity to prospect new business opportunities with manufacturers, distributors and importers and to present our expertise in providing consulting services, development and implementation of new projects in the management of the national electronics after-sales network, enabling the integration of the circular economy in reverse logistics.

We would like to thank our partners, WG & Associados – Consultoria, BBL – Consultoria (financial management) and SIS – Solutions (network management), and our employees Eduardo Silva Carvalho (Play Tech), José Roberto (GAP), Luiz Duarte (Eletrônica River-RJ), Norberto Mensório (Panafax), Robson Rodrigues and Sergio Duso.

Data from the first half of 2024 indicate a 0.21% growth in the number of OS (Service Orders) compared to 2023. ABRASA, however, has been developing partnerships and tools to attract and direct customers to the premium network, which has a qualified service profile, emphasizing the aspects of environmental sustainability and the circular economy in the after-sales services offered by region, brand and product line. ■■

## A IMPORTÂNCIA DAS PARCERIAS PARA A EXPANSÃO DOS PONTOS DE RECEBIMENTO DE ELETROELETRÔNICOS E ELETRODOMÉSTICOS

THE IMPORTANCE OF PARTNERSHIPS FOR EXPANDING COLLECTION POINTS FOR ELECTRONICS AND HOME APPLIANCES

### HELEN BRITO

**GERENTE DE RELAÇÕES INSTITUCIONAIS DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE RECICLAGEM DE ELETROELETRÔNICOS E ELETRODOMÉSTICOS (ABREE)**  
 MANAGER OF INSTITUTIONAL RELATIONS AT THE BRAZILIAN ASSOCIATION FOR THE RECYCLING OF ELECTRONICS AND HOME APPLIANCES (ABREE)



Foto: Divulgação

No cenário atual, a gestão adequada de resíduos de eletroeletrônicos e eletrodomésticos é essencial para promover a sustentabilidade e fortalecer a economia circular. Em 2022, a Organização das Nações Unidas (ONU) relatou o descarte de 62 milhões de toneladas desses produtos. Nesse contexto, parcerias estratégicas entre entidades gestoras e varejistas são fundamentais para expandir os pontos de recebimento, facilitando a logística reversa e beneficiando o meio ambiente e a saúde pública.

A principal vantagem dessas parcerias é a ampliação do acesso ao descarte responsável e o aumento da conscientização ambiental. A instalação de pontos de recebimento em locais estratégicos, como lojas de varejo, facilita o descarte adequado por parte dos consumidores, tornando o processo mais acessível. Além disso, essa iniciativa educa o público sobre a importância da destinação correta, reforçando práticas sustentáveis.

Essas parcerias também trazem várias outras vantagens, como a redução de custos para os varejistas, que evitam despesas maiores ao viabilizar a logística reversa de forma independente. Além disso, as entidades parceiras garantem o manejo e transporte correto dos resíduos, cumprindo com os requisitos específicos e complexos dessas operações.

Cabe, ainda, destacar que essas iniciativas também garantem a conformidade com o Decreto Federal nº 10.240/20 e a Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS), assegurando que todos os elos do ciclo produtivo estejam alinhados com as normas vigentes. ■■

In the current scenario, proper management of electronic and home appliance waste is essential to promote sustainability and strengthen the circular economy. In 2022, the United Nations (UN) reported the disposal of 62 million tons of these products. In this context, strategic partnerships between management entities and retailers are essential to expand collection points, facilitating reverse logistics and benefiting the environment and public health.

The main advantage of these partnerships is the expansion of access to responsible disposal and increased environmental awareness. Installing collection points in strategic locations, such as retail stores, facilitates proper disposal by consumers, making the process more accessible. In addition, this initiative educates the public about the importance of correct disposal, reinforcing sustainable practices.

These partnerships also bring several other advantages, such as cost reduction for retailers, who avoid higher expenses by enabling reverse logistics independently. In addition, the partner entities guarantee the correct handling and transportation of waste, complying with the specific and complex requirements of these operations.

It is also worth noting that these initiatives also guarantee compliance with Federal Decree No. 10,240/20 and the National Solid Waste Policy (PNRS), ensuring that all links in the production cycle are aligned with current standards. ■■

# ELEIÇÕES MUNICIPAIS E SUA IMPORTÂNCIA PARA O SETOR PRODUTIVO

## MUNICIPAL ELECTIONS AND THEIR IMPORTANCE FOR THE PRODUCTION SECTOR

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

*EXECUTIVE PRESIDENT AT THE NATIONAL ASSOCIATION OF ELECTRONIC PRODUCT MANUFACTURERS (ELETROS)*



Foto: Divulgação

Com as convenções partidárias definindo candidatos a prefeito e vereadores, a corrida eleitoral se acelera, e a população começa a focar nas propostas. No entanto, historicamente, agendas sobre economia, ambiente de negócios e geração de emprego nem sempre recebem prioridade por parte dos candidatos.

Esse é um paradigma que necessita ser modificado. Afinal, as empresas estão intrinsecamente ligadas aos municípios, e seus empregos ajudam a manter a economia local. As gestões municipais são responsáveis por criar e manter um ambiente favorável para a indústria, o comércio e os serviços.

É imperativo que candidatos a prefeito e a vereadores se comprometam com uma agenda voltada ao setor produtivo, com foco na desburocratização e facilitação de processos, simplificação da abertura e operação de empresas, redução da burocracia e aceleração de licenciamentos.

A capacitação profissional e a criação de empregos também devem ser temas prioritários, incluindo programas de treinamento e parcerias com instituições de ensino. Elas são iniciativas fundamentais para a qualificação da força de trabalho local.

O Plano Diretor Municipal é essencial para o desenvolvimento urbano e impacta diretamente os negócios. Ele organiza o uso do solo, definindo zonas para atividades específicas, o que ajuda empresários a escolher locais adequados, orientando a expansão da infraestrutura urbana e beneficiando empresas com serviços eficientes.

A qualidade de vida nas cidades e o desenvolvimento econômico sustentável dependem das decisões dos líderes municipais. Por isso, é muito importante que compromissos com o tema sejam firmados ainda no processo eleitoral. ■■

With party conventions defining candidates for mayor and city council members, the electoral race is accelerating, and the population is starting to focus on the proposals. However, historically, agendas on the economy, business environment and job creation are not always prioritized by candidates.

This is a paradigm that needs to be changed. After all, companies are intrinsically linked to municipalities, and their jobs help maintain the local economy. Municipal administrations are responsible for creating and maintaining a favorable environment for industry, commerce and services.

It is imperative that candidates for mayor and city council commit to an agenda focused on the productive sector, focusing on streamlining and simplifying processes, simplifying the opening and operation of companies, reducing bureaucracy and accelerating licensing.

Professional training and job creation should also be priority topics, including training programs and partnerships with educational institutions. These are fundamental initiatives for qualifying the local workforce.

The Municipal Master Plan is essential for urban development and has a direct impact on business. It organizes land use, defining zones for specific activities, which helps entrepreneurs choose suitable locations, guiding the expansion of urban infrastructure, and benefiting companies with efficient services.

The quality of life in cities and sustainable economic development depend on the decisions of municipal leaders. Therefore, it is very important that commitments to this topic are made during the electoral process. ■■

# ATENÇÃO: O CONCEITO DE COMÉRCIO MUDOU!

ATTENTION: THE CONCEPT OF TRADE HAS CHANGED!

## FÁBIO PINA

**ASSESSOR ECONÔMICO DA FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO DO ESTADO DE SÃO PAULO (FECOMERCIOSP)**

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



Foto: Divulgação

A modalidade convencional de comércio – que, antes, era o principal canal de atração de clientes e distribuição de produtos – agora lida com a necessidade de se reinventar para permanecer relevante. Para isso, a experiência de compra física precisa oferecer valor agregado, como atendimento personalizado, eventos exclusivos e um ambiente que promova a fidelização do público.

Os sites de e-commerce geram receitas, principalmente mediante taxas cobradas de vendedores e compradores por transação realizada. Esse modelo permite que essas plataformas ofereçam ampla gama de produtos sem a necessidade de manter estoques próprios, reduzindo custos operacionais e de armazenamento. Além das taxas de transação, essas páginas também lucram com os serviços de logística (frete de entrega). Não é novidade que a conveniência oferecida ao consumidor, com entregas rápidas e eficientes, representa um grande atrativo.

Competir com esses novos modelos de negócios exige adaptações e inovações importantes. As lojas físicas precisam investir em tecnologias que melhorem a experiência do cliente, como sistemas de pagamento integrados e plataformas online. É fundamental, também, repensar as estratégias de atendimento, proporcionando um serviço personalizado frente à impessoalidade das compras pela internet. Dessa forma, o varejo tradicional pode encontrar maneiras de coexistir e prosperar no ambiente competitivo atual. ■■

The conventional form of trading — which was previously the main channel for attracting customers and distributing products — now faces the need to reinvent itself in order to remain relevant. To do so, the physical shopping experience needs to offer added value, such as personalized service, exclusive events and an environment that promotes customer loyalty.

E-commerce sites generate revenue mainly through fees charged to sellers and buyers per transaction. This model allows these platforms to offer a wide range of products without the need to maintain their own stock, reducing operational and storage costs. In addition to transaction fees, these pages also profit from logistics services (delivery freight). It is no surprise that the convenience offered to consumers, with fast and efficient deliveries, represents a great attraction.

Competing with these new business models requires significant adaptations and innovations. Physical stores need to invest in technologies that improve the customer experience, such as integrated payment systems and online platforms. It is also essential to rethink customer service strategies, providing personalized service in the face of the impersonal nature of online shopping. In this way, traditional retail can find ways to coexist and thrive in today's competitive environment. ■■

# LOGÍSTICA REVERSA: NOSSOS ASSOCIADOS CONTINUAM SUPERANDO AS METAS LEGAIS

REVERSE LOGISTICS: OUR MEMBERS CONTINUE TO EXCEED LEGAL TARGETS

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



Foto: Divulgação

**A**nualmente, a Green Eletron envia um relatório completo ao Ministério do Meio Ambiente com os dados de coleta de eletroeletrônicos do ano anterior. Recentemente, foram enviados os dados de 2023.

Segundo o Acordo Setorial, as companhias do setor precisavam garantir a destinação correta, nesse período, de 6% do peso inserido no mercado em 2018 (ano-base). A meta vem crescendo progressivamente, trazendo grandes desafios.

Graças à ajuda da população, que levou os itens aos PEVs (Pontos de Entrega Voluntária), às diversas campanhas realizadas pelo País e ao comprometimento das mais de 100 associadas, a entidade enviou para reciclagem mais de 4,2 mil toneladas, permitindo o reaproveitamento de todo esse volume e superando, mais uma vez, a meta (que era de 4 mil toneladas).

A quantidade de cidades atendidas também cresceu, chegando a mais de 1,2 mil coletores em 305 municípios, em todos os estados do Brasil. O programa de recolhimento de pilhas e baterias também ganhou destaque, pois recolhemos cerca de 160 toneladas no período, um número bastante expressivo.

Em 2024, o trabalho segue a todo vapor. Afinal, sabemos que a meta é o dobro (12%). Mas, com os esforços conjuntos, tenho certeza de que continuaremos com resultados importantes e contribuiremos para o aumento das taxas de reciclagem do País. ■■

**E**very year, Green Eletron sends a complete report to the Ministry of the Environment with the data on the collection of electronic devices from the previous year. Recently, the data for 2023 was sent.

According to the Sector Agreement, companies in the sector needed to ensure the correct disposal, during this period, of 6% of the weight inserted into the market in 2018 (base year). The target has been progressively increasing, bringing great challenges.

Thanks to the support of the population, who took the items to the PEVs (Voluntary Delivery Points), to the various campaigns carried out throughout the country and to the commitment of more than 100 associates, the entity sent more than 4.2 thousand tons for recycling, allowing the reuse of this entire volume and surpassing, once again, the target (which was 4 thousand tons).

The number of cities served has also grown, reaching more than 1,200 collectors in 305 municipalities, in all Brazilian states. The battery collection program also gained prominence, as we collected around 160 tons during the period, a very significant number.

In 2024, the work continues at full steam. After all, we know that the goal is to double that (12%). However, with joint efforts, I am certain that we will continue to achieve important results and contribute to increasing the country's recycling rates. ■■

# BONS RESULTADOS NA ELETROLAR SHOW 2024

## GOOD RESULTS AT ELETROLAR SHOW 2024

### BOSCO SARAIVA

**SUPERINTENDENTE DA ZONA FRANCA DE MANAUS (SUFRAMA)**

**SUPERINTENDENT AT THE MANAUS FREE TRADE ZONE (SUFRAMA)**



Foto: Divulgação

Com uma equipe multidisciplinar, a Superintendência da Zona Franca de Manaus (Suframa) participou da 17ª edição da Eletrolar Show, realizada entre os dias 15 e 18 de julho, em São Paulo, e que é considerada referência nacional e internacional em feiras B2B de eletroeletrônicos, eletrodomésticos, tecnologia móvel e TI.

Acompanhada de representantes do Cieam, Vinci Airports e Acta Robotics, a Suframa participou pelo segundo ano consecutivo e novamente obteve resultados destacados. Entre eles, o fortalecimento de parcerias com entidades do setor eletroeletrônico e a ampliação da divulgação dos incentivos fiscais e das oportunidades de negócios na Zona Franca de Manaus. Também houve a captação de novas empresas interessadas em implantar atividades industriais e comerciais e fornecer serviços na área administrada pela Suframa.

Mais especificamente, a autarquia fez articulações com representantes do grupo dos BRICs para que empresas beneficiárias da Lei de Informática da ZFM possam vir a participar do projeto que premiará startups que trabalham com ESG em Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação (PD&I), bem como conhecer a tecnologia do grafeno, que promete revolucionar o setor eletroeletrônico por se tratar de um material que funciona como condutor transparente e flexível. Ele pode vir a ser utilizado na fabricação de células fotovoltaicas, telas roláveis, painéis de toque e luzes LED.

Sem dúvida, foi uma ocasião ímpar para que a Suframa divulgasse suas ações e os resultados da indústria da Zona Franca de Manaus para um público de mais de 30 mil executivos e participasse de ações relevantes de networking com os mais de 600 expositores presentes. ■■

With a multidisciplinary team, the Superintendence of the Manaus Free Trade Zone (Suframa) participated in the 17th edition of the Eletrolar Show, held between July 15 and 18, in São Paulo, and which is considered a national and international reference in B2B fairs for electronics, home appliances, mobile technology and IT.

Accompanied by representatives from Cieam, Vinci Airports and Acta Robotics, Suframa participated for the second consecutive year and once again obtained outstanding results. Among them, the strengthening of partnerships with entities in the electronics sector and the expansion of the dissemination of tax incentives and business opportunities in the Manaus Free Trade Zone. There was also the capture of new companies interested in implementing industrial and commercial activities and providing services in the area managed by Suframa.

More specifically, the agency has worked with representatives of the BRIC group so that companies benefiting from the ZFM's IT Law can participate in the project that will reward startups that work with ESG in Research, Development and Innovation (RD&I), as well as learn about graphene technology, which promises to revolutionize the electronics sector because it is a material that works as a transparent and flexible conductor. It can be used in the manufacture of photovoltaic cells, rollable screens, touch panels and LED lights.

Without a doubt, it was a unique opportunity for Suframa to publicize its actions and the results of the industry in the Manaus Free Trade Zone to an audience of over 30 thousand executives and to participate in relevant networking activities with the more than 600 exhibitors present. ■■

# INTERNATIONAL

## TRADESHOW

17 A 19 DE JUNHO DE 2025  
CITIBANAMEX - CIDADE DO MÉXICO  
[WWW.LATINAMERICANELECTRONICS.MX](http://WWW.LATINAMERICANELECTRONICS.MX)

20.000 M<sup>2</sup>

+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](mailto: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!

# #ES

# eletrolarshow ALL CONNECTED



**MULTISSETORIAL,  
MULTICANAL, COM MAIS  
CAPILARIDADE ENTRE A  
INDÚSTRIA E O VAREJO!**

DE 23 A 26 JUNHO DE 2025  
SÃO PAULO - SP - BRASIL

**AGORA EM UM NOVO LOCAL: NOVO DISTRITO ANHEMBI**

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

EVENTOS  
PARALELOS:

**LATIN  
AMERICAN  
ELECTRONICS**  
International Trade Show

**LATIN  
AMERICAN  
HOUSEWARES**  
International Trade Show

**LIGHTING  
SHOW**  
INTERNATIONAL

**eletrocar**  
show

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