

25 Anos / Years—nº 159—2024

# ELETROLAR

REVISTA DE NEGÓCIOS PARA A INDÚSTRIA E O VAREJO DE ELETROELETRÔNICOS, ELETRODOMÉSTICOS, CELULARES, T.I. E U.D.

# NEWS

EDITORA  
C&C

**ELETROLAR NEWS 25 Anos**

**+ ESPECIAL PRESIDENTES 2024:**

**Celebramos o Futuro da Indústria e do Varejo Nacionais**

*Eletrolar News 25 years + Special Presidents 2024:*

*Celebrating the future of the national industry and retail*



Rediscover Music

**Technics**

# EMBARQUE EM UMA VIAGEM NO TEMPO.

Descubra o melhor som em todos os sentidos com Technics.



A combinação da pureza e suavidade do som analógico com a precisão e versatilidade do processamento digital realça ou atenua frequências para otimizar a qualidade do som que você ouve. Ou melhor, sente.



Revisite os clássicos da música  
como se estivesse no momento  
da composição com a fidelidade  
de som incomparável do **duplo**  
processamento de som analógico  
e digital do fone AZ-60 Technics.



GARANTA  
JÁ O SEU  
NO SITE





# A *EVOLUÇÃO* DA AIR FRYER





MUITO MAIS  
ESPAÇO

**5,5**  
LITROS

MAIOR  
ÁREA ÚTIL\*



**SUPER**  
CAPACIDADE



**MAIS**  
SAUDÁVEL



**1500W**  
DE POTÊNCIA



**TECNOLOGIA**  
**AIR FLOW**

**MAIS PRATICIDADE PARA**  
**SEU CLIENTE PREPARAR**  
**GRANDES PORÇÕES**  
**DE UMA SÓ VEZ!**

**BRITANIA**  
Para Britanar sua vida

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

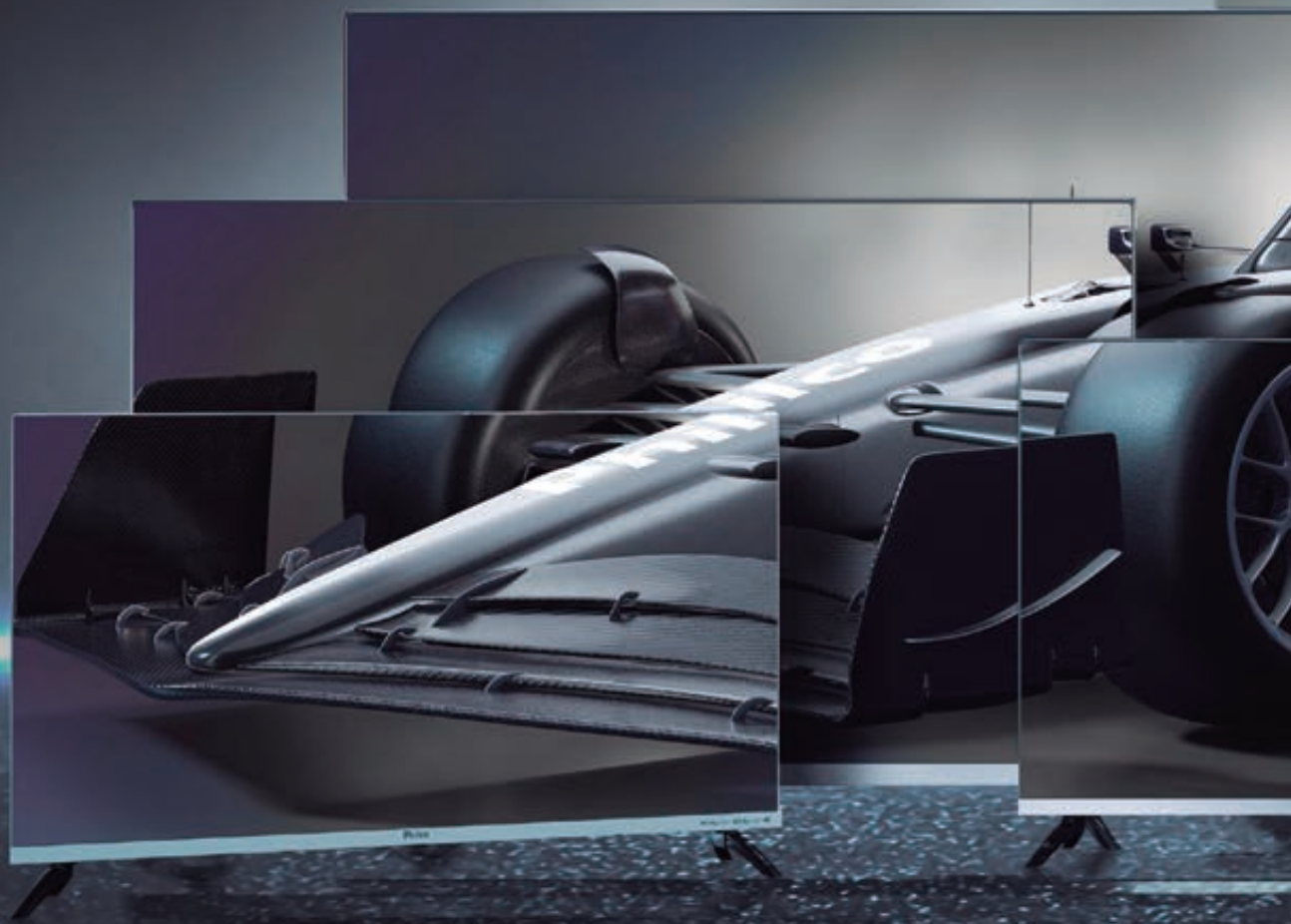
Imagens meramente ilustrativas. Em virtude de constantes aperfeiçoamentos em sua linha de produtos, a Britânia reserva-se o direito de proceder, sem aviso prévio, às modificações técnicas que julgar convenientes.  
\*Em relação aos demais modelos de fritadeiras da Britânia.



# Philco

**Fast SMARTTV**

Grandes telas e tecnologias vão proporcionar uma **experiência imersiva** para seu cliente!



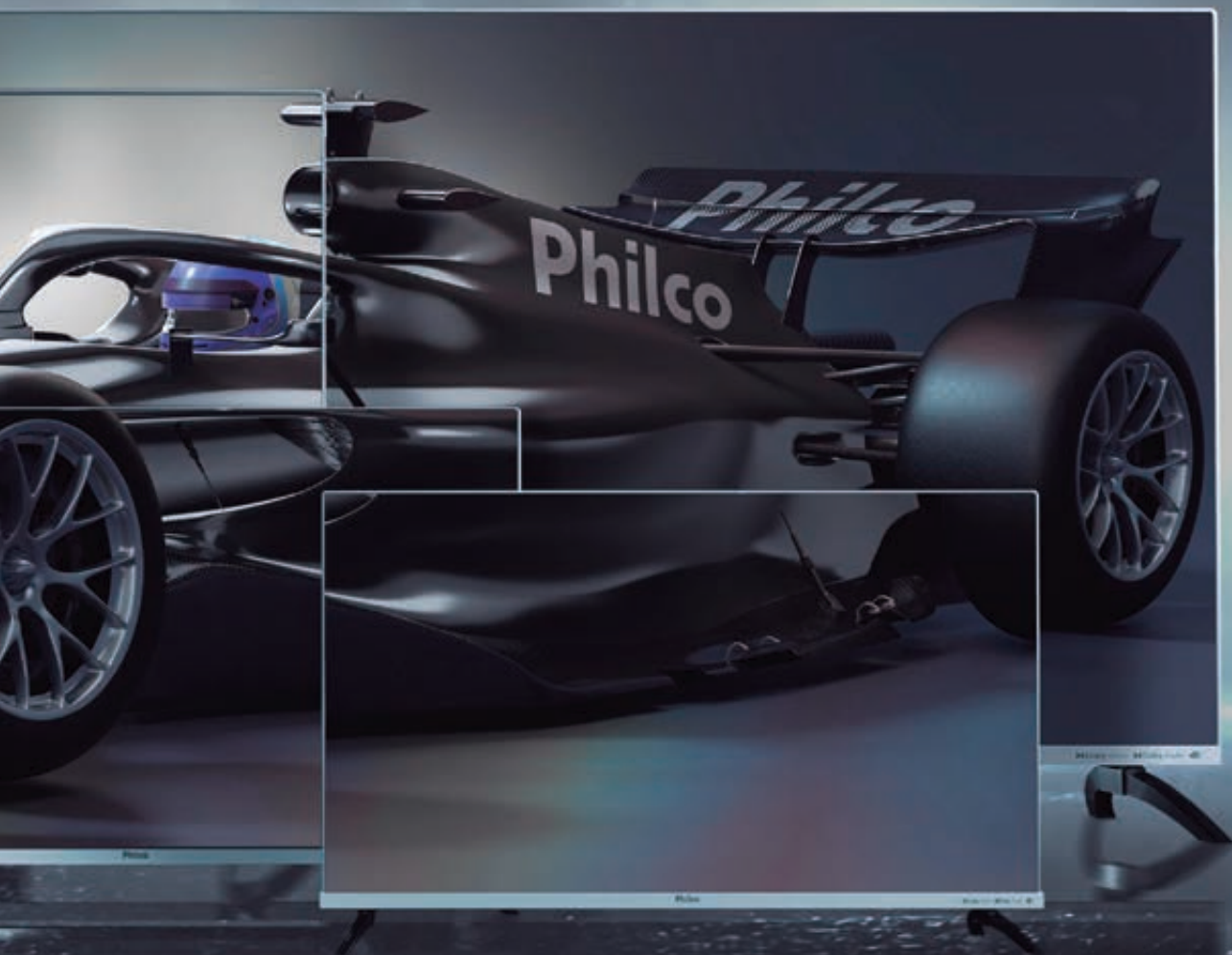
- ⊕ **Ultrafina.**
- ⊕ Experiência visual **nítida e detalhada.**
- ⊕ Borda **infinita.**
- ⊕ Qualidade de som **excepcional.**



\*Em comparação aos demais produtos da linha.

VELOCIDADE DE  
RESPOSTA

» 50% MAIS  
RÁPIDA\* »



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

Imagens meramente ilustrativas.

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

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



# A família de Air Fryer continua crescendo.



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

# Mondial



Existe um modelo  
de Air Fryer Mondial  
perfeito para você.

**MONDIAL**  
ELETRODOMÉSTICOS



# aiwa

JAPANESE TECHNOLOGY SINCE 1951



  @aiwabr  
aiwa.com.br

# QUEM CONHECE QUER PRA SEMPRE.



**AIWA. SEU SOM, SUA IMAGEM.**



# SUMÁRIO

## ELETROLAR NEWS

EDIÇÃO 159

EDITION 159

S U M M A R Y

### pág. 28 **ESPECIAL PRESIDENTES**

#### **2024: O ANO TRAZ BOAS PERSPECTIVAS**

*Juros mais baixos e aumento do emprego estimulam o setor de eletros*

PRESIDENTS SPECIAL – 2024: THE YEAR BRINGS GOOD PROSPECTS

*Lower interest rates and increased employment stimulate the electronics sector*

#### **INDÚSTRIAS ..... de 30 a 93**

INDUSTRIES 30 TO 93

#### **VAREJOS ..... de 94 a 108**

RETAILERS 94 TO 108

#### **DISTRIBUIDORAS ..... de 109 a 141**

DISTRIBUTORS 109 TO 141

#### **SERVIÇOS ..... de 142 a 156**

SERVICE 142 TO 156

### **ESPECIAL DIA DAS MÃES**

MOTHER'S DAY SPECIAL ..... 172

SMARTPHONES ..... 174

CUIDADOS PESSOAIS / PERSONAL CARE ..... 190

VITRINE / SHOWCASE ..... 201

### **EDITORIAL ..... 16**

### **PÁGINAS VERDES – GREEN PAGES**

**MARCA LETRON: PRIMEIROS ELETRÔNICOS FEITOS COM PLÁSTICO RETIRADO DOS OCEANOS**

*LETRON BRAND: FIRST ELECTRONICS MADE WITH PLASTIC REMOVED FROM THE OCEANS ..... 21*

### **DUPLA COMEMORAÇÃO**

**25 ANOS DA ELETROLAR NEWSE**

**17 DA ELETROLAR SHOW**

DOUBLE CELEBRATION – 25 YEARS OF ELETROLAR NEWS AND 17 OF ELETROLAR SHOW ..... **160**

### **CASA DO CELULAR**

**EMPRESA ESPERA CHEGAR A 250 LOJAS**

**ATÉ O FINAL DESTES ANO**

CASA DO CELULAR – COMPANY HOPES TO REACH 250 STORES BY THE END OF THIS YEAR ..... **212**

### **MERCADO / PROJEÇÕES**

**ESPECIALISTAS EM ELÉTRICOELETRÔNICOS**

**ESTÃO OTIMISTAS COM 2024**

MARKET/PROJECTIONS – ELECTRONICS

EXPERTS ARE OPTIMISTIC ABOUT 2024 ..... **216**

### **DOSSIÊ – PANELES ELÉTRICOS:**

**COMIDA MAIS RÁPIDA E SAUDÁVEL**

DOSSIER – ELECTRIC SKILLETS:

FASTER AND HEALTHIER FOOD ..... **226**

### **ARTIGOS – ARTICLES**

ABCOMM ..... **234**

ABRADISTI ..... **235**

ABRASA ..... **236**

ABREE ..... **237**

ELETROS ..... **238**

FECOMERCIO SP ..... **239**

GREEN ELETRON ..... **240**

SUFRAMA ..... **241**

# **Linha de caixas amplificadas Mondial.**

**Garante ótimas vendas.**



weonne

Prepare o estoque, receba os clientes  
e ofereça Mondial para aumentar bastante  
o seu volume de vendas em 2024.

**MONDIAL**  
ELETRODOMÉSTICOS



# Produtos inteligentes para a sua casa!



Smart Fechadura  
Eletrônica, com  
até 299 cadastros



Desbloqueio por  
Digital, Código,  
Aplicativo ou Cartão



Conexão Wi-Fi  
e Aplicativo  
de Acesso

A Fechadura AFC 1000 AMVOX é a escolha ideal para quem busca segurança, modernidade e praticidade. Com um teclado touch screen de fácil manuseio e instalação, ela garante o máximo de segurança para o seu lar. Além disso, o seu histórico de acessos permite que você saiba quem entrou e saiu da residência a qualquer momento.



Acesse o  
QR Code  
e saiba mais.



@amvox\_



@amvox\_



amvoxbrasil



company/amvox



amvox.com.br

AFC 1000 FECHADURA ELETRÔNICA



**Amvox.**  
NO SEU RITMO



O cenário econômico aponta para um ano com boas perspectivas para o segmento de eletros. A redução paulatina da taxa de juros, o controle da inflação e o aumento do número de empregos são alentados à indústria e ao varejo. Vale lembrar que o varejo registrou grandes resultados no final de 2023. Esta edição *Presidentes* traz as vozes do Brasil. Empresas de todo o País, incluindo indústrias, varejos, distribuidores, setor de serviços e associações, falam de seus planos, lançamentos e estratégias para 2024, bem como da necessidade de medidas para tornar o Estado mais eficiente.

Esta edição traz, também, a projeção das tendências em produtos e do consumo neste ano. O caderno do Dia das Mães apresenta os produtos que deverão registrar boas vendas na data mais importante do primeiro semestre, como smartphones, acessórios e itens de cuidados pessoais, além de uma vitrine com itens de alta comercialização pelo varejo. E comemoramos, também, os 25 anos da revista *Eletrolar News*. Nosso agradecimento aos leitores e parceiros, aos quais reafirmamos o nosso compromisso com a informação e a prestação de serviços.

Bons negócios!

The economic scenario points to a year with good prospects for the electronics segment. The gradual reduction in interest rates, the control of inflation and the increase in the number of jobs are encouraging to industry and retail. It is worth remembering that retail recorded great results at the end of 2023. This Presidents edition brings the voices of Brazil. Companies from across the country, including industries, retailers, distributors, the service sector, and associations, talk about their plans, launches and strategies for 2024, as well as the need for measures to make the State more efficient.

This edition also presents a projection of product and consumption trends this year. The Mother's Day Special presents products that are expected to register good sales on the most important date of the first half of the year, such as smartphones, accessories, and personal care items, as well as a showcase with items that are highly commercialized by retailers. And we also celebrate 25 years of *Eletrolar News* magazine. Our thanks to our readers and partners, to whom we reaffirm our commitment to information and the provision of services.



Carlos Clur

Good deals!

REVISTA

# ELETROLAR

NEWS

EXPEDIENTE - ANO 25 - Nº 159

YEAR 25 - Nº 159

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

Diretor / Director - Mariano Botindari

Head of 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 - Abigail Cardoso e Maria Inês Caravaggi

Fotografia / Photography - Fredy Uehara / Uehara Fotografia

Relações Públicas - Imprensa / Public Relations - Press - Dilnara Titara e Paola Fernandez

Arte / Art - Adalton Martins, Eugenio Tomaz, Caio Henrique Machi e

Veronika Fabricio Lagrutta

Gerente de Marketing Internacional / International Marketing Manager - Roberta Zogbi

Marketing e Assinaturas / Marketing and Subscriptions - Tatiana Lopes

Publicidade / Advertising - Cintia Araujo, Eliana Cesario, Leonardo Ponce,

Michele Vargas e Ricardo Kühn

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 SRL

Av. Córdoba, 5.869, 1º A

(C1414BBE) CABA - Buenos Aires - Argentina

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

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

Grupo Eletrolar LLC

66 W Flagler ST # 989

33130 - Miami - FL - USA

Tels. +1 786 600 1816

www.gruopoeletrolar.com commercial@gruopoeletrolar.com

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

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

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

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



REVISTA  
**ELETROLAR**  
NEWS

anatec  
www.anatec.org.br

**ELETROLAR NEWS** É UM PRODUTO DO **Grupo Eletrolar** MULTIMÍDIA B2B - CANAIS DE COMUNICAÇÃO PARA A INDÚSTRIA E O VAREJO  
FEIRAS | PUBLICAÇÕES | DIGITAL | CONGRESSOS

**ELETROLAR NEWS** IS A PRODUCT OF GRUPO ELETROLAR - MULTIMEDIA B2B - MULTI-CHANNEL COMMUNICATIONS BETWEEN INDUSTRY AND RETAIL  
TRADE SHOWS | PUBLICATIONS | DIGITAL | CONGRESS

www.gruopoeletrolar.com.br

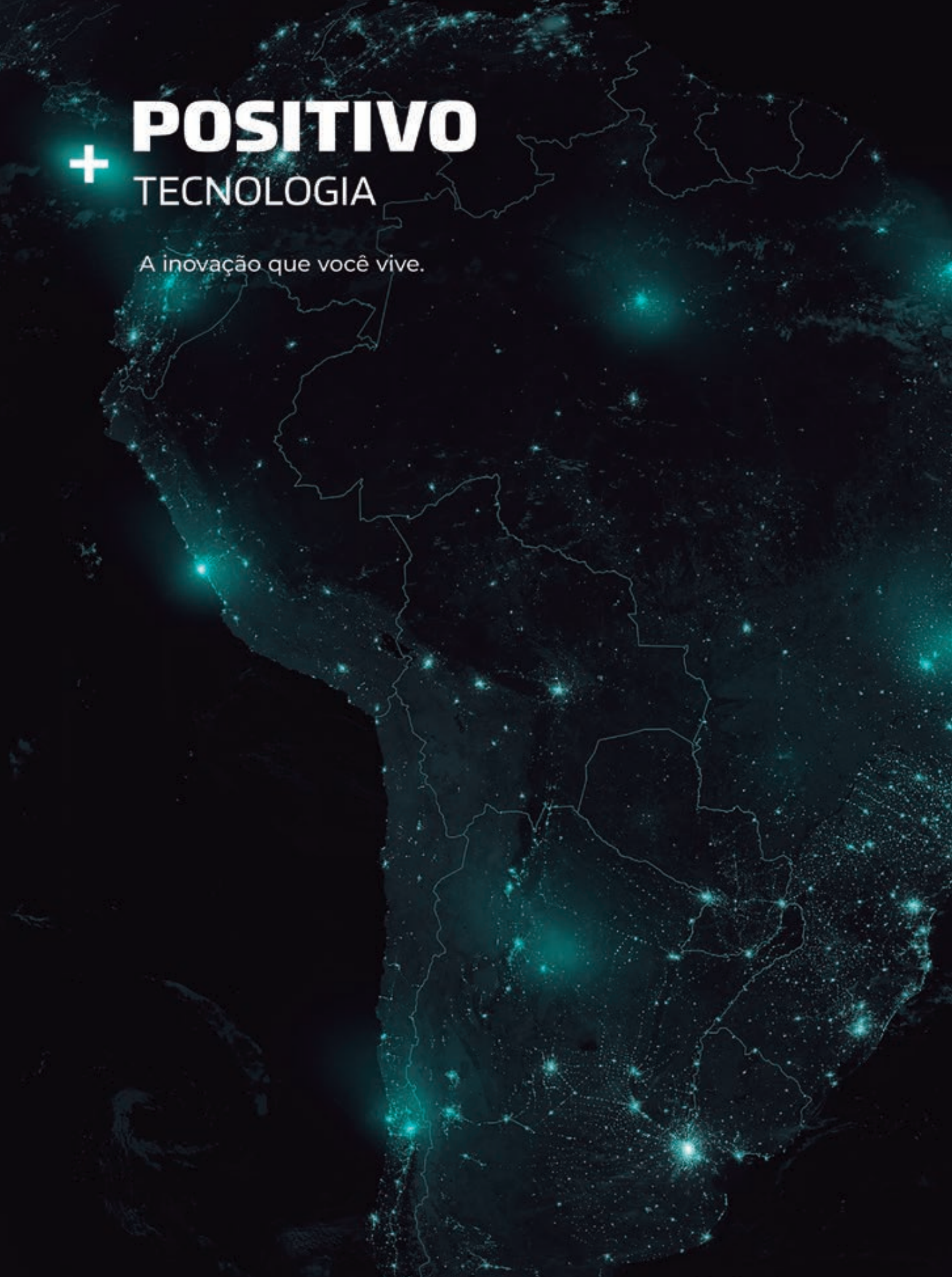
**BRASTEMP**  
*é outro mundo.*

**NOVO** Frigobar Brastemp Retrô

**Para cada estilo, uma Retrô. Qual a sua?**  
*É outro frigobar. É outro mundo.*







# **+ POSITIVO** TECNOLOGIA

A inovação que você vive.



**Das gigantes globais  
de tecnologia, quase todas  
nasceram em uma garagem.  
E apenas uma na sala de aula,  
a Positivo Tecnologia.  
Quase toda empresa que nasce  
na garagem fala inglês.  
A gente também,  
mas prefere o português.**



Saiba mais no QR Code ou acesse  
**[www.positivotecnologia.com.br/inovacao-que-voce-vive](http://www.positivotecnologia.com.br/inovacao-que-voce-vive)**



## **Asia Shipping, sua solução logística digital**

Com eficiência e excelência na logística, a Asia Shipping se destaca como a maior integradora logística digital. Oferecemos soluções inovadoras que revolucionam a forma como o transporte de carga é gerenciado.



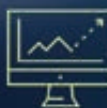
### **Informação ao Alcance de um Clique**

Nossos clientes não precisam mais buscar manualmente as informações dispersas. Investimos em tecnologia para integrar dados de armadores, companhias aéreas, terminais no Brasil e no exterior em uma única plataforma. Dessa forma, garantimos a integridade dos dados e minimizamos a propensão a erros.



### **Excelência em Logística Digital**

Com o maior volume de carga na América do Sul, nos consolidamos como a maior integradora logística digital da região. Nosso know-how em América Latina, nos permite oferecer soluções personalizadas para cada cliente, atendendo às demandas mais exigentes com eficiência e confiabilidade, com 42 escritórios próprios presentes em 12 países, a Asia Shipping cuida do seu negócio de ponta-a-ponta.



### **Otimize seus Processos Logísticos com a Asia Shipping**

Não deixe sua empresa ficar para trás na era digital. Conte com a Asia Shipping para simplificar seus processos logísticos, aumentar a eficiência e impulsionar o crescimento do seu negócio. Entre em contato conosco hoje mesmo e descubra como podemos impulsionar seus negócios e reduzir custos.



**Conte conosco para levar o seu negócio ao mundo.**

Escolha a Asia Shipping e experimente a excelência em logística global. Acesse nosso site em [asiashipping.co](http://asiashipping.co), ou pelo QRCode ao lado.



# PÁGINAS VERDES

PENSE VERDE, RESPONSABILIDADE & SUSTENTABILIDADE

## Green Talk

Por / by Leda Cavalcanti

**“Cuidar do planeta é pensar na sustentabilidade do negócio, por isso assumimos nossa responsabilidade para frear os impactos das mudanças climáticas.”**

*“Taking care of the planet means thinking about the sustainability of the business, which is why we assume our responsibility to curb the impacts of climate change.”*

### Grupo Leonora

### VERINDIANA HAAS

O mundo gera mais de 50 milhões de toneladas de lixo eletrônico por ano, o equivalente ao peso de 265 baleias-azuis em celulares, notebooks, eletrodomésticos e outras peças eletrônicas descartadas de forma incorreta na maioria das vezes. Os dados são do Monitor Global de Lixo Eletrônico 2020, da ONU, que trouxe outro alerta: em 2030, o lixo eletrônico gerado no mundo pode chegar a 74 milhões de toneladas anuais.

Gestor da marca Letron, o Grupo Leonora, holding que está no mercado há 38 anos, fomenta ideias inovadoras de educação e startups. Construiu pilares para embasar sua atuação no tema ESG. A marca Letron iniciou o desenvolvimento da Linha Ocean, que trouxe os primeiros eletrônicos feitos totalmente com plásticos retirados dos oceanos.

*The world generates more than 50 million tons of electronic waste per year, equivalent to the weight of 265 blue whales in cell phones, notebooks, household appliances and other electronic parts that are discarded incorrectly most of the time. The data comes from the UN's Global Electronic Waste Monitor 2020, which brought another warning: by 2030, electronic waste generated in the world could reach 74 million tons annually.*

*Manager of the Letron brand, Grupo Leonora, a holding company that has been in the market for 38 years, promotes innovative ideas for education and startups. It built pillars to support its performance on the ESG theme. The Letron brand began developing the Ocean Line, which brought the first electronics made entirely from plastics removed from the oceans.*



**Verindiana Haas, gerente de Gente e Gestão no Grupo Leonora**

*People and Management manager at Grupo Leonora*

#### Sobre / About

Verindiana Haas, gerente de Gente e Gestão no Grupo Leonora, também é conselheira e secretária de Governança Corporativa do Conselho Consultivo da empresa. É responsável pelos subsistemas relacionados a pessoas, processos, planejamento estratégico e ESG. Formada em administração de empresas com ênfase em análise de sistemas, é pós-graduada em gestão de pessoas e tem certificação como conselheira pelo Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC). Construiu sua carreira em organizações de serviços e varejistas, como o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI), de Santa Catarina, e a Companhia Hering.

*Verindiana Haas, People and Management manager at Grupo Leonora, is also a counselor and secretary of Corporate Governance on the company's Advisory Board. She is responsible for subsystems related to people, processes, strategic planning and ESG. Graduated in business administration with an emphasis on systems analysis, she has a postgraduate degree in people management and is certified as a counselor by the Brazilian Institute of Corporate Governance (IBGC). She built her career in service and retail organizations, such as the Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (National Industrial Learning Service) (SENAI), in Santa Catarina, and Companhia Hering.*





## VERINDIANA HAAS

gerente de Gente e Gestão no Grupo Leonora

People and Management manager at Grupo Leonora

**“Já recolhemos em torno de 5.000 garrafas de plástico dos oceanos apenas com o lote inicial da linha Ocean. Produtos feitos com esse tipo de plástico emitem 80% menos carbono.”**

***“We have already collected around 5,000 plastic bottles from the oceans with just the initial batch of the Ocean line. Products made with this type of plastic emit 80% less carbon.”***

### **PÁGINAS VERDES – Desde quando a marca Letron atua dentro dos conceitos ESG?**

**Verindiana Haas** – A marca Letron foi para o mercado em 2021 e, em 2022, iniciou o desenvolvimento da Linha Ocean. Os primeiros eletrônicos dessa linha, feitos 100% com plásticos retirados dos oceanos, foram lançados em julho de 2023, na feira Eletrolar Show.

### **Como surgiu a ideia?**

**VH** – A ideia nasceu da nossa inquietude pela questão sustentável e é um pequeno passo à frente na jornada de sustentabilidade da marca Letron e do Grupo Leonora. Sua embalagem também conta com redução do uso de tinta e é feita com material livre de plásticos, o que reforça todo o conceito da linha.

### **Quais são os produtos em linha e de onde é retirado o plástico?**

**VH** – Hoje, temos três produtos em linha, sendo uma caixa de som e dois fones TWS. Está em estudo a ampliação da coleção. O plástico é retirado do Oceano Índico, no sudeste asiático.

### **Como é o apoio da marca britânica Boompods a esse trabalho?**

**VH** – Nós desenvolvemos os produtos com a marca britânica Boompods, que tem parceria com o coletivo #tide, que recolhe garrafas plásticas dos oceanos, faz sua limpeza e depois comprime o plástico para enviar à Swiss University, que transforma esse plástico na matéria-prima que será usada na confecção dos produtos.

### **Quanto já foi recolhido de plástico e qual a redução na emissão de carbono?**

**VH** – Já recolhemos em torno de 5.000 garrafas, apenas com o lote inicial. Produtos feitos com esse tipo de plástico emitem 80% menos carbono em comparação aos que são produzidos com o plástico virgem.

### **O Grupo Leonora segue quais princípios ESG?**

**VH** – A ESG faz parte da estratégia de negócio do grupo. Essa jornada teve início em 2022, com a sensibilização sobre o tema e início da construção de todo o mapeamento da nossa matriz de materialidade. Em 2023, intensificamos ainda mais essas conversas estabelecendo o Comitê de Sustentabilidade, focado em definir e acompanhar nossos compromissos e metas, além de ser agente mobilizador do tema no negócio. Construimos, também, nossa política de sustentabilidade, que foi validada pelo Conselho Consultivo, formalizando todas essas práticas.

### **Quais os compromissos estabelecidos?**

**VH** – Olhamos os três pilares, ambiental, social e de gover-

### **Since when has the Letron brand operated within ESG concepts?**

**Verindiana Haas** – The Letron brand went to market in 2021 and, in 2022, began the development of the Ocean Line. The first electronics in this line made 100% with plastics removed from the oceans, were launched in July 2023, in the Eletrolar Show fair.

### **How did the idea come about?**

**VH** – The idea was born from our concern for sustainable issues and is a small step forward in the sustainability journey of the Letron brand and the Grupo Leonora. Its packaging also reduces the use of paint and is made with plastic-free material, which reinforces the entire concept of the line.

### **What are the products in line and where is the plastic taken from?**

**VH** – Today, we have three products in line, one speaker and two TWS headphones. Expansion of the collection is being studied. Plastic is taken from the Indian Ocean in Southeast Asia.

### **How does the British brand Boompods support this work?**

**VH** – We developed the products with the British brand Boompods, which has a partnership with the #tide collective, which collects plastic bottles from the oceans, cleans them and then compresses the plastic to send to Swiss University, which transforms this plastic into the raw material that will be used in the manufacture of products.

### **How much plastic has already been collected and what is the reduction in carbon emissions?**

**VH** – We have already collected around 5,000 bottles, just with the initial batch. Products made with this type of plastic emit 80% less carbon compared to those made with virgin plastic.

### **What ESG principles does the Leonora Group follow?**

**VH** – ESG is part of the group's business strategy. This journey began in 2022, with awareness raising on the topic and the beginning of the construction of the entire mapping of our materiality matrix. In 2023, we will further intensify these conversations by establishing the Sustainability Committee, focused on defining and monitoring our commitments and goals, in addition to being a mobilizing agent for the topic in the business. We also created our sustainability policy, which was validated by the Advisory Board, formalizing all these practices.

### **What commitments have been established?**

**VH** – We look at the three pillars, environmental, social and



nança, com acompanhamento de cinco anos (2023-2027). No pilar ambiental, nosso foco é termos uma gestão eficiente de resíduos, responsabilidade com o clima e produtos construídos com menor impacto ambiental, caso da linha Ocean, da marca Letron. Temos metas que passam por redução de gases do efeito estufa, com olhar para a recuperação/compensação dos produtos descartados no pós-consumo e diminuição de resíduos em nossa operação.

No pilar social, o foco é no desenvolvimento dos times, na diversidade e inclusão, relações de confiança com nossos consumidores e em como podemos contribuir para a educação e a sociedade, através de investimentos sociais e representatividade de produtos com foco em educação inclusiva. Nossas metas passam por ampliar a representatividade e equidade de mulheres em posições de liderança, de pessoas negras e pardas e de pessoas com deficiência em nosso quadro. Fortalecemos o nosso time de mulheres em posições de liderança: cresceu 225% em 2023. Fechamos o ano com 35% de mulheres no quadro total.

Na governança, atuamos com integridade, transparência e respeito, cuidando da nossa cadeia de fornecedores, dos dados dos nossos colaboradores e clientes e também reforçando comportamentos éticos e transparentes para a totalidade das nossas pessoas.

#### **Quais outras práticas de gestão ambiental são adotadas?**

**VH** – Destinação para reciclagem dos resíduos gerados em nossa operação (papelão e plástico); compensação das nossas embalagens através da EuReciclo; produtos não testados em animais; desenvolvimento de itens com menor impacto ambiental; e substituição de copos e garrafas plásticas de consumo único no dia a dia e nos eventos corporativos. No plano para 2024, estão previstos evolução em uso de energia de fontes renováveis, inventário de GEE (gases de efeito estufa), ajuste da iluminação no CD para LED e logística reversa de produtos eletrônicos.

#### **Como a empresa integra as ações ESG em sua estratégia de negócios?**

**VH** – Falar de ESG é falar de estratégia. Em nossa revisão do planejamento estratégico, em 2023, seguimos priorizando o desenvolvimento da cultura ESG no negócio. Em 2024, temos provocado OKRs (objetivos e resultados-chave) em todas as áreas focadas nas metas estabelecidas no plano de ESG, tornando o assunto mais transversal e pauta constante nas discussões com a liderança. A OKR é uma metodologia de gestão que visa simplificar a forma de encarar os objeti-

*governance, with a five-year follow-up (2023-2027). In the environmental pillar, our focus is on efficient waste management, climate responsibility and products built with less environmental impact, such as the Ocean line, from the Letron brand. We have goals that include reducing greenhouse gases, looking at the recovery/compensation of products discarded post-consumption and reducing waste in our operations.*

*In the social pillar, the focus is on team development, diversity, and inclusion, trusting relationships with our consumers and how we can contribute to education and society, through social investments and representation of products with a focus on inclusive education. Our goals include expanding the representation and equality of women in leadership positions, black and brown people, and people with disabilities in our workforce. We strengthened our team of women in leadership positions: it grew 225% in 2023. We ended the year with 35% of women in the total workforce.*

*In governance, we act with integrity, transparency, and respect, taking care of our supply chain, the data of our employees and customers and also how we reinforce ethical and transparent behaviors for all of our people.*

#### **What other environmental management practices are adopted?**

**VH** – Disposal for recycling of waste generated in our operations (cardboard and plastic); compensation for our packaging through EuReciclo; products not tested on animals; development of items with lower environmental impact; and replacement of single-use plastic cups and bottles in everyday life and at corporate events. The plan for 2024 includes progress in the use of energy from renewable sources, GHG (greenhouse gas) inventory, adjustment of CD lighting to LED and reverse logistics of electronic products.

#### **How does the company integrate ESG actions into its business strategy?**

**VH** – Talking about ESG is talking about strategy. In our review of strategic planning, in 2023, we continue to prioritize the development of an ESG culture in the business. In 2024, we have created OKRs (objectives and key results) in all areas focused on the goals established in the ESG plan, making the subject more transversal and a constant topic in discussions with leadership. OKR is a management methodology that aims to simplify the way of approaching a company's main objectives. We understand that looking at sustainability





vos principais de uma empresa. Entendemos que olhar para a sustentabilidade é a garantia da perenidade do nosso negócio, por isso precisa fazer parte da mentalidade de todas as áreas em suas atividades.

#### **Nos temas sociais e de inclusão, como é a atuação?**

**VH** – Construimos alguns pilares para embasar nossa atuação. Quando há uma solicitação, captamos melhor as necessidades da instituição através da descrição do projeto ou fazendo visitas, porque queremos acompanhar o impacto que geramos, diminuir doações pontuais e acelerar parcerias que fomentem um investimento a longo prazo. Atualmente, apoiamos o CADI, que atua no atendimento e empoderamento de crianças em situação de vulnerabilidade social na nossa comunidade, potencializando a educação. Temos projetos de informação na prevenção e diagnóstico precoce do câncer e levamos atendimento a áreas remotas, que são frentes que se conectam bastante com nosso propósito.

#### **Como a empresa envolve funcionários e fornecedores nos critérios ESG?**

**VH** – Sabemos da importância de educar para a sustentabilidade e como esse processo de formação de mobilizadores é fundamental para a implementação de qualquer estratégia na prática. Temos feito ações simples, mas que estimulam o olhar das pessoas para o tema. Em 2023, realizamos agendas com 100% dos nossos colaboradores, divulgando e dando conteúdo sobre compromissos e metas. Esse conteúdo foi incluído em nossa integração institucional de novos colaboradores. Entregamos canecas térmicas e copos personalizados para todo o time, retirando os plásticos que geravam grande consumo de itens de uso único. De outubro a dezembro de 2023, evitamos a utilização de cerca de 30 mil copos plásticos. Disponibilizamos máquinas de água (natural, gelada e com gás) e retiramos as garrafas que eram fornecidas.

Em nossa pesquisa GPTW (Great Place to Work), realizada em dezembro de 2023, tivemos uma pontuação excelente quando perguntamos sobre a percepção dos nossos colaboradores em relação às ações de sustentabilidade do negócio diante das turbulências de mercado. Quanto aos nossos fornecedores de insumos, foram incluídos critérios na avaliação dos parceiros sobre práticas de ESG. Trocamos os que não atendiam aos requisitos mínimos estabelecidos.

*is the guarantee of the longevity of our business, which is why it needs to be part of the mentality of all areas in their activities.*

#### **In terms of social and inclusion issues, what is the performance like?**

**VH** – We have built some pillars to support our operations. When there is a request, we better capture the institution's needs through the project description or by making visits, because we want to monitor the impact we generate, reduce one-off donations, and accelerate partnerships that encourage long-term investment. We currently support CADI, which works to assist and empower socially vulnerable children in our community, enhancing education. We have information projects on the prevention and early diagnosis of cancer, and we provide services to remote areas, which are areas that are closely connected with our purpose.

#### **How does the company involve employees and suppliers in ESG criteria?**

**VH** – We know the importance of educating for sustainability and how this process of training mobilizers is fundamental for implementing any strategy in practice. We have carried out simple actions that encourage people to look at the topic. In 2023, we held agendas with 100% of our employees, publicizing and providing content about commitments and goals. This content was included in our institutional integration of new employees. We delivered thermal mugs and personalized cups to the entire team, removing the plastic that generated large consumption of single-use items. From October to December 2023, we avoided the use of around 30 thousand plastic cups. We provided water machines (natural, iced and sparkling) and removed the bottles that were provided.

*In our GPTW (Great Place to Work) survey, carried out in December 2023, we had an excellent score when we asked about our employees' perception of the business's sustainability actions in the face of market turbulence. As for our input suppliers, criteria were included in the partners' assessment of ESG practices. We replaced those that did not meet the established minimum requirements.*

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)





Se perguntar para uma mãe quais são as melhores lembranças da vida, é provável que ela responda que elas acontecem quando estamos ao lado daqueles que amamos, e que essas lembranças ficam ainda mais gostosas ao redor da mesa.

Afinal, toda refeição é uma oportunidade para nutrir laços de afeto, com sorrisos, histórias e sabores inesquecíveis.

É por isso que a Fischer, assim como as mães, entende o quão valioso é nutrir cada um desses momentos.



*Com as*  
**MÃES**  
*alimentando todos  
os momentos.*



**Fischer**

QUEM TEM,  
FAZ BEM.



por / by Leda Cavalcanti

# NOVO CICLO EM 2024

Os números indicam que a maior estabilidade do mercado, consequência de uma série de fatores, entre eles a redução da taxa de juros, será um estímulo para o aumento das vendas.

## NEW CYCLE IN 2024

*The numbers indicate that the greater stability of the market, a consequence of a series of factors, including the reduction in interest rates, will be a stimulus for sales growth.*

O ano de 2024 traz boas perspectivas às empresas do País, que estão representadas neste **Especial Presidentes**. Algumas notícias, como a volta do Brasil para a lista das 10 maiores economias do mundo, a redução paulatina da taxa de juros, com previsão de chegar a 9,5% até o final de 2024, a aprovação da primeira reforma tributária em mais de 30 anos, o controle da inflação e o aumento do número de empregos, dão um novo alento ao cenário econômico.

The year 2024 brings good prospects for the country's companies, which are represented in this **Presidents Special**. Some news, such as Brazil's return to the list of the 10 largest economies in the world, the gradual reduction in interest rates, expected to reach 9.5% by the end of 2024, the approval of the first tax reform in more than 30 years, the control of inflation and the increase in the number of jobs, give a new boost to the economic scenario.



Há uma demanda reprimida e um consumidor receoso. A retomada será mais lenta e com variações regionais, mas o importante é que as perspectivas são um estímulo às empresas, principalmente levando em conta os bons resultados do varejo no final de 2023. O aumento real do salário mínimo, mesmo tímido, abre caminho para a queda do endividamento e antecipa um ciclo de substituição de eletrodomésticos e eletroeletrônicos.

Tão importante quanto a redução dos juros para fazer a economia girar e atrair investimentos é a preservação de um plano de responsabilidade fiscal por parte do governo e de medidas para aumentar a eficiência do Estado. Um sinal de maturidade do País seria a convivência menos polarizada e mais patriótica entre Congresso e governo para possibilitar a adoção de reformas estruturais e desburocratizantes, chaves importantes para o crescimento econômico.

*There is pent-up demand and a fearful consumer. The recovery will be slower and with regional variations, but the important thing is that the prospects are a stimulus for companies, especially considering the good results of retail at the end of 2023. The real increase in the minimum wage, although timid, paves the way for the fall in debt and anticipates a cycle of replacement of household appliances and electronics.*

*As important as reducing interest rates to make the economy move and attract investment is the preservation of a fiscal responsibility plan by the government and measures to increase the State's efficiency. A sign of the country's maturity would be less polarized and more patriotic coexistence between Congress and government to enable the adoption of structural and bureaucratic reforms, important keys to economic growth.*







ALEXANDRE GERARDO,  
DIRETOR-GERAL  
GENERAL DIRECTOR

“

Estamos comprometidos em manter nosso foco na sustentabilidade, desenvolvendo tecnologias que não só promovam avanços, mas também preservem o meio ambiente.

”

*“We are committed to maintaining our focus on sustainability, developing technologies that not only promote advancements, but also preserve the environment.”*

## ACER DO BRASIL

Há entusiasmo com 2024, diz o diretor-geral, Alexandre Gerardo. **“Esperamos continuar a trazer produtos ainda mais inovadores, pensados especificamente para atender às necessidades e aos desejos dos nossos clientes. Estamos comprometidos em manter nosso foco na sustentabilidade, desenvolvendo tecnologias que não só promovam avanços, mas também preservem o meio ambiente. Em 2023, ficamos orgulhosos de ter lançado uma linha de produtos inovadora, com soluções tecnológicas que elevam a experiência dos nossos usuários a novos patamares.”**

Neste ano, a Acer planeja diversos lançamentos, muitos deles já anunciados na CES 2024. “Estamos direcionando os esforços para ampliar nossa tecnologia voltada para a sustentabilidade e aprimorada por inteligência artificial. Além disso, estamos intensificando nossa presença no mercado B2B, continuando a investir no nosso plano de negócios, que lançamos em 2023, o Acer as A Service”, conta Alexandre.

A queda da taxa de juros é algo que a empresa monitora atentamente, uma vez que pode influenciar diretamente diversos setores, inclusive o de tecnologia. “Uma redução na taxa de juros pode impactar positivamente a economia, facilitando investimentos e incentivando o consumo. Para nós, isso poderia significar um ambiente mais propício para o mercado de tecnologia, promovendo a expansão e a adoção de novas soluções”, explica o diretor-geral.

There is enthusiasm for 2024, says the general director, Alexandre Gerardo. **“We hope to continue to bring even more innovative products, designed specifically to meet the needs and desires of our customers. We are committed to maintaining our focus on sustainability, developing technologies that not only promote advances, but also preserve the environment. In 2023, we are proud to have launched an innovative product line, with technological solutions that elevate our users’ experience to new levels.”**

This year, Acer plans several launches, many of them already announced at CES 2024. “We are directing efforts to expand our technology focused on sustainability and enhanced by artificial intelligence. Furthermore, we are intensifying our presence in the B2B market, continuing to invest in our business plan, which we launched in 2023, Acer as A Service”, says Alexandre.

The drop in interest rates is something that the company monitors closely, as it can directly influence several sectors, including technology. “A reduction in interest rates can positively impact the economy, facilitating investments and encouraging consumption. For us, this could mean a more favorable environment for the technology market, promoting expansion and the adoption of new solutions”, explains the general director.

# GELÁGUA

O ORIGINAL É DA ESMALTEC



Fotos meramente ilustrativas. Cmbt 00000



Aponte a câmera do celular para o QRcode ao lado e conheça a linha de Geláguas completa.

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

**Esmaltec**  
ELETRODOMÉSTICOS





GUILHERME SANTOS,  
CEO

“

Em termos de estrutura fabril e de armazenamento, continuaremos em expansão, pois, com os excelentes resultados obtidos em 2023, atingimos nossa capacidade máxima.

”

*“In terms of factory structure and warehousing, we will continue to expand because, with the excellent results obtained in 2023, we have reached our maximum capacity.”*

## AMVOX

**A**s expectativas são otimistas para 2024, diz o CEO, Guilherme Santos. **“Esperamos que o faturamento cresça entre 15% e 20% ante 2023, que foi um ano sensacional em resultados, pois investimos bastante na gestão de produtos e em inovações tecnológicas que aprimoraram os nossos produtos e serviços. Fortalecemos as parcerias estratégicas, aumentamos a linha de produção e focamos na governança e no capital humano, além de pulverizar bastante a marca e ampliar a performance na ponta.”**

Neste ano, a empresa concentrará esforços na ampliação da linha de portáteis e em novidades que trarão mais versatilidade à categoria de climatizadores. Na linha de áudio, manterá o seu planejamento de renovação e curadoria. “Em termos de estrutura fabril e de armazenamento, continuaremos em expansão, pois, com os excelentes resultados obtidos em 2023, atingimos nossa capacidade máxima”, conta o CEO.

Na economia, Guilherme diz que a queda dos juros favorece o segmento, pois o consumidor final tem um comportamento de compra focado em crédito parcelado. “A queda da taxa de juros nos últimos meses resultou em um cenário de venda mais positivo para 2024. Entretanto, manteremos estratégias flexíveis para nos adaptar às flutuações do mercado. A gestão financeira prudente e a busca por eficiência operacional são nossas prioridades.”

**E**xpectations are optimistic for 2024, says CEO Guilherme Santos. **“We expect turnover to grow between 15% and 20% compared to 2023, which was a sensational year in terms of results, as we invested heavily in product management and technological innovations that improved our products and services. We’ve strengthened strategic partnerships, increased the production line and focused on governance and human capital, as well as greatly pulverizing the brand and increasing performance at the top.”**

*This year, the company will concentrate its efforts on expanding its portable range and on new products that will bring more versatility to the air conditioning category. In the audio line, it will maintain its renovation and curation plans. “In terms of factory structure and storage, we will continue to expand because, with the excellent results obtained in 2023, we have reached our maximum capacity,” says the CEO.*

*In terms of the economy, Guilherme says that the fall in interest rates favors the segment, as the end consumer’s buying behavior is focused on installment credit. “The fall in interest rates in recent months has resulted in a more positive sales scenario for 2024. However, we will maintain flexible strategies to adapt to market fluctuations. Prudent financial management and the search for operational efficiency are our priorities.”*

# Dia das Mães

# AGRATTO

Batimento  
planetário

Com 12  
velocidades

3 tipos de  
batedores

Tampa anti  
respingos

## BATEDEIRA PLANETÁRIA SUPREMA



YouTube



## MICRO-ONDAS 32 LITROS



YouTube

Econômico  
Classe A

Painel digital  
multifunção

Função  
tira odor

Função  
descongelar

Conheça nossa linha completa  
de eletroportáteis Agravatto.



Aponte a câmera do seu celular  
para o QR Code e acesse nosso  
site: [www.agratto.com.br](http://www.agratto.com.br)



@agratto\_brasil

# AGRATTO





MANUEL CASTRO JUNIOR,  
DIRETOR COMERCIAL  
COMMERCIAL DIRECTOR

“

Em 2024, teremos muitos lançamentos, entre eles zenbooks e vivobooks, bem como a introdução da linha comercial da ASUS. A linha de smartphones ganhará um novo modelo de ROG Phone e um zenfone.

”

*“In 2024, we will have many launches, including zenbooks and vivobooks, as well as the introduction of the ASUS commercial line. The smartphone line will gain a new ROG Phone model and a Zenfone.”*

## ASUS BRASIL

O ano de 2023 foi muito desafiador, mas a empresa conseguiu crescer, diz o diretor comercial, Manuel Castro Junior. **“Em 2024, nosso faturamento será maior, buscaremos ampliar a participação nesse mercado, bem como introduzir novos modelos e segmentos de atuação. Uma das principais conquistas de 2023 foi a consolidação da linha de produtos gamers (ROG, ROG Ally e ASUS TUF), com maior parte de produção local. Também direcionamos ainda mais nossos produtos para a sustentabilidade.”**

Este será um ano de muitos lançamentos. “Entre eles, notebooks gamer, zenbooks e vivobooks, bem como a introdução da linha comercial da ASUS. A linha de smartphones ganhará um novo modelo de ROG Phone e um zenfone”, conta o diretor comercial.

Na opinião de Manuel, o ano ainda está nebuloso. “Principalmente com o impacto da reforma tributária, mas, independentemente do cenário, estaremos investindo no mercado brasileiro. A taxa de juros precisa estar em um outro patamar, criando acessibilidade que permita ao varejo parcelamento mais interessante para o consumidor, gerando maior demanda.”

**T**he year 2023 was very challenging, but the company managed to grow, says commercial director, Manuel Castro Junior. **“In 2024, our revenue will be higher, we will seek to expand our participation in this market, as well as introduce new models and operating segments. One of the main achievements of 2023 was the consolidation of the gaming product line (ROG, ROG Ally, and ASUS TUF), with the majority of local production. We also further target our products towards sustainability.”**

This will be a year of many releases. “Among them, gaming notebooks, zenbooks and vivobooks, as well as the introduction of the ASUS commercial line. The smartphone line will gain a new ROG Phone model and a Zenfone”, says the commercial director.

In Manuel's opinion, the year is still cloudy. “Mainly with the impact of tax reform, but regardless of the scenario, we will be investing in the Brazilian market. The interest rate needs to be at a different level, creating accessibility that allows retail installments to be more interesting for the consumer, generating greater demand.”

JBL

HARMAN

**AUTHENTICS 500**

# **AUTÊNTICO COMO ELES, AUTÊNTICO COMO VOCÊ.**

A Authentics 500 apresenta um estilo retrô único inspirado no design clássico da JBL.

A caixa de som conta com um acabamento refinado em alumínio, painéis personalizados em couro e uma nova versão da grade Quadrex.

Mergulhe em um som realista de alta definição com Dolby Atmos® Music graças aos seus tweeters de alumínio e à sua saída de graves patenteada SlipStream. São 135 watts RMS de áudio com 3.1 canais e Dolby Atmos® virtual para uma experiência impactante com o som lendário JBL.

Deixe a música tocar com agudos cristalinos, graves profundos e tenha uma experiência única com diversas facilidades, como Google Assistant e Amazon Alexa disponíveis simultaneamente, além de acesso a serviços de streaming de música via Wi-Fi e gerenciamento personalizado através do aplicativo JBL One.

Uma experiência sonora autêntica como você.

Produto disponível em [jbl.com.br](http://jbl.com.br)







MÁRCIO VEIGA,  
CEO

“

A redução da taxa de juros e do endividamento das famílias fará com que o mercado consumidor fique mais ativo. Teremos também muitos desafios no setor, mas diversificar a oferta de produtos com a estreia de novas linhas de eletrodomésticos será nossa principal aposta para impulsionar o mercado nacional.

”

*“The reduction in interest rates and household debt will make the consumer market more active. We will also have many challenges in the sector, but diversifying the product offering with the debut of new lines of household appliances will be our main bet to boost the national market.”*

## ATLAS ELETRODOMÉSTICOS

Neste ano, a empresa vai diversificar o portfólio de produtos com novas categorias de eletrodomésticos, conta o CEO, Márcio Veiga. **“Começaremos com um reposicionamento da identidade das nossas marcas – Atlas e Dako –, com grande foco no ponto de venda e em nossos canais digitais. Em 2023, inovamos ao lançar mais de 40 produtos, entre cooktops de indução, depuradores, coifas e fornos de embutir, renovando e ampliando linhas já existentes, como as famílias Agile e Utop, da Atlas. E as linhas Supreme e Diplomata (com grill e timer), da Dako.”**

Com o intuito de conquistar mais espaço nas cozinhas dos consumidores, a Atlas manterá seus esforços em pesquisa e desenvolvimento. “Eles nos permitem lançar produtos de cocção que não apenas incorporem as últimas tecnologias nas nossas marcas, mas que também se adequem aos princípios sustentáveis. Teremos lançamentos e a expansão de praticamente todas as nossas linhas, sem deixar de olhar para os fogões de piso, que ainda são os preferidos dos lares brasileiros”, diz o CEO.

Em 2024, Márcio acredita na redução da taxa de juros e do endividamento das famílias. “Isso fará com que o mercado consumidor fique mais ativo. Teremos também muitos desafios no setor, mas diversificar a oferta de produtos com a estreia de novas linhas de eletrodomésticos será nossa principal aposta para impulsionar o mercado nacional.”

**T**his year, the company will diversify its product portfolio with new categories of home appliances, says CEO, Márcio Veiga. **“We will start with a repositioning of the identity of our brands – Atlas and Dako –, with a strong focus on the point of sale and our digital channels. In 2023, we innovated by launching more than 40 products, including induction cooktops, purifiers, hoods, and built-in ovens, renewing, and expanding existing lines, such as the Agile and Utop families, from Atlas. And the Supreme and Diplomata lines (with grill and timer), from Dako.”**

To gain more space in consumers’ kitchens, Atlas will maintain its efforts in research and development. “They allow us to launch cooking products that not only incorporate the latest technologies into our brands, but also adhere to sustainable principles. We will have launches and expansion of practically all our lines, without forgetting to look at floor-standing stoves, which are still the favorites of Brazilian homes”, says the CEO.

In 2024, Márcio believes in reducing interest rates and household debt. “This will make the consumer market more active. We will also have many challenges in the sector, but diversifying the product offering with the debut of new lines of household appliances will be our main bet to boost the national market.”

# A CONFIANÇA E A DURABILIDADE DA ATLAS AGORA EM UMA LINHA COMPLETA.

Atlas U.Top é a opção perfeita para vender a cozinha completa dos sonhos de seus clientes.

Os cooktops, fornos de embutir e depuradores combinam entre si e dão match com qualquer ambiente.

É praticidade e estilo que cabem no bolso do brasileiro.



## COOKTOP U.TOP



Versão 4 QUEIMADORES com Megachama

Versão 5 QUEIMADORES com Megachama e/ou Tripla chama

● Cor: preto

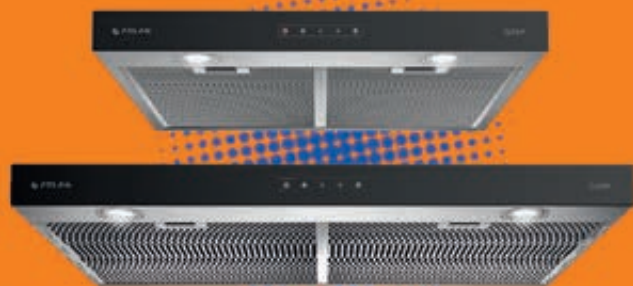
## FORNO DE EMBUTIR U.TOP



Capacidade do Forno: 44 LITROS

● Cor: preto

## DEPURADOR U.TOP



Versão com 60 cm

Versão com 80 cm

● Cor: preto

O BRASIL  
**ADORA**  
**ATLAS**

A MARCA DE FOGÕES MAIS VENDIDA DO BRASIL





GUSTAVO LERMEN,  
DIRETOR-PRESIDENTE  
PRESIDENT DIRECTOR

“

Em 2024, um destaque da renovação da linha será a Bomberbox Pro, caixa portátil de alta performance que tem como diferenciais um carregador por indução acoplado a ela e graves poderosos.

”

*“In 2024, a highlight of the line’s renewal will be the Bomberbox Pro, a high-performance portable box that features an induction charger attached to it and powerful bass.”*

## BOMBER

**H**á 30 anos focada 100% no mercado de áudio, a empresa projeta crescimento consistente em 2024, diz Gustavo Lermen, diretor-presidente da Bomber Speakers.

**“Triplicamos a verba de marketing voltada à produção de materiais para os pontos de venda, estamos renovando a linha de caixas de som Bluetooth e expandindo o número de SKUs com produtos cujo diferencial é a qualidade sonora. Em 2023, introduzimos a marca em gigantes do varejo.”**

Um destaque da renovação da linha será a Bomberbox Pro, caixa portátil de alta performance que tem como diferenciais um carregador por indução acoplado a ela e graves poderosos. “Outros lançamentos serão as caixas de som BomberBag, com belo design, e a Bomber Papão 300, com preço supercompetitivo, além de uma linha de torres de alta potência”, conta Gustavo.

O cenário fiscal e tributário no Brasil sempre foi desafiador e não está sendo diferente em 2024, comenta o diretor-presidente. “Acreditamos no trabalho árduo e seguiremos crescendo, apesar das adversidades. A queda da taxa de juros será importante para a economia, mas não se pode perder o controle da inflação nem desvalorizar a moeda.”

**H**aving focused 100% on the audio market for 30 years, the company projects consistent growth in 2024, says Gustavo Lermen, president director at Bomber Speakers.

**“We tripled the marketing budget dedicated to the production of materials for points of sale, we are renewing the line of Bluetooth speakers and expanding the number of SKUs with products whose difference is sound quality. In 2023, we introduced the brand to retail giants.”**

A highlight of the line’s renewal will be the Bomberbox Pro, a high-performance portable box that features an induction charger attached to it and powerful bass. “Other launches will be the BomberBag speakers, with a beautiful design, and the Bomber Papão 300, with a super competitive price, as well as a line of high-power towers”, says Gustavo.

The fiscal and tax scenario in Brazil has always been challenging and will be no different in 2024, comments the president. “We believe in hard work, and we will continue to grow, despite the adversities. The drop-in interest rates will be important for the economy, but we cannot lose control of inflation or devalue the currency.”



# Letron Calculadoras

Cada público tem um estilo.

Para cada estilo tem uma calculadora.





# Uma cozinha moderna tem EOS.



A EOS tem tudo para inovar e encantar na cozinha.

Nossos eletrodomésticos facilitam o dia a dia do seu cliente, economizando o tempo para aproveitar os encontros ao redor da mesa. Além da eficiência, o design do nosso mix de produtos impressiona pela estética e elegância, fazendo da cozinha o lugar mais badalado da casa.

Acesse o  
nosso site  
e confira!



Eficiência  
superior

Inovação

Design

**EOS.**





**CHRISTIAN HARTENSTEIN,**  
PRESIDENTE E CEO  
PRESIDENT AND CEO

“

Neste ano, vamos expandir nossa participação no segmento de panelas com revestimento cerâmico, em que já somos líderes no País. Uma nova tecnologia nos permite oferecer esse revestimento superior em panelas mais econômicas.

”

*"This year, we will expand our participation in the segment of pans with ceramic coating, in which we are already leaders in the country. A new technology allows us to offer this superior coating in more economical pans."*

## BRINOX

**A**s expectativas são muito boas, diz o presidente e CEO, Christian Hartenstein. **"O Brasil começou 2024 com maior estabilidade política, expectativa de baixa inflação, dólar estável, excelentes perspectivas de superavit na balança comercial e continuidade de queda da taxa Selic, o que contribui para um clima melhor de negócios. Em 2023, a Brinox iniciou um processo de reestruturação, tanto financeira como operacional e comercial, cujos resultados positivos foram capturados já no último trimestre do ano. Nosso foco está mais voltado ao ganho de eficiência e rentabilidade de nossas linhas do que ao aumento de faturamento."**

Neste ano, prepara grandes lançamentos. "Vamos expandir nossa participação no segmento de panelas com revestimento cerâmico, em que já somos líderes no País. Uma nova tecnologia nos permite oferecer esse revestimento superior em panelas mais econômicas. Na marca Coza, destaco a nova linha de potes de mantimento modulares para a organização de dispensas e cozinhas e na linha Rasco estamos incorporando novos itens ao nosso revolucionário Kamado", conta Christian.

A queda da Selic é fundamental para reativar a economia, diz o CEO. "O Brasil vem de uma década de baixo crescimento, e é necessário reverter esse processo. Uma vez que a inflação está controlada, níveis da Selic altos são uma trava para o desenvolvimento dos negócios no País. É fundamental que o governo seja assertivo na redução do gasto e na busca do equilíbrio fiscal para que o Banco Central possa ser mais agressivo na redução da taxa."

**E**xpectations are very good, says the president and CEO, Christian Hartenstein. **"Brazil started 2024 with greater political stability, expectations of low inflation, a stable dollar, excellent prospects for a surplus in the trade balance and a continued fall in the Selic rate, which contributes to a better business climate. In 2023, Brinox began a restructuring process, both financial, operational, and commercial, whose positive results were captured in the last quarter of the year. Our focus is more on gaining efficiency and profitability in our lines than on increasing revenue."**

This year, it is preparing major releases. "We are going to expand our participation in the segment of pans with ceramic coating, in which we are already leaders in the country. A new technology allows us to offer this superior coating in more economical pans. In the Coza brand, I highlight the new line of modular food containers for organizing pantries and kitchens and in the Rasco line we are incorporating new items into our revolutionary Kamado", says Christian.

The fall in the Selic is essential to reactivate the economy, says the CEO. "Brazil is coming from a decade of low growth, and it is necessary to reverse this process. Once inflation is under control, high Selic levels are a hindrance to the development of business in the country. It is essential that the government is assertive in reducing spending and seeking fiscal balance so that the Central Bank can be more aggressive in rate reduction."

# PROTEJA SEUS DADOS E VIVA MAIS TRANQUILO

com o Gestor de Vida Digital Europ Assistance!

Com nosso aplicativo você gerencia e compartilha seus ativos digitais com segurança e suporte técnico especializado 24/7 para recuperação de dados, conta hackeada, remoção de informações não autorizadas da internet e investigação na deep e dark web!







**CRISTIANE CLAUSEN,**  
DIRETORA-EXECUTIVA  
EXECUTIVE DIRECTOR

“

Em 2023, conquistamos maior share e nos mantivemos entre as marcas mais relevantes de eletrodomésticos e eletroportáteis do mercado brasileiro.

”

*“In 2023, we gained greater share and remained among the most relevant brands of household appliances and small appliances in the Brazilian market.”*

## BRITÂNIA

O mercado brasileiro irá se aquecer mais em 2024, diz Cristiane Clausen, diretora-executiva da Britânia. **“Existirá maior procura por compras nas lojas online, que mostram crescimento ano a ano, e teremos políticas governamentais de incentivo para a troca de aparelhos eletrodomésticos por outros com melhor eficiência energética. Além disso, estão previstos lançamentos de air fryers. É uma grande aposta da empresa. Com isso, esperamos crescimento de aproximadamente 10% para 2024 ante 2023.”**

No ano passado, a forte atuação em ações de marketing proporcionou à marca indicações a prêmios importantes e mais reconhecimento do público final. Um exemplo foi a certificação no Prêmio Experience Awards 2023, em duas categorias: “Indústria – Eletrônicos e Informática” e “Indústria – Máquinas e Equipamentos”. “Também conquistamos maior share e nos mantivemos entre as marcas mais relevantes de eletrodomésticos e eletroportáteis do mercado brasileiro”, conta Cristiane.

Em 2024, a empresa também amplia a sua planta fabril em Joinville (SC) em 210 mil m² e constrói outra em Linhares (ES), com 70 mil m². Cristiane acredita que o Brasil ainda enfrentará desafios neste ano. “A economia deve crescer um pouco, porém nada muito significativo. O governo ainda deve trabalhar arduamente no controle da inflação e nas reformas econômicas e fiscais, que são imprescindíveis para a retomada do crescimento do mercado.”

**The Brazilian market will heat up more in 2024, says Cristiane Clausen, executive director at Britânia. “There will be greater demand for purchases in online stores, which show growth year after year, and we will have government policies to encourage the exchange of household appliances for others with better energy efficiency. In addition, air fryers are planned to be launched. It’s a big bet for the company. With this, we expect growth of approximately 10% for 2024 compared to 2023.”**

Last year, strong performance in marketing actions provided the brand with nominations for important awards and greater recognition from the final consumer. One example was the certification in the Experience Awards 2023, in two categories: “Industry – Electronics and IT” and “Industry – Machines and equipment”. “We also gained greater share and remained among the most relevant brands of household appliances and small appliances in the Brazilian market”, says Cristiane.

In 2024, the company will also expand its manufacturing plant in Joinville (SC) by 210 thousand sqm and build another in Linhares (ES), with 70 thousand sqm. Cristiane believes that Brazil will still face challenges this year. “The economy should grow a little, but nothing very significant. The government must still work hard on controlling inflation and on economic and fiscal reforms, which are essential for the resumption of market growth.”

## CONHEÇA OS COOKTOPS DE INDUÇÃO QUE VÃO IMPULSIONAR SUAS VENDAS E SURPREENDER SEUS CLIENTES.

Uma linha completa, moderna, inovadora, tecnológica e, acima de tudo, que apresenta uma performance que impressiona.

PUBBLIC



**Cooktop de Indução Supreme (4 zonas)**  
Seguro e fácil de usar.



**Cooktop de Indução Dako (2 zonas flexíveis)**  
Grandes possibilidades para cozinhas compactas e áreas gourmet.



**Cooktop de Indução Portátil Dako (1 zona)**  
Leve e prático para surpreender em qualquer lugar.



**Cooktop de Indução Diplomata (4 zonas, 2 flexíveis)**  
A agilidade que você precisa, a segurança que você deseja e infinitas possibilidades de surpreender.



# DAKO

S U R P R E E N D E





*novos*  
**FOGGÕES**  
**SUGGAR**

**Ingredientes indispensáveis  
para o seu negócio!**



# DESCUBRA A REVOLUÇÃO NA COZINHA E NAS VENDAS.

Tenha os Foggões Suggar na sua loja.



FGVMTG511/12PT



FGVMTG511/12BR

**Master Grill**



Botões top control - Mesa de vidro temperado com design curvo - Trempes individuais de ferro fundido com 6 pontos de apoio - Queimador tripla chama - Acendimento superautomático na mesa e no forno - Queimadores injetados - Capacidade do forno: 56L 4q / 90L 5q - Forno Fácil Limpeza - Forno com válvula de segurança - Grill no forno - Porta espelhada - Dobradiças italianas - Luz de forno - 1 grade fixa e 1 deslizante com 3 níveis de ajuste no forno



**Conheça todos os modelos**

**suggar.com.br**

**SUGGAR**





ALEXANDRE BALDY,  
CONSELHEIRO ESPECIAL  
SPECIAL ADVISOR

“

Em 2024, lançaremos o Dolphin Mini, uma versão do Dolphin com alta tecnologia e preço acessível. Lançaremos, também, outros modelos híbridos e 100% elétricos, e veículos dotados de inteligência artificial.

”

*“In 2024, we will launch the Dolphin Mini, a version of the Dolphin with high technology and an affordable price. We will also launch other hybrid and 100% electric models, and vehicles equipped with artificial intelligence.”*

## BYD

Em 2023, a BYD se consolidou com folga na liderança do mercado de veículos eletrificados no Brasil, diz o conselheiro especial, Alexandre Baldy. **“As vendas da companhia cresceram quase 70 vezes no País. De acordo com dados da Associação Brasileira de Veículos Elétricos (ABVE), foram vendidos 17.947 carros da marca, um crescimento astronômico em comparação às 260 unidades comercializadas em 2022. Durante 2023, a BYD vendeu mais carros elétricos do que todos os seus concorrentes somados.”**

Para 2024, os planos envolvem o início da implantação do complexo de Camaçari (BA). O investimento no projeto da primeira fábrica de carros da BYD fora da Ásia é de R\$ 3 bilhões, e a capacidade de produção é de 150 mil veículos/ano. Em 2024, lança o Dolphin Mini, uma versão do Dolphin com alta tecnologia e preço acessível. “Lançaremos, também, outros modelos híbridos e 100% elétricos, e veículos dotados de inteligência artificial”, adianta Alexandre.

A expectativa da BYD é superar os números de 2023, tornando-se uma empresa cada vez mais brasileira, diz o conselheiro. “É fundamental o desenvolvimento de políticas que apostem em um consumo consciente para que a reindustrialização do País aconteça com novas tecnologias e infraestrutura que levem o Brasil a um futuro mais verde. Vemos a retomada de tributação do imposto de importação com muito respeito. Essas medidas podem permitir que as empresas sérias, comprometidas com investimentos no Brasil, possam ser agentes de uma reindustrialização do País, gerando mais empregos e renda.”

*In 2023, BYD will easily consolidate itself as the leader of the electrified vehicle market in Brazil, says the special advisor, Alexandre Baldy. “The company’s sales grew almost 70 times in the country. According to data from the Brazilian Electric Vehicle Association (ABVE), 17,947 cars of the brand were sold, an astronomical growth compared to the 260 units sold in 2022. During 2023, BYD sold more electric cars than all its competitors combined.”*

*For 2024, the plans involve the beginning of the implementation of the Camaçari (BA) complex. The investment in the project for BYD’s first car factory outside Asia is BRL 3 billion, and the production capacity is 150 thousand vehicles/year. In 2024, it launches the Dolphin Mini, a version of the Dolphin with high technology and an affordable price. “We will also launch other hybrid and 100% electric models, and vehicles equipped with artificial intelligence”, says Alexandre.*

BYD’s expectation is to surpass the 2023 numbers, becoming an increasingly Brazilian company, says the advisor. “It is essential to develop policies that focus on conscious consumption so that the reindustrialization of the country takes place with new technologies and infrastructure that lead Brazil to a greener future. We view the resumption of import tax taxation with great respect. These measures can allow serious companies, committed to investing in Brazil, to be agents of a reindustrialization of the country, generating more jobs and income.”



# Praticidade Eficiência Design

**A solução que os seus  
clientes procuram**

São utensílios e equipamentos para cozinha, eletros, móveis, ferramentas para agricultura, jardinagem, construção civil, manutenção industrial e automotiva, materiais elétricos e veículos utilitários, além dos mais recentes jogos de mesa em porcelana.



**TRAMONTINA**

parceria para fazer bem feito





PIETER FRERIKS,  
CEO

“

Para a empresa, 2024 será muito importante. Em janeiro, lançou a Caloi Full Suspension Alumínio com quadro 100% feito na fábrica de Manaus (AM), que está sendo modernizada. Neste trimestre, apresentou a Moterra, bike elétrica full suspension.

”

*“For the company, 2024 will be very important. In January, it launched the Caloi Full Suspension Aluminum with a frame 100% made at the Manaus (AM) factory, which is being modernized. This quarter, it presented the Moterra, a full suspension electric bike.”*

## CALOI

A expectativa é que o mercado de bicicletas se estabeleça, diz o CEO, Pieter Freriks. **“Na pandemia, a demanda foi acima do normal, mas depois ocorreu uma retração natural. Toda a cadeia de suprimentos de bicicletas sofreu com isso. Acreditamos que em 2024 haverá regularização da demanda. Teremos importantes lançamentos, com bicicletas para nichos em que não atuávamos, como uma mountain bike full suspension em alumínio. Esperamos que o ano seja mais positivo para o mercado e para a Caloi.”**

Uma grande conquista, em 2023, foi o lançamento da linha Explorer, cujas bicicletas têm tecnologia inovadora para uma categoria de entrada para o mundo do mountain bike. “Também relançamos a CaloiCross Extra Light, que fez muito sucesso nos anos 1980. Veio repaginada nas cores azul e vermelha, em edição limitada, que vendeu rápido em todo o País. Esse lançamento mostrou a força da marca Caloi, que tem mais de 125 anos de história. O ano também foi de adequação do nível de estoque”, conta o CEO.

Para a empresa, 2024 será muito importante. Em janeiro, lançou a Caloi Full Suspension Alumínio com quadro 100% feito em sua fábrica em Manaus (AM), que está sendo modernizada. Neste trimestre, apresentou a Moterra, bike elétrica full suspension, sucesso na Europa e nos Estados Unidos. “Teremos vários outros lançamentos, com novidades principalmente na linha Performance. Com a Cannondale, uma de nossas marcas mundiais de alta performance, o plano é retomar o abastecimento do mercado em linha com os lançamentos globais.”

The expectation is that the bicycle market will establish itself, says the CEO, Pieter Freriks. **“During the pandemic, demand was above normal, but then there was a natural downturn. The entire bicycle supply chain suffered as a result. We believe that in 2024 demand will be regularized. We will have important launches, with bicycles for niches in which we did not operate, such as a full suspension aluminum mountain bike. We hope the year will be more positive for the market and for Caloi.”**

A great achievement, in 2023, was the launch of the Explorer line, whose bicycles have innovative technology for an entry category into the world of mountain biking. “We also relaunched the CaloiCross Extra Light, which was very successful in the 1980s. It came revamped in blue and red colors, in a limited edition, which sold quickly throughout the country. This launch showed the strength of the Caloi brand, which has more than 125 years of history. The year was also about adjusting the stock level”, says the CEO.

For the company, 2024 will be very important. In January, it launched the Caloi Full Suspension Aluminum with a frame 100% made in its factory in Manaus (AM), which is being modernized. This quarter, it presented the Moterra, a full suspension electric bike, a success in Europe and the United States. “We will have several other launches, with new features mainly in the Performance line. With Cannondale, one of our high-performance global brands, the plan is to resume supplying the market in line with global launches.”

# DELL TECHNOLOGIES BRASIL

A empresa considera o momento atual bastante promissor, tanto global como localmente, diz o presidente, Diego Puerta. **"O Brasil é um mercado importante na estratégia da companhia, onde fazemos investimentos a longo prazo e para onde trazemos o que há de melhor e mais inovador. Em 2023, mantivemos a posição de liderança e ofertamos um portfólio de soluções e serviços completo. Em 2024, quando comemoramos 25 anos de trajetória no País, ressaltamos o compromisso em liderar a transformação digital dos nossos clientes com soluções inovadoras e consultoria especializada."**

Neste ano, projeta desempenho favorável nos segmentos de infraestrutura (ISG) e soluções para clientes e consumo (CSG). O primeiro, que abrange servidores, rede, armazenamento e infraestrutura como serviço, terá papel crucial com a digitalização empresarial, impulsionada por avanços em inteligência artificial, computação multicloud e na borda. "Em CSG, que inclui vendas de desktops, workstations e laptops para clientes comerciais e consumidores, prevemos uma retomada com a introdução de nova geração de dispositivos com tecnologias de IA generativa embarcada", conta Diego.

A empresa segue confiante em desempenhar papel fundamental no apoio aos clientes em suas jornadas de adoção da IA, com um time de consultoria experiente, diz o presidente. "Em um cenário tecnológico em constante evolução, a Dell Technologies mantém sua posição como líder, adaptando-se e impulsionando a inovação para atender às demandas emergentes do mercado."

*The company considers the current situation to be very promising, both globally and locally, says the president, Diego Puerta. **"Brazil is an important market in the company's strategy, where we make long-term investments and where we bring the best and most innovative. In 2023, we maintained our leadership position and offered a complete portfolio of solutions and services. In 2024, when we celebrate 25 years of experience in the country, we highlight our commitment to leading the digital transformation of our clients with innovative solutions and specialized consultancy."***

*This year, it projects favorable performance in the infrastructure (ISG) and customer and consumer solutions (CSG) segments. The first, which covers servers, networking, storage, and infrastructure as a service, will play a crucial role in enterprise digitalization, driven by advances in artificial intelligence, multicloud and edge computing. "In CSG, which includes sales of desktops, workstations and laptops to commercial and consumer customers, we foresee a recovery with the introduction of a new generation of devices with embedded generative AI technologies", says Diego.*

*The company remains confident in playing a fundamental role in supporting customers on their AI adoption journeys, with an experienced consulting team, says the president. "In an ever-evolving technology landscape, Dell Technologies maintains its position as a leader by adapting and driving innovation to meet emerging market demands."*



**DIEGO PUERTA,**  
**PRESIDENTE**  
PRESIDENT

“

**A empresa segue confiante em desempenhar papel fundamental no apoio aos clientes em suas jornadas de adoção da IA, com um time de consultoria experiente.**

”

*"The company remains confident in playing a key role in supporting customers on their AI adoption journeys, with an experienced consulting team."*





**LEANDRO JASIOCHA,**  
CEO DO ELECTROLUX GROUP AMÉRICA LATINA  
CEO AT ELECTROLUX GROUP LATIN AMERICA

“

Em 2024, iniciamos a construção de nova operação em São José dos Pinhais (PR), com investimento de mais de R\$ 700 milhões.

Seremos ainda mais competitivos para atender o mercado brasileiro.

”

*“In 2024, we began construction of a new operation in São José dos Pinhais (PR), with an investment of more than BRL 700 million. We will be even more competitive to serve the Brazilian market.”*

## ELECTROLUX

Assim como em 2023, segue com alguns desafios para 2024, impulsionados por anos anteriores de alta inflação, incertezas geopolíticas e dificuldade na aquisição de matérias-primas, que resultaram em uma diminuição da demanda, globalmente, diz o CEO, Leandro Jasiocha. **“No Brasil, notamos uma leve recuperação na comparação com o ano anterior. Tivemos lançamentos importantes em 2023, que terão seu primeiro ano completo de vendas em 2024, os quais nos trarão ganhos de participação em algumas categorias de linha branca e portáteis.”**

Em 2023, colocou mais de 300 novos produtos no mercado da América Latina e, neste ano, não será diferente. Seu portfólio atende todos os tipos de consumidor com sete marcas na região. Em 2024, iniciou a construção de nova operação em São José dos Pinhais (PR), com investimento de mais de R\$ 700 milhões. “Seremos ainda mais competitivos para atender o mercado brasileiro com a nacionalização de mais categorias de produtos”, conta Leandro.

Na economia, o CEO diz que são necessárias políticas fiscais equilibradas que permitam a queda dos juros e o estímulo de políticas públicas para a geração de emprego e renda. “Isso abre possibilidades para que o nosso setor seja impactado por um aquecimento na economia. O eletrodoméstico precisa ser considerado item essencial no processo de melhoria e redução dos déficits de habitação do País. E é preciso ter atenção na evolução dos custos de insumos de matéria-prima e logísticos, que nos últimos anos impactaram fortemente a rentabilidade da indústria.”

As in 2023, there are still some challenges for 2024, driven by previous years of high inflation, geopolitical uncertainties, and difficulty in acquiring raw materials, which resulted in a decrease in demand globally, says the CEO, Leandro Jasiocha. **“In Brazil, we noticed a slight recovery compared to the previous year. We had important launches in 2023, which will have their first full year of sales in 2024, which will bring us share gains in some white goods and portable categories.”**

In 2023, it placed more than 300 new products on the Latin American market and, this year, it will be no different. Its portfolio serves all types of consumers with seven brands in the region. In 2024, construction began on a new operation in São José dos Pinhais (PR), with an investment of more than BRL 700 million. “We will be even more competitive to serve the Brazilian market with the nationalization of more product categories”, says Leandro.

In the economy, the CEO says that balanced fiscal policies are needed to allow interest rates to fall and public policies to be stimulated to generate jobs and income. “This opens possibilities for our sector to be impacted by a recovery in the economy. Home appliances need to be considered an essential item in the process of improving and reducing the country’s housing deficits. And it is necessary to pay attention to the evolution of the costs of raw material and logistical inputs, which in recent years have had a strong impact on the industry’s profitability.”

## ELG

O ano de 2024 traz um grau de otimismo relativamente maior que o de 2023, diz o presidente, Antonio Henrique Felipe Lopez. **"As expectativas são boas, estamos com negociações bastante promissoras e estratégias alinhadas. As metas são desafiadoras, mas temos um grande time, interno e externo, coeso e empenhado. Sem dúvida, 2023 foi um ano em que tivemos de nos reorganizar de maneira rápida, porém com solidez, e estamos bastante contentes com o resultado."**

Neste ano, a ELG terá novidades nas linhas de suportes, acessórios para smartphones, fones de ouvido, gamer e casa conectada. "Teremos tanto novidades como itens renovados em design, funcionalidades e especificações técnicas", conta o presidente.

Na opinião de Antonio Henrique, a economia brasileira continua um tanto instável. "O mercado financeiro estima crescimento em torno de 1,5% para o PIB do Brasil em 2024, praticamente metade do resultado de 2023, mas entendemos que o mercado ainda está num processo de adaptação. Quanto à taxa de juros, ainda é cedo para um desenho mais assertivo. Mas as pesquisas apontam perspectivas de otimismo frente ao mercado consumidor para os próximos meses, com melhora gradual do cenário econômico, justamente pela redução na taxa de juros e melhores perspectivas de crescimento, emprego e salário, o que incentivará investimentos por parte das empresas e aceleração do consumo."

**The year 2024 brings a relatively greater degree of optimism than 2023, says the president, Antonio Henrique Felipe Lopez. "Expectations are good, we have very promising negotiations and aligned strategies. The goals are challenging, but we have a great team, internal and external, cohesive, and committed. Without a doubt, 2023 was a year in which we had to reorganize quickly, but solidly, and we are very happy with the result."**

*This year, ELG will have new features in the lines of supports, accessories for smartphones, headphones, gamers and connected home. "We will have both new and renewed items in design, features and technical specifications", says the president.*

*In Antonio Henrique's opinion, the Brazilian economy remains somewhat unstable. "The financial market estimates growth of around 1.5% for Brazil's GDP in 2024, practically half of the 2023 result, but we understand that the market is still in an adaptation process. As for the interest rate, it is still too early for a more assertive design. But research points to optimistic prospects for the consumer market in the coming months, with a gradual improvement in the economic scenario, precisely due to the reduction in interest rates and better prospects for growth, employment, and wages, which will encourage investments by companies and acceleration of consumption."*



**ANTONIO HENRIQUE FELIPE LOPEZ,**  
PRESIDENTE  
PRESIDENT

“

**Neste ano, a ELG terá novidades nas linhas de suportes, acessórios para smartphones, fones de ouvido, gamer e casa conectada. Teremos tanto novidades como itens renovados em design, funcionalidades e especificações técnicas.**

”

*"This year, ELG will have new features in the lines of supports, accessories for smartphones, headphones, gamers, and connected home. We will have both new and renewed items in design, features, and technical specifications."*



RAFAEL FEDER,  
CEO

“

Em 2024, o foco é 100% na linha com tecnologia Inverter e conectividade, e em aparelhos como Cassete One Air e Bi e Tri Split. Também fortalecemos a nossa família de fritadeiras e lançaremos produtos smart.

”

*“In 2024, the focus is 100% on the line with Inverter technology and connectivity, and on devices such as Cassete One Air and Bi and Tri Split. We have also strengthened our fryer family and will launch smart products.”*

## ELGIN

No segmento de ar-condicionado, 2023 foi de muita transformação, diz o CEO, Rafael Feder. **“Trocamos toda a nossa linha de produtos On/Off para Inverter com fluido refrigerante R-32 e selo A do Inmetro. Em 2024, esperamos crescimento devido à influência do El Niño e ao desabastecimento provocado pela seca do Rio Amazonas no final do ano passado. Neste trimestre, investimos em 15 novos produtos nas categorias de cozinha, cuidados pessoais e casa. Em bens de consumo, o crescimento será atrelado à diversificação do line-up e à maior presença de nossos produtos nos pontos de venda. Destacamos, ainda, a coleção limitada com discos colecionáveis do Sonic.”**

Em 2024, o foco é 100% na linha com tecnologia Inverter e conectividade, e em aparelhos como Cassete One Air e Bi e Tri Split. “Também fortalecemos a nossa família de fritadeiras e disponibilizaremos novidades em cuidados pessoais. Lançaremos produtos smart, seguindo a tendência aplicada em toda a empresa. Em bens de consumo, está nos planos a expansão das linhas de iluminação e casa inteligente”, conta o CEO.

No âmbito da economia brasileira, Rafael se mantém otimista. “Apesar de termos perspectivas de crescimento do País menores para 2024, estamos confiantes em que este será um ano melhor que o anterior.”

*In the air conditioning segment, 2023 saw a lot of transformation, says the CEO, Rafael Feder. **“We changed our entire line of On/Off products to Inverter with R-32 refrigerant and Inmetro A seal. In 2024, we expect growth due to the influence of El Niño and the shortages caused by the drought in the Amazon River at the end of last year. This quarter, we invested in 15 new products in the kitchen, personal care, and home categories. In consumer goods, growth will be linked to the diversification of the line-up and the greater presence of our products at points of sale. We also highlight the limited collection with collectible Sonic records.”***

*In 2024, the focus is 100% on the line with Inverter technology and connectivity, and on devices such as Cassete One Air and Bi and Tri Split. “We have also strengthened our family of fryers and will offer new features in personal care. We will launch smart products, following the trend applied throughout the company. In consumer goods, the plans include expanding the lighting and smart home lines”, says the CEO.*

*In the context of the Brazilian economy, Rafael remains optimistic. “Although we have lower growth prospects for the country for 2024, we are confident that this will be a better year than the previous one.”*

# ELSYS

**É** com muito orgulho que a Elsys comemora 35 anos em 2024, diz o CEO, Damian Zisman. **"Em 2023, enfrentamos obstáculos, como a crise hídrica em Manaus (AM), que impactou diretamente o fornecimento de componentes e afetou toda a nossa cadeia produtiva na região. Fomos afetados também pela instabilidade global. Mesmo com esses desafios, a empresa continuou a crescer, mantendo o alto padrão de qualidade pelo qual é conhecida e que lhe rendeu, pelo terceiro ano consecutivo, o reconhecimento do Great Place to Work (GPTW). Trabalhamos para crescer pelo menos dois dígitos em 2024."**

Em 2023, lançou o Amplimax Ultra, primeira solução FWA 5G outdoor, desenvolvida e fabricada no Brasil, fortalecendo sua posição de liderança no mercado de FWA outdoor, agora com foco também no corporativo. Levou seus produtos para novos países da América Latina. "Neste ano, uma importante inovação é a incorporação de soluções de inteligência artificial associadas a nossos produtos para entregar uma experiência única aos clientes. Vamos atuar em novos canais, com soluções completas e customizadas, atendendo de forma mais assertiva nichos que demandam um olhar mais próximo sobre suas necessidades", conta o CEO.

A economia brasileira tem se consolidado num patamar de baixo para moderado crescimento, diz Damian. "Para crescer de forma robusta, precisa de mudanças estruturais que não estão no radar. Com a queda da taxa de juros, vemos um cenário um pouco mais propício para o estímulo ao consumo e investimentos, mas sem mudanças muito relevantes."

***It is with great pride that Elsys celebrates 35 years in 2024, says the CEO, Damian Zisman. "In 2023, we faced obstacles, such as the water crisis in Manaus (AM), which directly impacted the supply of components and affected our entire production chain in the region, as well as global instability. Even with these challenges, the company continued to grow, maintaining the high-quality standard for which it is known, and which earned it, for the third consecutive year, recognition from the Great Place to Work (GPTW). We work to grow at least double digits in 2024."***

*In 2023, it launched Amplimax Ultra, the first 5G outdoor FWA solution, developed and manufactured in Brazil, strengthening its leadership position in the outdoor FWA market, now also focusing on the corporate sector. It took its products to new countries in Latin America. "This year, an important innovation is the incorporation of artificial intelligence solutions associated with our products to deliver a unique experience to customers. We will operate in new channels, with complete and customized solutions, more assertively serving niches that require a closer look at their needs", says the CEO.*

*The Brazilian economy has been consolidating at a low level to moderate growth, says Damian. "To grow robustly, it needs structural changes that are not on the radar. With the fall in interest rates, we see a scenario that is a little more conducive to stimulating consumption and investments, but without very relevant changes."*



**DAMIAN ZISMAN,**  
CEO

“

**Neste ano, uma importante inovação é a incorporação de soluções de inteligência artificial associadas a nossos produtos para entregar uma experiência única aos clientes.**

”

*"This year, an important innovation is the incorporation of artificial intelligence solutions associated with our products to deliver a unique experience to customers."*





MAURÍCIO MOTA,  
PORTA-VOZ  
SPOKESPERSON

“

Em 2024, iremos focar em nosso core business, produtos relacionados à refrigeração e à climatização. Serão mais de 50 lançamentos. Também iremos expandir nosso portfólio, incluindo itens de lavanderia e refrigeradores verticais.

”

*“In 2024, we will focus on our core business, products related to refrigeration and air conditioning. There will be more than 50 launches. We will also expand our portfolio to include laundry items and upright refrigerators.”*

## EOS

Sua expectativa é crescer 15% em faturamento na comparação com o ano passado, diz Maurício Mota, porta-voz da empresa. **“Estamos otimistas com um cenário mais favorável devido à queda na taxa de juros. Isso injetará mais dinheiro na economia como um todo.”**

Em 2024, a EOS irá focar em seu core business, produtos relacionados à refrigeração e à climatização. Serão mais de 50 lançamentos. “Também iremos expandir nosso portfólio, incluindo itens de lavanderia e refrigeradores verticais”, conta o porta-voz.

O Brasil é um país com muitos desafios pela frente, afirma Maurício. “Principalmente os relacionados à infraestrutura. Mas a queda de juros já está ocorrendo e vemos indicativos de aumento nas vendas de imóveis, o que impulsiona todo o mercado de eletros.”

*Its expectation is to grow 15% in revenue compared to last year, says Maurício Mota, company's spokesperson. **“We are optimistic about a more favorable scenario due to the drop in interest rates. This will inject more money into the economy.”***

*In 2024, EOS will focus on its core business, products related to refrigeration and air conditioning. There will be more than 50 launches. “We will also expand our portfolio, including laundry items and vertical refrigerators,” says the spokesperson.*

*Brazil is a country with many challenges ahead, says Maurício. “Mainly those related to infrastructure. But the drop in interest rates is already occurring and we see signs of an increase in property sales, which is boosting the entire electronics market.”*

# ESMALTEC

**"Em 2023, celebramos 60 anos de existência e lançamos produtos importantes para consolidar a Esmaltec no segmento popular. Para 2024, temos expectativas positivas, visando reforçar nosso compromisso em oferecer soluções acessíveis e confiáveis, o que fortalece nossa marca junto às famílias brasileiras",** conta o diretor-superintendente, Marcelo Pinto.

Neste ano, a empresa trabalha com entusiasmo no lançamento de novos produtos, desenvolvidos para complementar o seu portfólio, atendendo às necessidades do público-alvo, diz Marcelo. "Antecipamos um ano de crescimento com inovação contínua."

A Esmaltec está otimista em relação à economia brasileira. "A continuidade da queda das taxas de juros e o aumento na geração de empregos devem elevar o poder de compra dos consumidores. Isso resultará em maior acesso aos eletrodomésticos, impulsionando as vendas no mercado", afirma Marcelo.

**"In 2023, we celebrate 60 years of existence and launch important products to consolidate Esmaltec in the popular segment. For 2024, we have positive expectations, aiming to reinforce our commitment to offering affordable and reliable solutions, which strengthens our brand among Brazilian families",** says the superintendent director, Marcelo Pinto.

*This year, the company is working enthusiastically on launching new products, developed to complement its portfolio, meeting the needs of its target audience, says Marcelo. "We anticipate a year of growth with continued innovation."*

*Esmaltec is optimistic about the Brazilian economy. "The continued fall in interest rates and the increase in job creation should grow's purchasing power. This will result in greater access to household appliances, boosting sales in the market", says Marcelo.*



**MARCELO PINTO,**  
DIRETOR-SUPERINTENDENTE  
SUPERINTENDENT DIRECTOR

“

**Em 2024, trabalhamos com entusiasmo no lançamento de novos produtos, desenvolvidos para complementar o nosso portfólio, atendendo às necessidades do público-alvo. Antecipamos um ano de crescimento com inovação contínua.**

”

*"In 2024, we will work enthusiastically on launching new products, developed to complement our portfolio, meeting the needs of our target audience. We anticipate a year of growth with continued innovation."*





ANDRÉ NAKASUGUI,  
DIRETOR  
DIRECTOR

“

Neste ano, temos lançamentos diferenciados, como a linha Arrow de cadeiras, que traz melhor custo-benefício e excelente lucro às revendas. Na linha de hardware, os modelos de water cooler virão com as mangueiras em LED.

”

*“This year, we have different launches, such as the Arrow line of chairs, which brings better cost-benefit and excellent profits to resellers. In the hardware line, the water cooler models will come with LED hoses.”*

## EVOLUT GAMER

**E**m 2023, a empresa reformulou totalmente a sua linha de produtos, conta o diretor, André Nakasugui. **“Foi um desafio que concluímos com sucesso e projetamos 2024, pensando na expansão da operação e das categorias, com reforço de novidades na linha gamer. Neste ano, temos lançamentos diferenciados, como a linha Arrow de cadeiras, que traz o melhor custo-benefício e excelente lucro às revendas. Na linha de hardware, os modelos de water cooler virão com as mangueiras em LED, uma novidade muito importante.”**

A expectativa de especialistas econômicos de baixa da taxa Selic para 9% até o final do ano é alentadora. “Haverá queda em todas as taxas de empréstimos e operações financeiras envolvendo recursos de terceiros. Nesse sentido, nossa expectativa é que consigamos viabilizar novos projetos, visto que o custo financeiro estará mais baixo. A queda dos juros será um sinal de que a inflação está desacelerando. Isso poderá levar o consumidor a adquirir nossos produtos, que são tidos como bens não essenciais”, diz André.

Para o diretor da Evolut, também é importante analisar fatores como o aumento do salário mínimo e a isenção do pagamento do imposto de renda para quem ganha até dois salários mínimos. “Embora de forma discreta, eles ocasionam ganho no poder de compra real neste ano, indicando uma possível faixa de novos consumidores a médio prazo.”

**I**n 2023, the company completely reformulated its product line, says the director, André Nakasugui. **“It was a challenge that we successfully completed, and we project for 2024, thinking about expanding the operation and categories, with reinforcement of new features in the gamer line. This year, we have different launches, such as the Arrow line of chairs, which brings the best cost-benefit and excellent profit to resellers. In the hardware line, the water cooler models will come with LED hoses, a very important novelty.”**

The expectation of economic experts that the Selic rate will fall to 9% by the end of the year is encouraging. “There will be a drop-in all loan rates and financial operations involving third-party resources. In this sense, our expectation is that we will be able to make new projects viable. The drop-in interest rates will be a sign that inflation is slowing down, with less loss of purchasing power. This could lead consumers to purchase our products, which are considered non-essential goods”, says André.

For the director of Evolut, it is also important to analyze factors such as the increase in the minimum wage and the exemption from paying income tax for those earning up to two minimum wages. “Although discreetly, they lead to gains in real purchasing power this year, indicating a possible range of new consumers in the medium term.”

## EZVIZ

Este será o ano da empresa no Brasil, diz o porta-voz, Raul Arakaki, executivo de vendas online e marketing. **"Faremos investimentos em diversas frentes e abriremos três novas linhas de produto. Com isso, o nosso share no mercado também irá avançar. O ano de 2023 foi de evolução, houve grande crescimento no mercado offline e online. Tivemos sucesso e quebramos barreiras de sell out no segmento online de vendas."**

Para 2024, a empresa terá muitas novidades. "Lançaremos nossa linha de limpeza inteligente, com produtos como o robô aspirador e aspiradores normais, além de fechaduras de custo-benefício intermediário, com desbloqueio remoto e high-end com diferenciais de alto nível. Os produtos contribuirão para a nossa evolução em todo o País", conta Raul.

Na economia, a grande expectativa do porta-voz é que tenha continuidade a redução da taxa de juros. "Apesar de algumas incertezas, continuaremos avaliando o mercado brasileiro como um todo, bem como analisando e gerindo todas as variáveis."

**This will be the company's year in Brazil, says the spokesperson Raul Arakaki, online sales, and marketing executive. "We will make investments on several fronts and open three new product lines. With this, our market share will also increase. The year 2023 was one of evolution, there was great growth in the offline and online market. We were successful and broke sell out barriers in the online sales segment."**

For 2024, the company will have many new features. "We will launch our intelligent cleaning line, with products such as the robot vacuum cleaner and normal vacuum cleaners, as well as intermediate cost-benefit locks, with remote unlocking and high-end locks with high-level differentials. The products will contribute to our evolution throughout the country", says Raul.

In the economy, the spokesperson's expectation is that the interest rate reduction will continue. "Despite some uncertainties, we will continue to evaluate the Brazilian market as a whole, as well as analyzing and managing all variables."



**RAUL ARAKAKI,**  
PORTA-VOZ E EXECUTIVO DE VENDAS  
ONLINE E MARKETING  
SPOKESPERSON AND ONLINE SALES AND  
MARKETING EXECUTIVE

“

**Em 2024, teremos muitas novidades. Uma delas é o lançamento da nossa linha de limpeza inteligente, com produtos como o robô aspirador. Os produtos contribuirão para a nossa evolução em todo o País.**

”

*"In 2024, we will have many new features. One of them is the launch of our intelligent cleaning line, with products such as the robot vacuum cleaner. The products will contribute to our evolution throughout the country."*





INGO FISCHER,  
PRESIDENTE  
PRESIDENT

“

Neste ano, teremos lançamentos nas principais categorias em que atuamos. Estamos atentos ao comportamento de consumo do nosso público-alvo, que cada vez mais exige soluções práticas, sustentáveis e econômicas.

”

*“This year, we will have launches in the main categories in which we operate. We are attentive to the consumption behavior of our target audience, which increasingly demands practical, sustainable, and economical solutions.”*

## FISCHER

A empresa acompanha constantemente a dinâmica do mercado e as necessidades de seus consumidores, diz o presidente, Ingo Fischer. **“Por essa razão, em 2023, apostamos em destacar a função Air Fryer em alguns dos nossos fornos, tanto de bancada como de embutir. Esperamos crescer em 2024, consolidando investimentos e com a entrada em novos canais e clientes.”**

Para este ano, a Fischer prepara importantes lançamentos nas principais categorias em que atua. “Estamos atentos ao comportamento de consumo do nosso público-alvo, que cada vez mais exige soluções práticas, sustentáveis e econômicas para seu lar”, conta o presidente.

Na opinião de Ingo, a economia brasileira pode ser desafiadora, principalmente pelos momentos de instabilidade. “Contudo, estamos otimistas em relação ao ano de 2024. Acreditamos que a queda de juros pode estimular o consumo, fomentando a compra de bens, incentivando o crédito no varejo e gerando mais confiança para os clientes e os consumidores.”

*The company constantly monitors market dynamics and the needs of its consumers, says the president, Ingo Fischer. **“For this reason, in 2023, we are committed to highlighting the Air Fryer function in some of our ovens, both countertop and built in. We hope to grow in 2024, consolidating investments and entering new channels and customers.”***

*For this year, Fischer is preparing important launches in the main categories in which it operates. “We are attentive to the consumption behavior of our target audience, who increasingly demand practical, sustainable and economical solutions for their homes”, says the president.*

*In Ingo’s opinion, the Brazilian economy can be challenging, mainly due to moments of instability. “However, we are optimistic about 2024. We believe that falling interest rates can stimulate consumption, encouraging the purchase of goods, encouraging retail credit, and generating more confidence for customers and consumers.”*

# FUJITSU GENERAL DO BRASIL

A empresa investe e expande seus negócios no Brasil, diz o presidente, Akihide Sayama. **"Em 2023, nossa grande conquista foi o lançamento da marca global Airstage, muito reconhecida e comercializada em outros países. Em 2024, estamos embasados em nossa gestão sustentável. Com inovação e tecnologia, construímos um futuro mais brilhante e seguro para os clientes e para a sociedade. Temos metas agressivas. Vamos trabalhar forte para superar os resultados dos anos anteriores e crescer de forma cada vez mais sustentável."**

Neste ano, a empresa dará continuidade aos lançamentos nas novas linhas, a Essencial e a Premium. A primeira tem aparelhos de ar-condicionado, modelos split high wall, com fluido R-32 e tecnologia Inverter, 100% produzidos no Brasil. A segunda possui modelos split high wall, teto e cassete, com fluido R-32 e tecnologia Inverter, fabricados no País e no exterior. "Nossos equipamentos são os mais duráveis, silenciosos e confiáveis devido à tecnologia japonesa de ponta e aos rigorosos testes de qualidade em toda a cadeia de produção", conta Akihide.

O presidente da Fujitsu está otimista com o crescimento da economia brasileira. "O processo de recuperação do emprego e da renda deve se manter, e as vendas de bens duráveis serão favorecidas. Quando há queda na Selic, a tendência é que bancos e instituições financeiras diminuam as taxas de juros, tornando o crédito mais acessível à população, o que estimula o consumo. Isso contribui para a maior penetração dos aparelhos de ar-condicionado nas residências."

**The company invests and expands its business in Brazil, says the president, Akihide Sayama. "In 2023, our greatest achievement was the launch of the global Airstage brand, highly recognized and sold in other countries. In 2024, we are based on our sustainable management. With innovation and technology, we build a brighter and safer future for customers and society. We have aggressive goals. We will work hard to surpass the results of previous years and grow in an increasingly sustainable way."**

*This year, the company will continue launching new lines, Essencial and Premium. The first has air conditioning units, split high wall models, with R-32 fluid and Inverter technology, 100% produced in Brazil. The second has split high wall, ceiling, and cassette models, with R-32 fluid and Inverter technology, manufactured in the country and abroad. "Our equipment is the most durable, silent and reliable due to cutting-edge Japanese technology and rigorous quality tests throughout the production chain", says Akihide.*

*The president of Fujitsu is optimistic about the growth of the Brazilian economy. "The process of recovery of employment and income must continue, and sales of durable goods will be favored. When there is a fall in the Selic, the tendency is for banks and financial institutions to reduce interest rates, making credit more accessible to the population, which stimulates consumption. This contributes to the greater penetration of air conditioning units in homes."*



**AKIHIDE SAYAMA,**  
PRESIDENTE  
PRESIDENT

“

**Nossos equipamentos são os mais duráveis, silenciosos e confiáveis devido à tecnologia japonesa de ponta e aos rigorosos testes de qualidade em toda a cadeia de produção.**

”

*"Our equipment is the most durable, silent and reliable due to cutting-edge Japanese technology and rigorous quality tests throughout the production chain."*





**RAFAEL ASSA,**  
COFUNDADOR E DIRETOR  
CO-FOUNDER AND DIRECTOR

“

Neste ano, temos um olhar voltado principalmente para o nosso core business, procurando trazer ao mercado brasileiro as principais inovações em acessórios para smartphones e outras categorias, como áudio, gamer, office, pet e casa inteligente.

”

*“This year, we are focusing mainly on our core business, seeking to bring to the Brazilian market the main innovations in accessories for smartphones and other categories, such as audio, gamer, office, pet, and smart home.”*

## GEONAV

A Geonav se orgulha de ser uma marca em crescimento, ano após ano, diz o cofundador e diretor, Rafael Assa. **“Nós nos tornamos uma referência no mercado B2B de acessórios e aumentamos o leque de categorias de produtos no portfólio. Em 2023, fizemos um reposicionamento de marca, trazendo modernidade e mais proximidade com o cliente final, bem como uma presença marcante nas redes sociais. Para 2024, estamos confiantes em que continuaremos nesse caminho, com previsão de crescimento acima de 15% ante o ano anterior.”**

O foco da empresa é oferecer produtos que descomplicam a vida das pessoas. “Neste ano, temos um olhar voltado principalmente para o nosso core business, procurando trazer ao mercado brasileiro as principais inovações em acessórios para smartphones e outras categorias, como áudio, gamer, office, pet e casa inteligente. Estamos sempre abertos às novidades tecnológicas que fazem sentido no dia a dia dos nossos consumidores”, conta Rafael.

Na opinião do diretor, a história mostra que o empresário não pode confiar no bom senso do governo e de seus representantes. “A inflação está controlada e temos perspectiva de queda de juros. Isso significa para o varejo maior cobertura de estoque, portanto mais produtos nas lojas, o que é um cenário macroeconômico melhor do que encontramos em 2023. Para os nossos resultados de 2024, confio muito mais na nossa equipe interna e no planejamento estratégico bem estruturado que montamos para atingir os objetivos traçados do que em ações efetivas do governo.”

Geonav is proud to be a growing brand, year after year, says the co-founder and director, Rafael Assa. **“We have become a reference in the B2B accessories market and increased the range of product categories in the portfolio. In 2023, we repositioned the brand, bringing modernity and closer proximity to the end customer, as well as a strong presence on social media. For 2024, we are confident that we will continue this path, with growth forecast above 15% compared to the previous year.”**

The company's focus is to offer products that simplify people's lives. “This year, we are focusing mainly on our core business, seeking to bring to the Brazilian market the main innovations in accessories for smartphones and other categories, such as audio, gamer, office, pet, and smart home. We are always open to technological innovations that make sense in the daily lives of our consumers”, says Rafael.

In the director's opinion, history shows that businesspeople cannot trust the common sense of the government and its representatives. “Inflation is under control, and we have the prospect of falling interest rates. This means for retailer's greater stock coverage, therefore more products in stores, which is a better macroeconomic scenario than we found in 2023. For our 2024 results, I trust much more in our internal team and the well-structured strategic planning that we set up to achieve the objectives set than in effective government actions.”

## GROUPE SEB

O Grupo SEB, que tem mais de 165 anos no mundo, está presente no País há mais de 26 anos com suas marcas Arno, Rochedo, Clock, Tefal, Krups e Panex, tendo o Brasil como mercado-chave, diz Juan Guillermo Sanchez, presidente na América do Sul. **"Acreditamos no potencial de expansão e desenvolvimento da empresa a longo prazo e teremos investimentos significativos em inovação e na revitalização do portfólio produzido localmente e complementado com os produtos que temos na linha de eletroportáteis."**

Em meio às dificuldades, 2023 foi um ano positivo para a empresa. "Crescemos de mãos dadas com nossos clientes estratégicos. Em 2024, temos programados investimentos significativos em inovação e na revitalização do portfólio de eletroportáteis produzido em Itatiaia (RJ). Neste ano, também, comemoraremos os 80 anos da Arno, com ótimas novidades e eventos para nossos consumidores e clientes", conta Juan Guillermo.

O presidente do grupo na América do Sul diz que os últimos anos apresentaram um ambiente de mercado e condições econômicas muito desafiadoras para toda a indústria. "Mas acreditamos fortemente no potencial de expansão e investimento da empresa a longo prazo no Brasil."

**G**roupe SEB, which has been around the world for over 165 years, has been present in the country for over 26 years with its brands Arno, Rochedo, Clock, Tefal, Krups and Panex, with Brazil as its key market, says Juan Guillermo Sanchez, president in South America. **"We believe in the company's potential for expansion and development in the long term and we will have significant investments in innovation and in the revitalization of the portfolio produced locally and complemented with the products we have in the line of small appliances."**

Amidst the difficulties, 2023 was a positive year for the company. "We grow hand in hand with our strategic customers. In 2024, we have significant investments planned in innovation and in the revitalization of the portfolio of small appliances produced in Itatiaia (RJ). This year, too, we will celebrate Arno's 80th anniversary, with great news and events for our consumers and customers", says Juan Guillermo.

The group's president in South America says that recent years have presented a very challenging market environment and economic conditions for the entire industry. "But we strongly believe in the potential company's long term expansion and investment in Brazil."



**JUAN GUILLERMO SANCHEZ,**  
PRESIDENTE NA AMÉRICA DO SUL  
PRESIDENT IN SOUTH AMERICA

“

**Em 2024, temos programados investimentos significativos em inovação e na revitalização do portfólio de eletroportáteis produzido em Itatiaia (RJ). Neste ano, também comemoraremos os 80 anos da Arno, com ótimas novidades e eventos para nossos consumidores e clientes.**

”

*"In 2024, we have significant investments planned in innovation and in the revitalization of the portfolio of small appliances produced in Itatiaia (RJ). This year, we will also celebrate Arno's 80th anniversary, with great news and events for our consumers and customers."*





GIOVANNI M. CARDOSO,  
COFUNDADOR  
CO-FOUNDER



**Realizaremos investimentos significativos em infraestrutura, equipamentos e recursos humanos. Encerramos o ano de 2023 com 5.300 funcionários e planejamos chegar ao final de 2024 com mais de 6.300 colaboradores, além de uma área construída de 314.000 m².**



*"We will make significant investments in infrastructure, equipment and human resources. We ended 2023 with 5,300 employees and plan to reach the end of 2024 with more than 6,300 employees, in addition to a built area of 314,000 sqm."*

## GRUPO MK

**D**etentor das marcas Mondial, XZone e Aiwa, o Grupo MK planeja alcançar crescimento robusto em 2024 e conquistar cada vez mais participação nos mercados em que atua, diz o cofundador, Giovanni M. Cardoso. **"De forma geral, como já está em nosso DNA, realizaremos investimentos significativos em infraestrutura, equipamentos e recursos humanos. Encerramos o ano de 2023 com 5.300 funcionários e planejamos chegar ao final de 2024 com mais de 6.300 colaboradores, além de uma área construída de 314.000 m²."**

Neste ano, os lançamentos estarão em diferentes segmentos. "Para a marca Mondial, desde produtos para a linha de cozinha, como a ampliação da família de air fryers da marca e outros eletroportáteis, como as nossas linhas de cuidados pessoais, climatização e ferramentas. Na marca Aiwa, ampliaremos, ainda mais, tanto a linha de áudio quanto a de vídeo, garantindo alta potência. E na XZone, seguiremos acompanhando o nicho de mercado que a marca se propõe a atender", conta Giovanni.

Na visão do Grupo MK, o mercado brasileiro é sempre de grandes oportunidades, afirma o cofundador. "O Brasil é um mercado em constante crescimento, e a nossa oferta de produtos vem para facilitar o dia a dia das pessoas. A cada ano que passa, garantimos qualidade, praticidade e diversidade aos nossos consumidores."

**O**wner of the Mondial brands, XZone and Aiwa, the Grupo MK plans to achieve robust growth in 2024 and gain increasing share in the markets in which it operates, says the co-founder, Giovanni M. Cardoso. **"In general, as is already in our DNA, we will make significant investments in infrastructure, equipment, and human resources. We ended 2023 with 5,300 employees and plan to reach the end of 2024 with more than 6,300 employees, in addition to a built area of 314,000 sqm."**

This year, the launches will be in different segments. "For the Mondial brand, from products for the kitchen line, such as the expansion of the brand's family of air fryers and other portable appliances, such as our personal care, air conditioning and tools lines. Under the Aiwa brand, we will further expand both the audio and video lines, guaranteeing high power. And at XZone, we will continue to monitor the niche market that the brand aims to serve", says Giovanni.

In the Grupo MK's view, the Brazilian market is always full of great opportunities, says the co-founder. "Brazil is a constantly growing market, and our product offering is designed to make people's daily lives easier. With each passing year, we guarantee quality, practicality, and diversity to our consumers."

# GRUPO MUELLER

Há otimismo na empresa, diz o CEO, Alexandre Pires da Luz. **"Temos uma boa expectativa para 2024, fruto de ações tomadas pela companhia nos últimos anos, com investimentos fortes em tecnologia, gestão e desenvolvimento de produtos, aliadas a um momento de estabilidade econômica do País, inflação controlada e desemprego em níveis baixos. Isso nos traz a expectativa de crescimento elevado. O ano de 2023 foi de retomada de mercado, com ganhos de participação em todas as categorias em que atuamos e melhoras expressivas nos indicadores estratégicos da companhia."**

Este ano será um dos mais importantes da marca Mueller em sua história, levando em conta os lançamentos previstos. "Teremos novidades em todas as categorias devido aos investimentos em desenvolvimento de produtos muito além da média realizada nos anos anteriores. Também intensificaremos os investimentos na marca, sustentando os lançamentos e buscando uma abrangência ainda maior dentro do território nacional", conta o CEO.

A economia brasileira vem demonstrando uma certa estabilidade, beneficiada pelo cenário global, diz Alexandre. "Isso nos favorece em termos de taxa de juros, que impacta diretamente os financiamentos para investimentos das empresas e, também, para os consumidores. Preocupa um pouco o tamanho do estado e o excessivo esforço do governo em aumentar a arrecadação para fechar as contas públicas, onerando cada vez mais os produtos, serviços e mão de obra."

***There is optimism in the company, says the CEO, Alexandre Pires da Luz. "We have good expectations for 2024, the result of actions taken by the company in recent years, with strong investments in technology, management, and product development, combined with a moment of stability economic situation of the country, controlled inflation and unemployment at low levels. This brings us to expectations of high growth. The year 2023 was a year of market recovery, with share gains in all categories in which we operate and significant improvements in the company's strategic indicators."***

*This year will be one of the most important for the Mueller brand in its history, considering the planned launches. "We will have news in all categories due to investments in product development far beyond the average made in previous years. We will also intensify investments in the brand, sustaining launches and seeking an even greater reach within the national territory", says the CEO.*

*The Brazilian economy has been demonstrating a certain stability, benefiting from the global scenario, says Alexandre. "This favors us in terms of interest rates, which directly impacts financing for companies' investments and for consumers. The size of the state and the government's excessive effort to increase revenue to close public accounts are a bit of a concern, placing an increasing burden on products, services, and labor."*



ALEXANDRE PIRES DA LUZ,  
CEO

“

**Em 2024, teremos novidades em todas as categorias devido aos investimentos em desenvolvimento de produtos muito além da média realizada nos anos anteriores. Também intensificaremos os investimentos na marca.**

”

*"In 2024, we will have news in all categories due to investments in product development far beyond the average made in previous years. We will also intensify investments in the brand."*





**RODRIGO KNIEST,**  
VICE-PRESIDENTE SÊNIOR PARA A AMÉRICA  
DO SUL E PRESIDENTE NO BRASIL  
SÊNIOR VICE-PRESIDENT FOR SOUTH AMERICA  
AND PRESIDENT IN BRAZIL



**Temos mais de 90 anos de experiência em áudio e, mesmo com as incertezas do mercado, adotamos alternativas para minimizar o impacto ao consumidor, atualizando nossos fluxos e aumentando a produtividade de nossas unidades.**



*"We have more than 90 years of experience in audio and, despite market uncertainties, we adopt alternatives to minimize the impact on the consumer, updating our flows and increasing the productivity of our units."*

## HARMAN DO BRASIL

**E**m 2024, a expectativa da empresa é a expansão do portfólio, diz Rodrigo Kniest, vice-presidente sênior para a América do Sul e presidente da Harman no Brasil.

**"Prosseguimos com o desenvolvimento de produtos para os diferentes consumidores e estilos de vida e com a nossa liderança global no setor de áudio. O Brasil é um dos principais mercados do mundo para nossas marcas. Os desafios estarão sempre presentes em nosso dia a dia, porém com planejamento e expertise da equipe, além de parceiros fortes, esperamos manter o crescimento de mercado que temos registrado nos últimos 12 anos."**

Em janeiro, na CES, em Las Vegas (EUA), a empresa apresentou novidades, como o fone JBL Soundgear Sense, a atualização da família JBL Live TWS 3 e dos headphones JBL Tune 670NC, JBL Live 770NC e JBL Live 670NC. "Em speakers, temos atualizações das caixas JBL Xtreme 4, JBL Clip 5 e JBL Go 4, produzidas com plástico e tecido reciclados, que trazem um Bluetooth mais poderoso e estável", conta o vice-presidente.

Neste ano, terá lançamentos da nova linha JBL Authentics, com as caixas JBL Authentics 200 e 500. Seu design é inspirado na JBL L100, caixa de som icônica dos anos 1970, diz Rodrigo. "A linha foi desenhada para ser uma referência em acústica, incorporando tecnologia de nível profissional e som de estádio dentro de casa. Temos mais de 90 anos de experiência em áudio e, mesmo com as incertezas do mercado, adotamos alternativas para minimizar o impacto ao consumidor, atualizando nossos fluxos e aumentando a produtividade de nossas unidades."

**I**n 2024, the company's expectation is to expand the portfolio, says Rodrigo Kniest, senior vice president for South America and president of Harman in Brazil. **"We continue to develop products for different consumers and lifestyles and with our global leadership in the audio sector. Brazil is one of the main markets in the world for our brands. Challenges will always be present in our daily lives, but with the team's planning and expertise, as well as strong partners, we hope to maintain the market growth we have recorded over the last 12 years."**

In January, at CES, in Las Vegas (USA), the company presented new features, such as the JBL Soundgear Sense headset, the update of the JBL Live TWS 3 family and the JBL Tune 670NC, JBL Live 770NC and JBL Live 670NC headphones. "In terms of speakers, we have updates to the JBL Xtreme 4, JBL Clip 5 and JBL Go 4 boxes, made with recycled plastic and fabric, which bring more powerful and stable Bluetooth", says the vice president.

This year, there will be launches of the new JBL Authentics line, with the JBL Authentics 200 and 500 speakers. Their design is inspired by the JBL L100, an iconic speaker from the 1970s, says Rodrigo. "The line was designed to be a reference in acoustics, incorporating professional-level technology and stadium sound indoors. We have more than 90 years of experience in audio and, despite market uncertainties, we adopt alternatives to minimize the impact on the consumer, updating our flows and increasing the productivity of our units."

## I2GO

**E**m 2023, o mercado enfrentou grandes desafios, diz o CEO, Marcelo Castro. **"Isso ocorreu devido à transição governamental, às taxas de juros elevadas e às instabilidades varejistas, mas a i2GO alcançou seus objetivos com a introdução de 10 produtos inovadores. Em 2024, visamos a um mercado mais estável, projetando crescimento de 20% no faturamento. A consolidação junto aos clientes atuais e o lançamento estratégico de novos produtos impulsionarão o crescimento, evidenciando nossa resiliência e capacidade de inovação."**

A i2GO planeja, em 2024, lançar 15 produtos. "Entre eles, fone de ouvido TWS esportivo, carregador eficiente para notebooks, cabo inovador com garantia vitalícia, power bank compacto com cabos já inclusos, caneta para iPad com palm reject e o modelo de smartwatch integrado com Alexa, complementando a linha com a mesma excelência que consagrou nosso primeiro modelo, o Track GO, um verdadeiro sucesso de vendas. Estamos comprometidos em superar as expectativas dos clientes neste ano", afirma o CEO.

Em relação à economia brasileira, Marcelo tem uma avaliação bastante otimista. "Ela tem mostrado sinais positivos. Os juros caíram nos últimos meses, o que ajuda muito os importadores. Acredito que temos um caminho promissor neste ano de 2024."

**I**n 2023, the market faced major challenges, says CEO, Marcelo Castro. **"This was due to government transition, high interest rates and retail instability, but i2GO achieved its objectives with the introduction of 10 innovative products. In 2024, we aim for a more stable market, projecting 20% growth in revenue. Consolidation with current customers and the strategic launch of new products will drive growth, highlighting our resilience and capacity for innovation."**

i2GO plans to launch 15 products in 2024. "Among them, TWS sports headphones, efficient charger for notebooks, innovative cable with lifetime warranty, compact power bank with cables already included, iPad pen with palm reject and the smartwatch model integrated with Alexa, complementing the line with the same excellence that made our first model, the Track GO, a true sales success. We are committed to exceeding customer expectations this year", says the CEO.

Regarding the Brazilian economy, Marcelo has a very optimistic assessment. "She has shown positive signs. Interest rates have fallen in recent months, which helps importers a lot. I believe we have a promising path in 2024."



**MARCELO CASTRO,**  
CEO

“

**Em 2024, visamos a um mercado mais estável, projetando crescimento de 20% no faturamento. Planejamos lançar 15 produtos. Acredito que temos um caminho promissor neste 2024.**

”

*"In 2024, we aim for a more stable market, projecting 20% growth in revenue. We plan to launch 15 products. I believe we have a promising path in 2024."*





Foto: Waneza Soares

**CARLOS AUGUSTO GUTO BUARQUE,**  
DIRETOR DE MARKETING  
MARKETING DIRECTOR

“

Em setembro de 2023, a Intel inaugurou a nova era do PC com inteligência artificial. Com isso, levamos a IA para todos os lugares, redefinindo a experiência do PC, que se torna mais pessoal com os processadores Intel Core Ultra.

”

*“In September 2023, Intel ushered in the new era of PC with artificial intelligence. With this, we bring AI everywhere, redefining the PC experience, which becomes more personal with Intel Core Ultra processors.”*

## INTEL BRASIL

O ano de 2023 foi marcado por uma trajetória positiva, diz o diretor de marketing, Carlos Augusto Guto Buarque. **“Ela foi provocada pela inovação e transformação da Intel, resultando em um forte impulso dos clientes para nossos produtos, especialmente pela demanda por inteligência artificial. Em 2024, continuamos nossa busca incessante pela liderança em processos e produtos, enquanto expandimos nosso negócio de fábrica externa e a fabricação global em escala. No último trimestre, registramos faturamento de US\$ 15,4 bilhões, aumento de 10% ante o mesmo período do ano anterior. No primeiro trimestre de 2024, prevemos receita entre US\$ 12,2 bilhões e US\$ 13,2 bilhões.”**

Em setembro de 2023, a empresa inaugurou a nova era do PC com inteligência artificial. “Com isso, levamos a IA para todos os lugares, redefinindo a experiência do PC, que se torna mais pessoal com os processadores Intel Core Ultra, de codinome Meteor Lake, voltados para notebooks. E na CES de 2024, também lançamos diversos produtos, incluindo processadores para notebooks de alto desempenho”, conta o diretor.

Atualmente, o Brasil é um dos 10 mercados prioritários para a Intel em todo o mundo, afirma Carlos Augusto. “Conforme dados do IBGE de 2023, o setor de TI teve um dos melhores desempenhos na economia latino-americana, com crescimento de 12,3% ante os anos anteriores. Além disso, várias empresas estão se envolvendo para apoiar a capacitação e a formação de recursos humanos, o que, no final, gerará maior ganho econômico ao País.”

**T**he year 2023 was marked by a positive trajectory, says marketing director, Carlos Augusto Guto Buarque. **“It was driven by Intel’s innovation and transformation, resulting in a strong customer push for our products, especially demand for artificial intelligence. In 2024, we continue our relentless pursuit of process and product leadership while expanding our offsite factory business and global manufacturing at scale. In the last quarter, we recorded revenue of US\$15.4 billion, an increase of 10% compared to the same period of the previous year. In the first quarter of 2024, we forecast revenue between \$12.2 billion and \$13.2 billion.”**

In September 2023, the company ushered in the new era of PC with artificial intelligence. “With this, we bring AI everywhere, redefining the PC experience, which becomes more personal with Intel Core Ultra processors, codenamed Meteor Lake, aimed at notebooks. And at CES 2024, we also launched several products, including processors for high-performance notebooks”, says the director.

Currently, Brazil is one of the 10 priority markets for Intel worldwide, says Carlos Augusto. “According to IBGE data from 2023, the IT sector had one of the best performances in the Latin American economy, with growth of 12.3% compared to previous years. Furthermore, several companies are getting involved to support the training and training of human resources, which, in the end, will generate greater economic gains for the country.”

# INTELBRAS

**A** Intelbras cresce de forma constante por meio da inovação, diz o CEO, Altair Silvestri. **"Trabalhamos para enfrentar os desafios e manter o crescimento sustentável. Em 2024, projetamos bons resultados. Planejamos consolidar nossa posição como uma das referências no mercado de tecnologia, segurança e comunicação, com foco na expansão das soluções, nas demandas do mercado e novos segmentos. Categorias como cabos de fibra ótica, tecnologia 5G, Digital Signage, automatizadores de portões, carregadores para veículos elétricos e novos canais de comercialização contribuem para o aumento da receita."**

Uma conquista relevante foi desenvolver pessoas. "Investimos em educação para colaboradores e parceiros. Em sustentabilidade, melhoramos os processos e investimos em infraestrutura para o consumo de energia limpa em fábricas, reaproveitamento de resíduos e diminuição de emissão de gases poluentes", conta o CEO. Há pouco, a empresa lançou produtos que marcaram sua entrada no segmento de armazenamento de energia e linha de soluções para redes enterprise. Para o varejo terá, neste ano, novos produtos de casa inteligente, como roteadores Wi-Fi.

Na economia, a Intelbras acompanha as reformas que estão sendo encaminhadas, diz Altair. "Elas têm o potencial de impulsionar o crescimento e a estabilidade do país. Se bem implementadas, podem trazer benefícios significativos e atrair mais investimentos, nacionais e estrangeiros, além de estimular o empreendedorismo e a geração de empregos."

**I**ntelbras grows steadily through innovation, says CEO, Altair Silvestri, **"We work to face challenges and maintain sustainable growth. In 2024, we project good results. We plan to consolidate our position as one of the references in the technology, security, and communication market, focusing on expanding solutions, market demands and new segments. Categories such as fiber optic cables, 5G technology, Digital Signage, gate automation, chargers for electric vehicles and new marketing channels contribute to increased revenue."**

A relevant achievement was developing people. "We invest in education for employees and partners. In sustainability, we improved processes and invested in infrastructure for the consumption of clean energy in factories, reusing waste and reducing the emission of polluting gases", says the CEO. Recently, the company launched products that marked its entry into the energy storage segment and line of solutions for enterprise networks. For retail this year, there will be new smart home products, such as Wi-Fi routers.

In the economy, Intelbras monitors the reforms that are being undertaken, says Altair. "They have the potential to boost the country's growth and stability. If well implemented, they can bring significant benefits and attract more investment, national and foreign, in addition to stimulating entrepreneurship and job creation."



**ALTAIR SILVESTRI,**  
CEO

“

**Há pouco, lançamos produtos que marcaram a entrada da empresa no segmento de armazenamento de energia. Para o varejo, neste ano, teremos novos produtos de casa inteligente, como roteadores Wi-Fi.**

”

*"Not long ago, we launched products that marked the company's entry into the energy storage segment. For retail, this year we will have new smart home products such as Wi-Fi routers."*





RICARDO BLOJ,  
PRESIDENTE  
PRESIDENT

“

A Lenovo está focada em capturar o crescimento exponencial da IA, criando um ecossistema forte e de parcerias para trazer o que há de melhor no mercado de tecnologia.

”

*“Lenovo is focused on capturing the exponential growth of AI, creating a strong ecosystem of partnerships to bring the best to the technology market.”*

## LENOVO

Oferecer tecnologias mais inteligentes, acessíveis e inclusivas é a meta, diz o presidente, Ricardo Bloj. **“Apesar de 2023 ter sido desafiador, a Lenovo avançou o posicionamento no Brasil como a mais completa provedora de soluções inteligentes, do bolso até a nuvem. O ano de 2024 tende a ser de inflexão na demanda por PCs, no País e no mundo. Queremos continuar com nosso legado de inovação para além de PCs e dispositivos móveis, investindo no desenvolvimento de soluções de TI, IA e serviços para proporcionar melhor experiência ao usuário e às empresas.”**

Na CES 2024, a empresa anunciou diversificados produtos para o varejo e o mercado corporativo, equipados com ferramentas e chips de inteligência artificial. “Desde notebooks a monitores, tablets e desktops, a Lenovo está focada em capturar o crescimento exponencial da IA, criando um ecossistema forte e de parcerias para trazer o que há de melhor no mercado de tecnologia, com foco em mobilidade, alto desempenho, produtividade e trabalho híbrido”, conta Ricardo.

A empresa confia em que este será um bom ano para a economia brasileira, afirma o presidente. “No final de 2023, o Brasil voltou para a lista das 10 maiores economias do mundo, ocupando o nono lugar, com PIB estimado em US\$ 2,13 trilhões, segundo as projeções do FMI. Com a queda da taxa de juros, logo tornando o crédito mais acessível à população, o País tende a ter um crescimento estável, resultando no estímulo positivo à indústria e aos negócios.”

Offering smarter, more accessible and inclusive technologies is the goal, says the president, Ricardo Bloj. **“Although 2023 was challenging, Lenovo leveraged its positioning in Brazil as the most complete provider of smart solutions, from your pocket to the cloud. The year 2024 tends to be a turning point in the demand for PCs, in the country and in the world. We want to continue our legacy of innovation beyond PCs and mobile devices, investing in the development of IT solutions, AI and services to provide a better user and business experience.”**

At CES 2024, the company announced diverse products for the retail and corporate market, equipped with artificial intelligence tools and chips. “From notebooks to monitors, tablets and desktops, Lenovo is focused on capturing the exponential growth of AI, creating a strong ecosystem and partnerships to bring the best in the technology market, focusing on mobility, high performance, productivity and hybrid work”, says Ricardo.

The company is confident that this will be a good year for the Brazilian economy, says the president. “At the end of 2023, Brazil returned to the list of the 10 largest economies in the world, occupying ninth place, with a GDP estimated at US\$2.13 trillion, according to IMF projections. With the fall in interest rates, thus making credit more accessible to the population, the country tends to have stable growth, resulting in a positive stimulus for industry and business.”

# LENOXX

O ano de 2023 foi bem difícil para a indústria e para o varejo, diz o diretor comercial, Eduardo Klinke. **"O mercado está mudando de maneira cada vez mais acelerada, e precisamos estar atentos. Estamos confiantes neste ano. Com muito planejamento e investimento comercial, esperamos alcançar os objetivos e metas traçados. Diante de um cenário tão desafiador, precisamos estar bem preparados para superar obstáculos e aproveitar as oportunidades. Nossa expectativa é atingir faturamento 10% maior que em 2023, mantendo o crescimento contínuo dos últimos anos."**

Em 2024, a Lenoxx seguirá destacando produtos da linha de áudio, como as caixas amplificadas LTS12, LCA8, LCA15, LCA12 e LCA15. "Elas são sucesso absoluto no mercado. Vamos, também, agregar a linha de eletroportáteis com design e tecnologias que proporcionam facilidade e praticidade para os nossos clientes", conta o diretor comercial.

Apesar de alguns indicadores econômicos não estarem favoráveis, dados da indústria demonstram viés para um crescimento do faturamento em 2024, diz Eduardo. "Acreditamos na retomada da economia com a aceleração das vendas de bens duráveis. A expectativa é a continuidade de queda da taxa de juros, que contribuirá para esse incremento. Seguindo essas projeções, estamos com um olhar ainda mais estratégico em relação ao planejamento, metas de curto e longo prazo e execução. Vamos focar nos lançamentos, fortalecer as parcerias comerciais e buscar novas conexões."

***The year 2023 was very difficult for the industry and retail, says the commercial director, Eduardo Klinke. "The market is changing at an increasingly rapid pace, and we need to pay attention. We are confident this year. With a lot of planning and commercial investment, we hope to achieve the objectives and goals set. Faced with such a challenging scenario, we need to be well prepared to overcome obstacles and take advantage of opportunities. Our expectation is to achieve 10% higher revenue than in 2023, maintaining the continuous growth of recent years."***

*In 2024, Lenoxx will continue to highlight products in the audio line, such as the LTS12, LCA8, LCA15, LCA12 and LCA15 amplified speakers. "They are an absolute success on the market. We will also add a line of small appliances with design and technologies that provide ease and practicality for our customers", says the commercial director.*

*Although some economic indicators are not favorable, industry data shows a bias towards revenue growth in 2024, says Eduardo. "We believe in the recovery of the economy with the acceleration of sales of durable goods. The expectation is that the interest rate will continue to fall, which will contribute to this increase. Following these projections, we are taking an even more strategic approach to planning, short and long-term goals, and execution. We will focus on launches, strengthen commercial partnerships, and seek new connections."*



**EDUARDO KLINKE,**  
**DIRETOR COMERCIAL**  
COMMERCIAL DIRECTOR

“

**Neste ano, vamos continuar destacando os produtos de áudio e, também, agregar a linha de eletroportáteis com design e tecnologias que proporcionam facilidade e praticidade aos nossos clientes.**

”

*"This year, we will continue to highlight audio products and also add the line of portable appliances with design and technologies that provide ease and practicality to our customers."*





**ROBERTO BARBOZA,**  
VICE-PRESIDENTE DE VENDAS  
VICE PRESIDENT OF SALES

“

Dentre os lançamentos de TV confirmados para o Brasil, o grande destaque é a OLED evo M4. A linha QNED 2024 chegará com tamanhos maiores, de até 98". Também faremos atualizações em refrigeradores e lavadoras.

”

*"Among the TV launches confirmed for Brazil, the big highlight is the OLED evo M4. The QNED 2024 line will come in larger sizes, up to 98". We will also be making upgrades in refrigerators and washers."*

## LG ELECTRONICS DO BRASIL

Com expectativa positiva para 2024, manterá todas as suas estratégias de crescimento focadas no ganho de participação no mercado brasileiro, diz o vice-presidente de vendas, Roberto Barboza. **"Em 2023, alcançamos conquistas notáveis, com destaque para o aniversário de 10 anos da linha LG OLED TV no mundo, fortalecendo nossa presença no segmento. Expandimos os sistemas domésticos inteligentes por meio da plataforma LG ThinQ e apresentamos novidades em diversas categorias, como áudio e vídeo, monitores, ar-condicionado e linha branca."**

Na CES, apresentou produtos que são tendências, o principal deles a LG Signature OLED T, a primeira TV transparente e sem fio do mundo. "Dentre os lançamentos de TV confirmados para o Brasil, o grande destaque é a OLED evo M4. A linha QNED 2024 chegará com tamanhos maiores, de até 98". Também faremos atualizações em refrigeradores e lavadoras, e continuaremos como parceiros da CASACOR 2024, expandindo o conceito de conectividade", conta.

A LG Electronics avalia a economia brasileira com atenção, reconhecendo os desafios enfrentados pela indústria em um cenário dinâmico, diz Roberto. "Estamos muito otimistas em relação às possíveis melhorias no ambiente econômico, permitindo-nos desempenhar um papel ativo, impulsionando o crescimento e o desenvolvimento contínuo da indústria nacional."

With positive expectations for 2024, it will maintain all its growth strategies focused on gaining share in the Brazilian market, says the vice president of sales, Roberto Barboza. **"In 2023, we achieved notable goals, with emphasis on the 10-year anniversary of the LG OLED TV line in the world, strengthening our presence in the segment. We expanded smart home systems through the LG ThinQ platform and introduced new features in several categories, such as audio and video, monitors, air conditioning and white goods."**

At CES, it presented trending products, the main one being the LG Signature OLED T, the world's first transparent and wireless TV. "Among the TV launches confirmed for Brazil, the big highlight is the OLED evo M4. The QNED 2024 line will come in larger sizes, up to 98". We will also make updates in refrigerators and washing machines, and we will continue as partners of CASACOR 2024, expanding the concept of connectivity", he says.

LG Electronics evaluates the Brazilian economy carefully, recognizing the challenges faced by the industry in a dynamic scenario, says Roberto. "We are very optimistic about possible improvements in the economic environment, allowing us to play an active role in driving the continued growth and development of the national industry."

# LOGITECH BRASIL

2023 foi um ano de muitas novidades, e não será diferente em 2024, afirma o CEO, Jairo Rozenblit. **"Tanto para o mercado de produtos focados em performance e produtividade da Logitech quanto para o mercado de games da Logitech G e B2B, com nossas soluções de videoconferência e corporativas, que complementam nossas principais estratégias. Seguiremos crescendo com a liderança em periféricos. Hoje, nosso market share é mais que o dobro que o do segundo colocado, de acordo com a GfK."**

"Em 2024, traremos ao Brasil produtos que tiverem sinergia com a nossa proposta no mercado", afirma o CEO. Com conectividade e sem fios, descomplicando o dia a dia de quem passa horas em frente ao computador. Serão vários lançamentos durante este ano, distribuídos entre nossas categorias, como games, personal workspace, videoconferência e streamers & creators."

O mercado brasileiro é um dos principais focos para a marca, que o considera uma oportunidade de expansão e inovação. "Nosso consumidor entende a importância de dispor de produtos de qualidade. Apostamos em players e varejistas que trabalham com um valor competitivo, mesmo com a oscilação dos juros. Como nossos produtos são importados, o mercado oscila dependendo do momento. Mas estamos otimistas em trazer as melhores condições e performances. A excelente experiência para o cliente é um dos pilares mais importantes para a Logitech", afirma Jairo.

2023 was a year of many new things, and it will be no different in 2024, says the CEO, Jairo Rozenblit. **"Both for the product market focused on Logitech's performance and productivity and for the Logitech G and B2B gaming market with our video conferencing and corporate solutions, which complement our main strategies. We will continue to grow with leadership in peripherals. Today, our market share is more than double that of the second place, according to GfK."**

"In 2024, we will bring products to Brazil that have synergy with our market proposal", says the CEO. With connectivity and wireless, simplifying the daily lives of those who spend hours in front of the computer. There will be several launches this year, distributed across our categories, such as games, personal workspace, video conferencing and streamers & creators."

The Brazilian market is one of the main focuses for the brand, which considers it an opportunity for expansion and innovation. "Our consumers understand the importance of having quality products. We bet on players and retailers that work with a competitive value, even with fluctuations in interest rates. As our products are imported, the market fluctuates depending on the moment. But we are optimistic about bringing the best conditions and performances. Excellent customer experience is one of the most important pillars for Logitech", says Jairo.



JAIRO ROZENBLIT,  
CEO

“

Em 2024, traremos ao Brasil produtos que tiverem sinergia com a nossa proposta no mercado. Com conectividade e sem fios. Serão vários lançamentos, distribuídos entre nossas categorias, como games, personal workspace, videoconferência e streamers & creators.

”

"In 2024, we will bring products to Brazil that have synergy with our market proposal. With connectivity and wireless. There will be several launches, distributed across our categories, such as games, personal workspace, video conferencing and streamers & creators."





Foto: Cláudio Gatti

EDUARDO COLLI,  
CEO

“

Em 2023, nossa principal novidade foi a linha Acqua Century, em celebração aos 100 anos da empresa. Uma linha com produtos que se destacam pela inovação, design arrojado e funcionalidades.

”

*“In 2023, our main innovation was the Acqua Century line, in celebration of the company's 100 years. A line of products that stand out for their innovation, bold design and functionalities.”*

## LORENZETTI

**A** Lorenzetti está otimista com 2024, diz o CEO, Eduardo Colli. **“A empresa vem tendo uma performance positiva nos últimos anos, tanto do ponto de vista de crescimento de faturamento quanto, principalmente, de desempenho financeiro e geração de valor. O ano de 2023 foi especial para a Lorenzetti por conta do centenário da companhia. Tivemos lançamentos em boa parte das categorias em que atuamos, como duchas e chuveiros, torneiras e aquecedores elétricos, metais, louças, purificadores e aquecedores de água a gás, entre outros.”**

Os lançamentos de 2024 serão comunicados, em breve, em eventos do setor. “Em 2023, nossa principal novidade foi a linha Acqua Century, em celebração aos 100 anos da empresa. É uma linha com produtos que se destacam pela inovação, design arrojado e funcionalidades”, afirma o CEO.

A Lorenzetti acredita que há espaço ainda para a evolução da economia brasileira, diz Eduardo. “A expectativa de redução da taxa de juros é um movimento que certamente vai impactar positivamente toda a cadeia de materiais de construção.”

**L**orenzetti is optimistic about 2024, says CEO, Eduardo Colli. **“The company has had a positive performance in recent years, both from the point of view of revenue growth and, mainly, financial performance and value generation. The year 2023 was special for Lorenzetti because of the company's centenary. We had launches in most of the categories in which we operate, such as showers, electric taps and heaters, metals, crockery, purifiers and gas water heaters, among others.”**

The 2024 launches will soon be announced at industry events. “In 2023, our main innovation was the Acqua Century line, in celebration of the company's 100 years. It is a line with products that stand out for their innovation, bold design and functionalities”, says the CEO.

Lorenzetti believes that there is still room for the Brazilian economy to evolve, says Eduardo. “The expectation of a reduction in interest rates is a movement that will certainly positively impact the entire construction materials chain.”

## MIDEA

**A** Midea está conquistando cada vez mais espaço no mercado brasileiro e projeta um crescimento relevante neste ano, diz o CEO, Felipe Costa. **"O país é uma prioridade em investimentos para o grupo, e temos uma perspectiva otimista com a nossa nova fábrica em Pouso Alegre (MG), que irá operar a partir da segunda metade de 2024, com capacidade de produzir 1,3 milhão de aparelhos por ano. O projeto faz parte do processo de expansão global da empresa e foi uma das nossas maiores conquistas em 2023."**

Entre os lançamentos deste ano, destacam-se os refrigeradores e as lavadoras de roupas de fabricação nacional, pensados para o mercado brasileiro. "Em ar-condicionado, continuamos evoluindo os produtos, com foco especialmente na eficiência energética. Também traremos novidades em eletrodomésticos para a cozinha e teremos ainda mais produtos conectados, que podem ser controlados pelo aplicativo SmartHome. A meta é crescer no Brasil aproximadamente 30% nos próximos três anos, buscando estar entre os três primeiros players do mercado", conta o CEO.

Na opinião de Felipe, o Brasil tem potencial para ganhar destaque como uma das principais economias do mundo. "O mercado é grande, e o brasileiro é um consumidor moderno, que valoriza as questões de sustentabilidade e do uso correto dos recursos naturais. Além disso, a perspectiva de redução da taxa de juros é positiva para o mercado de eletrodomésticos, uma vez que a maioria das vendas é feita a prazo."

**M**idea is gaining more and more space in the Brazilian market and projects significant growth this year, says the CEO, Felipe Costa. **"The country is a priority in investments for the group, and we have an optimistic outlook with our new factory in Pouso Alegre (MG), which will operate from the second half of 2024, with capacity to produce 1.3 million devices per year. The project is part of the company's global expansion process and was one of our biggest achievements in 2023."**

Among this year's launches, the most notable are domestically manufactured refrigerators and clothes washers, designed for the Brazilian market. "In air conditioning, we continue to evolve products, focusing especially on energy efficiency. We will also bring new appliances for the kitchen and have even more connected products, which can be controlled via the SmartHome app. The goal is to grow approximately 30% in Brazil over the next three years, seeking to be among the top three players in the market", says the CEO.

In Felipe's opinion, Brazil has the potential to gain prominence as one of the main economies in the world. "The market is large, and Brazilians are modern consumers, who value sustainability issues and the correct use of natural resources. Furthermore, the prospect of a reduction in interest rates is positive for the household appliances market since the majority of sales are made on installments."



FELIPE COSTA,  
CEO

“

Entre os lançamentos deste ano, destacam-se os refrigeradores e as lavadoras de roupas de fabricação nacional. A meta é crescer no Brasil aproximadamente 30% nos próximos três anos, buscando estar entre os três primeiros players do mercado.

”

*"Among this year's launches, nationally manufactured refrigerators and clothes washers stand out. The goal is to grow approximately 30% in Brazil over the next three years, seeking to be among the top three players in the market."*





**RODRIGO VIDIGAL,**  
PRESIDENTE NO BRASIL  
PRESIDENT IN BRASIL

“

Nos últimos anos, apostamos no segmento premium com as famílias Motorola edge e Motorola razr. Passamos a oferecer smartphones avançados tecnologicamente, que primam pelo design e acabamento sofisticado.

”

*“In recent years, we have invested in the premium segment with the Motorola Edge and Motorola Razr families. We now offer technologically advanced smartphones, which stand out for their design and sophisticated finish.”*

## MOTOROLA

O Brasil é o quarto maior mercado de smartphones do mundo, e a categoria é a de maior desejo de consumo, diz o presidente no Brasil, Rodrigo Vidigal.

**“Aqui, a Motorola ocupa um sólido segundo lugar em participação de mercado desde 2014. Nos últimos 10 anos, passou de 10% de market share, em 2013, para 34,2%, em dezembro de 2023, conforme dados da GfK. Nosso diferencial foi democratizar o acesso à tecnologia de ponta para o maior número de consumidores.”**

A empresa apostou no segmento premium nos últimos anos, com as famílias Motorola edge e Motorola razr. “Adotamos uma estratégia chamada lifestyle-tech, que combina tecnologia com design e sofisticação, e firmamos parceria exclusiva com a Pantone. Passamos a oferecer smartphones avançados tecnologicamente, que primam pela beleza, design icônico, cores exclusivas, materiais e acabamentos sofisticados”, conta o presidente.

Com duas fábricas no Brasil, uma em Jaguariúna, no interior de São Paulo, e outra em Manaus (AM), a Motorola aposta nas suas principais famílias: moto g intermediária, motorola edge e motorola razr, linha de smartphones dobráveis para o segmento premium, diz Rodrigo. “Passamos por um período de retração do mercado de smartphones no Brasil, nos últimos dois anos. Mas estamos otimistas, acreditamos que 2024 será um ano de retomada do crescimento do mercado, com a redução da taxa de juros e a consequente melhora da disponibilidade de crédito para o consumidor final.”

**B**razil is the fourth largest smartphone market in the world, and the category is the one with the greatest consumer desire, says the president in Brazil, Rodrigo Vidigal. **“Here, Motorola has occupied a solid second place in market share since 2014. In the last 10 years, it went from 10% market share in 2013 to 34.2% in December 2023, according to data from GfK. Our difference was to democratize access to cutting-edge technology for the largest number of consumers.”**

The company has invested in the premium segment in recent years, with the Motorola Edge and Motorola Razr families. “We adopted a strategy called lifestyle-tech, which combines technology with design and sophistication, and we signed an exclusive partnership with Pantone. We now offer technologically advanced smartphones, which stand out for their beauty, iconic design, exclusive colors, sophisticated materials, and finishes”, says the president.

With two factories in Brazil, one in Jaguariúna, in the countryside of São Paulo, and another in Manaus (AM), Motorola invests in its main families: mid-range Moto G, Motorola Edge and Motorola Razr, a line of foldable smartphones for the premium segment, says Rodrigo. “We went through a period of retraction in the smartphone market in Brazil in the last two years. But we are optimistic, we believe that 2024 will be a year of resumption of market growth, with a reduction in interest rates and the consequent improvement in the availability of credit for the end consumer.”

# NEWELL BRANDS

Nos últimos anos, todas as marcas da empresa se posicionaram em suas categorias de forma estratégica e competitiva, focadas em lançamentos alinhados às mudanças nos padrões de consumo, diz o presidente, Alexandre Escorel.

**"Pensando nisso, investimos no desenvolvimento de novas tecnologias que impulsionassem a inovação, uma estratégia que nos permitiu oferecer soluções sofisticadas, compactas e com a máxima eficiência esperada pelo consumidor. Para 2024, acreditamos na demanda crescente de produtos relacionados ao bem-estar, à praticidade e que simplifiquem o dia a dia das pessoas."**

Em 2023, a Newell Brands passou por uma reestruturação em escala global. "Esse novo posicionamento, com a unificação das divisões de Home Appliances, com as marcas Oster® e Cadence, Outdoor Recreations, que opera as marcas Invic®, Coleman® e Contigo®, e agora Baby, com as marcas Nuk®, Gracco® e Lilo, fortaleceu a atuação do grupo no mercado brasileiro. Reforçou, também, seu posicionamento como referência no setor. Neste 2024, em que comemoramos o centenário da marca Oster® e os 25 anos da Cadence, teremos lançamentos nas principais categorias", conta o presidente.

O ano de 2024 começou com um grau maior de confiança de empresários e consumidores, sinalizando aumento do consumo e dos investimentos, afirma Alexandre. "A inflação desacelerando, juros mais baixos e melhores taxas de emprego e renda poderão influenciar o aumento do consumo das famílias e resultar em uma expansão mais robusta do varejo, vertente de atuação da Newell Brands."

*In recent years, all the company's brands have positioned themselves in their categories in a strategic and competitive way, focused on launches aligned with changes in consumption patterns, says the president, Alexandre Escorel. "With this in mind, we invested in the development of new technologies that boost innovation, a strategy that allowed us to offer sophisticated, compact solutions with the maximum efficiency expected by the consumer. For 2024, we believe in the growing demand for products related to well-being, practicality and that simplify people's daily lives."*

*In 2023, Newell Brands underwent a restructuring on a global scale. "This new positioning, with the unification of the Home Appliances divisions, with the Oster® and Cadence brands, Outdoor Recreations, which operates the Invic®, Coleman® and Contigo® brands, and now Baby, with the Nuk®, Gracco® and Lilo, strengthened the group's operations in the Brazilian market, reinforcing its positioning as a reference in the sector. In 2024, when we celebrate the centenary of the Oster® brand and 25 years of Cadence, we will have launches in the main categories", says the president.*

*The year 2024 began with a greater degree of confidence among businesspeople and consumers, signaling an increase in consumption and investments, says Alexandre. "Slowing inflation, lower interest rates and better employment and income rates could influence the increase in family consumption and result in a more robust expansion of retail, which is Newell Brands' area of activity."*



ALEXANDRE ESCOREL,  
PRESIDENTE  
PRESIDENT

“

Em 2023, a Newell Brands passou por uma reestruturação em escala global que fortaleceu a atuação do grupo no mercado brasileiro. Neste 2024, em que comemoramos o centenário da marca Oster® e os 25 anos da Cadence, teremos lançamentos nas principais categorias.

”

*"In 2023, Newell Brands underwent a restructuring on a global scale that strengthened the group's operations in the Brazilian market. In 2024, when we celebrate the centenary of the Oster® brand and 25 years of Cadence, we will have launches in the main categories."*





SERGEI EPOF,  
VICE-PRESIDENTE  
VICE PRESIDENT

“

O ano de 2023 foi de importantes conquistas, como a expansão da fábrica em Extrema (MG), o maior investimento da empresa nos últimos 10 anos, e o lançamento de 13 produtos, entre eletrodomésticos e áudio.

”

*“The year 2023 was one of important achievements, such as the expansion of the factory in Extrema (MG), the company's biggest investment in the last 10 years, and the launch of 13 products, including household appliances and audio.”*

## PANASONIC DO BRASIL

**E**m 2024, a expectativa é de um cenário otimista, sustentado pela retomada econômica gradual que a empresa percebe no mercado, diz o vice-presidente, Sergei Epof. **“Para o segmento de eletrodomésticos, que sofreu bastante nos últimos dois anos, estamos seguros de que existe uma demanda reprimida, que deve ser suprida em 2024. Será um ano marcado por grandes lançamentos, tanto para a marca quanto para a composição da linha de produtos.”**

O ano de 2023 foi de grandes conquistas, como a expansão da fábrica em Extrema (MG), o maior investimento da empresa nos últimos 10 anos, e o lançamento de 13 produtos, entre eletrodomésticos e áudio. “Também reafirmamos o compromisso da marca com a pauta de sustentabilidade, pilar central da nossa estratégia global, com o lançamento do projeto Green Impact, que tem a atleta Rebeca Andrade como embaixadora brasileira. Além de gerar conversas e engajar o setor privado e consumidores, principalmente a Geração Z, a adotar práticas mais sustentáveis, o projeto visa zerar as emissões de CO2 da nossa operação global até 2030”, conta.

Quanto à economia brasileira, a empresa mantém uma postura cautelosamente otimista, diz Sergei. “Reconhecemos que, apesar dos desafios que poderão surgir, a situação tende a ser menos severa do que a enfrentada nos últimos anos. Um elemento central para essa perspectiva é o controle do gasto público e a esperada queda na taxa de juros, que pode ser vista como um estímulo direto ao crescimento econômico, aumentando a liquidez no mercado e incentivando o consumo.”

**I**n 2024, the expectation is for an optimistic scenario, supported by the gradual economic recovery that the company sees in the market, says the vice president, Sergei Epof. **“For the household appliances segment, which has suffered a lot in the last two years, we are sure that there is a pent-up demand that must be met in 2024. It will be a year marked by major launches, both for the brand and for the composition of the product line.”**

The year 2023 was one of great achievements, such as the expansion of the factory in Extrema (MG), the company's biggest investment in the last 10 years, and the launch of 13 products, including household appliances and audio. “We also reaffirm the brand's commitment to sustainability, a central pillar of our global strategy, with the launch of the Green Impact project, which has athlete Rebeca Andrade as Brazilian ambassador. In addition to generating conversations and engaging the private sector and consumers, especially Generation Z, to adopt more sustainable practices, the project aims to bring CO2 emissions from our global operations to zero by 2030,” he says.

As for the Brazilian economy, the company maintains a cautiously optimistic stance, says Sergei. “We recognize that, despite the challenges that may arise, the situation tends to be less severe than that faced in recent years. A central element to this perspective is the control of public spending and the expected drop-in interest rates, which can be seen as a direct stimulus to economic growth, increasing liquidity in the market and encouraging consumption.”

## POSITIVO TECNOLOGIA

**E**m 2024, espera prosseguir avançando nos negócios, diz o presidente, Hélio Bruck Rotenberg. **"Trabalhamos para progredir em todos os mercados em que atuamos: consumer, corporativo e instituições públicas. Em consumer, continuaremos a expansão iniciada há cinco anos para varejos regionais. Desenvolvemos nova estratégia para levar computadores das marcas Positivo e VAIO de forma mais inovadora e competitiva ao mercado. Em tablets, crescemos bem com as duas marcas. Em smartphones Infinix, estamos com share significativo em alguns varejistas. Continuamos líderes em Positivo Casa Inteligente com 1,5 milhão de usuários e devemos continuar a expansão em 2024."**

A empresa lançou produtos de sucesso no ano passado, como o tablet VAIO com teclado de conexão inteligente, o robô aspirador com mapeamento a laser, da Positivo Casa Inteligente, o Infinix NOTE 30 5G e os notebooks da Positivo Vision com barras de LED. "Essas iniciativas refletem nossos esforços em desenvolver soluções cada vez mais inovadoras. Neste ano, renovaremos nossas linhas em todas as categorias", afirma Hélio.

O ano de 2024 começou com muitos desafios para a economia brasileira, diz o presidente. "Temas como política fiscal, tributação e juros influenciam o planejamento das empresas. Esperamos que a trajetória de queda dos juros continue, de modo a estimular os investimentos pelas corporações e impulsionar o consumo."

**I**n 2024, the company hopes to continue advancing in business, says the president, Helio Bruck Rotenberg. **"We work to progress in all the markets in which we operate: consumer, corporate and public institutions. In consumer, we will continue the expansion started five years ago into regional retailers. We developed a new strategy to bring computers from the Positivo and VAIO brands to the market in a more innovative and competitive way. In tablets, we grew well with both brands. On Infinix smartphones, we have a significant share in some retailers. We remain leaders in Positivo Casa Inteligente with 1.5 million users and we should continue expanding in 2024."**

The company launched successful products last year, such as the VAIO tablet with smart connection keyboard, the robot vacuum cleaner with laser mapping, from Positivo Casa Inteligente, the Infinix NOTE 30 5G and Positivo Vision notebooks with LED bars. "These initiatives reflect our efforts to develop increasingly innovative solutions. This year, we will renew our lines in all categories", says Hélio.

The year 2024 began with many challenges for the Brazilian economy, says the president. "Themes such as fiscal policy, taxation, and interest influence company planning. We hope that the downward trend in interest rates will continue, in order to stimulate investment by corporations and boost consumption."



**HÉLIO BRUCK ROTENBERG,**  
**PRESIDENTE E UM DOS FUNDADORES**  
PRESIDENT AND ONE OF THE FOUNDERS

“

**Em 2023, lançamos produtos como o tablet VAIO com teclado de conexão inteligente e o robô aspirador com mapeamento a laser, da Positivo Casa Inteligente. Neste ano, renovaremos nossas linhas em todas as categorias.**

”

*"In 2023, we launched products such as the VAIO tablet with smart connection keyboard and the robot vacuum cleaner with laser mapping, from Positivo Casa Inteligente. This year, we will renew our lines in all categories."*





LADIR CASSOL JUNIOR,  
CEO

“

Buscamos superar o faturamento de vendas do ano passado. Por isso, estamos preparando uma grade de lançamentos exclusiva para a expansão desenhada para o ano. A previsão é que os lançamentos já estejam nas lojas a partir deste mês de março.

”

*“We seek to surpass last year's sales revenue. Therefore, we are preparing an exclusive launch schedule for the expansion designed for the year. The launches are expected to be in stores starting this March.”*

## REALCE

A maior conquista da empresa, em 2023, foi alcançar o crescimento previsto para o ano, conta o CEO, Ladir Cassol Junior. **“Ele foi tracionado pela abertura de clientes estratégicos do mercado interno e externo, principalmente levando em conta os cenários desafiadores do varejo no Brasil. Sabemos que 2024 também será um ano desafiador, mas a meta da Realce é superar o faturamento de 2023 e aumentar a participação da marca no mercado.”**

Por isso, a empresa está preparando uma grade de lançamentos exclusiva para a expansão desenhada para o ano. “A previsão é que os lançamentos já estejam nas lojas a partir deste mês de março”, conta o CEO.

A Realce vem estudando o mercado e observando atentamente o momento pelo qual o país vem passando em relação à economia como um todo, diz Ladir. “Mesmo diante desse cenário, estamos otimistas quanto ao planejamento traçado, também levando em consideração a sinalização de queda da taxa de juros.”

*The company's biggest achievement in 2023 was achieving the growth forecast for the year, says the CEO, Ladir Cassol Junior. “It was driven by the opening of strategic customers in the domestic and foreign markets, mainly considering the challenging retail scenarios in Brazil. We know that 2024 will also be a challenging year, but Realce's goal is to surpass 2023 revenue and increase the brand's market share.”*

*Therefore, the company is preparing an exclusive launch schedule for the expansion designed for the year. “The launches are expected to be in stores starting this March,” says the CEO.*

*Realce has been studying the market and closely observing the moment the country is going through in relation to the economy, says Ladir. “Even given this scenario, we are optimistic about the plan outlined, also taking into account the sign of a fall in interest rates.”*

## SUGGAR

A empresa espera crescer ao menos 15% em relação ao ano passado, diz o presidente, Leandro Xavier Costa. **"Em 2023, nossas maiores conquistas foram no segmento de fogões, em que abrimos novos clientes e consolidamos nossa produção e posição no mercado. Esperamos, também, maior crescimento econômico que possa impactar os negócios em 2024."**

A Suggar fará, neste ano, diversos lançamentos em todos os segmentos em que atua. "Também continuaremos a investir, principalmente em áreas de armazenagem, para dar suporte ao nosso crescimento. Esperamos que a questão de crédito seja algo menos relevante em nossos negócios", conta o presidente.

Em relação à economia, Leandro lamenta o crescimento do tamanho do Estado, o que acaba por gerar aumento na carga tributária. "Esperamos que a queda na taxa de juros realmente aconteça e chegue ao bolso das empresas e do trabalhador. A queda de juros tem forte impacto nos nossos negócios e na economia em geral."

*The company, expects to grow at least 15% In comparison with last year, says the president, Leandro Xavier Costa. **"Our biggest achievements in 2023 were at the stove segment, in which we open new clients and consolidated our production and market position. We also expect greater economic growth that could impact business in 2024."***

*This year Suggar will be launching several new products in all the segments in which it operates. "We will also continue to invest, especially in storage areas, to support our growth. We hope that the issue of credit will be less of a factor in our business," says the president.*

*Regarding the economy, Leandro regrets the growth in the size of the state, which ends up increasing the tax burden. "We hope that the drop in taxes will really happen and that it will reach the pockets of companies and workers. The drop of taxes, will have a strong impact on our businesses and the economy in general."*



**LEANDRO XAVIER COSTA,**  
PRESIDENTE  
PRESIDENT

“

**A Suggar fará, neste ano, diversos lançamentos em todos os segmentos em que atua. Continuaremos a investir, principalmente em áreas de armazenagem, para dar suporte ao nosso crescimento.**

”

*"This year Suggar will be launching several new products in all the segments in which it operates. We will continue to invest, especially in storage areas, to support our growth."*





VALDENI RODRIGUES,  
CEO

“

Essa nova Tectoy fabrica, comercializa e desenvolve parcerias para atender um mercado que busca soluções desde a venda, mas também quer assistência técnica de primeira linha.

”

*“This new Tectoy manufactures, markets, and develops partnerships to serve a market that seeks solutions from the point of sale, but also wants first-rate technical assistance.”*

## TECTOY

A empresa busca crescimento em torno de 20% em todas as suas linhas de negócios – meios de pagamentos, automação comercial e eletrônicos de consumo, diz o CEO, Valdeni Rodrigues. **“Sabemos que isso é muito agressivo para o momento em que se encontra nossa economia, mas acreditamos que muitas das iniciativas do governo possam melhorar a percepção do mercado e dos consumidores, dando a confiança necessária para uma retomada sólida e crescente.”**

Em 2023, a maior conquista da empresa foi superar o momento de indecisão do mercado e trazer novos produtos. “Tivemos o nosso primeiro Tectoy Day, com mais de 15 lançamentos para as linhas de meios de pagamentos e automação comercial. Nossa área de P&D tem foco em hardware e software de alta qualidade, e essa nova Tectoy fabrica, comercializa e desenvolve parcerias para atender um mercado que busca soluções desde a venda, mas também quer assistência técnica de primeira linha”, conta o CEO.

Na opinião de Valdeni, é essencial a redução da taxa de juros para que a economia retome a velocidade, permitindo investimentos dentro da área corporativa, e para que o consumidor faça seu planejamento financeiro de curto, médio e longo prazo. “Os sinais dados para o mercado têm sido bons, e buscar a segurança jurídica nos incentivos para maior crescimento será importante para não perder o ritmo de crescimento que esperamos.”

*The company seeks growth of around 20% in all its business lines – payment methods, commercial automation, and consumer electronics, says the CEO, Valdeni Rodrigues. “We know that this is very aggressive for the current situation in our economy, but we believe that many of the government’s initiatives can improve market and consumer perception, giving the necessary confidence for a solid and growing recovery.”*

*In 2023, the company’s greatest achievement was overcoming the market’s moment of indecision and bringing new products. “We had our first Tectoy Day, with more than 15 launches for the lines of payment methods and commercial automation. Our R&D area focuses on high-quality hardware and software, and this new Tectoy manufactures, markets, and develops partnerships to serve a market that seeks solutions from the point of sale, but also wants first-rate technical assistance”, says the CEO.*

*In Valdeni’s opinion, it is essential to reduce interest rates so the economy can regain speed, allowing investments within the corporate area, and for consumers to carry out their short, medium and long-term financial planning. “The signals given to the market have been good, and seeking legal certainty in incentives for greater growth will be important to avoid losing the pace of growth we expect.”*

## TP-LINK

**E**m 2024, seu principal objetivo é consolidar-se no segmento de casa inteligente com a marca Tapo e promover os roteadores Mesh Wi-Fi 6, diz Ayrton Neves, diretor de canais.

**"Acreditamos que a tecnologia tem o poder de transformar nossas casas em ambientes mais seguros, confortáveis e eficientes, em sintonia perfeita com a proposta de conectividade confiável da TP-Link. Nosso faturamento tem grande potencial para superar o de 2023, especialmente quando falamos de grandes projetos de conectividade Enterprise, outro setor em que estamos nos consolidando muito bem com a marca Omada."**

A empresa está orgulhosa de ter promovido o Wi-Fi 6 em todo o território brasileiro através de pequenos provedores e da expansão de sua equipe comercial. "Neste ano, os principais lançamentos se concentram em produtos para casas inteligentes com a expansão da nossa linha Tapo, além de roteadores Wi-Fi 6 Mesh, para atender tanto o consumidor final quanto os provedores", conta o diretor.

O Brasil é um mercado promissor para a conectividade. "Apesar de seus desafios, tem oportunidades significativas devido à crescente digitalização e à expansão dos planos de fibra, que alcançam quase todos os municípios do país. Além disso, em 2024 traremos a linha Tapo de produtos de automação residencial para diversificar ainda mais o nosso portfólio", conta Ayrton.

**I**n 2024, its main objective is to consolidate itself in the smart home segment with the Tapo brand and promote Mesh Wi-Fi 6 routers, says Ayrton Neves, channel director. **"We believe that technology has the power to transform our homes into safer, more comfortable, and efficient environments, in perfect harmony with TP-Link's reliable connectivity proposition. Our revenue has great potential to exceed 2023, especially when we talk about large Enterprise connectivity projects, another sector in which we are consolidating ourselves very well with the Omada brand."**

The company is proud to have promoted Wi-Fi 6 throughout Brazil through small providers and the expansion of its commercial team. "This year, the main launches focus on products for smart homes with the expansion of our Tapo line, in addition to Wi-Fi 6 Mesh routers, to serve both end consumers and providers", says the director.

Brazil is a promising market for connectivity. "Despite its challenges, it has significant opportunities due to increasing digitalization and the expansion of fiber plans that reach almost all municipalities in the country. Furthermore, in 2024 we will bring the Tapo line of home automation products to further diversify our portfolio", says Ayrton.



**AYRTON NEVES,**  
**DIRETOR DE CANAIS**  
CHANNEL DIRECTOR

“

**Neste ano, os principais lançamentos se concentram em produtos para casas inteligentes com a expansão da nossa linha Tapo, além de roteadores Wi-Fi 6 Mesh, para atender tanto o consumidor final quanto os provedores.**

”

*"This year, the main launches focus on products for smart homes with the expansion of our Tapo line, in addition to Wi-Fi 6 Mesh routers, to serve both the end consumer and providers."*





ALEXIS SUREN TCHOLAKIAN MORALES,  
DIRETOR  
DIRECTOR

“

Em 2023, ampliamos muito a linha de eletroportáteis e, em 2024, teremos grandes lançamentos, como o climatizador de 125 litros e 400 W de potência, na categoria em que já somos líderes.

”

*“In 2023, we greatly expanded the line of small appliances and, in 2024, we will have major launches, such as the 125-liter air conditioner and 400 W of power, in the category in which we are already leaders.”*

## VENTISOL/AGRATTO

A empresa é focada e otimista, diz o diretor, Alexis Suren Tcholakian Morales. **“A cada ano, nos dedicamos a melhorar e ampliar a linha de produtos e serviços. Em 2024, estamos certos de que teremos faturamento superior ao de 2023. Neste semestre, lançaremos o modelo do nosso microondas de 32 litros, branco, mixer 3 em 1, miniprocessador, omeleteira, cafeteira com timer e chaleira com regulação. Na linha de climatizadores, em que já somos líderes, traremos um grande lançamento. É o climatizador de 125 litros e 400 W de potência.”**

Em 2023, a empresa inovou com os ventiladores de teto Inverter. Também ampliou muito a sua linha de eletroportáteis, com produtos como a batedeira planetária e o forno fritadeira. “Em 2024, não será diferente. Apresentaremos mais novidades”, conta Alexis.

Na opinião do diretor, a resiliência demonstrada pela economia brasileira recentemente superou as expectativas. “No entanto, esse cenário não garante credibilidade a longo prazo. O descuido com o fiscal, combinado com a projeção de um déficit significativo em 2024, e o contexto de elevadas taxas de juros nos Estados Unidos comprometem as perspectivas de uma redução mais rápida delas no Brasil. A persistência de uma taxa básica de juros elevada impacta negativamente tanto o setor varejista quanto o desempenho geral da economia.”

**T**he company is focused and optimistic, says the director Alexis Suren Tcholakian Morales. **“Each year, we dedicate ourselves to improving and expanding the line of products and services. In 2024, we are certain that we will have higher revenues than in 2023. This semester, we will launch our 32-liter microwave model, white, 3-in-1 mixer, mini processor, omelet maker, timer coffee maker and adjustable kettle. In the air conditioner line, in which we are already leaders, we will bring a major launch. It’s a 125-liter air conditioner with 400 W of power.”**

In 2023, the company innovated with Inverter ceiling fans. It also greatly expanded its line of small appliances, with products such as the planetary pan and the fryer oven. “In 2024, it will be no different, we will present more news”, says Alexis.

In the director’s opinion, the resilience demonstrated by the Brazilian economy recently exceeds expectations. “However, this scenario does not guarantee long-term credibility. Fiscal carelessness, combined with the projection of a significant deficit in 2024, and the context of high interest rates in the United States compromise the prospects for a faster reduction in interest rates in Brazil. The persistence of a high basic interest rate negatively impacts both the retail sector and the general performance of the economy.”

# VIVENSIS

**E**m 2024, espera crescimento consistente, com faturamento acima de 30% sobre 2023, diz o sócio-fundador, Rômulo Freire. **"Isso se deve a uma série de fatores, incluindo a retomada do crescimento econômico brasileiro, o aumento do consumo de bens duráveis e à nossa estratégia de inovação. Em 2023, a Vivensis dobrou o seu faturamento e teve conquistas importantes, como a liderança de mercado da nova parabólica digital no Brasil, tanto em vendas como em instalações, num período de forte crescimento do segmento, impulsionado pela migração da Banda C para a Banda KU."**

Houve crescimento também de 30% no segmento de periféricos gamers, refletindo o aumento de popularidade da categoria no Brasil e a consolidação da estratégia de diversificação do portfólio da empresa com o lançamento da linha de áudio com a marca Vibe Sound pelo varejo. "Na Eletrolar Show de 2024, apresentaremos toda a renovação de nosso portfólio, com novos SKUs para recepção de sinal digital de TV, áudio e gamers", conta Rômulo.

A economia brasileira está em um momento de retomada, com crescimento do PIB e redução da inflação, diz Rômulo. "Isso é positivo para o nosso setor, que ainda possui o vetor de crescimento da migração tecnológica de limpeza de espectro da banda C para a expansão do 5G no País. A queda da taxa de juros é um fator positivo para a economia, pois estimula o consumo e o investimento. Estamos confiantes em que continuaremos a crescer e a inovar em 2024."

**I**n 2024, it expects consistent growth, with revenue above 30% over 2023, says the founding partner, Rômulo Freire. **"This is due to a series of factors, including the resumption of Brazilian economic growth, the increase in consumption of durable goods and our innovation strategy. In 2023, Vivensis doubled its revenue and had important achievements, such as market leadership in the new digital dish in Brazil, both in sales and installations, in a period of strong growth in the segment, driven by the migration from C-Band to KU-Band."**

There was also 30% growth in the gaming peripherals segment, reflecting the increased popularity of the category in Brazil and the consolidation of the company's portfolio diversification strategy with the launch of the audio line under the Vibe Sound brand at retail. "At the 2024 Eletrolar Show, we will present the entire renewal of our portfolio, with new SKUs for digital signal reception for TV, audio, and gamers", says Rômulo.

The Brazilian economy is in a moment of recovery, with GDP growth and reduced inflation, says Rômulo. "This is positive for our sector, which still has the growth vector of technological migration from C-band spectrum cleaning to the expansion of 5G in the country. The drop-in interest rates are a positive factor for the economy, as it stimulates consumption and investment. We are confident that we will continue to grow and innovate in 2024."



**RÔMULO FREIRE,**  
SÓCIO-FUNDADOR  
FOUNDING PARTNER

“

**Na feira Eletrolar Show de 2024, apresentaremos toda a renovação de nosso portfólio, com novos SKUs para recepção de sinal digital de TV, áudio e gamers. Estamos confiantes em que continuaremos a crescer.**

”

*"At the 2024 Eletrolar Show fair, we will present the entire renewal of our portfolio, with new SKUs for digital signal reception for TV, audio, and gamers. We are confident that we will continue to grow."*





PAULO SANFORD,  
CEO WAP & WAAW BY ALOK

“

Em 2023, tivemos lançamentos muito importantes, como a linha de cozinha assinada pelo chef Henrique Fogaça, que marcou a nossa entrada nesse segmento. Neste ano, planejamos lançar 50 produtos.

”

*“In 2023, we had very important launches, such as the kitchen line signed by chef Henrique Fogaça, which marked our entry into this segment. This year, we plan to launch 50 products.”*

## WAP

Em 2023, a empresa teve um marco muito importante, diz o CEO WAP & Waaw by Alok, Paulo Sanford. **“Realizamos 10 vezes a receita líquida de 2015, com melhor rentabilidade e gestão de capital otimizado. Essa conquista foi o resultado do processo de reestruturação interna que ocorreu nos últimos anos e reafirmou que estamos no caminho certo. Também tivemos lançamentos muito importantes, como a linha de cozinha assinada pelo chef Henrique Fogaça, que marcou a nossa entrada nesse segmento. Estamos com muitas expectativas para 2024, esperamos que a WAP tenha resultados ainda melhores e alcance novos patamares.”**

Neste ano, a empresa já traçou seus objetivos e planeja lançar 50 produtos, além de ter um forte plano de expansão para todas as frentes em que atua. “A WAP se orgulha de ter a inovação no seu DNA, e continuaremos trabalhando fortemente sob esse viés”, conta Paulo.

Na economia, o CEO acredita que neste semestre os efeitos da taxa de juros de dois dígitos ainda serão sentidos. “A queda continua e o ritmo dependem do cenário dos juros americanos. Com a expectativa da taxa de um dígito para o segundo semestre, haverá um ambiente de aceleração econômica. O crédito é outro tema muito relevante para este ano e deverá crescer com a redução dos juros. De modo geral, o ano de 2023 começou com o ritmo da economia melhor e terminou pior, mas em 2024 será o inverso. Teremos uma melhora até o fim deste ano.”

*In 2023, the company had a very important milestone, says the CEO WAP & Waaw by Alok, Paulo Sanford. **“Reached 10 times the net revenue of 2015, with better profitability and optimized capital management. This achievement was the result of the internal restructuring process that took place in recent years and reaffirmed that we are on the right path. We also had very important launches, such as the kitchen line designed by chef Henrique Fogaça, which marked our entry into this segment. We have high expectations for 2024, we hope that WAP will have even better results and reach new heights.”***

*This year, the company has already outlined its objectives and plans to launch 50 products, in addition to having a strong expansion plan for all fronts in which it operates. “WAP is proud to have innovation in its DNA, and we will continue to work hard in this vein”, says Paulo.*

*In the economy, the CEO believes that this semester the effects of the double-digit interest rate will still be felt. “The continued decline and pace depend on the US interest rate scenario. With the expectation of a single-digit rate for the second half of the year, there will be an environment of economic acceleration. Credit is another very relevant topic for this year and is expected to grow with the reduction in interest rates. In general, 2023 started with a better economy and ended worse, but in 2024 it will be the opposite. We will see an improvement by the end of this year.”*

# WHIRLPOOL

A empresa está muito otimista neste ano, diz Eduardo Akira, diretor sênior de vendas. **"Temos um calendário de lançamentos importantes e grandes momentos das nossas marcas Brastemp, Consul, Compra Certa, Compra Direta Empresas e KitchenAid. Seguimos focados em atender às necessidades dos consumidores, antecipando tendências de mercado. Outro destaque é o investimento acima de R\$ 500 milhões em expansão, além do desenvolvimento do setor e de suas comunidades, fruto de parceria com o município de Rio Claro (SP) e com o governo de Santa Catarina, em Joinville. Damos continuidade ao desenvolvimento produtivo da empresa."**

Em 2023, a marca Consul comemorou seus 73 anos com uma edição limitada do frigobar retrô. No mesmo ano, houve o reposicionamento da marca Brastemp, com o novo conceito "É outro mundo", em que reforça um território importante, o de estar presente nos lares do Brasil e acompanhando as mudanças de comportamento do consumidor com produtos que entregam design e performance. "Lançamos, também, o aplicativo do Compra Certa, marketplace da Whirlpool", conta o diretor.

Na agenda ESG, lançou o Sistema Individual de Logística Reversa de Eletroeletrônicos. "Posicionamos a empresa como pioneira na estruturação de um sistema próprio de logística reversa em todo o Brasil, ambientalmente adequado, para eletroeletrônicos de todos os portes e de qualquer marca. Em 2024, teremos grandes lançamentos, ampliando o portfólio. Será um grande ano. Estamos otimistas com a retomada do setor", diz Eduardo.

**The company is very optimistic this year, says Eduardo Akira, senior sales director. "We have a calendar of important launches and great moments for our brands Brastemp, Consul, Compra Certa, Compra Direta Empresas and KitchenAid. We remain focused on meeting consumer needs, anticipating market trends. Another highlight is the investment of over BRL 500 million in expansion, in addition to the development of the sector and its communities, the result of a partnership with the municipality of Rio Claro (SP) and the government of Santa Catarina, in Joinville. We continue the company's productive development."**

*In 2023, the Consul brand celebrated its 73rd anniversary with a limited edition of the retro minibar. In the same year, the Brastemp brand was repositioned, with the new concept "It's Another World", which reinforces an important territory, that of being present in Brazilian homes and following changes in consumer behavior with products that deliver design and performance. "We also launched the Compra Certa app, Whirlpool's marketplace," says the director.*

*On the ESG agenda, it launched the Individual Electronic Reverse Logistics System. "We position the company as a pioneer in structuring its own reverse logistics system throughout Brazil, environmentally suitable, for electronics of all sizes and of any brand. In 2024, we will have major launches, expanding the portfolio. It will be a great year. We are optimistic about the recovery of the sector", says Eduardo.*



Foto: Produtora Camera 1

**EDUARDO AKIRA,**  
**DIRETOR SÊNIOR DE VENDAS**  
SENIOR SALES DIRECTOR

“

**Estamos otimistas com a retomada do setor. No Brasil, a Whirlpool tem a segunda maior operação, ficando atrás apenas dos Estados Unidos. Em 2024, teremos grandes lançamentos, ampliando o portfólio. Será um grande ano.**

”

*"We are optimistic about the recovery of the sector. In Brazil, Whirlpool has the second largest operation, behind only the United States. In 2024, we will have major launches, expanding the portfolio. It will be a great year."*





**PAULO XU,**  
FUNDADOR E PRESIDENTE DA DL, RESPONSÁVEL PELA  
OPERAÇÃO DA XIAOMI BRASIL  
*FOUNDER AND PRESIDENT AT DL, RESPONSIBLE FOR THE  
OPERATION OF XIAOMI BRAZIL*

“

**Neste ano, a Xiaomi mantém o compromisso de continuar lançando diversos smartphones nas linhas Redmi, Redmi Note, Xiao e POCO e de itens do nosso ecossistema, que já somam mais de 500 produtos diversos.**

”

*“This year, Xiaomi remains committed to continuing to launch several smartphones in the Redmi, Redmi Note, Xiao and POCO lines and items from our ecosystem, which already totals more than 500 different products.”*

## XIAOMI

**P**ara este ano, planeja crescimento de 50% em relação a 2023, conta Paulo Xu, presidente e fundador da DL, empresa responsável pela operação da Xiaomi no Brasil.

**“Em 2023, trabalhamos para o fortalecimento da confiança entre consumidores e marca. Nossa meta é dobrar o número de pontos de vendas ainda em 2024.”**

Neste ano, a empresa mantém o compromisso de continuar lançando diversos smartphones nas linhas Redmi, Redmi Note, Xiao e POCO. “Também teremos lançamentos de itens do nosso ecossistema, que já somam mais de 500 produtos diversos, sempre com tecnologia para facilitar a vida dos consumidores”, diz Paulo.

O presidente e fundador da DL está bastante otimista com a economia brasileira, mesmo diante de tantas dificuldades. “A taxa de juros menor e o câmbio estável facilitam o trabalho em nosso segmento. Direcionamos nosso olhar para o lado positivo e para as diversas possibilidades que vêm surgindo. No período pós-pandemia, mesmo com a economia enfrentando muitas dificuldades, identificamos várias oportunidades em diversas áreas, entre elas saúde e bem-estar. Diante disso, passamos a disponibilizar produtos para atender a essas novas demandas dos fãs da marca pelo País.”

**F**or this year, it plans to grow 50% compared to 2023, says Paulo Xu, president and founder at DL, the company responsible for Xiaomi's operations in Brazil. **“In 2023, we work to strengthen trust between consumers and the brand. Our goal is to double the number of points of sale by 2024.”**

*This year, the company remains committed to continuing to launch several smartphones in the Redmi, Redmi Note, Xiao and POCO lines. “We will also have launches of items from our ecosystem, which already total more than 500 different products, always with technology to make consumers' lives easier”, says Paulo.*

*The president and founder at DL is very optimistic about the Brazilian economy, even in the face of so many difficulties. “The lower interest rate and stable exchange rate make working in our segment easier. We direct our gaze to the positive side and to the different possibilities that are emerging. In the post-pandemic period, even with the economy facing many difficulties, we identified several opportunities in different areas, including health and well-being. Therefore, we began to make products available to meet these new demands from the brand's fans across the country.”*

## ANODILAR

A empresa iniciou o ano com indicadores favoráveis somados às reformas, diz Lourenço Stangherlin, diretor-presidente. **"Torcemos por um aumento de consumo com a população menos endividada e pela tendência de queda de juros. Nosso faturamento deverá ser superior ao de 2023, acima de dois dígitos. No ano passado, ampliamos a nossa participação internacional, abrindo o mercado da América do Norte."**

Neste ano, fará lançamentos voltados para as categorias de massas, carnes e confeitaria. "Todos estarão alinhados ao nosso propósito de potencializar pequenos negócios de gastronomia no Brasil e no mundo, simplificando a forma de fazer", conta Lourenço, que espera, além da queda na taxa de juros, outras medidas do governo que possam dar mais segurança para as empresas investirem no País.

*The company started the year with favorable indicators in addition to the reforms, says Lourenço Stangherlin, president director. "We hope for an increase in consumption with the population less in debt and the tendency for interest rates to fall. Our revenue should be higher than in 2023, above double digits. In 2023, we expanded our international participation, opening the North American market."*

*This year, the company will launch products aimed at the pasta, meat and confectionery categories. "Everyone will be aligned with our purpose of boosting small gastronomy businesses in Brazil and around the world, simplifying the way things are done", says Lourenço, who hopes, in addition to the drop in interest rates, other government measures that can provide more security for companies invest in the country.*



**LOURENÇO STANGHERLIN,**  
DIRETOR-PRESIDENTE  
PRESIDENT DIRECTOR

## CHAMALUX

As expectativas para o ano são boas, afirma o diretor, Irineu Bourscheid. **"Entramos em 2024 entusiasmados para um crescimento com base no lançamento de produtos e expansão do mercado nacional e exportação, criando sempre um diferencial para o nosso consumidor, que vem buscando novidades. Proporcionamos agilidade e comprometimento."**

Neste ano, a Chamalux reformula toda a sua linha e apresenta novos produtos. "Com isso, apostamos em crescimento considerável em 2024. Além disso, a economia tende a ter uma reação positiva e, com a taxa de juros em queda, podemos esperar maiores investimentos em vários setores, fazendo com que esse montante entre no giro de mercado", diz Irineu.

*Expectations for the year are good, says director, Irineu Bourscheid. "We enter 2024 excited about growth based on the launch of products and expansion of the national and export market, always creating a difference for our consumers, who have been looking for new things. We provide agility and commitment."*

*This year, Chamalux reformulates its entire line and presents new products. "With this, we are betting on considerable growth in 2024. Furthermore, the economy tends to have a positive reaction and, with the interest rate falling, we can expect greater investments in various sectors, causing this amount to enter the market turnover", says Irineu.*



**IRINEU BOURSCHIED,**  
DIRETOR  
DIRECTOR





**MARCELO IGREJA,**  
DIRETOR COMERCIAL  
COMMERCIAL DIRECTOR

## GOLDENTEC

A empresa planeja crescimento e foco no atacado em 2024, diz Marcelo Igreja, diretor comercial.

**"O ano de 2023 foi desafiador. Fizemos muitos movimentos para sermos mais rentáveis, como diminuição da despesa financeira com redução de estoque e eliminação de qualquer dívida bancária, e evitamos antecipações. Isso nos dá condições de sermos mais competitivos."**

Com a expansão do atacado, a marca Goldentec ganhará cada vez mais relevância. "Ela se traduz em produtos de qualidade com excelente custo/benefício para quem revende e para o consumidor final. Temos expectativas de recuperação da economia em 2024, e a redução da taxa Selic tende a aquecer o consumo. Acreditamos em um ano melhor. Temos nossa empresa preparada e um time qualificado para ganharmos market share", afirma Marcelo.

The company plans growth and focus on wholesale in 2024, says Marcelo Igreja, commercial director.

**"The year 2023 was challenging. We made many moves to be more profitable, such as reducing financial expenses by reducing inventory and eliminating any bank debt, and we avoided advance payments. This allows us to be more competitive."**

With the expansion of wholesale, the Goldentec brand will gain more and more relevance. "It translates into quality products with excellent cost/benefit for those who resell and for the end consumer. We expect the economy to recover in 2024, and the reduction in the Selic rate tends to boost consumption. We believe in a better year. We have our company prepared and a qualified team to gain market share", says Marcelo.



**RAFAEL BARBOSA,**  
PRESIDENTE  
PRESIDENT

## MULTIVISÃO

O ano de 2023 se mostrou um tanto desafiador, com a instabilidade da economia, diz o presidente, Rafael Barbosa.

**"Vimos clientes fecharem lojas e diminuírem as compras de nossa empresa, nos reinventamos e aumentamos ainda mais a nossa pulverização em pequenos e médios clientes. Para nós, 2024 será melhor e muito especial. O grande lançamento será a linha GOOD&GO de eletroportáteis, com pegada super-moderna e atual."**

Na opinião de Rafael, em 2024, questões como equilíbrio fiscal e investimentos devem permear o cenário local. "A taxa básica de juros deve manter a trajetória de queda, é um fator positivo, pois ajudará a diminuir a pressão sobre o custo do capital e baratear as diferentes modalidades de crédito que são oferecidas às empresas e aos consumidores."

The year 2023 proved to be somewhat challenging, with the instability of the economy, says the president, Rafael Barbosa.

**"We saw customers close stores and reduce purchases from our company, we reinvented ourselves and further increased our reach into small and medium-sized customers. For us, 2024 will be better and very special. The big launch will be the GOOD&GO line of small appliances, with a super modern and current feel."**

In Rafael's opinion, in 2024, issues such as fiscal balance and investments should permeate the local scenario. "The basic interest rate should maintain its downward trend, it is a positive factor, as it will help reduce pressure on the cost of capital and make the different types of credit offered to companies and consumers cheaper."

## PIONEER BRASIL

A empresa espera que o ritmo do consumo e o faturamento sejam melhores que os de 2023, diz o presidente, Takenaka Kazumi. **"A previsão da Fenabrave é que as vendas de carro aumentem 12%, o que seria positivo para o nosso segmento de negócios. O ano de 2024 será melhor se a taxa de juros continuar caindo e a de câmbio se mantiver estável. Esses fatores podem estimular o consumo de produtos duráveis, como carros e eletrônicos da linha marrom."**

Em 2024, a Pioneer traz novidades ao consumidor brasileiro, um apaixonado por carros e som, conta Takenaka. "Temos uma linha completa para que a experiência ao dirigir conectado e com segurança seja elevada a outros patamares. Nossos produtos têm tecnologia, inovação, conectividade e qualidade. Teremos, pelo menos, dois novos modelos de cada categoria HU e falantes."

*The company expects the pace of consumption and revenue to be better than in 2023, says the president, Takenaka Kazumi. **"Fenabrave's forecast is that car sales will increase by 12%, which would be positive for our business segment. The year 2024 will be better if the interest rate continues to fall and the exchange rate remains stable. These factors can stimulate the consumption of durable products, such as brown goods cars and consumer electronics."***

*In 2024, Pioneer will bring news to the Brazilian consumer, who is passionate about cars and sound, says Takenaka. "We have a complete line so that the experience of driving connected and safely is taken to new levels. Our products have technology, innovation, connectivity, and quality. We will have at least two new models from each HU and speaker category."*



**TAKENAKA KAZUMI,**  
PRESIDENTE  
PRESIDENT

## POLYVOX

As expectativas são muito boas em 2024. Num ano difícil como 2023, a empresa cresceu acima de 22%, afirma o CEO, Luiz Kencis. **"Acreditamos que em 2024 poderemos crescer acima de 30%. Para isso, estamos apostando em lançamentos de produtos inovadores. Também estamos investindo na expansão da nossa distribuição, aumentando a base de clientes e ampliando a parceria com os atuais."**

O mercado de áudio está voltando a ocupar um espaço de destaque no País. "Em 2023, houve uma retomada muito grande de festas presenciais. E a música é essencial nesse cenário, então vivemos um momento de crescimento. O mercado de caixas de som é muito concorrido, porém com poucos especialistas em áudio. Por essa razão, entendemos a importância de trazer produtos com design, tecnologia, potência e preço acessível", conta Luiz. Com juros "mais baixos e redução do desemprego, o varejo terá um melhor desempenho."

*Expectations are very good in 2024. In a difficult year like 2023, the company grew over 22%, says the CEO, Luiz Kencis. **"We believe that in 2024 we will be able to grow above 30%. To achieve this, we are investing in innovative product launches. We are also investing in expanding our distribution, increasing the customer base, and expanding partnerships with current ones."***

*The audio market is returning to prominence in the country. "In 2023, there was a huge upturn in face-to-face parties. And music is essential in this scenario, so we're experiencing a moment of growth. The speakers market is very competitive, but there are few audio specialists. For this reason, we understand the importance of bringing products with design, technology, power and an affordable price," says Luiz. With "lower interest rates and reduced unemployment, retail will perform better."*



**LUIZ KENCIS,**  
CEO





MARCELLO COMINATTO,  
CEO

## PRAXIS ELETRODOMÉSTICOS

Há mais de três décadas, fabrica produtos para marcas de renome e, há alguns anos, resolveu desenvolver seus próprios itens, diz Marcello Cominatto, CEO. **"Desde o início, nos preocupamos em levar ao mercado produtos diferenciados, com características exclusivas. Teremos grande crescimento no volume de vendas em 2024, considerando o investimento já realizado. Em 2023, nosso faturamento cresceu 47% ante 2022."**

Este ano será marcado por grandes lançamentos. Um deles é a máquina de lavar louças exclusiva e patenteada pela Praxis. Outras novidades serão as linhas de climatizadores de ar, secadora de roupas e ventiladores. "Estamos em fase final de construção de mais uma unidade no sul de Minas Gerais, que deve entrar em operação neste trimestre, aumentando nosso volume de produção e velocidade de entrega", conta Marcello.

For more than three decades, it has been manufacturing products for renowned brands and, a few years ago, it decided to develop its own items, says Marcello Cominatto, CEO. **"From the beginning, we have been concerned with bringing differentiated products to the market, with exclusive characteristics. We will have great growth in sales volume in 2024, considering the investment already made. In 2023, our revenue grew 47% compared to 2022."**

This year will be marked by great launches. One of them is the exclusive and patented Praxis dishwasher. Other new features will be the lines of air conditioners, clothes dryers, and fans. "We are in the final phase of building another unit in the south of Minas Gerais, which should come into operation this quarter, increasing our production volume and delivery speed", says Marcello.



CRISTIANO MESQUITA,  
DIRETOR  
DIRECTOR

## PROGÁS

A empresa está com expectativa otimista para 2024, conta o diretor, Cristiano Mesquita. **"Temos projeção de crescimento no nosso faturamento em relação ao ano passado e de aumento de nossa produção fabril. Já definimos o lançamento de uma nova linha de equipamentos e a ampliação das ações de marketing. O ano de 2023 foi oscilante, mas a Progás obteve leve evolução."**

Neste ano, a empresa entende que pode crescer em algumas regiões estratégicas no mercado interno. "Também estamos fomentando uma atuação mais agressiva no mercado externo", explica Cristiano. Em sua opinião, o ponto principal para o setor é uma linha de crédito para o consumidor, além da queda dos juros.

The company has optimistic expectations for 2024, says the director, Cristiano Mesquita. **"We are projected to see growth in our revenue compared to last year and an increase in our factory production. We have already defined the launch of a new line of equipment and the expansion of marketing actions. The year 2023 was fluctuating, but Progás made slight progress."**

This year, the company understands that it can grow in some strategic regions in the domestic market. "We are also promoting more aggressive operations in the foreign market", explains Cristiano. In his opinion, the main point for the sector is a line of credit for consumers, in addition to the drop-in interest rates.

## RAGTECH

A empresa mantém a sua postura otimista, diz Walter Sitta Junior, gerente nacional de vendas e porta-voz da Ragtech. **"Confiamos em um impulso positivo na atividade econômica. Isso se estende ao setor público, que representa uma parcela significativa do nosso faturamento. A implementação da nova lei de licitações nesse setor trará maior estabilidade e segurança para as operações."**

Em 2023, a Ragtech firmou-se como líder em tecnologia avançada, apresentando soluções e produtos criativos ao mercado de energia. "Os segmentos de gamers e de segurança eletrônica foram os principais pilares do nosso posicionamento no ano", conta Walter. Em 2024, planeja lançar nobreaks com capacidades e potências superiores, além de realizar investimentos e apresentar soluções no promissor segmento de segurança eletrônica.

*The company maintains its optimistic stance, says Walter Sitta Junior, national sales manager, and spokesperson at Ragtech. "We trust in a positive impulse in economic activity. This extends to the public sector, which represents a significant portion of our revenue. The implementation of the new bidding law in this sector will bring greater stability and security to operations."*

*In 2023, Ragtech established itself as a leader in advanced technology, presenting creative solutions and products to the energy market. "The gamers and electronic security segments were the main pillars of our position in the year", says Walter. In 2024, it plans to launch UPSs with higher capacities and powers, in addition to making investments and presenting solutions in the promising electronic security segment.*



**WALTER SITTA JUNIOR,**  
**PORTA-VOZ**  
**SPOKEPERSON**

## SINGER DO BRASIL

O ano de 2023 foi desafiador, diz Raul Garza, presidente na América Latina. **"Enfrentamos um varejo desacelerado e nos reinventamos para buscar alternativas de distribuição. No último trimestre do ano, a performance de sell out, principalmente nos canais online, nos surpreendeu, e fechamos 2023 com crescimento. Em 2024, o objetivo é crescer 6% no faturamento, com lançamentos e reestruturações na área de vendas. Queremos estar ainda mais próximos do varejo, seja ele digital ou físico."**

Há pouco, a Singer lançou uma máquina de costura eletrônica, intuitiva, com preço acessível, e planeja um grande breakthrough para a categoria no segundo trimestre. "Desta vez, a nossa ideia é fazer com que a tecnologia realmente trabalhe em benefício do consumidor", afirma Raul, que tem a expectativa de um cenário diferente com a queda dos juros.

*The year 2023 was challenging, says Raul Garza, president in Latin America. "We faced a slowdown in retail and reinvented ourselves to look for distribution alternatives. In the last quarter of the year, the sell-out performance, especially in online channels, surprised us, and we closed 2023 with growth. In 2024, the objective is to grow 6% in revenue, with launches and restructuring in the sales area. We want to be even closer to retail, whether digital or physical."*

*Recently, Singer launched an electronic, intuitive, affordable sewing machine and plans a breakthrough for the category in the second quarter. "This time, our idea is to make technology really work for the benefit of the consumer", says Raul, who expects a different scenario with falling interest rates.*



Foto: Raíla Cusato

**RAUL GARZA,**  
**PRESIDENTE NA AMÉRICA LATINA**  
**PRESIDENT IN LATIN AMERICA**



DANIEL MAZINI,  
PRESIDENTE  
PRESIDENT

“

Vemos o canal mobile (compras via celular e aplicativo Amazon) crescendo, os clientes estão mais confortáveis em fazer suas compras do dia a dia no e-commerce.

”

*“We see the mobile channel (purchases via cell phone and the Amazon app) growing, customers are more comfortable making their daily purchases on e-commerce.”*

## AMAZON BRASIL

Amazon tem o compromisso de sempre atender seus clientes com excelência, diz o presidente, Daniel Mazini. **“Para isso, nosso foco está em ter a maior variedade possível de produtos, das mais diversas categorias, para diferentes gostos e possibilidades de gastos. No ano passado, ampliamos ainda mais as nossas opções de pagamento, com o lançamento dos cartões de crédito Amazon.com.br e Amazon Prime. Estamos crescendo acima do esperado, e o início do ano está sendo bastante positivo para nós. Esperamos que esse crescimento continue em 2024.”**

Em julho de 2023, no Prime Day, a empresa registrou 50% a mais de vendas que no ano anterior. Foi o seu maior dia de vendas desde o lançamento no Brasil. A Black Friday da Amazon Brasil surpreendeu positivamente, atingindo 60% de crescimento em relação ao evento de 2022. “Vemos o canal mobile (compras via celular e aplicativo Amazon) crescendo, os clientes estão mais confortáveis em fazer suas compras do dia a dia no e-commerce”, conta o presidente.

Um controle maior da inflação e a redução da taxa de juros fazem o negócio de varejo ser mais previsível, afirma Daniel. “Isso ajuda em planos de longo prazo, que são o foco da nossa cultura. Ainda existe muito espaço para o crescimento do e-commerce no Brasil e estamos convictos de que os clientes continuarão sendo cativados pela facilidade de achar itens, pela conveniência de recebê-los de maneira rápida e pela possibilidade de resolver qualquer assunto pós-compra do modo mais fácil possível. Essas são áreas de foco da Amazon.”

Amazon is committed to always serving its customers with excellence, says its president, Daniel Mazini. **“To this end, our focus is on having the widest possible variety of products, from the most diverse categories, for different tastes and spending possibilities. Last year, we further expanded our payment options, with the launch of Amazon.com.br and Amazon Prime credit cards. We are growing above expectations, and the beginning of the year is being very positive for us. We expect this growth to continue in 2024.”**

In July 2023, on Prime Day, the company recorded 50% more sales than the previous year. It was its biggest sales day since its launch in Brazil. Amazon Brazil's Black Friday was a positive surprise, reaching 60% growth compared to the 2022 event. “We see the mobile channel (purchases via cell phone and the Amazon app) growing, customers are more comfortable making their daily purchases on e-commerce”, says the president.

Greater control over inflation and a reduction in interest rates make the retail business more predictable, says Daniel. “This helps with long-term plans, which are the focus of our culture. There is still a lot of room for the growth of e-commerce in Brazil and we are convinced that customers will continue to be captivated by the ease of finding items, the convenience of receiving them quickly and the possibility of resolving any post-purchase issue in the same way as easy as possible. These are areas of focus for Amazon.”



## BEMOL

O ano de 2023 foi desafiador para o varejo de eletrodomésticos, diz o diretor financeiro, Marcelo Forma. **"O consumo foi impactado pela limitação do poder de compra do consumidor, decorrente da quase inexistente renda disponível e do alto nível de endividamento das famílias. A inflação persistiu em patamares acima da meta estabelecida pelo Banco Central, e a taxa de juros manteve-se próxima a 14% ao ano. Nesse cenário, implementamos revisões em nossa política de crédito para conter o crescimento da inadimplência, e as despesas financeiras tiveram impacto em nossos resultados. Apesar disso, crescemos 10% ante 2022."**

Para 2024, há otimismo. "Já observamos melhorias nas curvas de inadimplência e sinais positivos de redução da taxa de juros. Nossos planos incluem investimentos na abertura de novas lojas nos estados do Amazonas e Roraima, bem como a expansão de nossa oferta de serviços financeiros, incluindo empréstimos pessoais com e sem garantia", conta Marcelo.

A empresa pretende, ainda, dar ênfase ao seu e-commerce, diz o diretor. "Planejamos implantar uma nova plataforma tecnológica que possibilitará a incorporação de diversas funcionalidades, como a orquestração de pedidos, maior fluidez na omnicanalidade e experiência de compra aprimorada para os clientes. Também ampliaremos nosso marketplace regional, almejando multiplicar por 10 o número de parceiros participantes. Com a concretização dessas ações, a Bemol espera alcançar crescimento de 12% neste ano, superando o faturamento de R\$ 4 bilhões."

**The year 2023 was challenging for electronics retail, says financial director, Marcelo Forma. "Consumption was impacted by limited consumer purchasing power, resulting from the almost non-existent disposable income and the high level of household debt. Inflation persisted at levels above the target established by the Central Bank, and the interest rate remained close to 14% per year. In this scenario, we implemented revisions to our credit policy to contain the growth in defaults, and financial expenses had an impact on our results. Despite this, we grew 10% compared to 2022."**

For 2024, there is optimism. "We have already seen improvements in default curves and positive signs of a reduction in interest rates. Our plans include investments in opening new stores in the states of Amazonas and Roraima, as well as expanding our range of financial services, including secured and unsecured personal loans", says Marcelo.

The company also intends to emphasize its e-commerce, says the director. "We plan to implement a new technological platform that will enable the incorporation of several functionalities, such as order orchestration, greater fluidity in omnichannel and an improved shopping experience for customers. We will also expand our regional marketplace, aiming to multiply the number of participating partners by 10. With the implementation of these actions, Bemol expects to achieve growth of 12% this year, exceeding revenues of BRL 4 billion."



**MARCELO FORMA,**  
**DIRETOR FINANCEIRO**  
FINANCIAL DIRECTOR

“

Nossos planos incluem investimentos na abertura de novas lojas nos estados do Amazonas e Roraima, bem como a expansão de nossa oferta de serviços financeiros, incluindo empréstimos pessoais com e sem garantia.

”

*"Our plans include investing in the opening of new stores in the states of Amazonas and Roraima, as well as expanding our financial services offering, including secured and unsecured personal loans."*



GILMAR ALVES DE OLIVEIRA,  
PRESIDENTE  
PRESIDENT

“

Em 2024, nosso intuito é fortalecer o caixa, otimizar as despesas operacionais, realizar negociações estratégicas com nossos fornecedores, manter o time motivado e engajado, introduzir novos produtos e reforçar nossas campanhas de vendas.

”

*“In 2024, our aim is to strengthen cash flow, optimize operational expenses, carry out strategic negotiations with our suppliers, keep the team motivated and engaged, introduce new products, and reinforce our sales campaigns.”*

## GAZIN

**“E**stamos otimistas para 2024, mesmo considerando que teremos uma taxa de juros alta, uma crise de crédito e preocupações relacionadas à inadimplência”, diz o presidente, Gilmar Alves de Oliveira. **“No entanto, devido à solidez financeira da Gazin e ao foco principal em regiões do Agro, juntamente com nossa capacidade e experiência em oferecer crédito a longo prazo aos clientes, acreditamos que será um ano de crescimento.”**

A empresa, cujos canais que apresentam maior expansão de vendas são o varejo e o atacado, planeja crescer 12% neste ano sobre 2023. “Foi um ano de crescimento exponencial. Em 2024, nosso intuito é fortalecer o caixa, otimizar as despesas operacionais, realizar negociações estratégicas com nossos fornecedores, manter o time motivado e engajado, introduzir novos produtos e reforçar nossas campanhas de vendas”, conta o presidente.

Na opinião de Gilmar, uma taxa de juros menor, estabilidade no câmbio, equilíbrio na inflação e melhoria na taxa de desemprego são pontos relevantes para impulsionar o desempenho do varejo. “A redução da taxa de juros é fundamental, pois traz condições e recursos que podem impulsionar o setor.”

**“W**e are optimistic for 2024, even considering that we will have a high interest rate, a credit crisis and concerns related to default”, says the president, Gilmar Alves de Oliveira. **“However, due to Gazin’s financial strength and primary focus on Agro regions, coupled with our ability and experience in offering long-term credit to customers, we believe it will be a year of growth.”**

The company, whose sales channels show the greatest expansion are retail and wholesale, plans to grow 12% this year compared to 2023. “It was a year of exponential growth. In 2024, our intention is to strengthen cash flow, optimize operational expenses, carry out strategic negotiations with our suppliers, keep the team motivated and engaged, introduce new products, and reinforce our sales campaigns”, says the president.

In Gilmar’s opinion, a lower interest rate, exchange rate stability, balanced inflation and an improvement in the unemployment rate are relevant points to boost retail performance. “Reducing the interest rate is fundamental, as it brings conditions and resources that can boost the sector.”

## GRUPO ZEMA

**E**m 2023, o varejo do Brasil enfrentou uma série de desafios, sendo o principal deles a desconfiança do sistema financeiro em relação às grandes varejistas, conta o CEO, Romero Zema. **"Isso impactou diretamente nossas linhas de crédito. Apesar de tudo, conseguimos atingir nosso objetivo de crescimento de 15%. Para 2024, esperamos crescimento de 12% na comparação com o ano anterior."**

Dentre as ações programadas para este ano está o incremento do marketplace do grupo. "Vamos estimular a entrada de novos sellers, focando em nossa região de atuação. Apostamos que esse é o canal que terá maior crescimento", diz Romero.

Para estimular o segmento, o CEO do Grupo Zema considera fundamental reduzir a taxa de juros juntamente com o nível de desemprego, o que contribuirá para aumentar a renda média dos consumidores. "Com certeza, essas duas medidas serão as grandes responsáveis pela recuperação do varejo."

**I**n 2023, retail in Brazil faced a series of challenges, the main one being the distrust of the financial system towards large retailers, says the CEO, Romero Zema. **"This directly impacted our credit lines. Despite everything, we managed to achieve our 15% growth objective. For 2024, we expect growth of 12% compared to the previous year."**

Among the actions planned for this year is the expansion of the group's marketplace. "We will encourage the entry of new sellers, focusing on our region of operation. We believe that this is the channel that will have the greatest growth", says Romero.

To stimulate the segment, the CEO of Grupo Zema considers essential to reduce the interest rate along with the level of unemployment, which will contribute to increasing the average income of consumers. "Certainly, these two measures will be largely responsible for the recovery of retail."



ROMERO ZEMA,  
CEO

“

**Dentre as ações programadas para este ano está o incremento do marketplace do grupo. Vamos estimular a entrada de novos sellers, focando em nossa região de atuação. Apostamos que esse é o canal que terá maior crescimento.**

”

*"Among the actions planned for this year is the increase in the group's marketplace. We will encourage the entry of new sellers, focusing on our region of operation. We believe that this is the channel that will see the greatest growth."*





**HOSLEI PIMENTA,**  
DIRETOR DE OPERAÇÕES E VENDAS  
OPERATIONS AND SALES DIRECTOR

“

A queda nas taxas de juros não apenas diminui os custos financeiros para as empresas como estimula um ciclo virtuoso de crescimento econômico.

”

*“The fall in interest rates not only reduces financial costs for companies but also stimulates a virtuous cycle of economic growth.”*

## KALUNGA

A expectativa para 2024 é de crescimento no volume de faturamento entre 7% e 10% em relação a 2023, diz Hoslei Pimenta, diretor de operações e vendas. **“Embora tenhamos encerrado o ano de 2023 abaixo das projeções iniciais, é importante destacar que alcançamos resultados positivos. Registramos crescimento de 3% em comparação a 2022, mantendo consistentemente nossas margens e implementando melhorias. Estamos confiantes em que as lições aprendidas em 2023 nos proporcionarão uma base sólida para o sucesso contínuo em 2024.”**

Neste ano, desde o início das aulas, a empresa adotou uma abordagem proativa. Oferece parcelamento em até 12 vezes e promove a campanha “Seu caderno usado vale desconto”, conta Hoslei. “Recolhemos o papel usado e, para cada quilo, oferecemos R\$ 1,50 de desconto na compra de novos cadernos e papel sulfite. Assim, proporcionamos a destinação adequada para reciclagem e contribuimos para a proteção ambiental.” Também aumentará a oferta de produtos de marcas próprias fabricados em sua indústria, a Spiral, e dos importados diretamente. Dará força ao fygital, canal cujas vendas cresceram 30% em 2023.

Na economia, Hoslei diz que, sem dúvida, a redução do custo do dinheiro tem impacto significativo no setor. “A medida possibilita a ampliação dos investimentos, direcionando a renda para a produção. Isso gera mais oportunidades de emprego, aumenta a renda disponível e impulsiona o consumo. A queda nas taxas de juros não apenas diminui os custos financeiros para as empresas como estimula um ciclo virtuoso de crescimento econômico.”

**The expectation for 2024 is for growth in revenue volume of between 7% and 10% compared to 2023, says Hoslei Pimenta, director of operations and sales. “Although we ended 2023 below initial projections, it is important to highlight that we achieved positive results. We recorded 3% growth compared to 2022, consistently maintaining our margins and implementing improvements. We are confident that the lessons learned in 2023 will provide us with a solid foundation for continued success in 2024.”**

This year, since classes began, the company has adopted a proactive approach. It offers installments in up to 12 installments and promotes the campaign “Your used notebook is worth a discount”, says Hoslei. “We collect used paper and, for each kilo, we offer R\$ 1.50 discount on the purchase of new notebooks and bond paper. So, we provide adequate disposal for recycling and contribute to environmental protection.” It will also increase the supply of private label products manufactured in its industry, Spiral, and those imported directly, giving strength to phygital, a channel whose sales grew 30% in 2023.

In the economy, Hoslei says that, without a doubt, the reduction in the cost of money has a significant impact on the sector. “The measure allows for the expansion of investments, directing income to production. This generates more employment opportunities, increases disposable income and boosts consumption. The fall in interest rates not only reduces financial costs for companies but also stimulates a virtuous cycle of economic growth.”

## LOJAS BERLANDA

A empresa fechou 2023 com 15 movimentações de lojas, entre inaugurações e reaberturas, conta o presidente, Nilso Berlanda. **"Investimos R\$ 3 milhões na expansão e R\$ 1 milhão em tecnologia para melhorar a experiência de nossos clientes e aumentar a eficiência operacional. Tivemos aumento de mais de 10% nas vendas na comparação com 2022. Em 2024, a expectativa é chegarmos a 200 unidades no primeiro semestre, dando continuidade ao plano de expansão."**

Outros projetos importantes estão em desenvolvimento. "A projeção, neste ano, é aumentar o investimento em 10%, no mínimo, em relação ao que foi aplicado em 2023. Esse valor poderá ser maior caso seja observado, no decorrer dos meses, o aquecimento do mercado", diz o presidente.

Há confiança na economia, destaca Nilso. "A queda do desemprego pode ser um fator muito importante para o desenvolvimento do varejo. Mais pessoas trabalhando significa aumento do poder de compra. Inflação mais baixa e menores juros contribuem para elevar o poder de compra e, consequentemente, impulsionar o varejo. Esse conjunto de fatores leva a um cenário econômico mais estável e a um crescimento significativo, que possibilitará às empresas investir ainda mais em expansão e oferta de produtos e serviços."

**T**he company closed 2023 with 15 store moves, including openings and reopenings, says the president, Nilso Berlanda. **"We invested R\$3 million in expansion and R\$1 million in technology to improve our customers experience and increase operational efficiency. We had an increase of more than 10% in sales compared to 2022. In 2024, the expectation is to reach 200 units in the first half of the year, continuing the expansion plan."**

Other important projects are under development. "The projection, this year, is to increase investment by at least 10% in relation to what was invested in 2023. This value could be higher if the market heats up over the months", says the president.

There is confidence in the economy, highlights Nilso. "The drop in unemployment can be a very important factor for the development of retail. More people working means increased purchasing power. Lower inflation and lower interest rates contribute to increasing purchasing power and, consequently, boosting retail. This set of factors leads to a more stable economic scenario and significant growth, which will enable companies to invest even more in expanding and offering products and services."



**NILSO BERLANDA,**  
PRESIDENTE  
PRESIDENT

“

A projeção, neste ano, é aumentar o investimento em 10%, no mínimo, em relação ao que foi aplicado em 2023. Esse valor poderá ser maior caso seja observado, no decorrer dos meses, o aquecimento do mercado.

”

*"The projection, this year, is to increase investment by at least 10% in relation to what was invested in 2023. This value could be higher if the market heats up over the months."*



JOSÉ DOMINGOS ALVES,  
DIRETOR DE LOJAS  
STORE MANAGER

“

Entre as principais iniciativas planejadas para este ano estão a inauguração de 10 novas lojas e a reforma de 25 filiais. Também continuaremos com todas as ações comerciais que já fazem parte da nossa programação anual.

”

*“Among the main initiatives planned for this year are the opening of 10 new stores and the renovation of 25 branches. We will also continue with all the commercial actions that are already part of our annual program.”*

## LOJAS CEM

O balanço do ano de 2023 é feito pelo diretor de lojas, José Domingos Alves. **“Tivemos um primeiro trimestre bem tímido no ano passado, uma pequena melhora no segundo trimestre e boa recuperação nos dois últimos trimestres. Fechamos o ano com bom crescimento. Iniciamos 2024 melhor que o ano passado, e a previsão é manter o crescimento acima de dois dígitos. Em faturamento, a expectativa é ultrapassar R\$ 8 bilhões.”**

Entre as principais iniciativas planejadas para este ano estão a inauguração de 10 novas lojas e a reforma de 25 filiais. “Também continuaremos com todas as ações comerciais que já fazem parte da nossa programação anual”, conta José Domingos. A empresa opera em um único canal, o de lojas físicas.

No âmbito econômico, o diretor espera por medidas que possam gerar empregos, melhorar a renda e manter o controle da inflação. “Sem dúvida, a redução nas taxas de juros contribuirá muito. Essas medidas trarão segurança ao trabalhador, principalmente à classe operária, que é a grande faixa de consumidores da nossa empresa.”

**T**he balance for the year 2023 is made by the store director, José Domingos Alves. **“We had a very disappointing first quarter last year, a small improvement in the second quarter and a good recovery in the last two quarters. We closed the year with good growth. We started 2024 better than last year, and the forecast is to maintain growth above double digits. In terms of revenue, the expectation is to exceed R\$8 billion.”**

Among the main initiatives planned for this year are the opening of 10 new stores and the renovation of 25 branches. “We will also continue with all the commercial actions that are already part of our annual program”, says José Domingos. The company operates in a single channel, physical stores.

In the economic sphere, the director hopes for measures that can create jobs, improve income and maintain control over inflation. “Without a doubt, the reduction in interest rates will contribute a lot. These measures will bring security to workers, especially the working class, which is the largest group of consumers in our company.”



# LOJAS CERTEL

O ano de 2024 será de transformações significativas para o varejo, onde, apesar das incertezas econômicas, há perspectivas positivas de mercado, diz o presidente Erineo José Hennemann. **"Diante de todas essas transformações e exigências do consumidor, orgulhosos da nossa história e ambiciosos por impulsionar vidas e comunidades, nosso foco continuará voltado ao relacionamento e atendimento de qualidade, que sempre foram nossos principais diferenciais."**

A empresa entende que esses diferenciais de relacionamento e atendimento são maneiras de conquistar os consumidores e de superar a concorrência. "Focamos na experiência do cliente, com destaque, inclusive, para o fator preço", explica o presidente.

Para 2024, as projeções são positivas, conta Erineo. "Somos uma empresa feita por pessoas e para pessoas. As expectativas são de crescimento do faturamento, proporcionando, através do e-commerce e das 37 lojas e pontos de atendimento, ações e projetos alinhados ao propósito do grupo, de forma a gerar resultados nos multicanais de atendimento."

**T**he year 2024 will be one of significant transformations for retail, where, despite economic uncertainties, there are positive market prospects, says president Erineo José Hennemann. **"In the face of all these transformations and consumer demands, proud of our history and ambitious to boost lives and communities, our focus will continue to be on relationships and quality service, which have always been our main differentiators."**

The company understands that these relationship and service differences are ways to win over consumers and overcome competitiveness. "We focus on the customer experience, with emphasis on the price factor", explains the president.

For 2024, the projections are positive, says Erineo. "We are a company made by people and for people. Expectations are for growth in revenue, providing, through e-commerce and the 37 stores and service points, actions and projects aligned with the group's purpose, in order to generate results in multichannel service."



ERINEO JOSÉ HENNEMANN,  
PRESIDENTE  
PRESIDENT

“

Entendemos que relacionamento e atendimento, nossos principais diferenciais, são maneiras de superar a concorrência. Focamos na experiência do cliente, com destaque, inclusive, para o fator preço.

”

*"We understand that relationships and service, our main differentiators, are ways to overcome the competition. We focus on the customer experience, with emphasis on the price factor."*



**EDUARDO COLOMBO,**  
PRESIDENTE  
PRESIDENT

“

Em 2024, seguiremos os investimentos, estruturados por nosso potencial produtivo, racionalização de recursos e atenção aos movimentos de consumo. A expectativa é crescermos em faturamento e alcance.

”

*“In 2024, we will continue investments, structured by our productive potential, rationalization of resources and attention to consumption movements. We expect to grow in revenue and reach.”*

## LOJAS COLOMBO

O ano de 2023 foi de crescimento, diante de uma expectativa moderada, conta o presidente, Eduardo Colombo. **“Foi determinante o acompanhamento permanente e minucioso dos custos para preservar a rentabilidade. Nosso plano de expansão orgânica seguiu o planejamento e nos permitiu ampliar mercado. Em 2024, seguiremos os investimentos, estruturados por nosso potencial produtivo, racionalização de recursos e atenção aos movimentos de consumo. A expectativa é crescermos em faturamento e alcance.”**

Na empresa, o canal com maior crescimento é o físico, diz Eduardo. “Ampliamos a base de pontos de venda e evoluímos nas lojas existentes, sem descuidar da força do e-commerce, que estende a nossa atuação a todo o País. Atuaremos nas singularidades de cada canal, alimentando suas potencialidades, o que nos levará a uma performance consistente em resultados. Em 2024, celebramos 65 anos e comemoraremos da forma que eterniza os desejos de nosso fundador, Adelino Colombo. Seguiremos do jeito que o varejo deve ser, atuando com simplicidade, fazendo o básico da melhor forma.”

Na economia, o presidente defende a redução da taxa de juros para aumentar a oferta de crédito, fomentar o consumo e auxiliar na recuperação da confiança do consumidor. “Este ano traz novas oportunidades. A expectativa é que a economia nacional mantenha seu ritmo de crescimento estável, que as reformas necessárias avancem e os custos da máquina pública sejam controlados. Assim, haverá investimentos no setor produtivo, e a economia se fortalecerá.”

**T**he year 2023 was one of growth, given moderate expectations, says the president, Eduardo Colombo. **“Permanent and detailed monitoring of costs was crucial to preserve profitability. Our organic expansion plan followed the plan and allowed us to expand the market. In 2024, we will continue investments, structured by our productive potential, rationalization of resources and attention to consumption movements. We expect to grow in revenue and reach.”**

In the company, the channel with the greatest growth is physical, says Eduardo. “We expanded the base of points of sale and evolved in existing stores, without neglecting the strength of e-commerce, which extends our operations throughout the country. We will act in the singularities of each channel, nurturing their potential, which will lead us to a consistent performance in results. In 2024, we celebrate 65 years and we will celebrate in a way that immortalizes the wishes of our founder, Adelino Colombo. We will continue the way retail should be, operating with simplicity, doing the basics in the best way possible.”

In the economy, the president defends the reduction of interest rates to increase the supply of credit, encourage consumption and help restore consumer confidence. “This year brings new opportunities. The expectation is that the national economy will maintain its stable growth rate, that the necessary reforms will advance and the costs of the public sector will be controlled. Thus, there will be investments in the productive sector, and the economy will strengthen.”

## LOJAS EDMIL

A empresa está confiante e otimista em relação a 2024, afirma o presidente, Adaoney Pereira Valias. **"Nosso objetivo é fazer crescer o faturamento em torno de 12% em relação a 2023. No ano passado, atingimos nossas metas e objetivos, com crescimento de 14,5% na comparação com o faturamento de 2022. Foi um ano positivo e de muitas conquistas."**

Neste ano, a rede revitalizará algumas lojas, abrirá duas novas e fortalecerá sua presença nas cidades onde não tem unidade física, mas que estão dentro de sua região de atuação. "Continuaremos investindo no nosso canal online para maior visibilidade da marca e crescimento das vendas em todo o território nacional. Ele foi o que mais cresceu em 2023, mas nossa força maior e foco estão nas lojas físicas. Investiremos em tecnologia e inovação", conta Adaoney.

Em relação à economia, o presidente de Lojas Edmil destaca o que considera importante para o segmento: "Precisamos continuar recuperando o poder de compra dos consumidores, reduzir as taxas de juros, o que é fundamental para o setor varejista, e avançar na reforma tributária."

**The company is confident and optimistic about 2024, says the president, Adaoney Pereira Valias. "Our objective is to grow revenue by around 12% compared to 2023. Last year, we achieved our goals and objectives, with growth of 14.5% compared to revenue in 2022. It was a positive year with many achievements."**

*This year, the chain will revitalize some stores, open two new ones and strengthen its presence in cities where it does not have a physical unit, but which are within its region of operation. "We will continue to invest in our online channel to increase brand visibility and increase sales throughout the country. It was the one that grew the most in 2023, but our greatest strength and focus are on physical stores. We will invest in technology and innovation", says Adaoney.*

Regarding the economy, the president of Lojas Edmil highlights what he considers important for the segment: "We need to continue recovering consumers' purchasing power, reduce interest rates, which is fundamental for the retail sector, and advance tax reform."



ADAONEY PEREIRA VALIAS,  
PRESIDENTE  
PRESIDENT

“

**Em 2024, revitalizaremos algumas lojas, abriremos duas novas e fortaleceremos a presença nas cidades onde não temos unidade física, mas que estão dentro de nossa região de atuação. Investiremos em tecnologia e inovação.**

”

*"In 2024, we will revitalize some stores, open two new ones and strengthen our presence in cities where we do not have a physical unit, but which are within our operating region. We will invest in technology and innovation."*





EDUARDO KOERICH,  
DIRETOR COMERCIAL  
COMMERCIAL DIRECTOR

“

Em 2023, fizemos um audacioso plano de expansão, com 10 novas lojas, e, no final do ano, inauguramos o nosso marketplace. Em 2024, estamos com movimento para a entrada em outras plataformas.

”

*“In 2023, we made an audacious expansion plan, with 10 new stores, and, at the end of the year, we opened our marketplace. In 2024, we are moving towards entering other platforms.”*

## LOJAS KOERICH

**E**ste ano é de muita expectativa, impulsionado pelo trabalho e resultado de 2023, diz o diretor comercial, Eduardo Koerich. **“Projetamos crescer 10% frente ao desempenho de 2023, alicerçados em nossos valores e relacionamento com as comunidades. O ano passado foi de crescimento, alavancado principalmente pela linha branca e ar-condicionado. O forte calor entre setembro e dezembro impulsionou a venda desses produtos e potencializou a linha branca, em refrigeradores. Lavadora e secadora performaram bem até em decorrência das fortes chuvas que o estado de Santa Catarina enfrentou. O volume de vendas foi ampliado satisfatoriamente.”**

Neste ano, a Koerich continua com o foco na ampliação de mercado das megalojas. “Em 2023, fizemos um audacioso plano de expansão, com 10 novas lojas, e, no final do ano, inauguramos o nosso marketplace. Em 2024, estamos com movimento para a entrada em outras plataformas, como foi a ação no Mercado Livre, o que também vem contribuindo para o crescimento do volume de venda”, conta Eduardo.

O varejo como um todo está otimista neste ano, principalmente em relação às questões de macroeconomia e à redução na taxa de juros, possibilitando ao consumidor ter um poder de crédito maior para comprar, diz o diretor. “A redução da taxa de juros é importante. Contudo também sabemos que temos de cumprir nosso papel e desenvolver estratégias cada vez mais assertivas para garantir um resultado promissor mesmo em cenários adversos.”

**T**his year is full of expectations, driven by the work and results of 2023, says commercial director, Eduardo Koerich. **“We project to grow 10% compared to 2023 performance, based on our values and relationship with communities. Last year was one of growth, driven mainly by white goods and air conditioning. The strong heat between September and December boosted the sale of these products and boosted white goods in refrigerators. Washer and dryer performed well even due to the heavy rains that the state of Santa Catarina faced. Sales volume increased satisfactorily.”**

This year, Koerich continues to focus on expanding the megastores market. “In 2023, we made an audacious expansion plan, with 10 new stores, and, at the end of the year, we opened our marketplace. In 2024, we are moving towards entering other platforms, as was the action on Mercado Livre, which has also been contributing to the growth in sales volume”, says Eduardo.

The retail is optimistic this year, especially in relation to macroeconomic issues and the reduction in interest rates, enabling consumers to have greater credit power to purchase, says the director. “Reducing the interest rate is important, however we also know that we have to play our role and develop increasingly assertive strategies to guarantee a promising result even in adverse scenarios.”

## LOJAS LEBES

O balanço que a empresa faz de 2023 é de um ano que necessitava de mais estabilidade e, no fim, ocorreram menos surpresas do que se imaginava, diz o presidente, Otelmo Drebes. **"Houve um erro grande por parte dos economistas em relação à projeção do PIB, previam algo em torno de 0,5%, mas na realidade chegamos a um número muito próximo de 3%. Resumindo, foi um ano atípico, mas, de forma geral, bom. Em 2024, esperamos aumento no faturamento da ordem de 11% ou 12%."**

O foco segue na melhoria das lojas para proporcionar melhor experiência de compras. Isso inclui desde a exposição e o layout, até o mix de produtos e a digitalização, oferecendo ainda mais facilidades ao cliente. "Em 2024, prevemos a reforma de pelo menos 50 lojas, a abertura de cinco a 10 novas unidades físicas e incremento da área de moda nas filiais do conceito express. Acredito que a venda via internet está muito próxima do limite e o que continuará crescendo é a venda nos pontos físicos. Claro que sempre trabalhando o atendimento e o digital para melhorar a experiência das compras presenciais", conta o presidente.

As melhorias na economia dependem da estabilidade, o que possibilita aos empresários e às empresas se programarem para o futuro, afirma Otelmo. "Nessa linha, é fundamental a redução da taxa de juros. Quando se prevê uma inflação perto de 3% com possibilidade de taxa de juros, de acordo com alguns economistas, de cerca de 8%, aumenta a perspectiva de investimento e, consequentemente, de crescimentos do setor."

**T**he company's assessment of 2023 is a year that needed more stability and, in the end, there were fewer surprises than imagined, says the president, Otelmo Drebes. **"There was a big error on the part of economists in relation to the GDP projection, they predicted something around 0.5%, but in reality we reached a number very close to 3%. In short, it was an atypical year, but, overall, a good one. In 2024, we expect an increase in revenue of around 11% or 12%."**

The focus remains on improving stores to provide a better shopping experience. This includes everything from the exhibition and layout to the product mix and digitalization, offering even more facilities to the customer. "In 2024, we plan to renovate at least 50 stores, open five to 10 new physical units and increase the fashion area in the express concept branches. I believe that sales via the internet are very close to the limit and what will continue to grow is sales in physical locations. Of course, always working on service and digital to improve the in-person shopping experience", says the president.

Improvements in the economy depend on stability, which allows entrepreneurs and companies to plan for the future, says Otelmo. "In this sense, it is essential to reduce the interest rate. When inflation is expected to be close to 3% with the possibility of an interest rate, according to some economists, of around 8%, the prospect of investment and, consequently, growth in the sector increases."



**OTELMO DREBES,**  
PRESIDENTE  
PRESIDENT

“

**Em 2024, prevemos a reforma de pelo menos 50 lojas, a abertura de cinco a 10 novas unidades físicas e incremento da área de moda nas filiais do conceito express.**

”

*"In 2024, we plan to renovate at least 50 stores, open five to 10 new physical units and increase the fashion area in the express concept branches."*



RUBENS BATISTA JUNIOR,  
DIRETOR-GERAL  
GENERAL-DIRECTOR

“

Em 2024, o foco é trabalhar de maneira mais assertiva os canais com mix e precificação adequados, acelerar o 3P, especializar a força de vendas e ter cuidado com a rentabilidade.

”

*“In 2024, the focus is to work more assertively on channels with adequate mix and pricing, accelerate 3P, specialize the sales force and be careful with profitability.”*

## MARTINS ATACADO

Para a distribuição em geral, 2023 foi muito desafiador. Essa é a opinião de Rubens Batista Junior, diretor-geral do Martins Atacado. **“Lidamos com fatores como escassez do crédito (efeito Americanas), taxa de juros elevada, consumo afetado pelo endividamento do consumidor e redução de preços de produtos pela deflação e trade down. Isso afetou o desempenho de vendas. Em eletros, a queda de vendas foi na casa de 1 dígito, com certo sacrifício de margens. Em 2024, dado o fato de estarmos reduzindo algumas categorias cuja margem torna impraticável a distribuição, orçamos não crescer. Quando excluimos essas categorias, o desempenho é superior ao de 2023.”**

O fato de o ano passado ter sido desafiador levou a empresa a ser cirúrgica na avaliação de categorias, canais e regiões. “O efeito positivo é que em 2024 estamos focados em trabalhar de maneira mais assertiva os canais com mix e precificação adequados, acelerar o 3P (modelo em que fornecedores se transformam em sellers), especializar a força de vendas e ter cuidado com a rentabilidade”, conta Rubens.

O negócio da empresa é dependente da renda, do emprego e do crédito, diz o diretor-geral. “O cenário de curto prazo segue desafiador, marcado por taxa de juros elevada, alto endividamento das famílias e baixo crescimento. No entanto, existe certo otimismo quando se compara 2024 a 2023. Estamos cautelosamente otimistas para o segundo semestre. Tal cenário demandará muito do gestor em termos de análise, prudência e articulação de respostas rápidas.”

For distribution in general, 2023 was very challenging. This is the opinion of Rubens Batista Junior, general director of Martins Atacado. **“We deal with factors such as credit shortages (Americanas effect), high interest rates, consumption affected by consumer debt and reduction in product prices due to deflation and trade down. This affected sales performance. In electrical appliances, the drop in sales was in the 1-digit range, with a certain sacrifice in margins. In 2024, given the fact that we are reducing some categories whose margin makes distribution impractical, we plan not to grow. When we exclude these categories, the performance is higher than in 2023.”**

The fact that last year was challenging led the company to be surgical in evaluating categories, channels and regions. “The positive effect is that in 2024 we are focused on working more assertively on channels with adequate mix and pricing, accelerating 3P (the model in which suppliers become sellers), specializing the sales force and being careful with profitability”, says Rubens.

The company's business is dependent on income, of employment and credit, says the general director. “The short-term scenario remains challenging, marked by high interest rates, high household debt and low growth. However, there is some optimism when comparing 2024 to 2023. We are cautiously optimistic for the second half of the year. Such a scenario will demand a lot from the manager in terms of analysis, prudence and articulation of quick responses.”



## NOVOMUNDO.COM

A equipe da NovoMundo.com está confiante em relação a 2024, afirma José Guimarães, CEO da empresa. **"Nosso plano estratégico prevê crescimento em vendas totais de 8%. Mantendo o mesmo foco de 2023 e o mesmo ritmo de aumento de rentabilidade e produtividade, esperamos uma consolidação nas regiões onde atuamos."**

A consolidação do modelo omnichannel adotado pela empresa, integrado à sua plataforma de soluções, a Novo Mundo Resolve, segue como foco total da estratégia para 2024. "Isso significa ter ainda mais relevância no cotidiano do nosso consumidor, criando um vínculo de relacionamento e confiança mais forte", conta o CEO.

Para o consumo no Brasil voltar a ter crescimento mais significativo, são necessárias medidas voltadas ao aumento da confiança do consumidor, acredita José. "Isso requer, em geral, aumento de emprego e renda, além da diminuição do endividamento das famílias. Sem essas iniciativas, mesmo com a diminuição das taxas de juros, a economia se manterá de lado. Por essa razão, continuamos acelerando nossa estratégia de diferenciação para ganho de share. Estratégia bem definida, ótimos planos e um time engajado para garantir a execução. Essa é a receita da NovoMundo.com para 2024."

**The NovoMundo.com team is confident about 2024, says José Guimarães, CEO of the company. "Our strategic plan foresees growth in total sales of 8%. Maintaining the same focus as in 2023 and the same pace of increasing profitability and productivity, we expect consolidation in the regions where we operate."**

*The consolidation of the omnichannel model adopted by the company, integrated with its solutions platform, Novo Mundo Resolve, remains the total focus of the strategy for 2024. "This means having even more relevance in the daily lives of our consumers, creating a bond of relationship and trust stronger", says the CEO.*

*For consumption in Brazil to return to more significant growth, measures aimed at increasing consumer confidence are necessary, believes José. "This requires, in general, an increase in employment and income, in addition to reducing family debt. Without these initiatives, even with a decrease in interest rates, the economy will remain on the sidelines. For this reason, we continue to accelerate our differentiation strategy to gain share. Well-defined strategy, great plans, and an engaged team to ensure execution. This is NovoMundo.com's recipe for 2024."*



JOSÉ GUIMARÃES,  
CEO

“

**Nosso plano estratégico prevê crescimento em vendas totais de 8%. Mantendo o mesmo foco de 2023 e o mesmo ritmo de aumento de rentabilidade e produtividade, esperamos uma consolidação nas regiões onde atuamos.**

”

*"Our strategic plan foresees growth in total sales of 8%. Maintaining the same focus as in 2023 and the same pace of increasing profitability and productivity, we expect consolidation in the regions where we operate."*



JORDANA BARROS,  
COO

“

Estamos seguros de que o ano será mais promissor, com claras alavancas de crescimento. Temos metas desafiadoras estabelecidas para o negócio e, certamente, todos estamos muito empenhados para alcançá-las.

”

*“We are sure that the year will be more promising, with clear growth levers. We have challenging goals set for the business and we are all very committed to achieving them.”*

## TELHANORTE TUMELERO

**P**ara falar da expectativa para 2024, é preciso apresentar alguns fatos ocorridos em 2023, diz Jordana Barros, COO. **“Ao longo do ano passado, buscamos fortalecer nosso core de negócio e apostar em novos modelos de loja, ajustados às demandas de diferentes públicos, com a introdução de home centers compactos no interior dos estados de São Paulo e do Rio Grande do Sul, e de boutiques focadas em acabamentos de alta gama. Dessa forma, ampliamos nossa abrangência de mercado e capacidade de oferta.”**

Em 2024, a empresa seguirá apostando fortemente nesses pilares, somados à oferta de novos produtos e serviços e ao aprimoramento do modelo de atendimento, do autosserviço à venda técnica assistida, passando pelo fortalecimento da multicanalidade. “Estamos seguros de que o ano será mais promissor, com claras alavancas de crescimento. Temos metas desafiadoras estabelecidas para o negócio e, certamente, todos estamos muito empenhados para alcançá-las”, conta Jordana.

Sobre a economia e o comportamento do setor em 2024, afirma a COO: “A redução da taxa de juros e o aumento da disponibilidade de crédito para nossos clientes, somando-se às novas entregas de imóveis, à aceleração do programa Minha Casa, Minha Vida e ao novo ciclo de reparos e reformas, antecipado pela pandemia, ora novamente demandado, são fatores que, em conjunto, devem impulsionar o desenvolvimento do varejo de materiais de construção.”

**T**o talk about expectations for 2024, it is necessary to present some facts that occurred in 2023, says Jordana Barros, COO. **“Over the past year, we have sought to strengthen our core business and invest in new store models, adjusted to the demands of different audiences, with the introduction of compact home centers in the interior of the states of São Paulo and Rio Grande do Sul, and of boutiques focused on high-end finishes. In this way, we expand our market coverage and supply capacity.”**

In 2024, the company will continue to invest heavily in these pillars, in addition to offering new products and services and improving the service model, from self-service to assisted technical sales, including strengthening multichannel. “We are sure that the year will be more promising, with clear growth levers. We have challenging goals set for the business and, certainly, we are all very committed to achieving them”, says Jordana.

Regarding the economy and the sector's behavior in 2024, the COO states: “The reduction in interest rates and the increase in credit availability for our customers, in addition to new property deliveries, the acceleration of the Minha Casa, Minha Vida and the new cycle of repairs and renovations, anticipated by the pandemic, now in demand again, are factors that, together, should boost the development of construction materials retail.”

## ALLIED TECNOLOGIA

**D**iante do desempenho positivo no primeiro ano de operação internacional, o foco, em 2024, é a expansão desse canal de distribuição, diz o CEO, Silvio Stagni. **"Vamos trabalhar com novos produtos e fabricantes para atender mais clientes. Outras alavancas de negócios são a nossa marca Trocafy, voltada à venda de smartphones recondicionados, e a solução de financiamento Soudi, para maximizar as vendas do varejo. Também temos explorado novas soluções para demandas B2B, com produtos e serviços alinhados às demandas dos clientes corporativos e governo."**

A principal conquista de 2023 foi o resultado da operação internacional. "O canal atingiu uma magnitude expressiva. Iniciamos com a expectativa de atingir R\$ 600 milhões em receita. Ultrapassamos a meta no primeiro semestre, quando reportamos R\$ 893,8 milhões. Com as perspectivas positivas de crescimento do negócio, foi feita nova revisão da projeção entre R\$ 1,6 bilhão a R\$ 2 bilhões", conta o CEO.

Nas operações do Brasil, a Allied expandiu suas parcerias estratégicas com fabricantes através da representação na loja online oficial da HP e no Mercado Livre, e lançou o programa "Acer as a Service", para atender à demanda de locação de equipamentos do mercado B2B nacional. "Em 2024, nossa expectativa é embasada na continuação do ciclo de queda da taxa de juros e na manutenção da capacidade de consumo. A complexidade do arcabouço fiscal e a cadeia logística estão entre os principais desafios enfrentados pelo canal da distribuição", diz Silvio.

**G**iven the positive performance in the first year of international operations, the focus in 2024 is on expanding this distribution channel, says CEO Silvio Stagni. **"We're going to work with new products and manufacturers to serve more customers. Other business leverages are our Trocafy brand, aimed at selling remanufactured smartphones, and the Soudi financing solution, to maximize retail sales. We have also been exploring new solutions for B2B demands, with products and services aligned with the demands of corporate and government clients."**

The main achievement of 2023 was the result of the international operation. "The channel has reached a significant magnitude. We started with the expectation of reaching R\$600 million in revenue. We exceeded the goal in the first half of the year, when we reported R\$893.8 million. With the positive outlook for business growth, the projection was revised again to between R\$1.6 billion and R\$2 billion," says the CEO.

In the Brazilian operations, Allied expanded its strategic partnerships with manufacturers through representation in HP's official online shop and in the Mercado Livre, and launched the "Acer as a Service" program to meet the demand for equipment rental in the national B2B market. "In 2024, our expectation is based on the continuation of the cycle of dropping taxes and the maintenance of the purchasing capacity. The complexity of the tax framework and the logistics chain are among the main challenges facing the distribution channel," says Silvio.



Foto: Refa Cusato

**SILVIO STAGNI,**  
CEO

“

A principal conquista de 2023 foi o resultado da nossa operação internacional. O canal atingiu uma magnitude expressiva, que exigiu novas revisões na projeção.

”

*"The main achievement in 2023 was the result of our international operation. The channel reached a significant magnitude, which required further revisions to the projection."*





CLIFORD OLIVEIRA,  
CEO

“

No cenário atual do setor de distribuição, o principal desafio é a complexidade tributária. O elevado custo tributário, associado à importação de tecnologia e produtos inovadores, impacta significativamente.

”

*“In the current scenario in the distribution sector, the main challenge is tax complexity. The high tax cost, associated with the import of technology and innovative products, has a significant impact.”*

## AMET

As perspectivas da Amet para 2024 são extraordinárias, diz o CEO, Cliford Oliveira. **“Somente em janeiro último, lançamos 30 SKUs. A meta é alcançar 129 SKUs até julho, seguindo uma estratégia de crescimento tanto horizontal quanto vertical. Prevemos, neste ano, superar os ótimos resultados de 2023, que foram impulsionados pela expansão da empresa e colaboração contínua dos parceiros.”**

No cenário atual do setor de distribuição, o principal desafio é a complexidade tributária. “O elevado custo tributário, associado à importação de tecnologia e produtos inovadores, impacta significativamente. Há necessidade urgente de avanços nesse aspecto, buscando a redução da carga tributária para viabilizar a chegada de produtos de alta tecnologia ao mercado brasileiro e com preços mais acessíveis”, conta o CEO. Recentemente, a empresa, que tem matriz em Minas Gerais, expandiu as operações para o Estado do Espírito Santo, com o objetivo de intensificar a competitividade.

Há um notável crescimento na área de distribuição, mas, ao mesmo tempo, existem desafios logísticos e tributários de norte a sul do Brasil, explica Cliford. “A implementação de medidas como simplificação tributária, concessão de incentivos fiscais, investimento em infraestrutura logística e capacitação profissional contribuirá para impulsionar o setor de distribuição, permitindo atender eficientemente todo o território nacional.”

Amet’s prospects for 2024 are extraordinary, says CEO, Clifford Oliveira. **“Last January alone, we launched 30 SKUs. The goal is to reach 129 SKUs by July, following a strategy of both horizontal and vertical growth. This year, we expect to surpass the excellent results of 2023, which were driven by the company’s expansion and continued collaboration with partners.”**

In the current scenario of the distribution sector, the main challenge is tax complexity. “The high tax cost, associated with the import of technology and innovative products, has a significant impact. There is an urgent need for progress in this aspect, seeking to reduce the tax burden to enable the arrival of high-technology products on the Brazilian market at more affordable prices”, says the CEO. Recently, the company, which has its headquarters in Minas Gerais, expanded operations to the State of Espírito Santo, with the aim of intensifying competitiveness.

There is notable growth in the distribution area, but, at the same time, there are logistical and tax challenges from the north to the south of Brazil, explains Clifford. “The implementation of measures such as tax simplification, granting tax incentives, investment in logistics infrastructure and professional training will contribute to boosting the distribution sector, allowing it to efficiently serve the entire national territory.”

## BASEUS

**A** Baseus tem uma meta agressiva para 2024, conta Marcelo Tavares, diretor da Dapon, detentora da marca. **"Esperamos crescimento de pelo menos 30% em relação a 2023. Este foi um ano de retomada e de muito planejamento para 2024, com maior investimento em publicidade e divulgação da marca em todo o Brasil."**

O setor de distribuição no Brasil se desenvolveu e melhorou bastante nos últimos anos. "As empresas privadas mostraram que tinham muito para evoluir e, hoje, já possuímos melhores opções no mercado. O que ainda falta é uma melhora significativa da infraestrutura geral do País. Desde estradas a portos, de ferrovias aos aeroportos, menos burocracia, mais agilidade, transparência e custos mais competitivos é o que precisamos para deixar o Brasil mais próximo das economias desenvolvidas do mundo", explica o diretor da Dapon.

Em termos de medidas econômicas, são muitas as necessidades do setor como um todo, diz Marcelo. "A começar pela simplificação dos processos regulatórios como digitalização e redução de burocracia, investimento em treinamento e capacitação de profissionais, bem como promoção, incentivo e investimento em mais tecnologia para o setor."

**B**aseus has an aggressive target for 2024, says Marcelo Tavares, director at Dapon, owner of the brand. **"We expect growth of at least 30% compared to 2023. This was a year of recovery and a lot of planning for 2024, with greater investment in advertising and brand awareness throughout Brazil."**

*The distribution sector in Brazil has developed and improved significantly in recent years. "Private companies showed that they had a lot to evolve and, today, we already have better options on the market. What is still missing is a significant improvement in the country's general infrastructure. From roads to ports, from railways to airports, less bureaucracy, more agility, transparency, and more competitive costs are what we need to bring Brazil closer to the world's developed economies", explains the director at Dapon.*

*In terms of economic measures, there are many needs for the sector, says Marcelo. "Starting with the simplification of regulatory processes such as digitalization and reduction of bureaucracy, investment in training and qualification of professionals, as well as promotion, incentive and investment in more technology for the sector."*



**MARCELO TAVARES,**  
DIRETOR/DAPON  
DIRECTOR/DAPON

“

**O setor de distribuição no Brasil se desenvolveu e melhorou bastante nos últimos anos. As empresas privadas mostraram que tinham muito para evoluir e, hoje, já possuímos melhores opções no mercado. O que ainda falta é uma melhora significativa da infraestrutura geral do País.**

”

*"The distribution sector in Brazil has developed and improved significantly in recent years. Private companies showed that they had a lot to evolve and, today, we already have better options on the market. What is still missing is a significant improvement in the country's general infrastructure."*



DAI YUQIN,  
PROPRIETÁRIA  
OWNER

“

No ano passado, nossas maiores conquistas incluíram a expansão de mercado e as inovações em produtos. Visamos a um crescimento substancial em 2024, em diversos aspectos.

”

*“Last year, our biggest achievements included market expansion and product innovations. We aim for substantial growth in 2024, in several aspects.”*

## DAYSBRASIL

A empresa está otimista em relação ao ano de 2024 e visa a um crescimento substancial em diversos aspectos, diz a proprietária, Dai Yuqin. **“Embora não possamos antecipar números específicos, nossa meta é superar o faturamento de 2023. No ano passado, nossas maiores conquistas incluíram a expansão de mercado e as inovações em produtos.”**

Hoje, o setor de distribuição tem pela frente diversos desafios. “Entre eles, a logística complexa e a adaptação às rápidas mudanças nas demandas do consumidor. Estamos focados em soluções tecnológicas e estratégias eficientes para superar esses desafios”, conta Dai.

Medidas econômicas seriam muito importantes para o segmento de distribuição, afirma a proprietária da DaysBrasil, que dá alguns exemplos: “Investimentos em infraestrutura logística, redução das burocracias alfandegárias e incentivos fiscais para a modernização tecnológica seriam fundamentais. Essas ações podem impulsionar a eficiência operacional e estimular o crescimento sustentável do setor como um todo.”

**T**he company is optimistic about the year 2024 and aims for substantial growth in several aspects, says the owner, Dai Yuqin. **“Although we cannot anticipate specific numbers, our goal is to exceed 2023 revenue. Last year, our biggest achievements included market expansion and product innovations.”**

Today, the distribution sector faces several challenges. “These include complex logistics and adapting to rapidly changing consumer demands. We are focused on technological solutions and efficient strategies to overcome these challenges”, says Dai.

Economic measures would be very important for the distribution segment, says the owner of DaysBrasil, who gives some examples: “Investments in logistics infrastructure, reduction of customs bureaucracy and tax incentives for technological modernization would be fundamental. These actions can boost operational efficiency and stimulate sustainable growth for the sector as a whole.”



## DT3

A expectativa, em 2024, é diversificar as linhas de produtos, mantendo como premissa a visão de inovação, conforto, qualidade, ergonomia e design, diz o CEO, Fernando Bastos. **"É fundamental que o nosso posicionamento de liderança no mercado brasileiro e as estratégias de branding reforcem o compromisso com o pioneirismo, visando gerar a melhor experiência aos clientes, ao universo gamer, aos streamers e aos lojistas. O faturamento, certamente, será maior que o do ano passado."**

Em 2023, as maiores conquistas da DT3 foram a ampliação do portfólio no âmbito de produtos com alto padrão de design, inovação e qualidade. "Aumentamos também a linha dos produtos de entrada, com preços mais competitivos e a capacidade de produção fabril e importação. Nos últimos 15 meses, lançamos mais de 10 modelos, e em 2024 não será diferente", conta o CEO.

Um dos maiores desafios do mercado é uma equação nada simples, diz Fernando. "Isto é, manter produtos com alta qualidade, preços competitivos e rentabilidade saudável em um país onde interesses individuais se sobrepõem ao coletivo e a falta de políticas adequadas prejudica o setor. Uma política fiscal mais estável, homogênea e com menos exceções e incentivos individuais resultaria em maior competitividade, aumento do número de empregos e crescimento econômico."

*The expectation, in 2024, is to diversify product lines, maintaining the vision of innovation, comfort, quality, ergonomics and design as a premise, says the CEO, Fernando Bastos.*

***"It is essential that our leadership positioning in the Brazilian market and our branding strategies reinforce our commitment to pioneering, aiming to generate the best experience for customers, the gamer universe, streamers, and retailers. Revenue will certainly be higher than last year."***

*In 2023, DT3's greatest achievements were the expansion of the portfolio to include products with a high standard of design, innovation, and quality. "We also increased the line of input products, with more competitive prices and factory production and import capacity. In the last 15 months, we launched more than 10 models, and 2024 will be no different", says the CEO.*

*One of the biggest challenges in the market is a far from simple equation, says Fernando. "That is, maintaining high quality products, competitive prices and healthy profitability in a country where individual interests override collective interests, and the lack of appropriate policies harms the sector. A more stable, homogeneous fiscal policy with fewer exceptions and individual incentives would result in greater competitiveness, an increase in the number of jobs and economic growth."*



FERNANDO BASTOS,  
CEO

“

**Em 2023, as maiores conquistas da DT3 foram a ampliação do portfólio no âmbito de produtos com alto padrão de design, inovação e qualidade, e da linha de produtos de entrada. Nos últimos 15 meses, lançamos mais de 10 modelos.**

”

*"In 2023, DT3's greatest achievements were the expansion of the portfolio in terms of products with high standards of design, innovation and quality, and the entry-level product line. In the last 15 months, we have launched more than 10 models."*



RICARDO KAZUO,  
PRESIDENTE  
PRESIDENT

“

Com foco contínuo na inovação, expansão e otimização das operações visando melhorar a eficiência com novos sistemas ERP, CRM e ferramentas para fidelização dos clientes, esperamos faturamento superior ao de 2023.

”

*“With a continued focus on innovation, expansion, and optimization of operations to improve efficiency with new ERP systems, CRM and tools to build customer loyalty, we expect revenue to exceed that of 2023.”*

## GRUPO FUJIOKA

**I**niciou 2024 com a inauguração de uma megaloja de produtos de tecnologia e informática no Centro-Oeste do País, com preços especiais para CNPJ ou MEI e sem quantidade mínima de compra, diz o presidente, Ricardo Kazuo. **“Com 3 mil m², é uma vitrine de grandes marcas globais e um exemplo do movimento que intensificamos em 2023, ano em que mudamos o posicionamento do grupo com um olhar diferenciado para as unidades Fujioka Distribuidor e nos especializamos também em informática. Expandimos o mix e a rede de lojas físicas.”**

Com foco contínuo na inovação, expansão e otimização das operações, visando melhorar a eficiência com novos sistemas ERP, CRM e ferramentas para fidelização dos clientes, espera faturamento superior ao de 2023. “As expectativas continuam altas, ainda mais em um ano em que completamos seis décadas de trajetória”, conta Ricardo. No portfólio, há marcas em que é a distribuidora exclusiva no Brasil.

No varejo, manteve atuação crescente no online juntamente com as 34 lojas distribuídas por Goiás e Distrito Federal. Na distribuição, ampliou as lojas físicas (sete unidades em 2023), além do e-commerce focado em formato B2B. Conta com 250 teleoperadores, equipe de vendas externas e mais de 35 transportadoras parceiras. “Trabalhar com um mix com mais de 4 mil itens em tantas frentes, aumentando a capilaridade e o faturamento, é um grande desafio, mas é assim que o Grupo Fujioka vem se consolidando a cada ano como um dos principais distribuidores do País”, afirma o presidente.

**2**024 began with the opening of a megastore selling technology and IT products in the Midwest of the country, with special prices for CNPJ or MEI and no minimum purchase quantity, says the president, Ricardo Kazuo. **“With 3 thousand sqm, it is a showcase of major global brands and an example of the movement that we intensified in 2023, the year in which we changed the group’s positioning with a different look at the Fujioka Distribuidor units and specialized in IT. We expanded the mix and the network of physical stores.”**

With a continuous focus on innovation, expansion, and optimization of operations, aiming to improve efficiency with new ERP systems, CRM, and tools for customer loyalty, it expects revenue to exceed that of 2023. “Expectations remain high, even more so in a year in which we completed six decades of trajectory”, says Ricardo. In the portfolio, there are brands for which it is the exclusive distributor in Brazil.

In retail, it maintained a growing presence online together with 34 stores spread across Goiás and the Federal District. In distribution, it expanded physical stores (seven units in 2023), in addition to e-commerce focused on B2B format, 250 teleoperators, external sales team and more than 35 partner transport companies. “Working with a mix of more than 4 thousand items on so many fronts, increasing capillarity and revenue, is a big challenge, but this is how the Fujioka Group has been consolidating itself every year as one of the main distributors in the country”, he states. the president.

## GRUPO LEONORA

Concluiu um ciclo próspero com a Letron, marca de eletrônicos e acessórios do grupo, conta o diretor-executivo, Edson Cardoso Teixeira. **"Crescemos 114% no faturamento com a abertura de mais de 700 pontos de vendas, acima de 30 SKUs lançados, a entrada no mercado de licenciamento e a primeira coleção 100% reciclada de eletrônicos produzidos a partir de plásticos retirados do oceano. Em 2024, esperamos incremento de mais de 60% no faturamento dessa marca com o mix, novas licenças e categorias, participação na Eletrolar Show e reestruturação e ampliação do canal de representação comercial com a especialização na venda de eletrônicos."**

O setor de distribuição tem desafios complexos. "Um dos principais é a incorporação de tecnologias emergentes, como inteligência artificial e automação, fundamentais para otimizar processos, mas que requerem investimentos significativos e capacitação de pessoal. A gestão eficiente da cadeia de suprimentos é um desafio crítico, envolve desde a volatilidade dos custos de transporte até questões alfandegárias e flutuações na demanda. A pressão por práticas sustentáveis e responsabilidade ambiental também se intensifica", diz Edson.

No cenário macroeconômico, o diretor diz o que é essencial: "Teremos uma reforma tributária consistente no mercado de distribuição, adequação do governo para as linhas de créditos, investimento na malha viária para uma logística mais eficiente e precisa, além da fiscalização de produtos falsificados e não certificados pelos órgãos competentes."

*It concluded a prosperous cycle with Letron, the group's consumer electronics and accessories brand, says executive the director, Edson Cardoso Teixeira. "We grew 114% in revenue with the opening of more than 700 points of sale, more than 30 SKUs launched, the entry into the licensing market and the first 100% recycled collection of electronics produced from plastics removed from the ocean. In 2024, we expect an increase of more than 60% in this brand's revenue with the mix, new licenses and categories, participation in the Eletrolar Show and restructuring and expansion of the commercial representation channel with specialization in the sale of electronics."*

*The distribution sector has complex challenges. "One of the main challenges is the incorporation of emerging technologies, such as artificial intelligence and automation, which are fundamental for optimizing processes, but which require significant investments and personnel training. Efficient supply chain management is a critical challenge, ranging from the volatility of transportation costs to customs issues and fluctuations in demand. The pressure for sustainable practices and environmental responsibility is also intensifying", says Edson.*

*In the macroeconomic scenario, the director says what is essential: "We have a consistent tax reform in the distribution market, government adaptation for credit lines, investment in the road network for more efficient and precise logistics, in addition to the inspection of counterfeit products and not certified by the competent bodies."*



**EDSON CARDOSO TEIXEIRA,**  
DIRETOR-EXECUTIVO  
EXECUTIVE DIRECTOR

“

No setor, a gestão eficiente da cadeia de suprimentos é um desafio crítico, envolve desde a volatilidade dos custos de transporte até questões alfandegárias e flutuações na demanda.

”

*"In the sector, efficient supply chain management is a critical challenge, ranging from the volatility of transportation costs to customs issues and fluctuations in demand."*





JOÃO PAULO RESENDE,  
CEO

“

Lançaremos cerca de 50 produtos até a feira Eletrolar Show, e uma nova marca voltada para os públicos C e D. Neste ano, vamos focar muito no trade marketing em lojas e em campanhas junto aos vendedores.

”

*“We will launch around 50 products in the Eletrolar Show fair, and a new brand aimed at audiences C and D. This year, we will focus a lot on trade marketing in stores and on campaigns with sellers.”*

## GSHIELD

A empresa espera crescimento de 50% no faturamento em relação ao registrado no ano passado, conta o CEO, João Paulo Resende. **“Para isso, lançaremos cerca de 50 produtos até a Eletrolar Show, em julho próximo, e uma nova marca voltada aos públicos C e D. Além disso, vamos focar muito no trade marketing em lojas, em campanhas agressivas junto aos vendedores e sorteios para quem comprar produtos da Gshield.”**

Para o setor de distribuição, atualmente, o maior desafio é a insegurança jurídica em relação a impostos e taxas administrativas. “Temos um ordenamento jurídico em frequente modificação e uma carga tributária muito forte em cima dos bens de consumo”, explica o CEO.

Diminuição e eliminação de impostos são medidas que poderiam estimular o segmento, exemplifica João Paulo. “Substituição tributária e IPI são desleais com vários setores da economia. A simplificação dos impostos também traria uma velocidade maior para o setor.”

*The company expects 50% growth in revenue compared to last year, says the CEO, João Paulo Resende. **“To this end, we will launch around 50 products in the Eletrolar Show, next July, and a new brand aimed at audiences C and D. In addition, we will focus a lot on trade marketing in stores, on aggressive campaigns with sellers and prizes for anyone who buys Gshield products.”***

*For the distribution sector, currently, the biggest challenge is legal uncertainty in relation to taxes and administrative fees. “We have a legal system that is frequently changing and a very heavy tax burden on consumer goods”, explains the CEO.*

*Reducing and eliminating taxes are measures that could stimulate the segment, explains João Paulo. “Tax substitution and IPI are unfair to several sectors of the economy. Simplifying taxes would also bring greater speed to the sector.”*

## HEYLI

Desde 2008, a Heyli atua ativamente no norte do Brasil, principalmente no comércio atacadista de eletrônicos e diversos produtos essenciais, conta o presidente, Joe Wan.

**"Em 2023, tomamos a decisão estratégica de mudar nosso foco para o mercado paulista, levando à constituição da Heyli São Paulo Distribuidora. Ao embarcarmos nesse novo empreendimento, temos a forte convicção de que 2024 será um ano crucial para a Heyli SP. No entanto, também estamos cientes dos desafios que temos pela frente."**

Um dos principais obstáculos é o elevado custo associado à tributação. "A atual estrutura fiscal representa um fardo significativo para as empresas, torna difícil manter preços competitivos e rentabilidade. Para encorajar e facilitar maior crescimento empresarial é essencial que o governo considere a implementação de medidas para reduzir os impostos, estimulando assim a atividade econômica", diz Joe.

O custo do frete marítimo preocupa. "Como empresa de distribuição, confiamos em soluções eficientes e econômicas para transportar nossos produtos. As altas taxas de frete podem impactar significativamente as despesas operacionais e, em última análise, afetar nossa capacidade de oferecer preços competitivos aos clientes. O mercado paulista está cada vez mais competitivo. Para permanecer à frente e prosperar, devemos inovar e nos diferenciar dos concorrentes. Isso pode envolver a oferta de produtos exclusivos, atendimento ao cliente excepcional e o aproveitamento da tecnologia para agilizar nossas operações."

**Since 2008, Heyli has been actively operating north of Brazil, mainly in the wholesale trade of electronics and various essential products, says the president, Joe Wan. "In 2023, we made the strategic decision to change our focus to the São Paulo market, leading to the creation of Heyli São Paulo Distribuidora. As we embark on this new venture, we are strongly convinced that 2024 will be a crucial year for Heyli SP. However, we are also aware of the challenges that lie ahead."**

*One of the main obstacles is the high cost associated with taxation. "The current tax structure represents a significant burden on companies, making it difficult to maintain competitive prices and profitability. To encourage and facilitate greater business growth, it is essential that the government considers implementing measures to reduce taxes, thus stimulating economic activity," says Joe.*

*The cost of sea freight is concerning. "As a distribution company, we rely on efficient and economical solutions to transport our products. High freight rates can significantly impact operating expenses and ultimately affect our ability to offer competitive prices to customers. The São Paulo market is increasingly competitive. To stay ahead and prosper, we must innovate and differentiate ourselves from competitors. This may involve offering unique products, exceptional customer service and taking advantage of technology to streamline our operations."*



JOE WAN,  
PRESIDENTE  
PRESIDENT

“

O mercado paulista está cada vez mais competitivo. Para permanecer à frente e prosperar, devemos inovar e nos diferenciar dos concorrentes. Isso pode envolver a oferta de produtos exclusivos e atendimento excepcional.

”

*"The São Paulo market is increasingly competitive. To stay ahead and prosper, we must innovate and differentiate ourselves from competitors. This may involve offering exclusive products and exceptional service."*



FELIPE ALMEIDA,  
SÓCIO-DIRETOR  
PARTNER-DIRECTOR

“

Dentre os maiores desafios do setor de distribuição está o controle logístico de ponta a ponta, para garantir que os clientes tenham uma experiência positiva. Além disso, há o controle dos custos dessa cadeia, que é bem desafiador.

”

*“One of the biggest challenges in the distribution sector is end-to-end logistics control, to ensure that customers have a positive experience. There's also controlling the costs of this chain, which is very challenging.”*

## HPRIME

**T**em expectativa bastante otimista para 2024, diz o sócio-diretor, Felipe Almeida. **“Nós nos preparamos intensivamente ao longo de 2023 para estar ainda mais estruturados e dar os próximos passos. Crescemos em 2023 em relação ao ano anterior e consideramos que nossa maior conquista foi o aprimoramento do controle sobre nossos processos, custos e análises, visando a novos investimentos. Almejamos faturamento maior em 2024, com crescimento estimado em 15%, além de significativos investimentos em tecnologia, lançamentos ousados e ações para consolidar nossa posição como líder de mercado.”**

Dentre os maiores desafios do setor de distribuição está o controle logístico de ponta a ponta, para garantir que os clientes tenham uma experiência positiva. “Além disso, há o controle dos custos dessa cadeia, que, em um país continental como o nosso, é bem desafiador”, explica Felipe.

Entendendo a complexidade de toda mudança que envolva a macroeconomia brasileira, o sócio-diretor acredita que é preciso jogar com as regras que se apresentam no momento. “Mas, sem dúvida, o principal ponto de ataque envolve custos como os do combustível e a folha de pagamento. Havendo incentivos nessas áreas, o consumidor final também não seria afetado com a elevação dos custos.”

**I**t has very optimistic expectations for 2024, says partner-director, Felipe Almeida. **“We prepared intensively throughout 2023 to be even more structured and take the next steps. We grew in 2023 compared to the previous year and we consider that our greatest achievement was improving control over our processes, costs, and analyses, aiming for new investments. We aim for higher revenues in 2024, with estimated growth of 15%, in addition to significant investments in technology, bold launches and actions to consolidate our position as market leader.”**

One of the biggest challenges in the distribution sector is end-to-end logistics control, to ensure that customers have a positive experience. “In addition, there is cost control in this chain, which, in a continental country like ours, is very challenging”, explains Felipe.

Understanding the complexity of any change involving the Brazilian macroeconomy, the partner director believes that it is necessary to play with the rules that are present at the moment. “But, without a doubt, the main point of attack involves costs such as fuel and payroll. If there are incentives in these areas, the final consumer would also not be affected by the increase in costs.”



## HREBOS

**E**m 2023, a empresa teve muitas conquistas que resultaram em grandes avanços, diz o diretor comercial, Marcelo de Paola. **"Destacamos a mudança estrutural, melhorando a eficiência da logística e a capacidade de armazenamento, os lançamentos, o desenvolvimento de nova linha premium, as atualizações de layouts dos itens e das embalagens. Ampliamos o time e reestruturamos o setor comercial. Também desenvolvemos ferramentas online. Tudo isso será lançado em 2024, trazendo novos horizontes à empresa e expectativa de crescimento de 30% em relação ao ano anterior."**

Hoje, o maior problema da distribuição é a concorrência desleal. "Nós deparamos com concorrentes que possuem produtos e serviços em desacordo com os órgãos reguladores. Nosso desafio é mostrar aos clientes que, mesmo dentro desse cenário poluído, é possível oxigenar e vencer oferecendo produtos e serviços condizentes com as ofertas, pois transparência e qualidade são os pilares para o crescimento sólido", diz Marcelo.

Medidas econômicas poderiam contribuir para o avanço do setor, diz o diretor comercial. "Entre elas, a redução do alto custo tributário para circulação de mercadorias, com a adequação de normas que facilitem seu regimento entre os estados. Seria interessante, também, a redução de tributos para a fabricação e a importação de produtos e políticas públicas para a inclusão digital."

**I**n 2023, we had many achievements that resulted in great progress, says commercial director, Marcelo de Paola. **"We highlight the structural change, improving logistics efficiency and storage capacity, launches, the development of a new premium line, updates to item layouts and packaging. We expanded the team and restructured the commercial sector. We also develop online tools. All of this will be launched in 2024, bringing new horizons to the company and expected growth of 30% compared to the previous year."**

Today, the biggest problem in distribution is unfair competition. "We come across competitors who have products and services that do not comply with regulatory organisms. Our challenge is to show customers that, even within this polluted scenario, it is possible to breathe and win by offering products and services consistent with the offers, as transparency and quality are the pillars for solid growth", says Marcelo.

Economic measures could contribute to the advancement of the sector, says the commercial director. "Among them, the reduction of the high tax cost for the circulation of goods, with the adaptation of standards that facilitate their regulation between states. It would also be interesting to reduce taxes on the manufacture and import of products and public policies for digital inclusion."



**MARCELO DE PAOLA,**  
DIRETOR COMERCIAL  
COMMERCIAL DIRECTOR

“

Nosso desafio é mostrar aos clientes que, mesmo dentro de um cenário poluído, é possível oxigenar e vencer oferecendo produtos e serviços condizentes com as ofertas. Transparência e qualidade são os pilares para o crescimento sólido.

”

*"Our challenge is to show customers that, even in a polluted environment, it is possible to breathe new life and win by offering products and services that match our offerings. Transparency and quality are the pillars for solid growth."*



LEANDRO RADES,  
DIRETOR COMERCIAL  
COMMERCIAL DIRECTOR

“

O principal objetivo das marcas, atualmente, é superar o faturamento do ano passado em 15%. Em 2023, a solidificação da nossa presença no varejo e na distribuição foi muito importante para a Maxprint e para a Dazz.

”

*“The brands’ main objective, currently, is to exceed last year’s revenue by 15%. In 2023, solidifying our presence in retail and distribution was very important for Maxprint and Dazz.”*

## MAXPRINT/DAZZ

A expectativa é boa para 2024, afirma Leandro Rades, diretor comercial da Maxprint/Dazz, marcas do Grupo Rio Branco. **“Com a tendência de queda da taxa de juros de forma contínua, o varejo deve se aquecer, ampliando o crédito. Além disso, a regularização do fornecimento de componentes eletrônicos e seus preços voltando aos patamares pré-pandemia nos deixam com uma ótima perspectiva.”**

O principal objetivo das marcas, atualmente, é superar o faturamento do ano passado em 15%. “Em 2023, a solidificação da nossa presença no varejo e na distribuição foi muito importante para a Maxprint e para a Dazz”, conta o diretor comercial.

Hoje, os maiores desafios enfrentados pelos distribuidores são a instabilidade da economia brasileira e a oferta de produtos que superem a expectativa dos consumidores das marcas, e com um preço bem ajustado no ponto de venda, explica Leandro. “Acreditamos que a busca por uma simplificação fiscal, a oferta de crédito e a redução de juros são fatores que ajudariam a estimular o setor de distribuição.”

The expectation is good for 2024, says Leandro Rades, commercial director of Maxprint/Dazz, brands of the Rio Branco Group. **“With the interest rate trend continuing to fall, retail should warm up, expanding credit. Furthermore, the regularization of the supply of electronic components and their prices returning to pre-pandemic levels leave us with a great perspective.”**

The brands’ main objective currently is to exceed last year’s revenue by 15%. In 2023, solidifying our presence in retail and distribution was very important for Maxprint and Dazz”, says the commercial director.

Today, the biggest challenges faced by distributors are the instability of the Brazilian economy and the offer of products that exceed the expectations of brand consumers, and with a well-adjusted price at the point of sale, explains Leandro. “We believe that the search for tax simplification, the offer of credit and the reduction of interest rates are factors that would help stimulate the distribution sector.”

## MINI MEN

**A**s perspectivas para 2024 estão vinculadas à participação da empresa na Eletrolar Show, diz o CEO, Allan Yang. **"Na feira, buscamos ampliar significativamente nossa presença de mercado, com o objetivo de alcançar toda a América Latina. Estamos ansiosos para proporcionar a todos a oportunidade de conhecer a essência da nossa marca, almejando obter reconhecimento e confiança de um público mais amplo. Esperamos aumento de 30% no faturamento em relação ao ano passado."**

Em 2023, a empresa investiu forte em diversas áreas, como atendimento, pós-vendas e suporte, bem como na oferta de produtos de alta qualidade, fruto de pesquisas para identificar as tendências, visando à satisfação plena de seus clientes e colaboradores. "A incerteza quanto à aceitação do mercado torna o processo de produção um verdadeiro desafio", afirma o CEO.

Na logística, também enfrentou obstáculos, desde o tempo de despacho e chegada dos produtos até a preocupação com segurança em alguns casos, diz Allan. "Já realizamos envios para localidades próximas de nossos armazéns, mas reconhecemos que, para clientes em regiões mais distantes, ainda estamos sujeitos às limitações atuais das transportadoras. Estamos avaliando maneiras de aprimorar essa área, mantendo o foco na eficiência e segurança no transporte."

**T**he prospects for 2024 are linked to the company's participation in the Eletrolar Show, says the CEO, Allan Yang. **"At the fair, we seek to significantly expand our market presence, with the aim of reaching all Latin America. We are eager to provide everyone with the opportunity to learn about the essence of our brand, aiming to gain recognition and trust from a wider audience. We expect a 30% increase in revenue compared to last year."**

*In 2023, the company invested heavily in several areas, such as service, after-sales, and support, as well as in offering high-quality products, the result of research to identify trends, aiming for the full satisfaction of its customers and employees. "Uncertainty regarding market acceptance makes the production process a real challenge," says the CEO.*

*In logistics, it also faced obstacles, from the shipping and arrival time of products to concerns about safety in some cases, says Allan. "We already ship to locations close to our warehouses, but we recognize that, for customers in more distant regions, we are still subject to current carrier limitations. We are evaluating ways to improve this area, while maintaining a focus on transport efficiency and safety."*



ALLAN YANG,  
CEO

“

**Em 2023, investimos forte em diversas áreas, como atendimento, pós-vendas e suporte, bem como na oferta de produtos de alta qualidade, fruto de pesquisas para identificar as tendências.**

”

*"In 2023, we will invest heavily in several areas, such as service, after-sales and, support, as well as in offering high-quality products, the result of research to identify trends."*





HASSAN ALI ABDALLAH,  
PRESIDENTE E CEO  
PRESIDENT AND CEO

“

Em 2023, a Mox Dotcell abriu novos clientes e mercados no Brasil, o que nos permitiu crescer 18% em relação a 2022. Nossa meta é atender, no mínimo, 85% do território nacional ainda em 2024.

”

*"In 2023, Mox Dotcell opened new customers and markets in Brazil, allowing us to grow by 18 per cent compared to 2022. Our goal is to serve at least 85 per cent of the national territory by 2024."*

## MOX DOTCELL

A meta da empresa é crescer no mínimo 10% em 2024, na comparação com 2023, diz o presidente e CEO, Hassan Ali Abdallah. **"Fazemos a nossa parte da melhor forma possível, melhorando cada vez mais os produtos e o atendimento. Temos preços competitivos e ampliamos a linha de produtos. Há 17 anos, iniciamos nossa trajetória com apenas um SKU, hoje temos em torno de 800 SKUs, um crescimento incrível, que não pode parar."**

Em 2023, a Mox Dotcell abriu novos clientes e mercados no Brasil, o que lhe permitiu crescer 18% em relação a 2022. "Isso é muito bom, mas ainda temos presença fraca em algumas regiões, e a nossa meta é atender, no mínimo, 85% do território nacional ainda em 2024", conta Hassan.

Sobre os desafios do setor, o presidente e CEO diz que o primeiro é a concorrência totalmente desleal, que vende produtos de baixa qualidade, não homologados pela Anatel ou pelo Inmetro, sem garantia ou até sem nota fiscal. "Esse é um desafio muito grande que sempre enfrentamos. O segundo desafio é encontrar vendedor, isso é muito difícil em todas as regiões, mas temos feito o melhor e acreditamos que conseguiremos. É só uma questão de tempo."

The company's goal is to grow by at least 10 per cent in 2024 compared to 2023, says president and CEO Hassan Ali Abdallah. **"We're doing our part as best we can, improving our products and service more and more. We have competitive prices and have expanded our product range. 17 years ago, we started our journey with just one SKU, today we have around 800 SKUs, incredible growth that can't stop."**

In 2023, Mox Dotcell opened new customers and markets in Brazil, which allowed it to grow by 18 per cent compared to 2022. "This is very good, but we still have a weak presence in some regions, and our goal is to serve at least 85 per cent of the national territory by 2024," says Hassan.

Regarding the sector's challenges, the president and CEO says that the first is totally unfair competition, which sells low-quality products that are not approved by Anatel or Inmetro, without a guarantee or even without an invoice. "This is a major challenge that we always face. The second challenge is finding salespeople, which is very difficult in all regions, but we've been doing our best and we believe we'll succeed. It's only a matter of time."

## NOVA DIGITAL

A expectativa de faturamento para 2024 é, pelo menos, dobrar o registrado em 2023, diz o diretor, Alex Lee. **"Isso porque o mercado em que estamos inseridos, o de automação residencial, está crescendo exponencialmente. Temos de considerar também o nosso investimento em diversas áreas da empresa, como publicidade e expansão no desenvolvimento de produtos. Nossa maior conquista foi perceber que estamos no caminho certo para a Nova Digital se tornar referência no mercado de automação, com produtos de qualidade, diversificados, tecnologia de ponta e modernidade."**

Hoje, o maior desafio da empresa é manter a variedade de produtos do seu catálogo mesmo com uma grande procura e enquanto desenvolve novos equipamentos. "Com o tempo que leva o desenvolvimento de novos produtos, bem como testes, fabricação, produção em massa e transporte, procuramos meios de agilizar novos projetos e novos pedidos para não deixar nossos distribuidores sem mercadoria e garantir presença em cada vez mais lares inteligentes brasileiros", conta o diretor.

Na economia, Alex defende o investimento no setor de tecnologia. "Sem sombra de dúvida, faria mais pessoas, empresas e grandes corporações se interessarem por automação. Visando ao futuro, queremos expandir ainda mais a distribuição para que diversos setores utilizem a tecnologia da automação a seu favor."

**The revenue expectation for 2024 is at least double that recorded in 2023, says the director, Alex Lee. "This is because the market in which we operate, home automation, is growing exponentially. We also must consider our investment in different areas of the company, such as advertising and expansion in product development. Our biggest achievement was realizing that we are on the right path for Nova Digital to become a reference in the automation market, with quality, diversified products, cutting-edge technology, and modernity."**

Today, the company's biggest challenge is maintaining the variety of products in its catalog despite high demand and while developing new equipment. "With the time it takes to develop new products, as well as testing, manufacturing, mass production and transportation, we look for ways to speed up new projects and new orders so as not to leave our distributors without merchandise and ensure presence in more and more Brazilian smart homes.", says the director.

In the economy, Alex defends investment in the technology sector. "Without a doubt, it would make more people, companies and large corporations interested in automation. Looking to the future, we want to further expand distribution so that different sectors can use automation technology to their advantage."



ALEX LEE,  
DIRETOR  
DIRECTOR

“

O investimento no setor de tecnologia, sem sombra de dúvida, faria mais pessoas, empresas e grandes corporações se interessarem por automação. Visando ao futuro, queremos expandir ainda mais a distribuição para que diversos setores utilizem a tecnologia da automação a seu favor.

”

*"Investment in the technology sector, without a doubt, would make more people, companies and large corporations interested in automation. Looking to the future, we want to further expand distribution so that different sectors can use automation technology to their advantage."*



ALEXANDRE DELLA VOLPE ELIAS,  
CMO

“

Os lojistas estão explorando pontos de venda alternativos, como aeroportos, terminais de ônibus e estações de trem e metrô, oferecendo novas oportunidades para a distribuição de eletrônicos.

”

*“Retailers are exploring alternative points of sale, such as airports, bus terminals and train and metro stations, offering new opportunities for the distribution of electronics.”*

## RCELL

Em 2023, a empresa alcançou grandes resultados, indo na contramão do cenário de retração do setor, diz o CMO, Alexandre Della Volpe Elias. **“As conquistas incluíram a adaptação bem-sucedida a novos desafios, a implementação de tecnologias inovadoras e a criação de uma cultura organizacional resiliente e adaptável. Em 2024, as expectativas são bastante boas, espera-se que o faturamento seja maior que o de 2023.”**

O setor de distribuição se move em direção a uma abordagem mais avançada tecnologicamente. “É crucial estar atento às oportunidades e aos desafios que cada processo apresenta, compreender a maturidade do negócio e como ele pode evoluir. Estamos focando no aprimoramento do tratamento de dados do setor, que nos permite desvendar oportunidades. Enquanto a logística eficiente se concentra na otimização das operações, o tratamento de dados pela Rcell visa potencializar as estratégias de mercado e fortalecer o relacionamento com os clientes”, explica o CMO.

No varejo, a tendência é de maior integração entre as lojas físicas e o e-commerce, diz Alexandre. “A adoção de inteligência artificial no varejo pode ter implicações significativas para a distribuição de produtos eletrônicos. Essa tecnologia pode melhorar a análise de crédito, a alocação de pessoal, o sortimento e o gerenciamento de estoque. Além disso, os lojistas estão explorando pontos de venda alternativos, como aeroportos, terminais de ônibus e estações de trem e metrô, oferecendo novas oportunidades para a distribuição de eletrônicos.”

*In 2023, the company achieved great results, going against the sector's downturn, says the CMO, Alexandre Della Volpe Elias. **“Achievements included successfully adapting to new challenges, implementing innovative technologies, and creating a resilient and adaptable organizational culture. In 2024, expectations are quite good, revenue is expected to be higher than in 2023.”***

*The distribution sector is moving towards a more technologically advanced approach. “It is crucial to be aware of the opportunities and challenges that each process presents, understanding the maturity of the business and how it can evolve. We are focusing on improving the sector's data processing, which allows us to uncover opportunities. While efficient logistics focuses on optimizing operations, data processing by Rcell aims to enhance market strategies and strengthen relationships with customers”, explains the CMO.*

*In retail, the trend is towards greater integration between physical stores and e-commerce, says Alexandre. “The adoption of artificial intelligence in retail could have significant implications for the distribution of electronic products. This technology can improve credit analysis, staffing, assortment, and inventory management. Additionally, retailers are exploring alternative points of sale, such as airports, bus terminals and train and metro stations, offering new opportunities for the distribution of electronics.”*



## SOLUTIONS 2 GO DO BRASIL

São grandes as expectativas para o ano, diz o diretor de vendas e marketing, Glauco Bueno. **"Viemos de anos bem desafiadores, de extrema volatilidade e imprevisibilidade. Esperamos que 2024, após um ano do novo governo, que conseguiu aprovar pautas estratégicas no Congresso, seja mais estável, ainda desafiador, mas com mais previsibilidade no geral. Nosso faturamento será maior que o de 2023, sempre crescemos nas vendas."**

Entre as conquistas de 2023, Glauco cita o fato de haver estabelecido a S2G como um novo player no mercado dos eletroeletrônicos, com as distribuições da ROKU. E mais os altos resultados obtidos na distribuição da linha PlayStation. Aponta, porém, que a falta de crédito é um grande desafio para o setor. "A fase instável do varejo brasileiro fez com que as seguradoras de crédito se tornassem ainda mais restritivas", explica.

Juros mais baixos, indiscutivelmente, estimulam o setor, diz Glauco. "Estamos com indicadores macroeconômicos caminhando para uma estabilidade positiva, taxa de desemprego em queda, aumento do poder de compra, mesmo que tímido, inflação sob controle, taxa de câmbio em rota de estabilidade, confiança do varejo e do consumidor subindo. É urgente a queda dos juros e do déficit fiscal. Se ambos os indicadores melhorarem, estamos muito confiantes de que 2024 será um ano com excelentes perspectivas e resultados."

**Expectations for the year are high, says sales and marketing director, Glauco Bueno. "We came from very challenging years, of extreme volatility and unpredictability. We hope that 2024, after a year of the new government, which managed to approve strategic agendas in Congress, will be more stable, still challenging, but with more predictability in general. Our revenue will be higher than in 2023, we have always grown in sales."**

Among the achievements of 2023, Glauco cites the fact of having established S2G as a new player in the electronics market, with ROKU distributions. Plus, the high results obtained in the distribution of the PlayStation line. He points out, however, that the lack of credit is a major challenge for the sector. "The unstable phase of Brazilian retail caused credit insurers to become even more restrictive", he explains.

Lower interest rates undoubtedly stimulate the sector, says Glauco. "We have macroeconomic indicators heading towards positive stability, a falling unemployment rate, an increase in purchasing power, even if timid, inflation under control, an exchange rate on a stable path, retail and consumer confidence rising. It is urgent to reduce interest rates and the fiscal deficit. If both indicators improve, we are very confident that 2024 will be a year with excellent prospects and results."



GLAUCO BUENO,  
DIRETOR DE VENDAS E MARKETING  
SALES AND MARKETING DIRECTOR

“

**É urgente a queda dos juros e do déficit fiscal. Se ambos os indicadores melhorarem, estamos muito confiantes de que 2024 será um ano com excelentes perspectivas e resultados.**

”

*"It is urgent to reduce interest rates and the fiscal deficit. If both indicators improve, we are very confident that 2024 will be a year with excellent prospects and results."*



MARCELO PALACIOS,  
DIRETOR-GERAL  
GENERAL MANAGER

“

Neste trimestre, apresentaremos diversas novidades na linha de eletroportáteis da Telefunken, com destaque para uma família completa de air fryers e air fornos, com modelos de grande capacidade e recursos diferenciados.

”

*“This quarter, we will present several new features in Telefunken's line of small appliances, with emphasis on a complete family of air fryers and air ovens, with large capacity models and differentiated features.”*

## SOMECO

Há confiança em 2024, diz o diretor-geral, Marcelo Palacios. **“A Someco tem expectativa de crescimento, que será impulsionado pela continuidade do desenvolvimento da distribuição das marcas Telefunken e Blaupunkt no varejo físico e no online. O primeiro semestre de 2023 foi bastante desafiador para o varejo, o que limitou as condições de diversos players para implementar inovações em seus portfólios de produtos e nos modelos de atendimento ao consumidor. No segundo semestre, o ambiente de negócios começou a dar sinais de melhoria, o que colaborou para uma excelente adesão às nossas marcas e à proposta de negócios da Someco.”**

Neste ano, a empresa apresentará diversas novidades na linha de eletroportáteis da Telefunken ainda durante o primeiro trimestre, conta Marcelo. “Destacamos uma família completa de air fryers e air fornos, com modelos de grande capacidade e recursos diferenciados.”

Com a inflação sob controle, há espaço para que o ciclo de queda da taxa de juros continue durante 2024, o que poderia favorecer o revigoramento do consumo. “No entanto, um problema persistente na economia brasileira é o alto nível de endividamento da população, com mais de 75% das famílias endividadas e mais de 25% inadimplentes. Então, se houver algum nível de saneamento financeiro das famílias neste ano, a capacidade de consumo será afetada no curto prazo, mas produzirá benefícios sustentáveis para a economia no médio e longo prazo”, explica Marcelo.

There is confidence in 2024, says the general director, Marcelo Palacios. **“Someco expects growth, which will be driven by the continued development of the distribution of the Telefunken and Blaupunkt brands in physical and online retail. The first half of 2023 was quite challenging for retail, which limited the conditions for several players to implement innovations in their product portfolios and consumer service models. In the second half of the year, the business environment began to show signs of improvement, which contributed to excellent adherence to our brands and Someco's business proposal.”**

This year, the company will present several new features in Telefunken's line of small appliances during the first quarter, says Marcelo. “We highlight a complete family of air fryers and air ovens, with large capacity models and differentiated features.”

With inflation under control, there is room for the cycle of dropping interest rates to continue during 2024, which could favor the rein-vigoration of consumption. “However, a persistent problem in the Brazilian economy is the high level of debt among the population, with more than 75% of families in debt and more than 25% in default. So, if there is some level of financial recovery for families this year, consumption capacity will be affected in the short term, but will produce sustainable benefits for the economy in the medium and long term”, explains Marcelo.

## SUMMERLAND

**P**ara 2024, a empresa tem expectativas bastante otimistas, diz o diretor, Hicham A. Hamze. **"Acreditamos que, com a expansão do mercado de eletrônicos e o lançamento de novos produtos, conseguiremos superar o faturamento de 2023. As maiores conquistas do ano passado foram a consolidação de parcerias estratégicas, o aumento da participação de mercado e a introdução bem-sucedida de produtos inovadores e diferenciados. Começamos a atuar de forma mais intensa no segmento de personalização e produtos exclusivos."**

Atender à demanda com produtos de qualidade e de forma rápida e eficiente é um dos principais desafios do segmento, explica Hicham. "Especialmente no mercado eletrônico, onde há inúmeros distribuidores e os produtos possuem um ciclo de vida muito curto."

Para estimular a distribuição de eletrônicos, algumas medidas são de alta importância, afirma o diretor. "Seria fundamental a implementação de políticas que facilitem o comércio internacional, reduzindo barreiras tarifárias e simplificando os processos alfandegários."

**F**or 2024, the company has very optimistic expectations, says the director, Hicham A. Hamze. **"We believe that, with the expansion of the electronics market and the launch of new products, we will be able to surpass 2023 revenue. Last year's biggest achievements were the consolidation of strategic partnerships, the increase in market share and the successful introduction of innovative and differentiated products. We started to operate more intensely in the personalization and exclusive products segment."**

Meeting demand with quality products quickly and efficiently is one of the segment's main challenges, explains Hicham. "Especially in the electronic market, where there are numerous distributors and products have a very short life cycle."

To stimulate the distribution of electronics, some measures are of high importance, says the director. "It would be essential to implement policies that facilitate international trade, reducing tariff barriers and simplifying customs processes."



**HICHAM A. HAMZE,**  
DIRETOR  
DIRETOR

“

**Atender à demanda com produtos de qualidade e de forma rápida e eficiente é um dos principais desafios do setor. Especialmente no mercado eletrônico, onde há inúmeros distribuidores e os produtos possuem um ciclo de vida muito curto.**

”

*"Meeting demand with quality products quickly and efficiently is one of the sector's main challenges. Especially in the electronic market, where there are numerous distributors and products have a very short life cycle."*





FERNANDO ALVES JR.,  
DIRETOR-EXECUTIVO  
EXECUTIVE DIRECTOR

“

Em 2024, lançaremos nosso Programa de Canais WaveOne, justamente para apoiar nossos parceiros com diversos benefícios e compromissos com foco em transparência.

”

*“In 2024, we will launch our WaveOne Channel Program, precisely to support our partners with various benefits and commitments focused on transparency.”*

## WAVEONE

O ano de 2023 foi de estruturação, diz o diretor-executivo, Fernando Alves Jr. **“A WaveOne é reconhecida no mercado de áudio para home cinema, voltado ao segmento B2B. Em 2023, iniciamos o trabalho para o consumidor final com a nova Linha WaveOne Life. É composta por itens plug and play como soundbars, caixas de som portáteis e fones de ouvido, disponibilizados em todo o Brasil por meio de parceiros estratégicos.”**

Em 2024, o objetivo da empresa é trabalhar o reconhecimento da marca junto ao consumidor final. “Temos um plano muito empolgante para que ele possa experimentar a qualidade dos produtos WaveOne. Além disso, a linha profissional segue com diversos lançamentos e crescimento contínuo. Investimos em qualificação e melhoria constante dos produtos”, conta Fernando.

No setor, um dos maiores desafios é a customer experience, seja ela no mundo físico ou no digital. “A empresa busca estar próxima dos parceiros, canal e consumidores finais. Iniciamos, em 2023, um esforço considerável no trabalho de reconhecimento de marca com o consumidor final, além do fortalecimento dela com treinamentos e materiais que fomentem a sua identidade visual e reconhecimento nos pontos de venda. Em 2024, lançaremos nosso Programa de Canais WaveOne, justamente para apoiar nossos parceiros com diversos benefícios e compromissos com foco em transparência”, explica o diretor.

**The year 2023 was one of structuring, says the executive director, Fernando Alves Jr. “WaveOne is recognized in the home cinema audio market, aimed at the B2B segment. In 2023, we will start working for the end consumer with the new WaveOne Life Line. It consists of plug and play items such as soundbars, portable speakers and headphones, available throughout Brazil through strategic partners.”**

In 2024, the company's objective is to work on brand recognition among the end consumers. “We have a very exciting plan for him to experience the quality of WaveOne products. Furthermore, the professional line continues with several launches and continuous growth. We invest in qualification and constant improvement of products”, says Fernando.

In the sector, one of the biggest challenges is the customer experience, whether in the physical or digital world. “The company seeks to be close to partners, channels, and end consumers. In 2023, we began a considerable effort to work on brand recognition with the end consumer, in addition to strengthening it with training and materials that promote its visual identity and recognition at points of sale. In 2024, we will launch our WaveOne Channel Program, precisely to support our partners with various benefits and commitments focused on transparency”, explains the director.

## X-ONE

**C**rescimento de capital e na relação com os clientes ativos é a expectativa para 2024, diz o CEO, Breno França. **"Uma das metas é fortalecer essa ligação, aproximando-nos ainda mais dos clientes que já mantêm uma parceria duradoura conosco. O faturamento de 2024 deverá superar o de 2023. Foi um ano em que conseguimos expandir nossa base de clientes de forma expressiva e aumentar o faturamento em 60% em relação a 2022. Mantemos altas expectativas, especialmente porque o início de 2024 mostrou um varejo mais dinâmico."**

Na distribuição, são dois os desafios principais. "A logística, que necessita de melhorias significativas, e a questão tributária, com ênfase na taxa de impostos. Um exemplo é o diferencial de alíquota do ICMS, que impacta negativamente distribuidores e varejistas. Nosso grande desafio é garantir que os produtos cheguem aos lojistas a um custo razoável, minimizando as variações causadas pela incidência do ICMS", explica o CEO.

Como estímulo, uma política pública de crédito mais robusta beneficiaria o setor, o varejo e os pequenos empreendedores, diz Breno. "O governo deveria considerar linhas de crédito subsidiadas, baseando-se na contribuição tributária das empresas. Isso dinamizaria o capital no setor. Também seria proveitoso aumentar o limite de faturamento para categorias como MEI e ME, permitindo que ampliem sua capacidade de crescimento e contribuição tributária. E a simplificação tributária, em especial a unificação do ICMS em um único imposto nacional, teria impacto muito positivo no mercado."

**G**rowth in capital and in the relationship with active customers is the expectation for 2024, says the CEO, Breno França. **"One of the goals is to strengthen this connection, bringing us even closer to customers who already have a lasting partnership with us. Revenue in 2024 is expected to exceed the 2023. It was a year in which we managed to significantly expand our customer base and increase revenue by 60% compared to 2022. We maintain high expectations, especially as the beginning of 2024 showed a more dynamic."**

In distribution, there are two main challenges. "Logistics, which needs significant improvements, and the tax issue, with an emphasis on tax taxation. One example is the ICMS rate differential, which negatively impacts distributors and retailers. Our big challenge is to ensure that products reach retailers at a reasonable cost, minimizing variations caused by the incidence of ICMS", explains the CEO.

As a stimulus, a more robust public credit policy would benefit the sector, retail, and small entrepreneurs, says Breno. "The government should consider subsidized credit lines, based on companies' tax contributions. This would boost capital in the sector. It would also be beneficial to increase the revenue limit for categories such as MEI and ME, allowing them to expand their growth capacity and tax contribution. And tax simplification, especially the unification of ICMS into a single national tax, would have a very positive impact on the market."



**BRENO FRANÇA,**  
CEO

“

Na distribuição, são dois os desafios principais. A logística, que necessita de melhorias significativas, e a questão tributária, com ênfase na taxa de impostos. Um exemplo é o diferencial de alíquota do ICMS, que impacta negativamente distribuidores e varejistas.

”

*"In distribution, there are two main challenges. Logistics, which requires significant improvements, and the tax issue, with an emphasis on tax taxation. An example is the ICMS rate differential, which negatively impacts distributors and retailers."*



**LINCOLN JIA,**  
DIRETOR DE VENDAS  
SALES DIRECTOR

## BOYA

Com o crescimento do mercado de vídeos curtos impulsionado por plataformas como Instagram e TikTok, tanto os usuários finais quanto os grupos de Opinion Leaders (KOL) estão em ascensão, diz o diretor de vendas, Lincoln Jia. **"Prevendo essa tendência, nossa empresa antecipa aumento de 1,5 vez no desempenho em 2024."**

Embora a distribuidora de equipamentos para cinema, broadcast e produções audiovisuais tenha alcançado marcos significativos, há desafios, como a intensa concorrência no mercado. "Enfrentamos a pressão competitiva por meio da inovação contínua e aprimoramento da qualidade do produto para manter nossa posição de liderança na indústria. Uma abordagem eficaz é apresentar nossa marca a parceiros importantes em cada setor e trabalhar em estreita colaboração a longo prazo."

*With the growth of the short video market driven by platforms like Instagram and TikTok, both end users and Opinion Leaders (KOL) groups are on the rise, says sales director Lincoln Jia. **"Predicting this trend, our company anticipates a 1.5x increase in performance in 2024."***

*Although the distributor of equipment for cinema, broadcast and audiovisual productions has achieved significant milestones, there are challenges, such as intense competition in the market. "We face competitive pressure through continuous innovation and improvement of product quality to maintain our leading position in the industry. An effective approach is to introduce our brand to key partners in each sector and work closely together over the long term."*



**FABIO ZORZO,**  
CEO

## BRASIL INTERCOMEX

A meta da empresa é atingir crescimento de 200% em dois anos, afirma o CEO, Fabio Zorzo. **"Dobramos o time de vendedores em 2023, com foco em novas categorias e atendimento personalizado por meio de key accounts, crédito facilitado e entrega rápida." Seus centros de distribuição estão localizados em Itapeverica da Serra (SP), Extrema (MG) e Espírito Santo.**

Para desenvolver o setor, propõe medidas econômicas como a padronização de impostos, especialmente em São Paulo, e incentivos fiscais em outros estados. "Enfrentamos desafios, como manter estoques prontos para mais de 2.000 empresários, mas buscamos agregar valor aos negócios dos clientes, simplificando processos e promovendo o desenvolvimento sustentável", diz Fabio.

*The company's goal is to achieve 200% growth in two years, says CEO, Fabio Zorzo. **"We doubled the sales team in 2023, focusing on new categories and personalized service through key accounts, easy credit and fast delivery." Its distribution centers are located in Itapeverica da Serra (SP), Extrema (MG) and Espírito Santo.***

*To develop the sector, it proposes economic measures such as tax standardization, especially in São Paulo, and tax incentives in other states. "We face challenges, such as keeping stocks ready for more than 2,000 entrepreneurs, but we seek to add value to our customers' businesses, simplifying processes and promoting sustainable development," says Fabio.*



## BRIGHT

A empresa trabalha com boa expectativa, diz o gerente nacional de vendas, Alessandro Relke Kneube.

**"Esperamos crescimento ainda maior que os 20% de 2023 frente a 2022. Em 2023, houve o restabelecimento de grandes clientes nacionais, a abertura de novos parceiros e aumento da nossa capilaridade. Estamos canalizando nosso time para ampliar a base de clientes."**

Para estimular o setor, Alessandro dá sua opinião: "A rotina dos órgãos fiscalizadores contra o mercado cinza nos portos e nas plataformas de marketplace ajuda a combater a desigualdade no ponto de venda. E a reforma tributária pode impactar negativamente o varejo quando as alterações das alíquotas de impostos se refletirem nos preços. Teremos que monitorar para sentir na prática essa mudança e otimizar nossas operações."

The company works with good expectations, says the national sales manager, Alessandro Relke Kneube.

**"We expect growth even greater than the 20% in 2023 compared to 2022. In 2023, there was the reestablishment of large national clients, the opening of new partners and an increase in our capillarity. We are channeling our team to expand the customer base."**

To stimulate the sector, Alessandro gives his opinion: "The routine of supervisory bodies against the gray market in ports and on marketplace platforms helps to combat inequality at the point of sale. And tax reform could negatively impact retail when changes in tax rates are reflected in prices. We will have to monitor this change in practice and optimize our operations."



**ALESSANDRO RELKE KNEUBE,**  
GERENTE NACIONAL DE VENDAS  
NATIONAL SALES MANAGER

## DEVIA BRASIL

A empresa prevê notável aumento na participação de mercado em 2024, diz a CEO, Daniela Ayres.

**"Em 2023, fizemos esforços consistentes na estratégia de marketing para expandir a presença da marca em todo o Brasil. Estamos trazendo duas marcas adicionais, a Hifuture, de fones de ouvido e caixas de som de alta qualidade, e a Forward, especializada em máquinas para assistência técnica."**

Garantir logística eficiente, equilibrar o gerenciamento de estoque e reduzir custos operacionais são desafios do setor, que pode ser estimulado com a estabilidade nos preços dos combustíveis. "Na última década, o real sofreu desvalorização. Isso impactou a cadeia de transporte. A médio prazo, esperamos que as condições se normalizem, resultando na valorização do real, estabilização dos preços do petróleo e na competição saudável entre as transportadoras", diz Daniela.

The company predicts a notable increase in market share in 2024, says the CEO, Daniela Ayres.

**"In 2023, we made consistent efforts in the marketing strategy to expand the brand's presence throughout Brazil. We are bringing two additional brands, Hifuture, of high-quality headphones and speakers, and Forward, specializing in technical support machines."**

Ensuring efficient logistics, balancing inventory management, and reducing operational costs are challenges for the sector, which can be stimulated with stable fuel prices. "In the last decade, the Brazilian real has suffered devaluation. This impacted the transport chain. In the medium term, we hope that conditions will normalize, resulting in the appreciation of the Brazilian real, stabilization of oil prices and healthy competition between transport companies", says Daniela.



**DANIELA AYRES,**  
CEO



**RICARDO CASSAL,**  
PORTA-VOZ  
SPOKESPERSON

## DYLAN DO BRASIL

A expectativa é extremamente positiva em 2024, diz o porta-voz, Ricardo Cassal. **"O mercado de eventos está aquecido, isso aumenta o consumo de equipamentos de áudio. Lançaremos soluções de alta performance a custo acessível. Em 2023, investimos em equipamentos de ponta para atender ao mercado mais exigente de áudio profissional, e o resultado foi muito positivo."**

A Dylan do Brasil tem superado os desafios de distribuição com uma equipe capacitada de representantes comerciais em todo o País. "Atuamos com empresa de logística ágil e contratamos a maior companhia de transportes do Brasil", informa Ricardo. Em sua opinião, o índice menor de desemprego e a queda da taxa de juros aquecerão a economia.

The expectation is extremely positive in 2024, says the spokesperson, Ricardo Cassal. **"The events market is booming, which increases the consumption of audio equipment. We will launch high-performance solutions at an affordable cost. In 2023, we invested in cutting-edge equipment to serve the most demanding professional audio market, and the result was very positive."**

Dylan do Brasil has overcome distribution challenges with a qualified team of sales representatives throughout the country. "We work with an agile logistics company and hired the largest transport company in Brazil", informs Ricardo. In his opinion, the lower unemployment rate and the drop-in interest rates will heat up the economy.



**TONI CARLI KUHN,**  
CEO

## FAM BRASIL

Encerrou o ano de 2023 com crescimento significativo de 37% nas vendas, diz o CEO, Toni Carli Kuhn. **"Nossa estratégia para 2024 visa ao incremento de 40% nas vendas. Além disso, é fundamental ressaltar a relevância do nosso indicador de retenção de clientes. Essa métrica essencial atesta que alcançamos a satisfação deles com a nossa marca."**

No setor, os maiores desafios estão na logística. "O custo e as condições de transporte exercem impacto considerável e merecem atenção especial do governo, com a implementação de políticas efetivas para o escoamento eficiente dos produtos. Também enfrentamos o desafio das diferentes normativas fiscais entre os estados, que criam disparidades de competitividade entre clientes de distintas localidades", explica o CEO.

It ended 2023 with significant growth of 37% in sales, says the CEO, Toni Carli Kuhn. **"Our strategy for 2024 aims to increase sales by 40%. Furthermore, it is essential to highlight the relevance of our customer retention indicator. This essential metric proves that we have achieved their satisfaction with our brand."**

In the sector, the biggest challenges are in logistics. "The cost and conditions of transport have a considerable impact and deserve special attention from the government, with the implementation of effective policies for the efficient flow of products. We also face the challenge of different tax regulations between states, which create disparities in competitiveness between customers in different locations", explains the CEO.

## GRUPO OBLI

O grupo tem projeções ambiciosas para 2024 e almeja crescimento substancial em diferentes áreas, diz o fundador, Lucas Ferreira Barbosa.

**"As expectativas incluem expansão de mercado, aumento da participação em setores específicos e aprimoramento contínuo dos produtos e serviços. Em faturamento, a previsão é superar os números de 2023 com estratégias de marketing inovadoras, parcerias e eficiência em qualidade."**

O ano de 2023 foi marcante para o grupo por várias conquistas. "Entre elas, o lançamento bem-sucedido de produtos inovadores, a entrada em novos mercados e o reconhecimento da empresa com revendas autorizadas em mais de 15 estados do Brasil. Essas realizações consolidaram a nossa posição no mercado e estabeleceram uma base sólida para as metas de 2024", conta Lucas.

*The group has ambitious projections for 2024 and aims for substantial growth in different areas, says the founder, Lucas Ferreira Barbosa.*

**"Expectations include market expansion, increased participation in specific sectors and continuous improvement of products and services. In terms of revenue, the forecast is to surpass 2023 numbers with innovative marketing strategies, partnerships, and efficiency in quality."**

*The year 2023 was remarkable for the group due to several achievements. "Among them, the successful launch of innovative products, entry into new markets and the company's recognition with authorized resellers in more than 15 states in Brazil. These achievements consolidated our position in the market and established a solid foundation for the 2024 goals", says Lucas.*



**LUCAS FERREIRA BARBOSA,**  
FUNDADOR  
FOUNDER

## HÄNDZ

As perspectivas para 2024 são as melhores possíveis, afirma Rodrigo Lacerda, CEO da empresa.

**"O faturamento deve dobrar em 2024 na comparação com 2023. No ano passado, tivemos muito sucesso com os novos produtos, e a previsão para 2024 é continuarmos nesse ritmo acelerado de lançamentos."**

No segmento de distribuição, atualmente, os principais desafios enfrentados são os tributários, aliados ao custo do frete, conta Rodrigo. "Descomplicar o cenário fiscal pode estimular e acelerar o setor." Os produtos da empresa valorizam a sustentabilidade.

*The prospects for 2024 are the best possible, says Rodrigo Lacerda, CEO of the company.*

**"Revenue should double in 2024 compared to 2023. Last year, we had a lot of success with new products, and the forecast for 2024 is for us to continue this accelerated pace of launches."**

*In the distribution segment, currently, the main challenges faced are taxes, combined with the cost of freight, says Rodrigo. "Simplifying the fiscal scenario can stimulate and accelerate the sector." The company's products value sustainability.*



**RODRIGO LACERDA,**  
CEO



LIN CHEO,  
CEO

## IMENSO

Vislumbra crescimento robusto e contínuo em 2024, diz o CEO, Lin Cheo. **"Planejamos ampliar nosso leque de produtos, fortalecer a presença online, aprimorar a experiência do cliente, estabelecer parcerias estratégicas e melhorar ainda mais o ambiente de trabalho, pensando sempre em nossos colaboradores. Esperamos superar os resultados obtidos em 2023."**

Considerando a sua abordagem de distribuição terceirizada, os desafios da empresa se concentram no prazo de coleta e entrega para os clientes, conta Lin. "Investimentos significativos em tecnologias avançadas de rastreamento e automação logística são muito importantes para o atendimento eficaz. Buscamos, constantemente, maneiras inovadoras de aprimorar nossas operações para atender às expectativas dos clientes."

*It envisions robust and continued growth in 2024, says CEO, Lin Cheo. "We plan to expand our range of products, strengthen our online presence, improve the customer experience, establish strategic partnerships, and further improve the work environment, always thinking about our collaborators. We hope to surpass the results obtained in 2023."*

*Considering its outsourced distribution approach, the company's challenges focus on collection and delivery times for customers, says Lin. "Significant investments in advanced tracking and logistics automation technologies are very important for effective service. We constantly look for innovative ways to improve our operations to meet customer expectations."*

MARCELO PENG,  
CEO

## KAIDI

E m 2024, a empresa está bastante otimista, busca aumentar o faturamento e prospectar novas parcerias em âmbito nacional, bem como superar desafios, diz o CEO, Marcelo Peng. **"Os maiores são a adaptação da companhia ao cenário econômico e a reestruturação interna para atender melhor ao aumento da demanda."**

Um problema do setor é manter a qualidade dos serviços, evitando atrasos e insatisfação dos clientes. "Não basta apenas ter excelência e produtos de qualidade, é preciso o mapeamento de processos organizacionais. O aumento do quadro logístico no setor de expedição e controle é uma opção que devemos considerar sempre, bem como a busca de automação e tecnologia para agilizar e facilitar os processos internos", explica Marcelo.

*In 2024, the company is very optimistic, seeking to increase revenue and prospect new partnerships nationwide, as well as overcome challenges, says CEO, Marcelo Peng. "The biggest ones are the company's adaptation to the economic scenario and internal restructuring to better meet the increase in demand."*

*A problem in the sector is maintaining the quality of services, avoiding delays and customer dissatisfaction. "It is not enough to just have excellence and quality products, it is necessary to map organizational processes. Increasing the logistics framework in the shipping and control sector is an option that we should always consider, as well as the search for automation and technology to speed up and facilitate internal processes", explains Marcelo.*

## KAKIA

A empresa quer atrair mais clientes em 2024, conta Wenbin Dong, fundador e proprietário da Kakia.

**"Em 2023, nossas vendas no canal online dispararam, foram muito superiores às registradas nas unidades físicas. Foi a nossa maior conquista no ano."**

Em 2024, o projeto é ampliar o mercado, conta Wenbin. "Nossa expectativa é atrair mais atacadistas e fidelizar varejistas e clientes online e de lojas físicas." Para ele, o maior desafio no segmento da distribuição é encontrar mão de obra especializada.

The company wants to attract more customers in 2024, says Wenbin Dong, founder and owner of Kakia.

**"In 2023, our sales in the online channel soared, much higher than those recorded in physical units. It was our biggest achievement of the year."**

In 2024, the project is to expand the market, says Wenbin. "Our expectation is to attract more wholesalers and retain retailers and customers online and in physical stores." For him, the biggest challenge in the distribution segment is finding specialized labor.



**WENBIN DONG,**  
FUNDADOR E PROPRIETÁRIO  
FOUNDER AND OWNER

## MAZER

A Mazer está com boa expectativa para 2024, conta o presidente, Rogério Fluzer.

**"A renovação parcial do parque, que ocorreu durante a pandemia, a queda dos juros e a necessidade de aumento da capacidade de processamento nas empresas são fatores que contribuem para que o consumo de informática no meio corporativo aumente acima da média. Esperamos crescer dois dígitos neste ano."**

Crédito e o custo do capital continuam sendo os desafios da distribuição. "O estímulo aos investimentos em tecnologia, através de linhas de crédito especiais, juros reduzidos e prazos para a modernização de parques de equipamentos e softwares que visem ao aumento de produtividade e à inovação nas empresas seriam importantes."

Mazer has good expectations for 2024, says the president, Rogério Fluzer.

**"The partial renewal of the park, which occurred during the pandemic, the drop in interest rates and the need to increase processing capacity in companies are factors that contribute to the consumption of IT in the corporate environment increasing above average. We expect double-digit growth this year."**

Credit and the cost of capital remain distribution challenges. "Stimulating investments in technology, through special lines of credit, reduced interest rates and deadlines for the modernization of equipment and software parks aimed at increasing productivity and innovation in companies would be important."



**ROGÉRIO FLUZER,**  
PRESIDENTE  
PRESIDENT



**MARCELO SZTAJN,**  
DIRETOR-EXECUTIVO  
EXECUTIVE DIRECTOR

## NEWEX/OEX

Há otimismo com 2024, afirma o diretor-executivo, Marcelo Sztajn.

**"Temos planos de crescer dois dígitos. A equipe de gestão trabalha para implementar estratégias que impulsionem o desempenho financeiro. Projetos em andamento favorecerão a empresa no mercado e a exploração de oportunidades. Em 2023, investimos em lançamentos, parcerias estratégicas e inovações tecnológicas."**

Entre os desafios do setor, estão a complexidade da cadeia de suprimentos global e o gerenciamento eficiente de estoques. "Medidas econômicas de estímulo seriam a implementação de incentivos fiscais, melhorias na infraestrutura logística, facilitação do comércio internacional e linhas de crédito específicas. Essas ações reduzem custos, aumentam a eficiência operacional e promovem o crescimento sustentável", diz Marcelo.

*There is optimism about 2024, says the executive director, Marcelo Sztajn. "We have plans to grow by double digits. The management team works to implement strategies that drive financial performance. Ongoing projects will benefit the company in the market and the exploration of opportunities. In 2023, we will invest in launches, strategic partnerships, and technological innovations."*

*Among the sector's challenges are the complexity of the global supply chain and efficient inventory management. "Economic stimulus measures would be the implementation of tax incentives, improvements in logistics infrastructure, facilitation of international trade and specific credit lines. These actions reduce costs, increase operational efficiency, and promote sustainable growth", says Marcelo.*



**VICTOR YAN,**  
PRESIDENTE  
PRESIDENT

## PEINING

A perspectiva para 2024 é que a empresa alcance crescimento três vezes superior ao do ano passado, diz o presidente, Victor Yan. **"Essa projeção está fundamentada na conquista de novos clientes e na expansão estratégica para várias regiões. Com nossa abordagem centrada na qualidade dos produtos, atendimento diferenciado e contínua inovação, atingiremos essa meta."**

O setor enfrenta desafios, como a concorrência acirrada, a complexa carga tributária brasileira, a ameaça de falsificação de produtos e a necessidade de alcançar clientes em regiões geograficamente distantes. "A parceria estratégica com colaboradores em áreas remotas torna-se essencial para superar esses desafios e expandir nossa presença de maneira eficaz", explica Victor.

*The outlook for 2024 is for the company to achieve growth three times higher than last year, says the president, Victor Yan. "This projection is based on gaining new customers and strategic expansion into several regions. With our approach focused on product quality, differentiated service and continuous innovation, we will achieve this goal."*

*The sector faces challenges, such as fierce competition, the complexity of Brazilian tax burden, the threat of product counterfeiting and the need to reach customers in geographically distant regions. "Strategic partnership with employees in remote areas is essential to overcome these challenges and expand our presence effectively", explains Victor.*



## SAFEWELL BRASIL

Espera crescimento devido às suas novas linhas com alta tecnologia, diz Marcos B. Sassón, diretor comercial. **"Queremos atingir o máximo do mercado brasileiro de itens de segurança com nossa linha de cofres para hotéis, residências, hospitais e escritórios. Temos, ainda, uma exclusiva linha com seis modelos de cadeados da marca Lock Alarm e dois modelos de cadeado biométrico, que dispensam o uso de chaves e vêm com carregador USB."**

A marca tem atendimento de pós-venda com serviço de reposição de chave extraviada, único no Brasil. "Os maiores desafios do setor são a logística e a chegada de demonstrações virtuais distantes de nosso centro de distribuição. Também deveriam ser mais baixos os impostos de importação, que são os mais caros da região sul-americana", conta Marcos.

*It expects growth due to its new high-technology lines, says Marcos B. Sassón, commercial director. "We want to reach the maximum of the Brazilian market for security items with our line of safes for hotels, homes, hospitals, and offices. We also have an exclusive line with six models of locks from the Lock Alarm brand and two models of biometric padlocks, which do not require the use of keys and come with a USB charger."*

*The brand has after-sales service with a lost key replacement service, unique in Brazil. "The biggest challenges in the sector are logistics and the arrival of virtual demonstrations far from our distribution center. Import taxes should also be lower, which are the most expensive in the South American region", says Marcos.*



**MARCOS B. SASSÓN,**  
DIRETOR COMERCIAL  
COMMERCIAL DIRECTOR

## SANTANA IMPORT

Em 2024, visa alcançar crescimento significativo em receita e em participação de mercado, diz o CEO, Rodrigo Martins. **"Estamos muito otimistas. Acreditamos que as estratégias e reformulações adotadas em 2023 resultarão em aumento no faturamento em 2024. Entre as conquistas de 2023 estão nosso canal direto com o consumidor final e parcerias estratégicas com produtos licenciados. No canal do grande varejo, estamos cada vez mais fortes."**

Para impulsionar o setor, Rodrigo considera benéfica a adoção de algumas medidas: "Incentivos para qualificar a mão de obra no Brasil; equilibrar os impostos de importação com a venda direta China x consumidor final; e a mesma regra de normas e certificações para os produtos que entram no Brasil."

*In 2024, it aims to achieve significant growth in revenue and market share, says CEO, Rodrigo Martins. "We are very optimistic. We believe that the strategies and reformulations adopted in 2023 will result in an increase in revenue in 2024. Among the achievements in 2023 are our direct channel with the end consumer and strategic partnerships with licensed products. In the large retail channel, we are increasingly stronger."*

*To boost the sector, Rodrigo considers the adoption of some measures to be beneficial. "Incentives to qualify the workforce in Brazil; balance import taxes with direct sales to China x final consumer; and the same rule of standards and certifications for products entering Brazil."*



**RODRIGO MARTINS,**  
CEO



PEDRO MARTINS,  
CEO

## TS2

A holding, que representa marcas internacionais no Brasil no nicho da cultura maker e tem uma marca própria, está com boas expectativas para 2024, diz o CEO, Pedro Martins. **"A projeção é que o nosso crescimento seja de 15% em comparação com 2023, com todas as marcas do Grupo TS2." Entre as marcas estão Silhouette e X-Tool, a mais importante.**

Com potencial de negócios no segmento B2B e público forte no B2C, a empresa considera como seu maior desafio, hoje, alcançar redes relevantes para introduzir seus produtos de nicho. A meta é a expansão dos negócios. "Vamos investir em ações comerciais, novos canais de contato, feiras, como a Eletrolar Show, e grandes contas de varejo", afirma o CEO. A holding também está presente nos marketplaces do varejo.

The holding, which represents international brands in Brazil in the maker culture niche and has its own brand, has good expectations for 2024, says the CEO, Pedro Martins. **"The projection is that our growth will be 15% compared to 2023, with all TS2 Group brands." Among the brands are Silhouette and X-Tool, the most important.**

With business potential in the B2B segment and a strong audience in B2C, the company considers its biggest challenge today to be reaching relevant networks to introduce its niche products. The goal is to expand the business. "We will invest in commercial actions, new contact channels, fairs, such as the Eletrolar Show, and large retail accounts", says the CEO. The holding is also present in retail marketplaces.



ADEILSON HIDEYUKI YOKOTA,  
DIRETOR COMERCIAL  
COMMERCIAL DIRECTOR

## VENTION

A expectativa é que seja um ano de crescimento sólido e sustentável, diz o diretor comercial, Adeilson Hideyuki Yokota. **"Baseados nas projeções e estratégias que implementamos, acreditamos que o faturamento irá superar o obtido em 2023, que foi um ano de grandes conquistas, como a expansão da nossa rede, o fortalecimento das parcerias com fornecedores-chave e a introdução de novos produtos no mercado."**

O setor tem grandes desafios. "Os maiores são a crescente concorrência, as pressões sobre os custos operacionais e logísticos, e as demandas cada vez mais exigentes dos clientes por velocidade, eficiência e experiência de compra aprimorada. Para um ambiente mais favorável ao crescimento são necessárias medidas econômicas específicas, como a redução da burocracia e dos encargos tributários sobre as empresas do setor", diz Adeilson.

The expectation is that it will be a year of solid and sustainable growth, says the commercial director, Adeilson Hideyuki Yokota. **"Based on the projections and strategies we have implemented, we believe that revenue will exceed that obtained in 2023, which was a year of great achievements, such as the expansion of our network, the strengthening of partnerships with key suppliers, and the introduction of new products in the Marketplace."**

The sector has great challenges. "The biggest are increasing competition, pressures on operational and logistical costs, and increasingly demanding customer demands for speed, efficiency, and an improved shopping experience. For a more favorable environment for growth, specific economic measures are necessary, such as reducing bureaucracy and tax burdens on companies in the sector", says Adeilson.

## WEI IMPORT

Em 2024, tem a expectativa de expandir ainda mais seu alcance e conquistar maior número de clientes, conta o porta-voz e gerente-geral, You Lei. **"O faturamento, certamente, deverá superar o de 2023, impulsionado pela estratégia de crescimento da empresa. Em 2023, já tivemos uma expansão bem-sucedida e a conquista de uma base diversificada de clientes."**

O estímulo ao setor pode vir através da adoção de várias medidas. "Algumas delas são o incentivo à modernização e automatização dos processos de distribuição, o investimento em infraestrutura de transporte e logística, bem como a criação de linhas de crédito específicas às empresas público-privadas para melhorar a infraestrutura de transporte e reduzir os gargalos logísticos", diz You.

*In 2024, it expects to further expand its reach and gain a greater number of customers, says the spokesperson and general manager, You Lei. "Revenue will certainly exceed 2023, driven by the company's growth strategy. company. In 2023, we have already had a successful expansion and gained a diverse customer base."*

*Stimulating the sector can come through the adoption of several measures. "Some of them are encouraging the modernization and automation of distribution processes, investment in transport and logistics infrastructure, as well as the creation of specific credit lines for public-private companies to improve transport infrastructure and reduce logistical lacks", says You.*



**YOU LEI,**  
**PORTA-VOZ**  
**SPOKESPERSON**

## WIWU

A empresa, que investiu em uma linha completa de produtos, está com ótimas expectativas, conta o presidente, Ali El Zein. **"Com o novo investimento realizado, pretendemos crescer, em 2024, pelo menos, de 30% a 40% em relação ao ano passado."**

Hoje, no setor, os maiores desafios estão na logística, no prazo e no preço. "O consumidor está cada vez mais exigente, e as empresas de logística, mais caras. A distribuição é baseada no transporte rodoviário. Então, é importante subsidiar o diesel e dar incentivos fiscais às transportadoras, bem como aumentar o limite do Simples Nacional, que há anos não sofre reajustes", diz o presidente.

*The company, which invested in a complete line of products, has great expectations, says the president, Ali El Zein. "With the new investment made, we intend to grow, in 2024, at least, 30% to 40% compared to last year."*

*Today, in the sector, the biggest challenges are in logistics, deadlines, and price. "Consumers are increasingly demanding, and logistics companies are becoming more expensive. Distribution is based on road transport. Therefore, it is important to subsidize diesel and give tax incentives to transport companies, as well as increase the Simples Nacional limit, which has not been adjusted for years", says the president.*



**ALI EL ZEIN,**  
**PRESIDENTE**  
**PRESIDENT**





VINICIUS LU,  
SÓCIO-ADMINISTRADOR  
MANAGING PARTNER

## WYLIE TOOLS

A empresa, que atua com produtos para eletrônicos como celulares, informática e áudio e vídeo, visa à maior evolução neste ano e à superação de desafios, diz o sócio-administrador, Vinicius Lu.

**"Eles podem envolver a rápida evolução da tecnologia, a garantia de disponibilidade de peças específicas e a gestão de estoques para atender à demanda variável."**

Medidas econômicas poderiam estimular o setor, afirma Vinicius. "Entre elas, incentivos fiscais para empresas de logística, investimentos em infraestrutura de transporte e facilitação de processos alfandegários para agilizar a importação/exportação."

The company, which operates with products for electronics such as cell phones, computers and audio and video, aims to make further progress this year and overcome challenges, says the managing partner, Vinicius Lu.

**"They can involve rapidly evolving technology, ensuring availability of specific parts and managing inventories to meet changing demand."**

Economic measures could stimulate the sector, says Vinicius. "Among them, tax incentives for logistics companies, investments in transport infrastructure and facilitation of customs processes to speed up import/export."



AGNALDO VALENTIM,  
DIRETOR-GERAL  
GENERAL DIRECTOR

## XT RACER

Suas projeções para 2024 são otimistas, baseadas em inovações contínuas em design, funcionalidade e qualidade dos produtos, diz o diretor-geral, Agnaldo Valentim. **"Preveremos crescimento superior ao faturamento de 2023. Entre as maiores conquistas de 2023, destacamos o lançamento bem-sucedido de uma linha de mesas, estantes, racks e periféricos, e outra de cadeiras Office."**

Hoje, o setor tem, como maiores desafios, a logística, a gestão de estoque em tempo real e a adaptação às mudanças nas preferências do consumidor. "Estamos focados em parcerias estratégicas e investimentos em tecnologia para superar esses desafios, garantindo uma cadeia de suprimentos eficaz e entregas rápidas", conta Agnaldo, que propõe medidas governamentais que apoiem a modernização da infraestrutura logística e incentivem a digitalização do setor.

Its projections for 2024 are optimistic, based on continuous innovations in design, functionality, and product quality, says the general director, Agnaldo Valentim. **"We foresee growth exceeding 2023 revenue. Among the biggest achievements in 2023, we highlight the successful launch of a line of tables, shelves, racks and peripherals, and another of Office chairs."**

Today, the sector's biggest challenges are logistics, real-time inventory management and adapting to changes in consumer preferences. "We are focused on strategic partnerships and investments in technology to overcome these challenges, ensuring an effective supply chain and fast deliveries", says Agnaldo, who proposes government measures that support the modernization of logistics infrastructure and encourage the digitalization of the sector.

## YGGY

As expectativas para 2024 são as melhores possíveis, diz o diretor comercial, Saulo Esteves. **"O ano de 2023 foi bem desafiador, mas atingimos as metas estabelecidas de crescimento. Aumentamos o market share no segmento e ampliamos a nossa gama de produtos. Com certeza, o faturamento será maior em 2024."**

Inovar constantemente em um mercado altamente competitivo e dinâmico e estreitar cada vez mais as relações com os parceiros comerciais são desafios das distribuidoras. "As respostas às exigências devem ser cada vez mais rápidas e assertivas. E, para estimular o setor, é essencial diminuir os impostos e simplificar o aparato fiscal que incide sobre as operações", afirma Saulo.

Expectations for 2024 are the best possible, says the commercial director, Saulo Esteves. **"The year 2023 was very challenging, but we reached the established growth goals. We increased market share in the segment and expanded our product range. Revenue will certainly be higher in 2024."**

Constantly innovating in a highly competitive and dynamic market and increasingly strengthening relationships with commercial partners are challenges for distributors. "Responses to demands must be increasingly faster and more assertive. And, to stimulate the sector, it is essential to reduce taxes and simplify the fiscal apparatus that affects operations", says Saulo.



**SAULO ESTEVES,**  
**DIRETOR COMERCIAL**  
COMMERCIAL DIRECTOR

# Grupo **eletrolar** AS MAIORES FEIRAS B2B DE ELETROELETRONICOS NA AMERICA LATINA

Buenos Aires • São Paulo • Mexico City

Grupo multinacional especializado em multimídia B2B, que concentra suas operações na integração de diversos canais de comunicação e negócios entre a indústria e o varejo de eletroeletrônicos, eletrodomésticos, celulares, móveis, utilidades domésticas e TI. No Brasil, organiza as Feiras Eletrolar Show, Latin American Electronics International Trade Show e Latin American Housewares, publica a Revista Eletrolar News, o portal de notícias eletrolar.com, e promove o evento Presidentes, onde o setor se reúne para um balanço do ano precedente, e para premiar as empresas mais destacadas do setor.

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

**eletrolarshow**  
ALL CONNECTED

**LATIN AMERICAN ELECTRONICS**

**LATIN AMERICAN HOUSEWARES**  
International Trade Show

**LIGHTING SHOW**  
SÃO PAULO, BRASIL

**LATIN AMERICAN ELECTRONICS.MEXICO**

**ELECTRONICS HOME** • Argentina





**TALITA TALIBERTI,**  
COUNTRY MANAGER DE ALEXA NO BRASIL  
COUNTRY MANAGER OF ALEXA IN BRAZIL

“

Queremos que nossos dispositivos sejam intuitivos, proativos e personalizados, e que todos consigam usá-los de forma natural.

O Brasil é um importante mercado para a Amazon, e continuaremos investindo no País.

”

*“We want our devices to be intuitive, proactive, and personalized, and for everyone to be able to use them naturally. Brazil is an important market for Amazon, and we will continue to invest in the country.”*

## ALEXA

**H**á muito otimismo com a área de negócios de inteligência artificial com Alexa e dispositivos da Amazon, diz a country manager, Talita Taliberti. **“Estamos mais comprometidos do que nunca com nossa missão, modelo de negócios e o que estamos construindo para os clientes. Globalmente, já vendemos mais de meio bilhão de dispositivos integrados com Alexa. O envolvimento do cliente com ela aumentou 35% em 2023; com comandos de casa inteligente, 25%; com compras, 35%; e 50% com recursos relacionados a informações.”**

Nos últimos meses, trouxe novidades em produtos e funcionalidades para Alexa no País. “Adicionamos novos gatilhos, como detecção do choro de bebês, e disponibilizamos no aplicativo rotinas já pré-configuradas, como acender as luzes todos os dias ao pôr do sol. Em setembro de 2023, a Amazon apresentou o novo Fire TV Stick 4K com Alexa, até 30% mais potente do que a geração anterior e com suporte para Wi-Fi 6”, conta Talita.

Em 2024, manterá a estratégia de sucesso que traçou em 2023, diz a country manager. “O foco nos clientes nos permite implementar atualizações e melhorias de forma bastante local, conversando diretamente com os brasileiros, e, no longo prazo, entregar cada vez mais inovação. Queremos que nossos dispositivos sejam intuitivos, proativos e personalizados, e que todos consigam usá-los de forma natural. O Brasil é um importante mercado para a Amazon, e continuaremos investindo no País.”

**T**here is a lot of optimism about the artificial intelligence business with Alexa and Amazon devices, says country manager Talita Taliberti. **“We are more committed than ever to our mission, business model and what we are building for customers. Globally, we have sold more than half a billion Alexa-enabled devices. Customer engagement with it increased by 35% in 2023; with smart home controls, 25%; with purchases, 35%; and 50% with information-related resources.”**

In recent months, it has brought new products and features to Alexa in the country. “We added new triggers, such as detecting babies crying, and made pre-configured routines available in the app, such as turning on the lights every day at sunset. In September 2023, Amazon presented the new Fire TV Stick 4K with Alexa, up to 30% more powerful than the previous generation and with support for Wi-Fi 6”, says Talita.

In 2024, it will maintain the successful strategy it outlined in 2023, says the country manager. “The focus on customers allows us to implement updates and improvements in a very local way, talking directly to Brazilians, and, in the long term, deliver more and more innovation. We want our devices to be intuitive, proactive, and personalized, and for everyone to be able to use them naturally. Brazil is an important market for Amazon, and we will continue to invest in the country.”



## ASIA SHIPPING

No ano passado, a Asia Shipping cresceu quase quatro vezes mais que o mercado na importação marítima full container, diz o CEO, Alexandre Pimenta.

**"Enquanto o crescimento do mercado foi de 6,10%, a empresa atingiu a taxa de 22,42%, impulsionada pela recuperação de algumas indústrias, dentre elas a de eletrônicos. Nossa meta, sempre, é crescer, no mínimo, o dobro do mercado e, para tanto, alguns setores são fundamentais: linha branca, placas fotovoltaicas (energia solar) e automotivo. Só no ano passado, a Asia Shipping transportou 40 mil veículos."**

As perspectivas para 2024 são de aumento da capacidade devido às entregas de novos navios. "A recente normalização das taxas de frete, que caíram cerca de 80% em relação ao seu pico de setembro de 2021, pode ser explicada por elevados níveis de inventário, que, juntamente com a incerteza macroeconômica, se traduzem num volume mais fraco", explica o CEO.

Na visão da Asia Shipping, conta Alexandre, há medidas econômicas que poderiam ser adotadas para ativar o setor logístico no Brasil. "Entre elas estão o investimento em infraestrutura, a redução da burocracia e incentivos ao comércio exterior." No segmento de atuação da empresa, um problema está nos ataques aos navios porta-contêineres, que provocam atrasos nos embarques de cargas e tendem a elevar os valores dos fretes.

Last year, Asia Shipping grew almost four times more than the market in full container maritime imports, says CEO, Alexandre Pimenta. **"While market growth was 6.10%, the company reached a rate of 22.42%, driven by the recovery of some industries, including electronics. Our goal, always, is to grow at least double the market and, to this end, some sectors are fundamental: white goods, photovoltaic panels (solar energy) and automotive. Last year alone, Asia Shipping transported 40 thousand vehicles."**

The prospects for 2024 are for increase of the capacity due to deliveries of new ships. "The recent normalization of freight rates, which are down around 80% compared to its peak in September 2021, can be explained by elevated inventory levels, which, together with macroeconomic uncertainty, translate into weaker volume," explains the CEO.

In Asia Shipping's view, says Alexandre, there are economic measures that could be adopted to activate the logistics sector in Brazil. "Among them are investment in infrastructure, reduction of bureaucracy and incentives for foreign trade." In the company's operating segment, a problem is attacks on container ships, which cause delays in cargo shipments and tend to increase freight prices.



ALEXANDRE PIMENTA,  
CEO

“

Nossa meta, sempre, é crescer, no mínimo, o dobro do mercado e, para tanto, alguns setores são fundamentais: linha branca, placas fotovoltaicas (energia solar) e automotivo.

”

*"Our goal, always, is to grow the market at least twice as much and, to this end, some sectors are fundamental: white goods, photovoltaic panels (solar energy) and automotive."*



NEWTON QUEIROZ,  
CEO

“

Em 2024, esperamos ter faturamento e lucratividade maiores. O portal de vendas para parceiros, que vamos lançar, possibilitará uma segunda fonte de receita ao varejista.

”

*“In 2024, we hope to have greater revenue and profitability. The partner sales portal, which we will launch, will provide a second source of revenue for the retailer.”*

## EUROP ASSISTANCE BRASIL

Neste ano, o primeiro foco é esclarecer que a empresa trabalha com proteção, seja emergencial, preventiva ou programada, diz o CEO, Newton Queiroz. **“Em relação ao varejo, estamos nos posicionando através de eventos direcionados a ele e preparando roadshows regionais com parceiros e grupos varejistas interessados em conhecer mais sobre as nossas soluções de serviços e proteção. Também estamos desenvolvendo soluções tecnológicas, como portal de vendas para parceiros, entregando, assim, não somente o produto, mas a jornada completa de oferta, venda, cobrança e prestação de serviços.”**

A empresa, em 2024, seguirá no caminho da transformação, o que inclui adaptabilidade, digitalização, customer experience, foco no colaborador e visão infinita. “Ou seja, em como sempre ser a melhor versão da Europ e não ficar focando nos concorrentes. Esperamos ter faturamento e lucratividade maiores. O portal de vendas para parceiros possibilitará uma segunda fonte de receita ao varejista”, conta o CEO.

Os investimentos em digitalização de serviços e processos e a diversificação de produtos e canais de distribuição mudaram a dinâmica do mercado de assistência, afirma Newton. “Se no passado as empresas focavam numa grande indústria para vender alguns produtos como carros-chefe, hoje quem não for versátil na oferta e na distribuição pode ter sérias dificuldades para se manter competitivo. Isso significa ter foco maior no B2B e no B2C, aliado ao formato de assistência stand alone, que permite a oferta de um pool de produtos de forma independente para diversas indústrias, ao mesmo tempo.”

***This year, the first focus is to clarify that the company works with protection, whether emergency, preventive or programmed, says the CEO, Newton Queiroz. “In relation to retail, we are positioning ourselves through events aimed at it and preparing regional road shows with partners and retail groups interested in learning more about our service and protection solutions. We are also developing technological solutions, such as a sales portal for partners, thus delivering not only the product, but the complete journey of offering, selling, billing, and providing services.”***

The company, in 2024, will continue the path of transformation, which includes adaptability, digitalization, customer experience, employee focus and infinite vision. “In other words, how to always be the best version of Europ and not focus on competitors. We hope to have greater revenue and profitability. The sales portal for partners will provide a second source of revenue for the retailer”, says the CEO.

Investments in the digitalization of services and processes and the diversification of products and distribution channels have changed the dynamics of the assistance market, says Newton. “If in the past companies focused on a large industry to sell a few products as flagship products, today anyone who is not versatile in supply and distribution may have serious difficulties in remaining competitive. This means having a greater focus on B2B and B2C, combined with the stand-alone assistance format, which allows the offering of a pool of products independently for different industries, at the same time.”

## GfK ANIQ COMPANY

O ano de 2023 marcou o centenário da NielsenIQ (NIQ), e 2024 marca os 90 anos da fundação da GfK. É também o primeiro ano em que a GfK passa a fazer parte do portfólio da NIQ, diz Alfredo Costa, managing director. **"Essa é uma oportunidade única porque combinaremos nossas soluções em uma visão integral para benefício dos clientes e das decisões que precisam tomar, todos os dias."**

Na plataforma gfknewron, a solução Predict+, baseada em Inteligência Preditiva, trará análises adicionais de sensibilidade de preço e gerenciamento de atividades promocionais, além de um módulo que demonstrará aos clientes de onde está vindo o seu crescimento (distribuição e/ou mais vendas nas lojas). A solução Consumer disponibilizará uma interface mais rápida para analisar e monitorar a jornada do comprador de eletroeletrônicos. "E traremos duas soluções que são originalmente da NIQ: a plataforma de transações online eBit e os estudos BASES, que são referência mundial em aprimoramento de inovações", conta o managing.

Os desafios são crescentes para a indústria e o varejo de eletroeletrônicos, mas o objetivo é um só: reencontrar caminhos lucrativos de crescimento, afirma Alfredo. "Todos estão empenhados na recuperação do consumo. São importantes a estabilidade e a previsibilidade econômica junto com a promoção de um ambiente tributário em que as estratégias de produto, vendas e marketing sejam mais relevantes que subsídios ou incentivos fiscais."

**T**he year 2023 marked the centenary of NielsenIQ (NIQ), and 2024 marks the 90th anniversary of the founding of GfK. It is also the first year that GfK will be part of NIQ's portfolio, says Alfredo Costa, managing director. **"This is a unique opportunity because we will be combining our solutions in an integral vision for the benefit of our clients and the decisions, they need to make every day."**

On the gfknewron platform, the Predict+ solution, based on Predictive Intelligence, will bring additional analyses of price sensitivity and management of promotional activities, as well as a module that will show customers where their growth is coming from (distribution and/or more sales in shops). The Consumer solution will provide a faster interface for analyzing and monitoring the consumer electronics buyer's journey. "And we will bring two solutions that are originally from NIQ: the eBit online transaction platform and the BASES studies, which are a world reference in improving innovations," says the managing director.

The challenges are growing for the electrical and electronics industry and retailers, but the goal is one: to rediscover profitable growth paths, says Alfredo. "Everyone is committed to recovering consumption. Economic stability and predictability are important, along with the promotion of a tax environment in which product, sales and marketing strategies are more important than subsidies or tax incentives."



ALFREDO COSTA,  
MANAGING DIRECTOR

“

São importantes a estabilidade e a previsibilidade econômica junto com a promoção de um ambiente tributário em que as estratégias de produto, vendas e marketing sejam mais relevantes que subsídios ou incentivos fiscais.

”

*"Economic stability and predictability are important, along with the promotion of a tax environment in which product, sales and marketing strategies are more relevant than subsidies or tax incentives."*





WAGNER OLIVEIRA,  
CEO

“

O varejo necessita de mais crédito para financiar clientes e investir em inovação. Logo, o setor passará por transformações tecnológicas e necessitará de recursos para se adaptar a essa nova realidade. Oferecemos uma gama completa de soluções.

”

*“Retail needs more credit to finance customers and invest in innovation. Therefore, the sector will undergo technological transformations and will need resources to adapt to this new reality. We offer a full range of solutions.”*

## GRUPO WOLI

Dentro de seu planejamento 2024/2028, tem a segurança de expansão dos negócios, em especial neste ano, diz o CEO, Wagner Oliveira. **“Nossa operação sempre foi muito lastreada no varejo. Como esse setor sofreu em 2023, e 2024 também deve ser desafiador, reforçamos o objetivo de expandir nosso mercado-alvo para o que chamamos de ecossistema do varejo. Desenhamos produtos para as empresas que fazem parte desse ecossistema, como operadores logísticos, seguradoras, cartão de crédito, indústria e fornecedoras do varejo. Assim, projetamos faturamento maior que o de 2023 e orçamento com crescimento acima de dois dígitos.”**

Historicamente, o mercado do grupo foi o varejo, em especial o de eletrodomésticos, mas as margens estão cada vez mais apertadas nesse segmento. “O varejo necessita de mais crédito para financiar clientes e investir em inovação. Logo, o setor passará por transformações tecnológicas e necessitará de recursos para se adaptar a essa nova realidade. Nesse contexto, oferecemos uma gama completa de soluções visando o aumento de rentabilidade, benefício econômico, treinamento e desenvolvimento, criação de conteúdo e outras 19 iniciativas por meio do nosso ecossistema de startups”, explica o CEO.

Em relação à economia, Wagner diz que é preciso uma taxa de juros mais atrativa, baseada em um cenário com visão de austeridade fiscal e com a diminuição das despesas públicas. “Iniciativas de apoio e incentivo ao varejo serão fundamentais para impulsionar o setor em 2024.”

Within its 2024/2028 planning, it has the security of business expansion, especially this year, says the CEO, Wagner Oliveira. **“Our operation has always been heavily based on retail. As this sector suffered in 2023, and 2024 is also expected to be challenging, we reinforce the objective of expanding our target market into what we call the retail ecosystem. We design products for companies that are part of this ecosystem, such as logistics operators, insurance companies, credit cards, industry, and retail suppliers. Therefore, we project revenues higher than in 2023 and a budget with growth above double digits.”**

Historically, the group's market was retail, especially household appliances, but margins are increasingly tight in this segment. “Retail needs more credit to finance customers and invest in innovation. Therefore, the sector will undergo technological transformations and will need resources to adapt to this new reality. In this context, we offer a full range of solutions aimed at increasing profitability, economic benefit, training and development, content creation and 19 other initiatives through our startup ecosystem”, explains the CEO.

In relation to the economy, Wagner says that a more attractive interest rate is needed, based on a scenario with a vision of fiscal austerity and a reduction in public expenditure. “Initiatives to support and encourage retail will be fundamental to boost the sector in 2024.”

# GUELCOS INTERNATIONAL

Com expectativas muito positivas, a Guelcos quer fazer de 2024 um marco histórico na empresa, diz o sócio-fundador, Marcos Pereira. **"Acompanhamos a retomada da economia chinesa e a aceleração do mercado. Nosso ecossistema de serviços se fortalece com a entrada da Guelcos no mercado de educação, com a mentoria GFORCE para empresários e empreendedores, em que colocamos nossos 20 anos de expertise de importação da Ásia, com métodos validados e visão completa dessa jornada."**

O mercado de importação cresce e evolui. A digitalização de processos acelerou o que era burocrático e lento. "A importação da Ásia se consolida. Hoje observamos empresas que buscam outros aspectos além da fabricação, como redução de custos, desenvolvimento de marca própria, compra direta com o fornecedor e diversificação da cadeia de suprimentos. É interessante ver como o mercado segue se reinventando e buscando novas oportunidades", diz Marcos.

Para estimular as importações brasileiras da China e de outros países da Ásia em 2024, é essencial adotar medidas que incluam a consolidação de acordos comerciais bilaterais ou regionais para simplificar o comércio, reduzir tarifas e eliminar barreiras alfandegárias. "Destaco, também, que são fundamentais os investimentos em infraestrutura logística e os estímulos ao comércio internacional e à capacitação."

**With very positive expectations, Guelcos wants to make 2024 a historic milestone for the company, says founding partner, Marcos Pereira. "We are following the recovery of the Chinese economy and the acceleration of the market. Our service ecosystem is strengthened with Guelcos' entry into the education market, with GFORCE mentoring for businesspeople and entrepreneurs, in which we put our 20 years of import expertise from Asia, with validated methods and a complete vision of this journey."**

*The import market grows and evolves. The digitalization of processes has accelerated what was bureaucratic and slow. "Imports from Asia are consolidating. Today we see companies that seek other aspects beyond manufacturing, such as cost reduction, development of their own brand, direct purchasing from suppliers and diversification of the supply chain. It is interesting to see how the market continues to reinvent itself and seek new opportunities", says Marcos.*

*To stimulate Brazilian imports from China and Asia in 2024, it is essential to adopt measures that include the consolidation of bilateral or regional trade agreements to simplify trade, reduce tariffs and eliminate customs barriers. "I also highlight that investments in logistics infrastructure and incentives for international trade and training are essential."*



MARCOS PEREIRA,  
SÓCIO-FUNDADOR  
FOUNDING PARTNER

“

A importação da Ásia se consolida. Hoje observamos empresas que buscam outros aspectos além da fabricação, como redução de custos, desenvolvimento de marca própria e diversificação da cadeia de suprimentos.

”

*"Imports from Asia are consolidating. Today we see companies looking for other aspects beyond manufacturing, such as cost reduction, developing their own brand, and diversifying the supply chain."*



EDUARDO FREGONESI,  
PRESIDENTE NO BRASIL  
PRESIDENT IN BRAZIL

“

Há grande potencial para a expansão do comércio eletrônico, que vem se integrando no varejo como um todo. O D2C continua muito importante e estratégico para as marcas.

”

*“There is great potential for the expansion of e-commerce, which has been integrated into retail. D2C remains very important and strategic for brands.”*

## INFRACOMMERCE

**E**m 2024, a Infracommerce seguirá crescendo dois dígitos, diz Eduardo Fregonesi, presidente no Brasil. **“Investiremos na inovação de processos e na adoção de tecnologias para ampliar a eficiência operacional e aprimorar a gestão dos nossos clientes. Temos boas iniciativas envolvendo AI generativa. Nosso momento é marcado por equilíbrio financeiro, e os recursos estão sendo utilizados para a evolução do negócio, melhorando os serviços, a tecnologia e a inovação.”**

Há grande potencial para a expansão do comércio eletrônico, que vem se integrando no varejo como um todo. “Nos últimos dois anos, o e-commerce cresceu menos, após o boom na pandemia. Mas o D2C continua muito importante e estratégico para as marcas. Como a maior empresa de full commerce da América Latina, oferecemos serviços, segurança e solidez, elementos muito valorizados especialmente em tempos instáveis”, conta o presidente.

Para o setor de e-commerce crescer, são necessárias medidas que simplifiquem a complexidade tributária do Brasil, contribuindo para um ambiente de negócios mais sustentável, diz Eduardo. “Esse ponto é bastante crítico para muitas empresas que não conseguem ter a malha de distribuição ideal para aproximar seus produtos dos clientes, porque os tributos incidentes podem tornar o valor final pouco atrativo. Consolidamos uma rede de centros de distribuição em regiões distintas, para facilitar a composição tributária e, assim, melhorar a distribuição de mercadorias, o custo final do produto e a experiência do cliente final.”

**I**n 2024, Infracommerce will continue to grow by double digits, says Eduardo Fregonesi, president in Brazil. **“We will invest in process innovation and the adoption of technologies to increase operational efficiency and improve the management of our customers. We have good initiatives involving generative AI. Our moment is marked by financial balance, and resources are being used to evolve the business, improving services, technology and innovation.”**

*There is great potential for the expansion of e-commerce, which has been integrated into retail. “In the last two years, e-commerce grew less, after the boom of the pandemic. But D2C remains very important and strategic for brands. As the largest full commerce company in Latin America, we offer services, security and solidity, elements highly valued, especially in unstable times”, says the president.*

For the e-commerce sector to grow, measures are needed to simplify Brazil’s taxes complexity, contributing to a more sustainable business environment, says Eduardo. “This point is very critical for many companies that are unable to have the ideal distribution network to bring their products closer to customers because the applicable taxes can make the final value unattractive. We have consolidated a network of distribution centers in different regions, to facilitate tax composition and, thus, improve the distribution of goods, the final cost of the product and the end customer experience.”



## KM CARGO

**E**m constante expansão, o mercado logístico demanda aprimoramento contínuo, diz Mauro Pavan, diretor comercial. **"Por isso, vamos nos concentrar em cinco planos de ação para reforçar nossa posição como referência no transporte e logística de eletroeletrônicos e de cargas de alto valor: Processos, Pessoas no Centro do Negócio, Dados para Tomada de Decisão, Infraestrutura Personalizada e Sustentabilidade e Logística Verde. Estamos confiantes em que esses planos estratégicos impulsionarão nosso crescimento de 10% a 20% ante o ano anterior."**

A empresa mantém o foco na excelência operacional e na oferta de soluções personalizadas. "Nosso serviço Carga Segura, com caminhões blindados, é utilizado por mais de 70 empresas nacionais, sendo destaque na modalidade de logística de carga de alto valor agregado, como distribuição de celular e notebook. Ele sobressai pela segurança, agilidade e personalização conforme as necessidades do cliente", explica Mauro.

Mais um destaque é a expansão do serviço Last Mile, isto é, a entrega ao consumidor, conta o diretor comercial. "Aumentamos a frota com mais de 50 veículos com plataforma elevatória para entregas seguras de eletroeletrônicos pesados, como aparelhos de ar-condicionado, geladeiras e televisores."

**C**onstantly expanding, the logistics market demands continuous improvement, says Mauro Pavan, commercial director. **"That's why we're going to focus on five action plans to reinforce our position as a reference in the transport and logistics of electronics and high-value cargo: Processes, People at the Center of the Business, Data for Decision Making, Personalized Infrastructure and Sustainability and Green Logistics. We are confident that these strategic plans will boost our growth by 10% to 20% compared to the previous year."**

*The company remains focused on operational excellence and offering personalized solutions. "Our Safe Cargo service, with armored trucks, is used by more than 70 national companies, being highlighted in the form of high-value-added cargo logistics, such as cell phone and notebook distribution. It stands out for its security, agility and customization according to the customer's needs", explains Mauro.*

*Another highlight is the expansion of the Last Mile service, that is, delivery to the consumer, says the commercial director. "We have increased the fleet with more than 50 vehicles with lifting platforms for safe deliveries of heavy electronics, such as air conditioners, refrigerators and televisions."*



**MAURO PAVAN,**  
**DIRETOR COMERCIAL**  
COMMERCIAL DIRECTOR

“

Nosso serviço Carga Segura, com caminhões blindados, é utilizado por mais de 70 empresas nacionais, sendo destaque na modalidade de logística de carga de alto valor agregado, como distribuição de celular e notebook.

”

*"Our Safe Cargo service, with armored trucks, is used by more than 70 national companies, being highlighted in the form of high-value-added cargo logistics, such as cell phone and notebook distribution."*



JEAN CARLO KLAUMANN,  
CEO

“

O ano de 2024 será de investimentos e alocação de recursos para a criação de fundamentos sólidos para a empresa escalar o negócio e alcançar um nível de atuação ainda mais relevante já em 2025.

”

*“The year 2024 will be one of investments and allocation of resources to create solid foundations for the company to scale the business and reach an even more relevant level of operations in 2025.”*

## NEOGRID

Deu mais um passo em direção à execução de seu planejamento estratégico para os próximos cinco anos com a conclusão da compra integral das marcas Horus e Predify, que haviam sido parcialmente adquiridas em 2021, diz o CEO, Jean Carlo Klaumann. **“A aquisição de 100% de ambas está em linha com a estratégia de crescimento sustentável, com a nossa missão e a estruturação do portfólio da companhia em quatro frentes de negócios com sinergia entre si e que permitem, além de uma visão 360° de toda a cadeia de consumo, a entrega de insights acionáveis ao varejo e à indústria.”**

As quatro frentes de negócio – integração, supply chain, execução do varejo e inteligência comercial – contemplam soluções tecnológicas de todas as marcas Neogrid, incluindo as das empresas adquiridas: Arker, Horus, Lett, Predify e Smarket. “O ano de 2024 será de investimentos e alocação de recursos para a criação de fundamentos sólidos para a empresa escalar o negócio e alcançar um nível de atuação ainda mais relevante já em 2025”, conta o CEO.

Para Jean Carlo, 2024 tem melhores expectativas. “A tendência é atingirmos um patamar mais maduro de inflação com recuo dos juros. O varejo vai amadurecer, ressignificando a loja física, aprendendo mais sobre o consumidor e trazendo a tecnologia para empoderar o time. A cadeia de consumo precisa entender qual a melhor combinação de eficiência operacional para o setor continuar crescendo, ganhando rentabilidade e trazendo sustentabilidade ao negócio. Investir em inovação, como a IA, é fundamental.”

**T**he company took another step towards executing its strategic planning for the next five years with the completion of the full purchase of the Horus and Predify brands, which had been partially acquired in 2021, says the CEO, Jean Carlo Klaumann. **“The acquisition of 100% of both is in line with the sustainable growth strategy, with our mission and the structuring of the company’s portfolio into four business fronts with synergy between them and which allow, in addition to a 360° view of the entire consumption chain, delivering actionable insights to retail and industry.”**

The four business fronts – integration, supply chain, retail execution and commercial intelligence – include technological solutions from all Neogrid brands, including those from the acquired companies: Arker, Horus, Lett, Predify and Smarket. “The year 2024 will be one of investments and allocation of resources to create solid foundations for the company to scale the business and reach an even more relevant level of activity in 2025”, says the CEO.

For Jean Carlo, 2024 has better expectations. “The tendency is for us to reach a more mature level of inflation with a reduction in interest rates. Retail will mature, redefining the physical store, learning more about the consumer and bringing technology to empower the team. The consumption chain needs to understand the best combination of operational efficiency for the sector to continue growing, gaining profitability, and bringing sustainability to the business. Investing in innovation, such as AI, is fundamental.”

## PROSEGUR CASH

**E**m 2023, encerrou um plano global ambicioso, que focou na diversificação dos seus produtos e soluções, buscando entregar melhor experiência para o cliente, conta Sérgio França, diretor comercial e de estratégia. **"Para 2024, prevemos novas ações e estratégias, visando nos antecipar aos desafios econômicos e sociais. Uma dessas ações é o lançamento do primeiro crypto bunker do Brasil. Em relação ao faturamento, nosso plano é superar o que alcançamos em 2023."**

O setor tem exigido cada vez mais inovação das empresas, diz o diretor. "A diversificação e a inovação são pontos críticos para a atuação da Prosegur Cash. Pensando nisso, ingressamos no segmento de transporte internacional, uma solução que possibilita o transporte de Bank Notes, metais preciosos e carga de alto valor agregado por via aérea, marítima e terrestre para 21 países onde atuamos, e para outros por meio de parceiros locais. Pensando na gestão financeira do varejo, ampliamos a oferta do Cash Today, o cofre inteligente que digitaliza o dinheiro em espécie para pequenos e médios varejistas."

Na economia, a empresa aguarda, por parte dos órgãos competentes, medidas que tornem o negócio menos oneroso e mais ágil. "A regulamentação de criptoativos, por exemplo, liderada por entidades governamentais, é uma das iniciativas que esperamos que ocorra", explica Sérgio.

**I**n 2023, it concluded an ambitious global plan, which focused on the diversification of its products and solutions, seeking to deliver a better experience for the customer, says Sérgio França, commercial and strategy director. **"For 2024, we foresee new actions and strategies, aiming to anticipate economic and social challenges. One of these actions is the launch of the first crypto bunker in Brazil. Regarding revenue, our plan is to surpass what we achieved in 2023."**

The sector has increasingly demanded innovation from companies, says the director. "Diversification and innovation are critical points for Prosegur Cash's operations. With this in mind, we entered the international transport segment, a solution that enables the transport of Bank Notes, precious metals and high-value cargo by air, sea, and road to 21 countries where we operate, and to others through local partners. Thinking about retail financial management, we expanded the Cash Today offering, the smart safe that digitizes cash for small and medium-sized retailers."

In the economy, the company awaits, from the competent bodies, measures that make the business less costly and more agile. "The regulation of cryptoactives, for example, led by government entities, is one of the initiatives that we hope will occur", explains Sérgio.



**SÉRGIO FRANÇA,**  
**DIRETOR COMERCIAL E DE ESTRATÉGIA**  
COMMERCIAL AND STRATEGY DIRECTOR

“

**Para 2024, prevemos novas ações e estratégias, visando nos antecipar aos desafios econômicos e sociais. Uma dessas ações é o lançamento do primeiro crypto bunker do Brasil. Em relação ao faturamento, nosso plano é superar o que alcançamos em 2023.**

”

*"For 2024, we foresee new actions and strategies, aiming to anticipate economic and social challenges. One of these actions is the launch of the first crypto bunker in Brazil. Regarding revenue, our plan is to surpass what we achieved in 2023."*





**RODRIGO SANCHEZ,**  
VICE-PRESIDENTE DE SOLUÇÕES DE CRÉDITO  
VICE PRESIDENT OF CREDIT SOLUTIONS

“

A democratização do crédito é uma saída importante para o fomento da economia. E a chave para a diminuição da inadimplência no Brasil é a educação financeira massiva e a busca de novas soluções que reduzam o risco para quem concede crédito.

”

*“The democratization of credit is an important solution for promoting the economy. And the key to reducing defaults in Brazil is massive financial education and the search for new solutions that reduce the risk for those who grant credit.”*

## SERASA EXPERIAN

A inovação está na história da Serasa Experian, diz o vice-presidente de soluções de crédito, Rodrigo Sanchez. **“É a primeira e maior datatech do País, líder em soluções de inteligência para análise de riscos e oportunidades, com foco em jornada de crédito, autenticação e prevenção à fraude, e com o maior ecossistema de big data da América Latina. Em 2024, projetamos faturamento maior por conta da expansão do crédito e das novas soluções que estamos trazendo ao mercado.”**

Empresas de todos os portes e segmentos podem contar com a ajuda da Serasa para tomar as melhores decisões, encontrar novos clientes, gerenciar os atuais com mais eficiência, conceder crédito ou vender a prazo com segurança e cumprir normas ESG. No caso de consumidores, facilita o acesso ao crédito. “Temos como diferencial nossa experiência, unida à tecnologia de ponta”, afirma Rodrigo.

O crédito é e continuará sendo um pilar de crescimento importante para a economia, explica o vice-presidente. “Temos um cenário desafiador pela frente, mas um pouco mais brando que o do último ano. É preciso que a economia brasileira volte a crescer de forma consistente, e um desses caminhos é a democratização do crédito. É uma saída importante para o fomento da economia. A chave para a diminuição da inadimplência no Brasil é a educação financeira massiva e a busca de novas soluções que reduzam o risco para quem concede crédito.”

Innovation is in the history of Serasa Experian, says the vice president of credit solutions, Rodrigo Sanchez. **“It is the first and largest datatech in the country, a leader in intelligence solutions for analyzing risks and opportunities, focusing on credit journeys, authentication, and fraud prevention, and with the largest big data ecosystem in Latin America. In 2024, we project higher revenue due to the expansion of credit and the new solutions we are bringing to the market.”**

Companies of all sizes and segments can count on Serasa’s support to make the best decisions, find new customers, manage current ones more efficiently, grant credit or sell in installments safely, and comply with ESG standards. In the case of consumers, it facilitates access to credit. “What sets us apart is our experience, combined with cutting-edge technology,” says Rodrigo.

Credit is and will continue to be an important growth pillar for the economy, explains the vice president. “We have a challenging scenario ahead, but a little milder than last year. The Brazilian economy needs to grow consistently again, and one of these paths is the democratization of credit. It is an important way to boost the economy. The key to reducing defaults in Brazil is massive financial education and the search for new solutions that reduce the risk for those who grant credit.”

# TOTVS

**E**m 2024, seguirá atuando para fortalecer sua estratégia de 3 Dimensões, diz Marcelo Eduardo Cosentino, vice-presidente de negócios para segmentos. **"Ela é composta pelas dimensões de Gestão, Business Performance e Techfin, para ampliar ainda mais a nossa presença junto aos clientes e ao mercado de tecnologia. A aplicação de inteligência artificial em diferentes soluções do nosso portfólio será uma das prioridades, uma vez que essa tecnologia vai transformar o modo como as empresas operam."**

A empresa trabalha no desenvolvimento de aplicações de IA generativas integradas aos softwares de gestão (ERPs), proporcionando maior inteligência aos negócios. Também irá acelerar o uso de IA em processos internos, como desenvolvimento, testes de programação e suporte ao cliente e à área comercial. "Nos últimos anos, vimos o crescimento exponencial do mercado de tecnologia B2B. O investimento tornou-se fundamental para a sustentação dos negócios e um motor para o crescimento", diz Marcelo Eduardo.

Ciente de que grande parte das matérias que tramitam no Congresso Nacional têm potencial para impactar negócios, seus e dos clientes, a TOTVS acompanha de perto as agendas e atividades legislativas, conta Marcelo Eduardo. Também colabora para a formação de mão de obra técnica, que é muito importante para o setor. "A empresa é fundadora e mantenedora do Instituto da Oportunidade Social (IOS), que promove a capacitação de jovens. Apoia a formação de talentos que serão aproveitados tanto pela TOTVS como por todo o ecossistema."

**I**n 2024, we will continue working to strengthen its 3 Dimensions strategy, says Marcelo Eduardo Cosentino, vice president of business for segments. **"It is made up of the dimensions of Management, Business Performance, and Techfin, to further expand our presence with customers and the technology market. The application of artificial intelligence in different solutions in our portfolio will be one of the priorities, as this technology will transform the way companies operate."**

The company works on developing generative AI applications integrated with management software (ERPs), providing greater intelligence to businesses. It will also accelerate the use of AI in internal processes, such as development, programming testing, and customer and commercial support. "In recent years, we have seen the exponential growth of the B2B technology market. Investment has become fundamental for sustaining business and an engine for growth", says Marcelo Eduardo.

Aware that most of the matters being discussed in the National Congress have the potential to impact businesses, both its own and those of its clients, TOTVS closely monitors legislative agendas and activities, says Marcelo Eduardo. It also contributes to the training of technical labor, which is very important for the sector. "The company is the founder and maintainer of the Social Opportunity Institute (IOS), which promotes the training of young people. It supports the training of talents that will be used both by TOTVS and the entire ecosystem."



**MARCELO EDUARDO COSENTINO,**  
**VICE-PRESIDENTE DE NEGÓCIOS PARA SEGMENTOS**  
VICE PRESIDENT OF BUSINESS FOR SEGMENTS

“

**Nos últimos anos, vimos o crescimento exponencial do mercado de tecnologia B2B. O investimento tornou-se fundamental para a sustentação dos negócios e um motor para o crescimento.**

”

*"In recent years, we have seen the exponential growth of the B2B technology market. Investment has become fundamental to sustaining business and an engine for growth."*



ALESSANDRO GIL,  
VICE-PRESIDENTE  
VICE PRESIDENT

“

O mercado de e-commerce e varejo online tende a crescer cada vez mais, reflexo de uma mudança não só de comportamento dos consumidores e da própria economia, mas principalmente da tecnologia.

”

*“The e-commerce and online retail market tends to grow more and more, reflecting a change not only in consumer behavior and the economy itself, but mainly in technology.”*

## WAKE

**E**m 2023, a Wake criou uma espiral positiva, conta Alessandro Gil, vice-presidente. **“Grandes empresas do mercado puderam ver o diferencial tecnológico e migrar para a nossa solução. Por isso, para 2024, a expectativa é que o pipeline de grandes contas seja cada vez mais promissor com clientes de nível enterprise, de forma que a companhia continue sendo referência na solução integrada de e-commerce mais completa para o mercado.”**

O mercado de e-commerce e varejo online tende a crescer cada vez mais, reflexo de uma mudança não só de comportamento dos consumidores e da própria economia, mas principalmente da tecnologia. “As empresas que atuam no segmento possuem objetivos diferentes para cada público, e cada vez mais teremos um consumidor com soluções completas e uma experiência positiva, o que será estratégico para o mercado como um todo”, diz o vice-presidente.

A discussão acerca dos impostos e taxações sobre os produtos dentro da cadeia circular do varejo online ainda é um ponto que necessita ser debatido e poderia ativar muito mais o setor, afirma Alessandro. “É necessário que as medidas econômicas tenham como foco a flexibilização dos preços, tanto para o consumidor que compra o produto quanto para as empresas pertencentes ao ciclo do e-commerce, de forma que haja sempre uma régua paralela justa à economia local, sendo um negócio saudável e positivo para todos os lados.”

**I**n 2023, Wake created a positive spiral, says Alessandro Gil, vice president. **“Large companies in the market were able to see the technological difference and migrate to our solution. Therefore, for 2024, the expectation is that the large accounts pipeline will be increasingly promising with enterprise-level clients, so that the company continues to be a reference in the most complete integrated e-commerce solution for the market.”**

The e-commerce and online retail market tends to grow more and more, reflecting a change not only in consumer behavior and the economy itself, but mainly in technology. “Companies operating in the segment have different objectives for each audience, and we will increasingly have consumers with complete solutions and a positive experience, which will be strategic for the market as a whole”, says the vice-president.

The discussion about taxes and charges on products within the circular online retail chain is still a point that needs to be debated and could activate the sector much more, says Alessandro. “It is necessary that economic measures focus on making prices more flexible, both for the consumer who buys the product and for companies belonging to the e-commerce cycle, so that there is always a parallel rule that is fair to the local economy, being a healthy and positive business for all sides.”



## INDÚSTRIA FOX

A expectativa de faturamento para 2024 é bastante alta, conta o CEO, Marcelo Souza. **"Os contratos firmados, o posicionamento da empresa e as estratégias construídas até aqui nos apontam para um faturamento que pode chegar ao dobro do obtido em 2023. O mercado atual está aquecido, mas começa a trazer desafios. Observamos a movimentação de novos entrantes, como os pequenos recicladores, um novo tipo de concorrência."**

Neste ano, é preciso implementar novas fábricas. Mas o custo de acesso ao capital está bastante alto. "Então, temos que fazer com recursos próprios, o que diminui a velocidade de implementação. Além disso, o nosso setor é muito dependente da legislação, o que gera incertezas. Algumas leis ambientais com visão de longo prazo seriam promissoras para nós", diz Marcelo.

Revenue expectations for 2024 are quite high, says CEO, Marcelo Souza. **"The contracts signed, the company's positioning and the strategies built so far point us to revenue that could reach double that obtained in 2023. The current market is hot, but is starting to bring challenges. We observed the movement of new entrants, such as small recyclers, a new type of competition."**

This year, new factories need to be implemented, and the cost of accessing capital is quite high. "So, we must do it with our own resources, which slows down the speed of implementation. Furthermore, our sector is very dependent on legislation, which creates uncertainty. Some environmental laws with a long-term vision would be promising for us", says Marcelo.



MARCELO SOUZA,  
CEO

## GRUPO PROTEGE

A perspectiva é de crescimento em 2024, diz o presidente, Marcelo Baptista de Oliveira. **"Temos um ecossistema de soluções ao varejo e ao setor de eletroeletrônicos, abrangendo logística de valores, de cargas e segurança patrimonial e eletrônica. Visamos aumentar nossa participação nos serviços de custódia e gestão de numerário."**

O grupo também amplia seu serviço de logística que utiliza caminhões 100% blindados para atender às demandas de segmentos como o de eletrônicos. "Com a transformação digital remodelando o varejo e os serviços financeiros, lançamos o Protege Pay Cash, nossa instituição de pagamento que visa integrar o pequeno e médio varejo ao dinâmico ecossistema financeiro, democratizando o acesso a serviços essenciais", conta Marcelo.

The outlook is for growth in 2024, says the president, Marcelo Baptista de Oliveira. **"We have an ecosystem of solutions for retail and the electronics sector, covering value logistics, cargo logistics and property and electronic security. We aim to increase our participation in custody and cash management services."**

The group also expands its logistics service, which uses 100% armored trucks to meet the demands of segments such as electronics. "With digital transformation reshaping retail and financial services, we launched Protege Pay Cash, our payment institution that aims to integrate small and medium retail into the dynamic financial ecosystem, democratizing access to essential services", says Marcelo.



MARCELO BAPTISTA DE OLIVEIRA,  
PRESIDENTE  
PRESIDENT



RODOLFO MEYER,  
CEO

## PORTAL SOLAR

Após oscilações no mercado brasileiro de energia solar distribuída no início de 2023, o Portal Solar percebeu uma retomada importante nos pedidos de instalação de painéis solares em suas unidades de franquia, diz o CEO, Rodolfo Meyer. **"Em 2024, a perspectiva é crescer nos mesmos patamares verificados entre 2021 e 2022, quando o setor dobrava de tamanho a cada ano. A onda de calor, a queda no preço dos equipamentos e o aumento das tarifas de energia elétrica impulsionaram a retomada."**

O setor fotovoltaico brasileiro apresentou queda média de 40% no preço dos painéis solares em 2023. "Essa redução no preço final ao consumidor foi puxada pelo aumento da capacidade produtiva chinesa, que detém 90% da produção mundial de painéis solares", conta Rodolfo. Em maio de 2021, o Portal lançou o modelo de franchising home-based de baixo investimento e tem mais de 200 unidades no País.

After fluctuations in the Brazilian distributed solar energy market at the beginning of 2023, Portal Solar noticed an important upturn in requests for the installation of solar panels in its franchise units, says the CEO, Rodolfo Meyer. **"In 2024, the prospect is to grow at the same levels seen between 2021 and 2022, when the sector doubled in size every year. The heat wave, the drop-in equipment prices and the increase in electricity tariffs boosted the recovery."**

The Brazilian photovoltaic sector saw an average drop of 40% in the price of solar panels in 2023. "This reduction in the final price to the consumer was driven by the increase in Chinese production capacity, which holds 90% of the world's production of solar panels", says Rodolfo. In May 2021, Portal launched the low-investment home-based franchising model and has more than 200 units in the country.

# eletrolarshow

ALL CONNECTED

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



OS MAIORES  
PLAYERS ESTÃO AQUI!

15 A 18 DE JULHO, 2024  
SÃO PAULO - SP - BRASIL

WWW.ELETROLARSHOW.COM.BR

EVENTOS PARALELOS:

LATIN  
AMERICAN  
ELECTRONICS  
International Trade Show

LATIN  
AMERICAN  
HOUSEWARES

LIGHTING  
SHOW

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



**OS MAIORES  
PLAYERS ESTÃO AQUI**

**17 A 19 DE JUNHO, 2025**  
**CITIBANAMEX - CIDADE DO MÉXICO**  
**WWW.LATINAMERICANELECTRONICS.MX**



**10.000 M<sup>2</sup>**

**+400 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: +55 11 3197-4949  
comercial@grupoeletrolar.com.br



# ELECTRONICS HOME. Argentina

A FEIRA DE NEGÓCIOS B2B MAIS IMPORTANTE DA ARGENTINA **2024** | 10 a 12 de julho



**15 categorias de produtos variados fazem da Electronics Home o showroom mais completo para indústria e varejo. Não perca!**

- ▶ Eletrodomésticos ▶ TV e home theater ▶ Saúde e Bem-Estar
- ▶ LED e iluminação ▶ Áudio e Vídeo ▶ TI / Computadores e Acessórios
- ▶ Brinquedos e Jogos ▶ Portáteis ▶ Cuidados Pessoais e Beleza
- ▶ Utilidades domésticas ▶ Decoração ▶ Celulares e Telecom
- ▶ Wearables ▶ Mobilidade



**RESERVE SEU ESPAÇO**

**WWW.ELECTRONICSHOME.COM.AR**

**+54 11 4773-5656**

**ventas@electronicshome.com.ar**

Organização

Grupo **eletrolar azuloplay**

Revista oficial

**INTEGRACION**

Participe da quarta edição do maior evento B2B de utilidades domésticas, eletrodomésticos, telefones celulares, computadores, móveis e design.

Não perca o maior showroom de produtos que faz da Electronics Home a mais completa feira de negócios para a indústria e o varejo.

- ▶ Eletrodomésticos
- ▶ TV e home theater
- ▶ Saúde e Bem-Estar
- ▶ LED e iluminação
- ▶ Áudio e Vídeo
- ▶ TI / Computadores e Acessórios
- ▶ Brinquedos e Jogos
- ▶ Portáteis
- ▶ Cuidados Pessoais e Beleza
- ▶ Utilidades domésticas
- ▶ Decoração
- ▶ Celulares e Telecom
- ▶ Wearables
- ▶ Mobilidade



**RESERVE SEU ESPAÇO**

**WWW.ELECTRONICSHOME.COM.AR**

**+54 11 4773-5656**

**ventas@electronicshome.com.ar**

Organizar

Grupo

**eletrolar azuloplay**

Revista oficial

**INTEGRACION**  
ENTREPRENDIMIENTO







**COMEMORAÇÃO  
DUPLA EM 2024:**

**25 ANOS**

**ELETROLAR NEWS**

**17 ANOS**

**ELETROLAR SHOW**

DOUBLE CELEBRATION IN 2024:  
25 YEARS OF ELETROLAR NEWS  
17 YEARS OF ELETROLAR SHOW

## DUPLA COMEMORAÇÃO - DOUBLE CELEBRATION

**C**omemorando o marco de 25 anos de excelência, a *Eletrolar News* tem sido o elo entre a indústria e o varejo de eletroeletrônicos, consolidando a Eletrolar Show como o encontro anual incontornável para negociações e fortalecimento de laços comerciais. Em 2024, a feira expande sua área de exposição para 36 mil m<sup>2</sup> de inovação e oportunidades.

Este quarto de século é um testemunho do compromisso contínuo da revista com seus leitores e parceiros. A *Eletrolar News*, única em seu segmento no Brasil, tem sido uma vitrine para o lançamento de produtos e tecnologias, refletindo as evoluções do mercado e o ritmo acelerado de um mundo onde a comunicação é chave para estratégias empresariais bem-sucedidas.

**C**elebrating the milestone of 25 years of excellence, *Eletrolar News* magazine has been the link between the electronics industry and retail, consolidating the Eletrolar Show as the unavoidable annual meeting for negotiations and strengthening commercial ties. In 2024, the fair expands its exhibition area to 36 thousand sqm of innovation and opportunities.

This quarter century is a testament to the magazine's ongoing commitment to its readers and partners. *Eletrolar News*, unique in its segment in Brazil, has been a showcase for the launch of products and technologies, reflecting market developments and the fast pace of a world where communication is key to successful business strategies.

**“A tecnologia mudou a indústria, o varejo e o consumidor, gerando novos negócios. Entre as mudanças mais notáveis estão as vendas online, que permitiram ao consumidor comparar preços e comprar de sua casa, os marketplaces digitais e a personalização e recomendações baseadas em dados. O Big Data e a IA tornaram a experiência de compra mais direcionada e eficiente.”**

*“Technology has changed the industry, retail, and consumers, generating new businesses. Among the most notable changes are online sales, which allowed consumers to compare prices and buy from home, digital marketplaces and personalization and data-based recommendations. Big Data and AI have made the shopping experience more targeted and efficient.”*

Em uma entrevista exclusiva, Carlos Clur, o visionário por trás da *Eletrolar News*, compartilha insights sobre a trajetória da publicação. Ele destaca que atingir o marco dos 25 anos é mais do que uma conquista, é um incentivo para prosseguir com a missão de entregar conteúdo de qualidade, que ressoa com o dinamismo do setor. A revista, que começou como um investimento arriscado, hoje se posiciona como uma autoridade, interligando o mercado através de um network influente, que é a espinha dorsal do Grupo Eletrolar, organizador da principal feira de negócios da América Latina.

Carlos relembra a motivação para iniciar a publicação, inspirado pela energia vibrante do Brasil e pela lacuna

In an exclusive interview, Carlos Clur, the visionary behind *Eletrolar News*, shares insights into the publication's trajectory. He highlights that reaching the 25-year milestone is more than an achievement, it is an incentive to continue with the mission of delivering quality content that resonates with the dynamism of the sector. The magazine, which began as a risky investment, today positions itself as an authority, connecting the market through an influential network, which is the backbone of Grupo Eletrolar, organizer of the main business fair in Latin America.

Carlos recalls the motivation to start the publication, inspired by the vibrant energy of Brazil and the gap in



**CARLOS CLUR, PRESIDENTE DO GRUPO ELETROLAR**  
PRESIDENT AT GRUPO ELETROLAR

existente em meios de comunicação especializados que unissem a indústria e o varejo de eletroeletrônicos. Sua decisão de investir todas as suas economias no lançamento da *Eletrolar News* foi recompensada pelo impacto significativo que a revista alcançou no mercado.

#### **CHEGAR AOS 25 ANOS DA REVISTA É UMA CONQUISTA?**

**CARLOS CLUR** – Sem dúvida, e nos incentiva a continuar com o trabalho íntegro que desenvolvemos ao longo desses anos. **Os primeiros anos da publicação foram uma grande aventura e, ao mesmo tempo, um grande investimento. Passaram-se três anos para a revista se tornar rentável. Hoje, ela é um grande canal de comunicação e de integração com o mercado. Também foi fundamental para construir o network que hoje faz parte do Grupo Eletrolar, empresa multimídia B2B, que organiza a feira Eletrolar Show, o maior encontro de negócios do mercado na América Latina.**

specialized media that could unite the electronics industry and retail. His decision to invest all his savings in launching *Eletrolar News* was rewarded by the significant impact the magazine achieved on the market.

#### **IS REACHING 25 YEARS OF THE MAGAZINE AN ACHIEVEMENT?**

**CARLOS CLUR** – Without a doubt, and it encourages us to continue with the honest work we have developed over the years. **The first years of publication were a great adventure and, at the same time, a great investment. It took three years for the magazine to become profitable. Today, it is a great channel of communication and integration with the market. It was also fundamental in building the network that is now part of Grupo Eletrolar, a B2B multimedia company, which organizes the Eletrolar Show fair, the largest business meeting in the market in Latin America.**

#### **WHAT MOTIVATED THE CREATION OF THE PUBLICATION?**

**CC** – In 1996, in Argentina, together with my father, I founded the magazine *Integración Empresaria*, with almost the same focus, and I came to Brazil for the publication to interview Hugo Miguel Etchenique, founder of Brastemp, in 1998, the year I practically spent on a bridge flight São Paulo-Buenos Aires. I was already infected by the energy of Brazil, a country that I love, but what caught my attention was the fact that, with all its potential, it did not have a vehicle of communication to integrate the electronics industry and retail. I already lived more in Brazil than in Argentina and, in 1999, I created *Eletrolar News*. In the project, I invested all my savings. Worth it? A lot, I answer. I arrived in Brazil when I was 22 years old, and I have lived here for 25 years.

#### **WHAT ARE THE MAIN CHANGES IN THE SECTOR IN THESE YEARS?**

**CC** – The transformations that the sector has witnessed in recent decades are profound. From the online commerce revolution and the advent of digital marketplaces to the introduction of disruptive technologies such as Big Data and Artificial Intelligence, the electronics industry has never been so dynamic. The adoption of augmented and virtual reality in sales strategies, and the retail response with advanced services and logistics are some of the trends that have reshaped consumers' shopping experience.

Technology has changed the industry, retail, and consumers, generating new businesses. The cell phone



**“O telefone celular mudou o comportamento do consumidor e, após mais de 30 anos do seu lançamento, o produto continua sendo líder de vendas no mercado.”**

*“The cell phone changed consumer behavior and, more than 30 years after its launch, the product continues to be the sales leader in the market.”*

**O QUE MOTIVOU A CRIAÇÃO DA PUBLICAÇÃO?**

**CC** – Em 1996, na Argentina, juntamente com meu pai, fundei a revista *Integración Empresaria*, quase com o mesmo foco, e vim ao Brasil pela publicação para entrevistar Hugo Miguel Etchenique, fundador da Bras-temp, isso em 1998, ano em que passei praticamente numa ponte aérea São Paulo-Buenos Aires. Eu já estava contagiado pela energia do Brasil, um país que adoro, mas me chamou a atenção o fato de que, com todo o seu potencial, não tinha um meio de comunicação para integrar a indústria e o varejo de eletros. Eu já morava mais no Brasil do que na Argentina e, em 1999, criei a *Eletrolar News*. No projeto, apliquei todas as minhas economias. Valeu a pena? Muito, respondo. Cheguei ao Brasil com 22 anos de idade e há 25 moro aqui.

**QUAIS AS PRINCIPAIS MUDANÇAS DO SETOR NESSES ANOS?**

**CC** – As transformações que o setor testemunhou nas últimas décadas são profundas. Desde a revolução do comércio online e o advento dos marketplaces digitais até a introdução de tecnologias disruptivas como Big Data e Inteligência Artificial, a indústria de

changed shopping behavior and, more than 30 years after its launch, it continues to be number one in sales. Among the most notable changes are online sales, which allowed consumers to compare prices and buy from home, digital marketplaces and personalization and data-based recommendations. Big Data and AI have made the shopping experience more targeted and efficient. With augmented (AR) and virtual (VR) reality, stores have created immersive shopping experiences. The rapid evolution of electronics, with new technologies, has changed store inventory. Retail now offers complete service and logistics solutions, such as delivery within two hours. Marketing has expanded to include social media, and we have reached subscription business models, which allow consumers to use the latest technology without the need for purchase.

**HAS THE SECTOR MADE PROGRESS ON ISSUES RELATED TO THE ENVIRONMENT?**

**CC** – Very. Advances are significant, with a growing demand for sustainable electronics and the adoption



REVISTA

# ELETROLAR

## NEWS

OS PRINCIPAIS  
ASSUNTOS DO  
MERCADO E AS  
TENDÊNCIAS  
DO SETOR



Dirigida  
exclusivamente  
à indústria e ao varejo



Carlos Clur entrevista Hugo Miguel Etchenique, fundador da Brastemp.  
*Carlos Clur interviews Hugo Miguel Etchenique, founder of Brastemp.*

eletroeletrônicos nunca esteve tão dinâmica. A adoção de realidade aumentada e virtual nas estratégias de vendas e a resposta do varejo com serviços e logística avançados são algumas das tendências que remodelaram a experiência de compra dos consumidores.

A tecnologia mudou a indústria, o varejo e o consumidor, gerando novos negócios. O telefone celular mudou o comportamento de compras e, após mais de 30 anos de seu lançamento, continua sendo o número um em vendas. Entre as mudanças mais notáveis estão as vendas online, que permitiram ao consumidor comparar preços e comprar de sua casa, os marketplaces digitais e a personalização e recomendações baseadas em dados. O Big Data e a IA tornaram a experiência de compra mais direcionada e eficiente. Com a realidade aumentada (AR) e virtual (VR), lojas criaram experiências de compra imersivas. A rápida evolução dos eletrônicos, com novas tecnologias, mudou o inventário das lojas. O varejo passou a oferecer soluções completas em serviços e em logística, como a entrega em até duas horas. O marketing se expandiu para incluir as

of recycling practices, which reflect stronger environmental awareness. Eletrolar News has played a vital role in educating people about the correct disposal of electronics, reinforcing its commitment to the environment in each edition. Today, for example, most products have components made from recycled material. Eletrolar News magazine, in every edition, features two articles that address the benefits of correctly disposing of electronics.

### **WHAT'S NEW AT THE 17TH ELETROLAR SHOW?**

**CC – The fair, which will be held from July 15<sup>th</sup> to 18<sup>th</sup> this year, will have 36 thousand sqm of exhibition area, 10% more than occupied in 2023, more than 700 exhibitors and 2,500 brands from all product categories in the electronics and correlates.** The expectation is that it will receive more than the 32 thousand visitors last year. As occurs annually, Grupo Eletrolar will sponsor the trip of 600 buyers from large chains that are not based in São Paulo and for whom the fair organization will pre-schedule meetings.



mídias sociais, e chegamos a modelos de negócio por assinatura, que permitem ao consumidor usar a tecnologia mais recente sem a necessidade de compra.

#### O SETOR AVANÇOU NAS QUESTÕES LIGADAS AO MEIO AMBIENTE?

**CC** – Muito. Os avanços são significativos, com uma crescente demanda por eletrônicos sustentáveis e a adoção de práticas de reciclagem, que refletem uma conscientização ambiental mais forte. A *Eletrolar News* tem desempenhado um papel vital na educação sobre o descarte correto de eletroeletrônicos, reforçando seu compromisso com o meio ambiente em cada edição. Hoje, por exemplo, boa parte dos produtos tem componentes feitos a partir de material reciclado. A revista *Eletrolar News*, em toda edição, traz dois artigos que abordam os benefícios do descarte correto de eletroeletrônicos.

#### QUAIS AS NOVIDADES DA 17ª ELETROLAR SHOW?

**CC** – **A feira, que será realizada de 15 a 18 de julho deste ano, terá 36 mil m² de área de exposição, 10% acima do ocupado em 2023, mais de 700 expositores e 2.500 marcas de todas as categorias de produtos do setor de eletros e correlatos.**

A expectativa é que receba número superior aos 32 mil visitantes do ano passado. Como ocorre anualmente, o Grupo Eletrolar patrocinará a viagem de 600 compradores de grandes redes que não têm sede em São Paulo e para os quais a organização da feira fará pré-agendamento das reuniões.

#### O GRUPO ELETROLAR JÁ FAZ DUAS FEIRAS, E A TERCEIRA ESTÁ EM PREPARAÇÃO. É O CAMINHO PARA A INTERNACIONALIZAÇÃO?

**CC** – Desde 2015, a revista *Eletrolar News* é publicada em português e em inglês, e distribuída, também, em feiras e eventos internacionais. O Grupo Eletrolar opera efetivamente em dois países, Brasil e Argentina, e agora está trabalhando fortemente no caminho da internacionalização, com o lançamento de uma feira no México. **No Brasil, este ano, fazemos a 17ª Eletrolar Show e, na Argentina, a 4ª Electronics Home, a feira mais importante do país. Em 2025, levaremos a Latin American Electronics para o México, com o mesmo conceito de gerar mais negócios entre a indústria e o varejo, buscando aumentar a visibilidade das marcas globalmente. É, também, uma oportunidade para as indústrias locais aumentarem suas exportações. As três feiras dão sinergia ao Grupo Eletrolar e aumentam a sua visibilidade no calendário mundial de feiras de negócios do mercado de eletroeletrônicos.** ■■



**A crescente demanda por produtos eletrônicos sustentáveis e práticas de reciclagem levaram a uma mudança nos produtos e nas políticas de logística reversa. Hoje, por exemplo, boa parte dos produtos tem componentes feitos a partir de material reciclado.”**

*“Increasing demand for sustainable electronics and recycling practices has led to a shift in products and reverse logistics policies. Today, for example, most products have components made from recycled material.”*

#### GRUPO ELETROLAR HAS ALREADY HELD TWO FAIRS, AND THE THIRD IS IN PREPARATION. IS IT THE PATH TO INTERNATIONALIZATION?

**CC** – Since 2015, *Eletrolar News* magazine has been published in Portuguese and English and distributed at international fairs and events. Grupo Eletrolar effectively operates in two countries, Brazil, and Argentina, and is now working hard on the path to internationalization, with the launch of a fair in Mexico. **In Brazil, this year, we are holding the 17th Eletrolar Show and, in Argentina, the 4th Electronics Home, the most important fair in the country. In 2025, we will take Latin American Electronics to Mexico, with the same concept of generating more business between industry and retail, seeking to increase the visibility of brands globally. It is also an opportunity for local industries to increase their exports. The three fairs provide synergy to the Grupo Eletrolar and increase its visibility in the global calendar of trade fairs in the electronics market.** ■■



# INOVAÇÃO E TECNOLOGIA NA CES 2024

## INNOVATION AND TECHNOLOGY AT CES 2024

**M**aior feira de tecnologia e eletrônicos do mundo, a CES, realizada em janeiro último em Las Vegas, nos Estados Unidos, reuniu as maiores marcas do setor, que apresentaram inovações e tendências que moldarão o cenário tecnológico. Entre os destaques, as gigantes TCL, Panasonic, Whirlpool Corporation, LG e Samsung, além da renomada Baseus, impressionaram os visitantes com seus lançamentos.

A **TCL**, referência em tecnologia de tela, apresentou avanços significativos em TVs com resoluções ultranítidas e tecnologia Mini LED. Anunciou a maior TV Mini LED 4K do mundo, com 115". O aparelho traz mais de 5.000 zonas de escurecimentos, novo processador e brilho máximo. Também surpreendeu com dispositivos domésticos inteligentes e sistema de armazenamento de energia residencial.

O destaque da **Panasonic** foi o seu compromisso com a sustentabilidade. Apresentou soluções inteligentes para residências e ambientes urbanos. Lançou dispositivos divididos em quatro pilares: Coma Bem, Sinta-se Bem, Conecte-se Bem e Mova-se Bem, com forno

**T**he largest technology and electronics fair in the world, CES, held last January in Las Vegas, in the United States, brought together the biggest brands in the sector, who presented innovations and trends that will shape the technological scenario. Among the highlights, the giants TCL, Panasonic, Whirlpool Corporation, LG, and Samsung, as well as the renowned Baseus, impressed visitors with their launches.

**TCL**, a reference in screen technology, presented significant advances in TVs with ultra-sharp resolutions and Mini LED technology. Announced the largest 4K Mini LED TV in the world, at 115". The device features more than 5,000 dimming zones, a new processor and maximum brightness. It also surprised with smart home devices and residential energy storage system.

**Panasonic's** highlight was its commitment to sustainability. It presented smart solutions for homes and urban environments. Launched devices divided into four pillars: Eat Well, Feel Well, Connect Well and Move Well, with microwave oven, EH-NA0J hair dryer,



micro-ondas, secador de cabelo EH-NA0J, GNW10 alto-falante para jogos sem fio e sistema de áudio automotivo INFINITI QX80+Klipsch.

A **LG** mostrou o aprimoramento de suas telas OLED, que proporcionam cores mais vibrantes e contrastes aperfeiçoados. É o caso da TV OLED Transparente Wireless 4K, sem fio, com 77". A empresa surpreendeu com o lançamento de dispositivos inteligentes interconectados, que propiciam uma experiência mais integrada ao usuário.

Com interação e novas experiências para a casa, a **Samsung** se concentrou na tecnologia de IA e conectividade entre smartphones, tablets, TVs e eletrodomésticos. Apresentou a atualização no Ballie, o robô móvel com inteligência artificial, capaz de passar informações ao usuário, como a previsão do tempo.

A **Baseus** levou soluções de carregamento rápido e acessórios inteligentes. Entre eles, o fone de ouvido sem fio Baseus Eli Sport 1, o Baseus Spacemate Series USB-C de 11 portas, o power bank de alta capacidade Baseus Blade2 e carregadores rápidos. Apresentou também a primeira série de câmeras de segurança com armazenamento local expansível de até 16 TB, por meio de um disco rígido portátil que protege os dados contra ataques cibernéticos, e com maior vida útil da bateria.

Detentora das marcas Brastemp, Consul e KitchenAid no Brasil, a **Whirlpool Corporation** apresentou a SlimTech, tecnologia de isolamento térmico a vácuo para refrigeradores. Com o lançamento, as geladeiras terão espessura da parede reduzida em até 66%, o que permitirá capacidade 25% maior dentro dos aparelhos e redução do consumo de energia. ■■

GNW10 wireless gaming speaker and audio system automotive INFINITI QX80+Klipsch.

**LG** showed the improvement of its OLED screens, which provide more vibrant colors and improved contrasts. This is the case with the 77" Wireless 4K Transparent OLED TV. The company surprised us with the launch of interconnected smart devices, which provide a more integrated experience for the user.

With interaction and new experiences for the home, **Samsung** focused on AI technology and connectivity between smartphones, tablets, TVs, and home appliances. It presented the update on Ballie, the mobile robot with artificial intelligence, capable of passing information to the user, such as the weather forecast.

**Baseus** brought fast charging solutions and smart accessories. These include the Baseus Eli Sport 1 wireless headset, the Baseus Spacemate Series USB-C 11-port, the Baseus Blade2 high-capacity power bank, and fast chargers. It also presented the first series of security cameras with expandable local storage of up to 16 TB, via a portable hard drive that protects data against cyber-attacks, and with longer battery life.

Owner of the Brastemp, Consul and KitchenAid brands in Brazil, **Whirlpool Corporation** presented SlimTech, vacuum thermal insulation technology for refrigerators. With the launch, the refrigerators will have wall thickness reduced by up to 66%, which will allow 25% greater capacity inside the appliances and reduced energy consumption. ■■





# azulplay MONTAGEM

**PARCEIRA OFICIAL DA ELETROLAR SHOW 2024**



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

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

**Seu  
Estande  
Merece  
Sempre o  
Melhor!**

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

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

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



**eletrolarshow**  
ALL CONNECTED

**2024**



**Qualidade  
Agilidade  
Facilidade**

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

**CONFIRA ALGUNS DOS PROJETOS MONTADOS NAS ÚLTIMAS EDIÇÕES!**



WhatsApp:  
+55 11 93927-4275  
[contato@azulplaymontagem.com.br](mailto:contato@azulplaymontagem.com.br)

**SEJA UM EXPOSITOR  
EM 2024**



ACESSE O QR CODE E

**SOLICITE O SEU  
MAPA 2024**







CADERNO

# DIA DAS MÃES

MOTHER'S DAY NOTEBOOK

**174**

**SMARTPHONES E ACESSÓRIOS:  
TECNOLOGIA ESTIMULA AS VENDAS**

SMARTPHONES AND ACCESSORIES:  
TECHNOLOGY STIMULATES SALES

**190**

**CUIDADOS PESSOAIS: PRODUTOS  
ELEVAM A AUTOESTIMA**

PERSONAL CARE: PRODUCTS INCREASE  
SELF-ESTEEM

**201**

**VITRINE: DESTAQUES PARA A DATA**

WINDOW DISPLAY: HIGHLIGHTS  
FOR MOTHER'S DAY



**DIA DAS MÃES / SMARTPHONES E ACESSÓRIOS**  
**MOTHER'S DAY / SMARTPHONES AND ACCESSORIES**

por / by **Mauricio Chiotti**

# TECNOLOGIA TRAZ NOVAS EXPERIÊNCIAS PARA O DIA DAS MÃES

**Smartphones e acessórios fazem uma simbiose perfeita. São produtos contemporâneos e, por suas funcionalidades, figuram nas listas de preferências de presentes para o Dia das Mães.**

## TECHNOLOGY BRINGS NEW EXPERIENCES FOR MOTHER'S DAY

*Smartphones and accessories make a perfect symbiosis. They are contemporary products and due to their functionalities, they appear on gift preference lists for Mother's Day.*



O pções inovadoras, que atendem diferentes públicos e bolsos, são os trunfos dos smartphones. "Quando observamos o mercado brasileiro de smartphones, notamos que o consumidor dá muita importância à beleza, ao design, às cores e aos materiais, além de valorizar a evolução tecnológica", diz **Rodrigo Sampaio, diretor de vendas de canais de varejo da Motorola.**

Entender a demanda é essencial, pois os consumidores têm preferências, desejos e estilos variados. Isso se

Innovative options, which serve different audiences and budgets, are the trump cards of smartphones. "When we look at the Brazilian smartphone market, we notice that consumers give a lot of importance to beauty, design, colors, and materials, in addition to valuing technological evolution", says **Rodrigo Sampaio, director of sales for retail channels at Motorola.**

Understanding demand is essential, as consumers have varied preferences, desires and styles. This is reflected



reflete na escolha do produto, conta **Amauri Vargas, gerente de comunicação da Realme**. "As mães brasileiras buscam, cada vez mais, dispositivos que ofereçam tecnologia avançada a preços competitivos, sem abrir mão do design e da durabilidade."

O lançamento de novas versões dos aparelhos sempre desperta interesse no consumidor e estimula o desejo de compra. "A constante evolução dos dispositivos é fator determinante para quem procura um smartphone que atenda às suas necessidades específicas", afirma **Thiago Araripe, gerente de marketing da Xiaomi no Brasil**.

Atentar para as tendências do mercado é fundamental, diz **Roberto Citrini, gerente sênior de produto da divisão de mobile experiência da Samsung**. "A empresa tem o maior número de modelos 5G: são 43 smartphones. É o maior portfólio do mercado brasileiro. A diversidade de modelos visa a todos os perfis de consumidores." A seguir, estão as opções para a data.

**Na categoria de smartphones, design, cores e evolução tecnológica são os itens mais valorizados.**

*In the smartphone category, design, colors, and technological evolution are the most valued items.*

in the choice of product, says **Amauri Vargas, communications manager at Realme**. "Brazilian mothers are increasingly looking for devices that offer advanced technology at competitive prices, without compromising on design and durability."

The launch of new versions of devices always arouses consumer interest and stimulates the desire to purchase. "The constant evolution of devices is a determining factor for those looking for a smartphone that meets their specific needs", says **Thiago Araripe, marketing manager at Xiaomi in Brazil**.

Paying attention to market trends is essential, says **Roberto Citrini, senior product manager of the mobile experience division at Samsung Brazil**. "The company has the largest number of 5G models: there are 43 smartphones. It is the largest portfolio in the Brazilian market. The diversity of models targets all consumer profiles." Below are the options for the date.

## INFINIX

Destaca dois modelos de smartphones para a data das mães. O **Infinix Note 30 5G** tem características avançadas. Com memória RAM expansível até 16 GB e armazenamento de 256 GB, impulsionado pela tecnologia Memory Fusion, oferece alto desempenho, afirma **Rivelino Gama, diretor da Infinix**. "Ele representa o que há de mais avançado, desde a tela Full HD+ de 6,78" e 120 Hz até seus alto-falantes duplos estéreos, desenvolvidos em colaboração com a JBL." O suporte ao 5G, aliado ao processador de alto desempenho, coloca o aparelho na vanguarda da tecnologia móvel.

Outro destaque é o **Infinix Hot 30i**. Tem 128 GB de armazenamento e 8 GB de memória RAM, expansível para 16 GB através da tecnologia Memory Fusion. O aparelho oferece uma experiência completa, desde sua tela envolvente de 6,6" HD+ 90 Hz até o design moderno e sofisticado. Equipado com processador Octa-Core MediaTek Helio G37 de 12 nm, proporciona conexão ágil e fluida, complementada pela bateria robusta de 5.000 mAh.

Highlights two smartphone models for mothers' day. The **Infinix Note 30 5G** has advanced features. With expandable RAM memory up to 16 GB and 256 GB storage, driven by Memory Fusion technology, it offers high performance, says **Rivelino Gama, director at Infinix**. "It represents the most advanced features, from the 6.78" 120 Hz Full HD+ screen to its dual stereo speakers, developed in collaboration with JBL." 5G support, combined with the high-end processor performance, puts the device at the forefront of mobile technology.

Another highlight is the **Infinix Hot 30i**. It has 128 GB of storage and 8 GB of RAM, expandable to 16 GB using Memory Fusion technology. The device offers a complete experience, from its immersive 6.6" HD+ 90 Hz screen to its modern and sophisticated design. Equipped with a 12 nm Octa-Core MediaTek Helio G37 processor, it provides an agile and fluid connection, complemented by a robust 5,000 mAh battery.



Infinix Note 30 5G

**Preço sugerido em 26/01/2024: R\$ 1.799,00.**

**Suggested price on 01/26/2024: BRL 1,799.00.**



Infinix Hot 30i

**Preço sugerido em 26/01/2024: R\$ 999,00.**

**Suggested price on 01/26/2024: BRL 999.00.**



**Rivelino Gama,**  
diretor da Infinix  
director at Infinix



# MOTOROLA

O **moto g54 5G 256 GB** combina design com alto desempenho e experiências premium de forma mais acessível, destaca a empresa. É apresentado nas cores azul e grafite, com acabamento traseiro em vegan leather. Está disponível na versão de 8 GB de memória RAM e 256 GB de armazenamento interno. Tem tela de 6,5", com taxa de atualização de 120 Hz, que permite ao usuário assistir a programas em Full HD+ na proporção de 20:9, aproveitando ao máximo o espaço da tela.

Mais uma opção é o **motorola edge 40 neo**, de corpo ultrafino com borda infinita. Tem proteção IP68, é resistente à poeira, sujeira e areia e até à submersão em 1,5 m de água doce por até 30 minutos. Com design premium e acabamento em vegan leather, traz novas funcionalidades de câmera com inteligência artificial, como gravação de vídeo HDR e ajuste automático, um algoritmo do Google Fotos, que incrementa o processamento da imagem.

The **moto g54 5G 256 GB** combines design with high performance and premium experiences in a more affordable way, highlights the company. It comes in blue and graphite colors, with a vegan leather back finish. It is available in a version with 8 GB of RAM and 256 GB of internal storage. It has a 6.5" screen, with a refresh rate of 120 Hz, which allows the user to watch programs in Full HD+ in a 20:9 aspect ratio, making the most of the screen space.

Another option is the **motorola Edge 40 Neo**, with an ultra-thin body with an infinity edge. It has IP68 protection, is resistant to dust, dirt, and sand and even submersion in 1.5 m of fresh water for up to 30 minutes. With a premium design and vegan leather finish, it brings new camera features with artificial intelligence, such as HDR video recording and automatic adjustment, a Google Photos algorithm, which increases image processing.



**Rodrigo Sampaio,**  
diretor de vendas de canais de varejo da Motorola  
*director of retail channel sales at Motorola*

## REALME

Para a data, apresenta o **Realme C67**, que combina o poderoso chipset Snapdragon 685 com uma câmera principal de 108 MP, o que proporciona a maior resolução do segmento. Oferece três maneiras diferentes de capturar as melhores fotos, inclusive à noite, graças ao zoom In-Sensor de até 3x. Além disso, o dispositivo apresenta carregamento rápido SUPERVOOC de 33 W e bateria de 5.000 mAh. Disponível nas cores Sunny Oasis e Black Rock.

Outra opção é o **Realme C53**, pertencente à C Series da marca, relançado há pouco com o dobro da memória em configuração de 8 GB + 256 GB. Com carregamento rápido SUPERVOOC de 33 W e a tecnologia NFC exclusiva, oferece a melhor experiência de pagamento por aproximação em compras, informa a empresa. Tem até 16 GB de RAM dinâmica e é oferecido nas cores Champion Gold e Mighty Black.

For the date, it presents the **Realme C67**, which combines the powerful Snapdragon 685 chipset with a 108 MP main camera, resulting in the highest resolution in the segment. It offers three different ways to capture the best photos, including at night, thanks to up to 3x In-Sensor zoom. Additionally, the device features 33W SUPERVOOC fast charging and a 5,000mAh battery. Available in Sunny Oasis and Black Rock colors.

Another option is the **Realme C53**, belonging to the brand's C Series, recently relaunched with twice the memory in an 8 GB + 256 GB configuration. With 33 W SUPERVOOC fast charging and exclusive NFC technology, it offers the best contactless payment experience for purchases, informs the company. It has up to 16 GB of dynamic RAM and is offered in Champion Gold and Mighty Black.



Realme C67

**Preço sugerido em 1º/02/2024 para a versão 6 GB + 128 GB:**

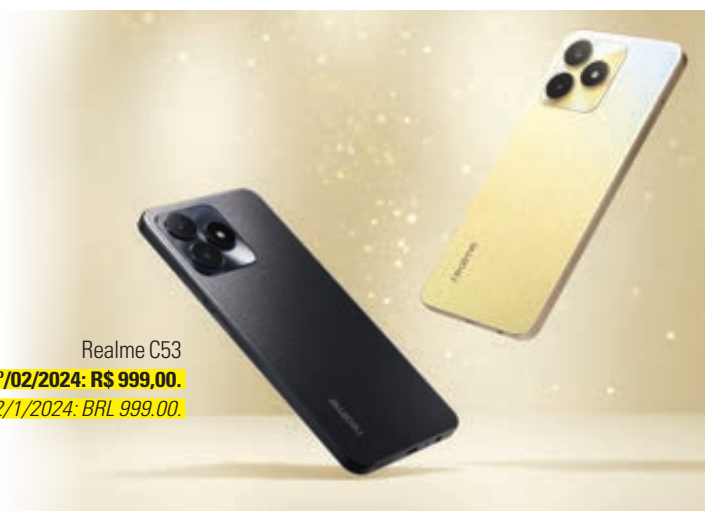
**R\$ 1.499,00. Na versão 8 GB + 256 GB: R\$ 1.699,00.**

*Suggested price on 1/1/2024 for the 6 GB + 128 GB version:*

*R\$ 1,499.00. In the 8 GB + 256 GB version: BRL 1,699.00.*



**Amauri Vargas,**  
gerente de comunicação da Realme  
*communication manager at Realme*



Realme C53

**Preço sugerido em 1º/02/2024: R\$ 999,00.**

*Suggested price on 02/1/2024: BRL 999.00.*

# SAMSUNG

A recém-lançada linha **Galaxy S24**, composta pelos modelos **Galaxy S24**, **Galaxy S24+**, e **Galaxy S24 Ultra**, lidera os padrões de inovação da indústria, introduzindo uma nova era de experiências móveis com inteligência artificial. Por meio do Galaxy AI, a marca oferece uma inédita experiência premium. Destacam-se recursos como a tradução simultânea em tempo real durante as ligações e mensagens de texto em aplicativos populares.

Em design, o Galaxy S24 Ultra tem corpo mais fino, estrutura de titânio, tela plana de 6,8" e Corning Gorilla Armor para maior proteção. Os modelos Galaxy S24 e Galaxy S24+ apresentam bordas mais finas e displays de 6,7" e 6,2", respectivamente. Todos os dispositivos da linha contam com proteção IP68 contra água e poeira, além de garantirem sete gerações de atualizações do sistema operacional e sete anos de atualizações de segurança.

The recently launched **Galaxy S24** lineup, comprised of the **Galaxy S24**, **Galaxy S24+**, and **Galaxy S24 Ultra**, leads the industry's standards of innovation, introducing in a new era of AI-powered mobile experiences. Through Galaxy AI, the brand offers an unprecedented premium experience. Features such as real-time simultaneous translation during calls and text messages in popular applications stand out.

In design, the Galaxy S24 Ultra has a thinner body, titanium structure, 6.8" flat screen and Corning Gorilla Armor for greater protection. The Galaxy S24 and Galaxy S24+ models feature thinner edges and 6.7" and 6.2" displays, respectively. All devices in the line have IP68 protection against water and dust, in addition to guaranteeing seven generations of operating system updates and seven years of security updates.

Galaxy S24 com 128 GB  
Galaxy S24 com 128 GB

**Preço sugerido em 1º/02/2024: R\$ 5.999,00.**

**Na versão com 256 GB: R\$ 6.499,00.**

*Suggested price on 02/1/2024: BRL 5,999.00.*

*In the 256 GB version: R\$ 6,499.00.*



Galaxy S24 Ultra

**Preço sugerido para a versão com 1 TB de armazenamento: R\$ 12.999,00.**

*Suggested price for the version with 1 TB of storage: BRL 12,999.00.*



**Renato Citrini,**  
gerente sênior de produto da divisão de  
mobile experience da Samsung Brasil  
*senior product manager of the mobile experience  
division at Samsung Brazil*



## XIAOMI

Apresenta dois smartphones que se enquadram na categoria intermediária. O **Redmi Note 13**, modelo de entrada, com características premium, tem processador Snapdragon® 685, 5.000 mAh, suporte ao HyperCharge de 33 W e proteção robusta com o Corning® Gorilla® Glass 3.

No segmento mais avançado, o **Redmi Note 13 Pro 5G** tem câmera de 200 MP e processador Snapdragon® 7s Gen 2, sendo o primeiro da linha a incorporar essa tecnologia. Conta com sensor de impressão digital na tela AMOLED CrystalRes 1.5K e oferece uma experiência visual mais envolvente. Os dois telefones possuem desbloqueio facial por IA.

*It presents two smartphones that fall into the mid-range category. The **Redmi Note 13**, entry-level model, with premium features, has a Snapdragon® 685 processor, 5,000 mAh, support for 33 W HyperCharge and robust protection with Corning® Gorilla® Glass 3.*

*In the most advanced segment, the **Redmi Note 13 Pro 5G** has a 200 MP camera and Snapdragon® 7s Gen 2 processor, being the first in the line to incorporate this technology. It has a fingerprint sensor on the AMOLED CrystalRes 1.5K screen and offers a more immersive visual experience. Both phones feature AI facial unlocking.*



Redmi Note 13

**Preço sugerido em 1º/02/2024: R\$ 1.999,99.**

*Suggested price on 02/1/2024: BRL 1,999.99.*



Redmi Note 13 Pro 5G

**Preço sugerido em 1º/02/2024: R\$ 3.299,99.**

*Suggested price on 02/1/2024: BRL 3,299.99.*



**Thiago Araripe,**  
gerente de marketing da Xiaomi no Brasil  
*marketing manager at Xiaomi in Brazil*



## ACESSÓRIOS: BONS PARCEIROS

### ACCESSORIES: GOOD PARTNERS

A categoria responde por uma parte considerável dos itens para presentear na data das mães, o que demonstra a presença crescente da tecnologia no dia a dia da mulher brasileira. Em 2023, representou quase 30% dos itens adquiridos para presentes. Sua integração à celebração adapta a tradição aos modernos padrões. São muitas as opções para o varejo concretizar bons negócios.

*The category accounts for a considerable part of the items to be given as gifts for mothers, which demonstrates the growing presence of technology in the daily lives of Brazilian women. In 2023, it represented almost 30% of items purchased for gifts. Its integration into the celebration adapts tradition to modern standards. There are many options for retailers to achieve good business.*

## ACER

Sua **mochila Vero** é confeccionada a partir de 8,5 garrafas PET de 600 ml recicladas. “O produto é mais do que um acessório, é um compromisso com o meio ambiente. Cada detalhe reflete nosso empenho em oferecer soluções inovadoras e conscientes”, afirma **Cristiane Ramos, gerente sênior de produtos da Acer do Brasil**.

Mais um acessório da marca é o **headset Office Acer**, que proporciona experiência imersiva nas chamadas de voz e vídeo, com seus alto-falantes de 50 mm. “É um dispositivo que combina sofisticação e desempenho para atender às demandas profissionais mais exigentes”, conta a gerente.

The **Vero backpack** is made from 8.5 recycled 600 ml PET bottles. “The product is more than an accessory; it is a commitment to the environment. Every detail reflects our commitment to offering innovative and conscious solutions”, says **Cristiane Ramos, senior product manager at Acer do Brasil**.

Another accessory from the brand is the **Office Acer headset**, which provides an immersive experience in voice and video calls, with its 50 mm speakers. “It is a device that combines sophistication and performance to meet the most demanding professional demands”, says the manager.



Mochila Vero  
Mochila Vero

**Preço sugerido em 30/01/2024: R\$ 199,00.**

**Suggested price on 01/30/2024: BRL 199.00.**



Headset Office Acer  
Headset Office Acer

**Preço sugerido em 30/01/2024: R\$ 199,00.**

**Suggested price on 01/30/2024: BRL 199.00.**



**Cristiane Ramos,**  
gerente sênior de produtos da Acer do Brasil  
senior product manager at Acer do Brasil

## DEVIA

A expectativa é otimista para a data, diz a **CEO, Daniela Ayres**. "Observamos aumento de 15% a 20% nas vendas durante a primeira quinzena de maio ante os demais meses do primeiro semestre. Nosso head-phone é leve e confortável no uso diário e tem acabamento primoroso."

Oferece, também, o **cabo de silicone Type C**, resistente, fácil de limpar e que aguenta temperaturas de -20° a 70°. "Ele não enrola, é um aliado essencial nas viagens, garante conexão estável e complementa o uso cotidiano do headphone", conta a CEO.

Expectations are optimistic for the date, the **says CEO, Daniela Ayres**. "We observed a 15% to 20% increase in sales during the first half of May compared to the other months of the first half of the year. Our headphones are light and comfortable for daily use and have an exquisite finish."

It also offers the **Type C silicone cable**, which is resistant, easy to clean and can support temperatures from -20° to 70°. "It doesn't mess around, it's an essential ally when traveling, it guarantees a stable connection and complements the daily use of your headphone", says the CEO.



Cabo de silicone Type C  
Type C silicone cable

**Preço sugerido em 31/01/2024: R\$ 119,00.**

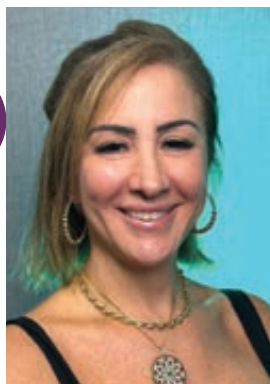
*Suggested price on 01/31/2024: BRL 119.00.*



Headphone

**Preço sugerido em 31/01/2024: R\$ 349,00.**

*Suggested price on 01/31/2024: BRL 349.00.*



**Daniela Ayres,**  
CEO da Devia  
CEO at Devia



## GEONAV

O **bebedouro Inteligente** é para as mães que têm pets. “Ele é indispensável para manter a saúde dos animais, oferece água fresca e limpa de forma controlada. O aplicativo Hi by Geonav permite controlar o bebedouro remotamente por comando de voz via Alexa. Tem filtro de quatro camadas e chafariz incorporado, um diferencial para os felinos, sensor de água e lembretes para a troca de filtro”, diz o **diretor, Rafael Assa**.

A **360 BabyAngel babá eletrônica** permite que as mães monitorem os filhos e gravem imagens em alta qualidade, direto do smartphone. Tem resolução UltraHD (2K) e movimento de 360° na horizontal. “O sensor de choro notifica os pais quando algo está errado e inicia automaticamente a gravação”, conta Rafael. Tem design minimalista e pode ser acomodada em mesa, parede ou berço.

The **Smart water fountain** is for mothers who have pets. “It is essential for maintaining the health of animals, offering fresh, clean water in a controlled manner. The Hi by Geonav app allows you to control the water fountain remotely by voice command via Alexa. It has a four-layer filter and built-in fountain, a plus for felines, a water sensor, and reminders to change the filter”, says the **director, Rafael Assa**.

The **360 BabyAngel baby monitor** allows mothers to monitor their children and record high-quality images, directly from their smartphone. It has UltraHD (2K) resolution and 360° horizontal movement. “The crying sensor notifies parents when something is wrong and automatically starts recording”, says Rafael. It has a minimalist design and can be placed on a table, wall, or crib.



Bebedouro Inteligente  
Smart Drinking Fountain

**Preço sugerido em 29/01/2024: R\$ 299,00.**

**Filtros de reposição: R\$ 79,00.**

*Suggested price on 01/29/2024: R\$ 299.00.*

*Replacement filters: BRL 79.00.*



360 BabyAngel babá eletrônica  
360 BabyAngel baby monitor

**Preço sugerido em 30/01/2024: R\$ 399,00.**

*Suggested price on 01/30/2024: BRL 399.00.*



**Rafael Assa,**  
diretor comercial da Geonav  
commercial director at Geonav

## HUAWEI

O **Huawei FreeClip, fone de ouvido TWS**, incorpora a tecnologia de som por condução óssea. Seu design high-fashion é resultado de pesquisas para garantir o máximo conforto ao usuário. "Queríamos oferecer uma combinação perfeita de estilo e praticidade, e o aparelho atende a essa demanda de forma excepcional", diz o **gerente de produtos, Murillo Marques Neto**.

Seu mais recente lançamento é o **Huawei Watch GT 4**, smartwatch com GPS integrado, que traz mais de 100 modos de exercícios e funções abrangentes de monitoramento de saúde, como frequência cardíaca, oxigenação no sangue, sono e acompanhamento do ciclo menstrual. "Ele foi projetado para proporcionar uma experiência completa, ajuda as mães a manterem um estilo de vida saudável", conta Murillo. Está disponível em diversas cores e materiais.

The **Huawei FreeClip, TWS headset**, incorporates bone conduction sound technology. Its high-fashion design is the result of research to ensure maximum comfort for the user. "We wanted to offer a perfect combination of style and practicality, and the device meets this demand exceptionally", says the **product manager, Murillo Marques Neto**.

Its latest launch is the **Huawei Watch GT 4**, a smartwatch with integrated GPS, which features more than 100 exercise modes and comprehensive health monitoring functions, such as heart rate, blood oxygenation, sleep, and menstrual cycle tracking. "It was designed to provide a complete experience, helping mothers maintain a healthy lifestyle," says Murillo. It is available in different colors and materials.



Huawei FreeClip

**Preço sugerido em 19/01/2024: R\$ 1.099,00.**

**Suggested price on 01/19/2024: BRL 1,099.00.**



Huawei Watch GT 4

**Preço sugerido em 19/01/2024: R\$ 1.199,00.**

**Suggested price on 01/19/2024: BRL 1,199.00.**



**Murillo Marques Neto,**  
gerente de produtos da Huawei CBG Brasil  
*product manager at Huawei CBG Brazil*

# SUMMERLAND

Destaca o **power bank PD MagSafe de 10.000 mAh P89, da marca Rock Space**, o mais compacto da categoria. "Com capacidade de 10.000 mAh e peso aproximado de 200 gramas, esse power bank oferece uma solução portátil e poderosa para recarregar dispositivos eletrônicos. Seu tamanho compacto (10,9 x 6,9 x 17,2 cm) o torna extremamente versátil. Acompanha os usuários em suas jornadas diárias", diz Hicham A. Hamze, diretor da Summerland.

Outro destaque é o **fone de ouvido TWS Retrô**, da Rock Space. "Ele não apenas proporciona uma experiência auditiva de alta qualidade como tem design compacto e confortável para uso prolongado. Compatível com iOS e Android, tem estojo minimalista com indicação de carga em LED, proporcionando praticidade e estilo aos usuários", conta Hicham.



Power bank PD MagSafe  
PD MagSafe power bank

**Preço sugerido em 07/02/2024: a partir de R\$ 230,00 para lojistas.**

*Suggested price on 02/07/2024: from BRL 230.00 for retailers.*

Fone de ouvido TWS Retrô  
WS Retrô headphones

**Preço sugerido em 07/02/2024: a partir de R\$ 270,00 para lojistas.**

*Suggested price on 02/07/2024: from BRL 270.00 for retailers.*



**Hicham A. Hamze,**  
diretor da Summerland  
director at Summerland



## X-ONE

Apresenta dois acessórios que visam atender às necessidades e preferências das mães modernas. O primeiro é o **Nano Power Bank**, carregador portátil compacto, projetado para proporcionar mais tempo de uso aos dispositivos. Com opções de 5.000 W para uma carga completa ou 10.000 W para uma carga e meia, oferece praticidade e conveniência. “É a solução perfeita para mães que estão sempre em movimento”, diz o **CEO, Breno França**.

Mais uma opção para a data é o **Kit de Película e Capa da linha 15**, especialmente projetado para proteger iPhones, afirma Breno. “Tem uma tecnologia anti-amarelamento, que valoriza a beleza dos smartphones.” ■■

Presents two accessories that aim to meet the needs and preferences of modern mothers. The first is the **Nano Power Bank**, a compact portable charger, designed to provide devices with more usage time. With options of 5,000 W for a full charge or 10,000 W for one and a half charges, it offers practicality and convenience. “It’s the perfect solution for mothers who are always on the move,” says the **CEO, Breno França**.

Another option for the date is the **Line 15 Film and Cover Kit**, specially designed to protect iPhones, says Breno. “It has anti-yellowing technology, which enhances the beauty of smartphones.” ■■



Nano Power Bank

**Preço sugerido em 31/01/2024: a partir de R\$ 599,00.**

*Suggested price on 01/31/2024: from BRL 599.00.*



Kit de Película e Capa Linha 15  
Line 15 Film and Cover Kit

**Preço sugerido em 31/01/2024: a partir de R\$ 329,00.**

*Suggested price on 01/31/2024: from BRL 329.00.*



**Breno França,**  
CEO da X-One  
CEO at X-One



# LIGHTING SHOW

SÃO PAULO, BRASIL

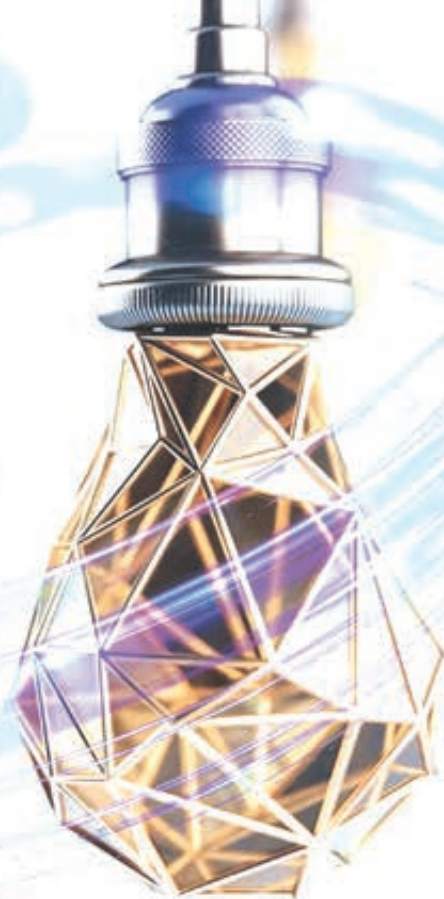
## LIGHT UP YOUR BUSINESS

15 A 18 DE JULHO DE 2024

TRANSAMERICA EXPO CENTER SÃO PAULO, BRASIL

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

**SEJA UM EXPOSITOR**



### Perfil do **visitante**

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

### Categorias de **exposição**

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

**Faça parte!**

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

EVENTOS  
PARALELOS:

**eletrishow**  
ALL CONNECTED

**LATIN  
AMERICAN  
ELECTRONICS**  
International Trade Show

**LATIN  
AMERICAN  
HOUSEWARES**

Contato:  
+55 11 3197-4949  
[comercial@grupeeletrolar.com.br](mailto:comercial@grupeeletrolar.com.br)









**DIA DAS MÃES / CUIDADOS PESSOAIS**  
**MOTHER'S DAY / PERSONAL CARE**

por / by **Mauricio Chiotti**

# PRODUTOS PARA AUMENTAR A AUTOESTIMA

**Com tecnologia que preserva a saúde dos cabelos,  
escovas modeladoras e secadores integram uma  
categoria que traz resultados positivos ao varejo.**

## PRODUCTS TO INCREASE SELF-ESTEEM

*With technology that preserves hair health, styling brushes  
and hairdryers are part of a category that brings positive  
results to retail.*



O Dia das Mães é estratégico para a comercialização de produtos relacionados aos cuidados pessoais. "É uma das datas mais importantes para o segmento. As vendas de itens como escovas secadoras e secadores de cabelo, por exemplo, aumentam em aproximadamente 30%. Neste ano, as vendas serão ainda maiores devido às novidades e à recuperação da economia", diz **Cristiane Clausen, diretora-executiva da Britânia.**

A motivação para a compra vai além da vaidade, envolve também a busca por economia e qualidade, afirma **Flávia Almeida, head de marketing da Philips Cuidados Pessoais.** "O público que valoriza os cuidados com os cabelos procura produtos que atendam não só às demandas estéticas, mas que ofereçam alta performance técnica. Com nossos produtos, queremos proporcionar alta performance, tratamento eficaz e resultados excepcionais."

Os produtos atuais, com mais tecnologia embarcada, que preserva os fios saudáveis, dão mais autonomia à mulher no dia a dia e contribuem muito para o aumento das vendas. "Nossa expectativa para 2024 é seguir com o crescimento de dois dígitos nas vendas em comparação com a média alcançada no ano passado", conta **Julia Barolo, gerente de produtos da linha de cuidados pessoais da Mondial.**

Mother's Day is strategic for the marketing of products related to personal care. "It is one of the most important dates for the segment. Sales of items such as drying brushes and hairdryers, for example, increase by approximately 30%. This year, sales will be even higher due to the new developments and the recovery of the economy", says **Cristiane Clausen, executive director at Britânia.**

The motivation for purchasing goes beyond vanity, it also involves the search for savings and quality, says **Flávia Almeida, head of marketing at Philips Personal Care.** "People who value hair care look for products that not only meet aesthetic demands, but also offer high technical performance. With our products, we want to provide high performance, effective treatment, and exceptional results."

Current products, with more embedded technology, which preserves healthy hair, give women more autonomy in their daily lives and contribute greatly to increased sales. "Our expectation for 2024 is to continue with double-digit growth in sales compared to the average achieved last year", says **Julia Barolo, product manager for Mondial's personal care line.**





A data das mães é significativa para a empresa, diz **Kedma Almeida Vieira, gerente de contas e trade marketing da Mallory**. "É uma excelente oportunidade para o lançamento de produtos. Estamos entusiasmados em apresentar seis inovações que prometem encantar nossos clientes e consumidores."

#### BEM-ESTAR EM 1º LUGAR

Sentir-se bem é o que todos precisam, isso não é vaidade, diz **Moisés Botelho, gerente de marketing da Agratto**. "Muitas vezes, tudo o que a pessoa precisa é de um cabelo bem cuidado para melhorar a sua autoestima, e nossa linha de produtos está pronta para trazer exatamente isso." A empresa estima aumento de até 30% nas vendas desses itens na data das mães deste ano em relação ao mesmo período de 2023.

"As mães precisam ter esse momento de autoestima, toda mulher gosta de se sentir vaidosa, e acreditamos que o pensamento de quem presenteia vai por esse caminho. Portanto, o varejo precisa estar abastecido com as melhores opções que ofereçam tecnologia e bom custo-benefício", afirma **Maria Cristina da Matta, vice-presidente comercial da Philco**.

Escolher secadores para a data é combinar beleza, praticidade e versatilidade com bom custo-benefício em um só presente. "Isso explica a crescente popularidade da categoria. O aumento das vendas é significativo, refletindo principalmente a constante busca por soluções práticas e presenteáveis. A expectativa, em 2024, é manter esse impulso, atendendo à demanda crescente com produtos inovadores", explica **Bruno Pereira, brand manager da Newell Brands, que detém a marca Cadence**. As opções para o varejo estão a seguir.

*Mothers' day is significant for the company, says **Kedma Almeida Vieira, account, and trade marketing manager at Mallory**. "It's an excellent opportunity to launch products. We are excited to present six innovations that promise to delight our customers and consumers."*

#### WELL-BEING COMES FIRST

*Feeling good is what everyone needs, this is not vanity, says **Moisés Botelho, marketing manager at Agratto**. "Often, all a person needs is well-cared for hair to improve their self-esteem, and our line of products is ready to bring exactly that." The company estimates an increase of up to 30% in sales of these items on Mother's Day this year compared to the same period in 2023.*

*"Mothers need to have this moment of self-esteem, every woman likes to feel vain, and we believe that the thoughts of those who give gifts go in this direction. Therefore, retailers need to be supplied with the best options that offer technology and good cost x benefit", says **Maria Cristina da Matta, commercial vice-president at Philco**.*

*Choosing hairdryers for the date means combining beauty, practicality, and versatility with good value for money in a single gift. "This explains the growing popularity of the category. The increase in sales is significant, mainly reflecting the constant search for practical and giftable solutions. The expectation, in 2024, is to maintain this momentum, meeting growing demand with innovative products", explains **Bruno Pereira, brand manager at Newell Brands, which owns the Cadence brand**. Options for retail are below.*



# AGRATTO

Seu **secador de cabelos Della, com 1.900 W**, tem três níveis de temperatura e duas velocidades. O jato de ar frio e o bocal para diferentes estilos de secagem garantem resultado profissional. Tem cabo de 175 cm, é prático para utilizar e combina potência com versatilidade.

Mais uma sugestão da marca é a **escova rotativa Della 1.200 W**. Conta com a tecnologia Tourmaline Íon e placas cerâmicas, o que reduz o frizz e dá mais brilho ao cabelo. Tem duas velocidades de giro, dois sentidos de rotação, duas potências de aquecimento, cabo 360° com 185 cm e cerdas mistas que garantem facilidade no manuseio.

Its **Della hairdryer, with 1,900 W**, has three temperature levels and two speeds. The cold air jet and nozzle for different drying styles guarantee professional results. It has a 175 cm cable, is practical to use and combines power with versatility.

Another suggestion from the brand is the **Della 1,200 W rotating brush**. It features Tourmaline Ion technology and ceramic plates, which reduces frizz and adds shine to the hair. It has two rotation speeds, two directions of rotation, two heating powers, a 360° cable measuring 185 cm and mixed bristles that guarantee ease of use.



Secador de cabelo Della 1.900 W

Secador de cabelo Della 1.900 W

**Preço sugerido em 31/01/2024: R\$ 109,00.**

**Suggested price on 01/31/2024: BRL 109.00.**



Escova rotativa Della 1.200 W

Della rotating brush 1,200 W

**Preço sugerido em 31/01/2024: R\$ 219,90.**

**Suggested price on 01/31/2024: BRL 219.90.**



**Moisés Botelho,**  
gerente de marketing da Agratto  
marketing manager at Agratto

# BRITÂNIA

A **escova secadora BES26SR** da marca, com 1.300 W de potência, é bivolt. É um modelo 4 em 1, pois seca, alisa, modela e dá volume aos cabelos. Tem cerdas duplas de tamanhos e tipos diferentes, adaptando-se a todos os cabelos. O produto é inovador no mercado, destaca a empresa, pois sua cabeça redonda removível pode ser utilizada apenas como secador.

Outro produto para a data é o **secador de cabelo BSC2200**, que oferece 2.100 W de potência e desempenho superior. Com seis combinações de temperaturas e jato de ar frio para a finalização, possui tecnologias embarcadas, como a Tourmaline Íon, que contribui para o fechamento das cutículas dos fios e redução do frizz.

The brand's **BES26SR dryer brush**, with 1,300 W of power, is bivolt. It is a 4 in 1 model, as it dries, straightens, models, and adds volume to the hair. It has double bristles of different sizes and types, adapting to all hair types. The product is innovative on the market, highlights the company, as its removable round head can only be used as a dryer.

Another product for the date is the **BSC2200 hair-dryer**, which offers 2,100 W of power and superior performance. With six temperature combinations and cold air jet for finishing, it has onboard technologies, such as Tourmaline Ion, which helps close the hair cuticles and reduce frizz.



Secador de cabelo BSC2200  
BSC2200 hairdryer



Escova secadora BES26SR  
BES26SR dryer brush



**Cristiane Clausen,**  
diretora-executiva da Britânia  
executive director at Britânia

## CADENCE

Apresenta a **escova secadora Cadence Tô Pront@ (ESC710)**, 4 em 1, que seca, alisa, modela e escova os cabelos. Tem três opções de temperatura, potência de 1.200 W, tecnologia de íons turmalina e cerdas mistas, que evitam o frizz.

Outra sugestão da marca é a **escova secadora Cadence Uau (ESC800)**, com design inovador, ergonômico e compacto. É desmontável, portanto fácil de transportar, e vem com um bocal secador vertical. Conta com três temperaturas, duas velocidades, potência de 1.200 W, cerdas mistas e íons turmalina, que proporcionam melhor resultado aos cabelos.

It presents the **Cadence Tô Pront@ drying brush (ESC710)**, 4 in 1, which dries, straightens, models, and brushes hair. It has three temperature options, 1,200 W power, tourmaline ion technology and mixed bristles, which prevent frizz.

Another suggestion from the brand is the **Cadence Uau drying brush (ESC800)**, with an innovative, ergonomic, and compact design. It is detachable, therefore easy to transport, and comes with a vertical drying nozzle. It has three temperatures, two speeds, 1,200 W power, mixed bristles, and tourmaline ions, which provide better results for the hair.

Escova secadora Cadence Tô Pront@ (ESC710)  
Cadence Tô Pront@ drying brush (ESC710)  
**Preço sugerido em 1º/02/2024: R\$ 199,90.**  
*Suggested price on 02/1/2024: BRL 199.90.*



Escova secadora Cadence Uau (ESC800)  
Cadence Uau dryer brush (ESC800)  
**Preço sugerido em 1º/02/2024: R\$ 239,90.**  
*Suggested price on 02/1/2024: BRL 239.90.*



**Bruno Pereira,**  
brand manager da Newell Brands  
*brand manager at Newell Brands*



# MALLORY

Destaca a **escova Sublime Liss**, que combina eficiência com bom custo-benefício. Com design ergonômico, seca, modela e alisa os cabelos. O produto tem 1.200 W de potência e cerdas mistas e de dupla altura, que proporcionam maior tração e brilho no processo de alisamento. Oferece praticidade e agilidade nos cuidados com os fios, informa a empresa.

Highlights the **Sublime Liss brush**, which combines efficiency with good cost benefit. With an ergonomic design, it dries and straightens hair. The product has 1,200 W of power and mixed double-height bristles, which provide greater traction and shine during the straightening process. It offers practicality and agility in hair care, informs the company.



Escova secadora Sublime Liss  
Sublime Liss drying brush

**Preço sugerido em 29/01/2024: R\$ 210,00.**

*Suggested price on 01/29/2024: BRL 210.00.*



**Kedma Almeida Vieira,**  
gerente de contas e trade marketing da Mallory  
*account and trade manager at Mallory*

## MONDIAL

Para a data, sua sugestão é a **escova secadora Infra-Red Mondial ES-01-IR**, com 1.200 W de potência e tecnologia InfraRed, que emite ondas que atuam nos fios de dentro para fora, acelerando a secagem e protegendo o cabelo. Tem cerdas duplas resistentes e duráveis para alisar e modelar os cabelos e é acompanhada de suporte, oferecendo mais praticidade.

Outro produto é o **secador da linha Quatro Elementos Mondial by Juliette**, com motor AC, 2.000 W de potência, cabo de 2,5 m e difusor de cachos. Traz o inovador revestimento composto por cerâmica, titânio, tourmaline e Nano Silver, que atuam em conjunto para preservar a saúde dos fios e livrá-los do frizz. Está disponível nas cores Oliva, Golden Rose e Colors, que é o mais recente lançamento.

For the date, his suggestion is **the Infra Red Mondial ES-01-IR drying brush**, with 1,200 W of power and InfraRed technology, which emits waves that act on the strands from the inside out, accelerating drying and protecting the hair. It has resistant and durable double bristles to straighten and shape hair and comes with a support, offering more practicality.

Another product is the **Quatro Elementos Mondial by Juliette line hairdryer**, with AC motor, 2,000 W of power, 2.5 m cable and curl diffuser. It features an innovative coating composed of ceramic, titanium, tourmaline, and Nano Silver, which work together to preserve the health of the hair and free it from frizz. It is available in Oliva, Golden Rose, and Colors, which is the most recent launch.



Escova secadora InfraRed Mondial ES-01-IR  
InfraRed Mondial ES-01-IR drying brush  
**Preço sugerido em 19/01/2024: R\$ 239,90.**  
Suggested price on 01/19/2024: BRL 239.90.



Secador de cabelo Mondial by Juliette SCP-JU-03  
Hairdryer By Juliette SCP-JU-03  
**Preço sugerido em 19/01/2024: R\$ 299,90.**  
Suggested price on 01/19/2024: BRL 299.90.



**Julia Barolo,**  
gerente de produtos da Mondial  
product manager at Mondial

# PHILCO

Lança o **secador de cabelos PSA3250**, que tem motor AC profissional de 2.100 W, garantindo alta performance e secagem rápida. Possui duas velocidades, três temperaturas, jato de ar frio e tecnologia tourmaline. O cordão de 1,8 m proporciona maior liberdade de movimento, enquanto o design moderno e o bocal concentrador facilitam a secagem do cabelo.

Outro produto é a **escova secadora Multifunções PES19SG**. Com 1.300 W de potência, vem com três acessórios intercambiáveis: bocal de escova oval, bocal de escova redonda e de secador de cabelos. Possui duas temperaturas, duas velocidades e jato de ar frio. O produto é bivolt.

Launches the **PSA3250 hairdryer**, which has a 2,100 W professional AC motor, ensuring high performance and fast drying. It has two speeds, three temperatures, cold air jet and tourmaline technology. The 1.8 m cord provides greater freedom of movement, while the modern design and concentrator nozzle make drying your hair easier.

Another product is the **PES19SG Multifunction dryer brush**. With 1,300 W of power, it comes with three interchangeable accessories: oval brush nozzle, round brush nozzle and hair dryer. It has two temperatures, two speeds and a cold air jet. The product is dual voltage.



Escova secadora Multifunções PES19SG  
Multifunction drying brush PES19SG



Secador de cabelos PSA3250  
PSA3250 hair dryer



**Maria Cristina da Matta**,  
vice-presidente comercial da Philco  
commercial VP at Philco



# PHILIPS

O **AutoCurler MoistureProtect (BHB878/30)**, da linha Prestige, é um modelador de cachos inteligente. Possui um cilindro modelador de cerâmica com queratina para garantir maior hidratação dos fios. Adapta-se continuamente à temperatura de acordo com as necessidades dos cabelos, evitando desidratação e dano das cutículas. Tem três ajustes de temperatura, tempo e direção dos cachos, e até 27 opções de modelagem. O tratamento com íons negativos elimina a eletricidade estática. Tem garantia de dois anos.

Outra sugestão é o **secador de cabelos Philips Essential (BHC010)**, da linha Essential. Compacto e portátil, tem a tecnologia Thermo Protect, que fornece a temperatura ideal para a secagem rápida, mantendo o nível de umidade natural do cabelo. Possui jato de ar frio, cabo dobrável para facilitar o manuseio, bico concentrador removível e três níveis de temperatura. ■■

The **AutoCurler MoistureProtect (BHB878/30)** from the Prestige line is a smart curling iron. It has a ceramic styling cylinder with keratin to ensure greater hydration of the hair. It continuously adapts to the temperature according to the hair's needs, preventing dehydration and damage to the cuticles. It has three temperature, time, and curl direction settings, and up to 27 styling options. Negative ion treatment eliminates static electricity. It has a two-year warranty.

Another suggestion is the **Philips Essential hairdryer (BHC010)** from the Essential line. Compact and portable, it has Thermo Protect technology, which provides the ideal temperature for quick drying, maintaining the hair's natural moisture level. It has a cold air jet, a folding handle for easier handling, a removable concentrator nozzle and three temperature levels. ■■



AutoCurler MoistureProtect (BHB878/30)  
AutoCurler MoistureProtect (BHB878/30)  
**Preço sugerido em 1º/02/2024: R\$ 1.049,90.**  
Suggested price on 02/1/2024: BRL 1,049.90.



**Flávia Almeida,**  
head de marketing da Philips Cuidados Pessoais  
head of marketing at Philips Personal Care



Secador de cabelos Philips Essential (BHC010)  
Philips Essential hairdryer (BHC010)  
**Preço sugerido em 1º/02/2024: R\$ 139,90.**  
Suggested price on 02/1/2024: BRL 139.90.



# ***Vitrine Dia das Mães***

*Mother's Day  
Showcase*



Preço sugerido em 19/01/2024: R\$ 2.199,00.

Suggested price on 01/19/2024: BRL 2,199.00.

## AIWA

### BOOMBOX PLUS AWS-BBS-01B

#### BOOMBOX PLUS AWS-BBS-01B

Projetada com sistema de som de três vias – 1 subwoofer, 2 midrange e 2 tweeters –, a caixa de som tem 200 W (RMS) de potência. É resistente à água e tem proteção total contra poeira. Conta com três amplificadores de áudio, um para cada canal (grave, médio e agudo) e dois radiadores passivos laterais, que atuam em conjunto com os alto-falantes para aprimorar a intensidade dos graves. A bateria de lítio tem duração de 30 horas. Com a tecnologia TWS (True Wireless Sound), é possível sincronizar duas Boombox AWS-BBS-01, com pareamento pelo smartphone via Bluetooth. A caixa tem alça para transporte.

Designed with a three-way sound system – 1 subwoofer, 2 midrange and 2 tweeters – the speaker has 200 W (RMS) of power. It is water resistant and has full protection against dust. It has three audio amplifiers, one for each channel (bass, medium and treble) and two side passive radiators, which work together with the speakers to improve bass intensity. The lithium battery lasts 30 hours. With TWS (True Wireless Sound) technology, it is possible to synchronize two Boombox AWS-BBS-01, with smartphone pairing via Bluetooth. The box has a carrying handle.

## BRITÂNIA

### AIR FRYER BFR051

#### AIR FRYER BFR051

Lança a air fryer **BFR051**, com moderno design e capacidade de 5,5 litros. Tem cesto retangular, potência de 1.500 W e a tecnologia Air Flow, que reduz o tempo de preparo dos alimentos. Possui controle de temperatura de 80°C a 200°C, timer de 0 a 60 minutos, proteção contra superaquecimento, luz indicadora de temperatura, cesto com trava e desligamento automático. Um diferencial é que o cesto removível tem revestimento antiaderente Gold, que permite a utilização sem óleo e não deixa os alimentos grudarem. É fácil de limpar. Sua parceira é a BFR05, com revestimento Redstone.

Launches the **BFR051 air fryer**, with a modern design and 5.5-liter capacity. It has a rectangular basket, 1,500 W power and Air Flow technology, which reduces food preparation time. It has temperature control from 80°C to 200°C, timer from 0 to 60 minutes, overheating protection, temperature indicator light, basket with lock and automatic shutdown. A difference is that the removable basket has a Gold non-stick coating, which allows it to be used without oil and prevents food from sticking. It's easy to clean. Its partner is the BFR05, with Redstone coating.







**Preço sugerido em 22/01/2024: R\$ 149,90.**

**Suggested price on 01/22/2024: BRL 149.90.**

## CADENCE

### CAFETEIRA SINGLE UP

#### COFFEE MACHINE SINGLE UP

Com 600 W de potência, a cafeteira Single Up (CAF230) é uma opção prática que permite o preparo de dois cafés ao mesmo tempo. Seu diferencial é o ajuste de altura exclusivo para xícaras de vários tamanhos. É possível escolher entre caneca, copo térmico ou xícara, sem precisar inclinar ou se preocupar com respingos. Possui design compacto, filtro lavável, bandeja removível e está disponível nas versões 127 V e 220 V. Tem base estável e antiderrapante, botão liga/desliga, garantia de 12 meses e pesa 1kg.

*With 600 W of power, the Single Up coffee maker (CAF230) is a practical option that allows you to prepare two coffees at the same time. Its distinguishing feature is the exclusive height adjustment for cups of different sizes. You can choose between a mug, thermal cup, or cup, without having to tilt or worry about spills. It has a compact design, washable filter, removable tray and is available in 127 V and 220 V versions. It has a stable and non-slip base, on/off button, 12-month warranty and weighs 1kg.*

## ELEMENTS

### CADEIRA DE ESCRITÓRIO HELENE SPECIAL (BRANCA COM CINZA)

#### HELENE SPECIAL OFFICE CHAIR (WHITE WITH GRAY)

A ergonomia dessa cadeira permite ao usuário manter a postura correta. Com encosto de cabeça, ajuste na lombar e apoio cervical, essa versão oferece suporte completo para o corpo. Além da reclinção, conta com ajuste de braço 3D e um apoio de lombar ergonômico. A cadeira atende aos padrões de ergonomia da NR17, assegurando conforto para homens e mulheres. Possui, também, o selo BIFMA de qualidade, o que garante durabilidade e desempenho.

*The ergonomics of this chair allow the user to maintain the correct posture. With a headrest, lumbar adjustment and cervical support, this version offers complete support for the body. In addition to reclining, it has 3D arm adjustment and ergonomic lumbar support. The chair meets NR17 ergonomic standards, ensuring comfort for men and women. It also has the BIFMA quality seal, which guarantees durability and performance.*



**Preço sugerido em 15/01/2024: R\$ 895,00 (preço de revenda).**

**Suggested price on 01/15/2024: BRL 895.00 (reseller price).**

## ESMALTEC

### FOGÃO PÉROLA GLASS

#### PEROLA GLASS STOVE

Seu mais recente lançamento é a linha de fogões Pérola. O modelo Pérola Glass conta com mesa de vidro temperado, trempes de ferro fundido, acendimento automático e porta do forno com amplo visor. O forno tem acabamento Limpa Fácil. O produto é apresentado na versão com quatro bocas, cores branca e preta. O modelo Pérola possui mesa de aço inox.

*Its most recent launch is the Pérola stove line. The Pérola Glass model has a tempered glass table, cast iron trivets, automatic ignition, and an oven door with a large display. The oven has an Easy Clean finish. The product is presented in a version with four burners, white and black. The Pérola model has a stainless-steel table.*



**Preço sugerido em 25/01/2024: R\$ 999,00.**

*Suggested price on 01/25/2024: BRL 999.00.*



**Preço sugerido em 23/01/2024: a partir de R\$ 2.200,00.**

*Suggested price on 01/23/2024: from BRL 2,200.00.*

## GREE

### G-TOP AUTO INVERTER

#### G-TOP AUTO INVERTER

Lançamento da linha RAC, o split high wall **G-Top Auto Inverter** possui algumas das principais inovações implementadas no novo line-up da marca em 2024. Tem tecnologia Inverter, gás refrigerante ecológico (R-32) Wi-Fi de série, comando de voz (Google Home & Alexa) e novas funções System AI5. Um pacote de inteligência artificial aplicado no produto engloba auto learning (memoriza o funcionamento de acordo com os hábitos de uso e temperatura), auto cleaning (efetua a limpeza do evaporador em até quatro passos), auto fast cooling (alcança o resfriamento mais rápido), auto saving (limita a demanda de energia elétrica) e auto repairing (a máquina efetua alguns ajustes básicos automaticamente).

*Launch of the RAC line, the split high wall **G-Top Auto Inverter** has some of the main innovations implemented in the brand's new line-up in 2024. It has inverter technology, ecological refrigerant gas (R-32), Wi-Fi as standard, control voice (Google Home & Alexa) and new System AI5 functions. An artificial intelligence package applied to the product includes auto learning (memorizes operation according to usage habits and temperature), auto cleaning (cleans the evaporator in up to four steps), auto fast cooling (achieves faster cooling), auto saving (limits the demand for electrical energy) and auto repairing (the machine makes some basic adjustments automatically).*

  
**JBL**

## CAIXA DE SOM JBL AUTHENTICS 300

### JBL AUTHENTICS 300 SPEAKER

Produto de lançamento da linha Authentics no Brasil, de alta performance. Com Google Assistant e Amazon Alexa disponíveis simultaneamente, a caixa possui conexão Wi-Fi e Bluetooth, alto-falante de 2 vias com design de radiador passivo, para graves profundos e som, e bateria integrada de até 8 horas. É produzida com tecido 100% reciclado, plástico 85% reciclado e 50% de alumínio reciclado. O papel da embalagem tem certificação FSC e é impresso com tinta de soja. Tem alça de alumínio fundido e corpo personalizado, semelhante a couro. Pode ser utilizada também ao ar livre e está disponível na cor preta.

Launch product of the high performance Authentics line in Brazil. With Google Assistant and Amazon Alexa available simultaneously, the box features Wi-Fi and Bluetooth connection, 2-way speaker with passive radiator design for deep bass and sound, and built-in battery life of up to 8 hours. It is made with 100% recycled fabric, 85% recycled plastic and 50% recycled aluminum. The packaging paper is FSC certified and printed with soy ink. It has a die-cast aluminum handle and a custom leather-like body. It can also be used outdoors and is available in black.



**Preço sugerido em 21/12/2023: R\$ 3.299,00.**

**Suggested price on 12/21/2023: BRL 3,299.00.**



**Preço sugerido em 19/01/2024: R\$ 1.459,90.**

**Suggested price on 01/19/2024: R\$ 1,459.90.**

## MONDIAL

### AIR FRYER + FORNO MONDIAL AFO-12L-BI

### AIR FRYER + OVEN AFO-12L-BI MONDIAL

O modelo air fryer + forno 12 litros combina a tecnologia Air Fryer com o amplo espaço e a versatilidade do forno. Permite assar, cozinhar e fritar sem óleo. Com capacidade total de 12 litros, prepara porções maiores de uma só vez. Tem porta com amplo visor, iluminação interna e três assadeiras exclusivas com antiaderente Duraflon, que não deixa os alimentos grudarem, painel digital com 10 funções predefinidas e função reaquecer. Dispõe de tecnologia de circulação do ar quente, que envolve os alimentos. O cesto e as assadeiras são removíveis e antiaderentes. É apresentado na cor preta e tem garantia de 12 meses.

The 12-liter air fryer + oven model combines Air Fryer technology with the ample space and versatility of the oven. Allows you to bake, cook and fry without oil. With a total capacity of 12 liters, it prepares larger portions at once. It has a door with a large display, internal lighting and three exclusive baking trays with Duraflon non-stick coating, which prevents food from sticking, a digital panel with 10 preset functions and a reheat function. It has hot air circulation technology, which surrounds the food. The basket and baking trays are removable and non-stick. It is presented in black and has a 12-month warranty.



**MUELLER****LAVADORA ENERGY 8KG***ENERGY WASHER 8KG*

Automática, lava, enxágua e centrifuga até 8 kg de roupa seca. Com quatro níveis de água, a lavadora agrega mais agilidade e eficiência. Seu programa Express Wash deixa as roupas limpas em 30 minutos. Possui sistema de lavagem por agitação, com alto desempenho e menor desgaste dos tecidos. Tem 56,3 cm de largura, 101,7 cm de altura e 56,3 cm de profundidade, filtro de fiapos e dispenser para sabão, alvejante e amaciante. Possui 11 programas de lavagem e ciclo de reaproveitamento da água.

*Automatically washes, rinses, and spins up to 8 kg of dry clothes. With four water levels, the washer adds more agility and efficiency. Its Express Wash program leaves clothes clean in 30 minutes. It has an agitation washing system, with high performance and less wear on fabrics. It is 56.3 cm wide, 101.7 cm high and 56.3 cm deep, with a lint filter and dispenser for soap, bleach, and fabric softener. It has 11 washing programs and a water reuse cycle.*



**Preço sugerido em 22/01/2024: R\$ 1.574,10.**

**Suggested price on 01/22/2024: BRL 1,574.10.**



**Preço sugerido em 22/01/2024: R\$ 769,90.**

**Suggested price on 01/22/2024: BRL 769.90.**

**OSTER****FRITADEIRA ELÉTRICA OFRT510***ELECTRIC FRYER OFRT510*

O modelo da marca tem 4,5 litros de capacidade e alta performance. Seu cesto quadrado, com abertura horizontal, oferece mais espaço e maior eficiência no preparo das receitas, com menor tempo. O produto proporciona maior área plana para acomodar os alimentos e garante uma fritura uniforme. O cesto, com abertura nas laterais, mede 24 cm x 24 cm e é removível. A fritadeira tem 1.500 W de potência, ajuste de temperatura de 80°C a 200°C e timer de 60 minutos. Vem nas versões 127 V/220 V e possui garantia de um ano.

*The brand's model has 4.5 liters of capacity and high performance. Its square basket, with horizontal opening, offers more space and greater efficiency in preparing recipes, in less time. The product provides a larger flat area to accommodate food and ensures uniform frying. The basket, with opening on the sides, measures 24 cm x 24 cm and is removable. The fryer has 1,500 W of power, temperature adjustment from 80°C to 200°C and a 60-minute timer. It comes in 127 V/220 V versions and has a one-year warranty.*



**PHILCO**

**SECADOR DE CABELOS PSA3300**

*HAIR DRYER PSA3300*

O secador de cabelos Philco **PSA3300** tem motor AC, alta performance e é indicado para profissionais. Com 2.100 W de potência, alta vazão de ar e temperatura, seca os cabelos mais rápido. Conta com a tecnologia Íon Tourmaline, que mantém a umidade natural dos fios, gerando maciez e eliminando o frizz. Tem duas velocidades e três temperaturas. O jato de ar frio ajuda a modelar e a fechar as cutículas capilares. Possui cordão de 1.8 m, que oferece mais liberdade de movimento, alça para armazenamento e grade traseira removível que contribui para a limpeza do produto.

The Philco **PSA3300** hair dryer has an AC motor, high performance and is suitable for professionals. With 2,100 W of power, high air flow and temperature, it dries hair faster. It has Ion Tourmaline technology, which maintains the natural moisture of the hair, generating softness and eliminating frizz. It has two speeds and three temperatures. The cold air jet helps to shape and close the hair cuticles. It has a 1.8 m cord that offers more freedom of movement, a storage strap and a removable back grill that helps to clean the product.



**Preço sugerido em 23/01/2024: a partir de R\$ 2.159,10.**

**Suggested price on 01/23/2024: from BRL 2,159.10.**

**POSITIVO**

**NOTEBOOK POSITIVO VISION I15**

*POSITIVE NOTEBOOK VISION I15*

Indicado para quem busca mais qualidade em videochamadas, tem a exclusiva tecnologia Lumina BAR, que traz duas barras de iluminação em LED ao lado da webcam do computador e com três níveis de intensidade. A câmera tem resolução de 720p HD e tampa mecânica de proteção. Com visual moderno e na cor cinza, conta com processadores Intel Core i3 ou i5. Possui tela de 15,6", em versões HD 1.366x768 ou Full HD 1.920x1.080, ambas em LED e com tecnologia antirreflexiva, memória RAM de até 32 GB e 2 slots de armazenamento, sendo um para SSD M2 PCIe Gen 3 NVMe e outro para SSD SATA 3 2.5".

Recommended for those looking for more quality in video calls, it has the exclusive Lumina BAR technology, which features two LED lighting bars next to the computer's webcam and with three intensity levels. The camera has 720p HD resolution and a mechanical protective cover. With a modern look and gray color, it has Intel Core i3 or i5 processors. It has a 15.6" screen, in HD 1,366x768 or Full HD 1,920x1080 versions, both in LED and with anti-reflective technology, RAM memory of up to 32 GB and 2 storage slots, one for SSD M2 PCIe Gen 3 NVMe and the other for SATA 3 2.5" SSD.

## SOMECO

## AIR FRYER EASYFRYER-ST

## AIR FRYER EASYFRYER-ST

O produto da marca Telefunken, distribuída pela Someco, tem previsão de lançamento neste mês. Sua avançada função de vapor, a Steam Function™, privilegia a saúde e o sabor dos alimentos. O cozimento a vapor preserva nutrientes, realça a textura e facilita a limpeza. Tem potência de 1.500 W (220 V), capacidade de 7 litros, display digital touch screen e timer de até 60 minutos. Permite ajuste de temperatura de 80°C a 200°C, proporcionando versatilidade no preparo dos pratos. Possui sistema de iluminação interna, 10 programas predefinidos e cesta removível. Disponível nas versões 110 V e 220 V.

*The Telefunken brand product, distributed by Someco, is expected to be launched this month. Its advanced steam function, Steam Function™, enhances the health and flavor of food. Steam cooking preserves nutrients, enhances texture and makes cleaning easier. It has a power of 1,500 W (220 V), a capacity of 7 liters, a digital touch screen display and a timer of up to 60 minutes. Allows temperature adjustment from 80°C to 200°C, providing versatility in preparing dishes. It has an internal lighting system, 10 preset programs and a removable basket. Available in 110 V and 220 V versions.*



**Preço sugerido em 16/01/2024: R\$ 629,00.**

**Suggested price on 01/16/2024: BRL 629.00.**



## SUGGAR

## FOGÃO MASTER GRILL

## MASTER GRILL STOVE

Com design supermoderno, é apresentado com quatro ou cinco queimadores. Tem botões top control, mesa de vidro temperado com design curvo e trempes individuais robustas de ferro fundido com seis pontos de apoio. Possui queimador tripla chama, acendimento superautomático na mesa e no forno, e queimadores injetados. O forno tem válvula de segurança, grill, uma grade fixa e uma deslizante, com três níveis de ajuste, e puxador com design curvo em alumínio escovado. O fogão tem pés altos, o que facilita a limpeza, e está disponível nas cores branca, preta e prata, em 127 V e 220 V.

*With a super modern design, it comes with four or five burners. It has top control buttons, a tempered glass table with a curved design and individual robust cast iron trivets with six support points. It has a triple flame burner, super-automatic lighting on the table and in the oven, and injected burners. The oven has a safety valve, grill, a fixed and a sliding grid, with three adjustment levels, and a handle with a curved design in brushed aluminum. The stove has high feet, which makes cleaning easier, and is available in white, black and silver, in 127 V and 220 V.*



# TCL

## TV TCL C845

## TV TCL C845

O televisor traz o que há de melhor em recursos de imagem e som, destaca a empresa. Com tecnologia Mini LED e resolução 4K, o modelo está disponível nos tamanhos de 65" e 75". Conta com IMAX Enhanced, processador AiPQ 3.0, tecnologia HDR10+ e sistema operacional Google TV, com milhares de opções de conteúdos em serviços de streaming. Para garantir uma verdadeira experiência de som de cinema, o modelo traz um sistema de som Onkyo, recurso DTS-Virtual-X e a tecnologia de áudio Dolby Atmos®, garantindo total imersão.

*The television brings the best in image and sound resources, highlights the company. With Mini LED technology and 4K resolution, the model is available in 65" and 75" sizes. It has IMAX Enhanced, AiPQ 3.0 processor, HDR10+ technology and Google TV operating system, with thousands of content options in streaming services. To guarantee a true cinema sound experience, the model features an Onkyo sound system, DTS-Virtual-X feature, and Dolby Atmos® audio technology, ensuring total immersion.*



**Preço sugerido em 30/01/2024:**

**TCL C845 de 65": R\$ 7.699,00.**

**TCL C845 de 75": R\$ 9.899,00.**

**Suggested price on 01/30/2024:**

**65" TCL C845: BRL 7,699.00.**

**75" TCL C845: BRL 9,899.00.**



**Preço sugerido em 10/01/2024 (as peças têm valores diferentes):**

**Prato de sobremesa: R\$ 24,00.**

**Conjunto de xícara e pires para chá: R\$ 46,26.**

**Suggested price on 01/10/2024: The pieces have different values.**

**Dessert plate: BRL 24.00.**

**Teacup set: BRL 46.26.**

## TRAMONTINA

### CONJUNTO MAGNÓLIA

### MAGNOLIA SET

Para o Dia das Mães, a grande aposta da marca é a nova coleção de porcelanas Magnólia. As flores que decoram as peças trazem sofisticação e delicadeza. Na cor branca, com toques de rosé e bege, acompanhadas de delicados galhos verdes, harmonizam com a padronagem de leques do fundo das peças. Produzidas em porcelana exclusiva Tramontina, as peças oferecem resistência e porosidade próxima a zero, evitando a proliferação de fungos e bactérias. A linha completa tem prato raso, fundo e de sobremesa, além dos conjuntos de xícara e pires para chá e café.

*For Mother's Day, the brand's big bet is the new Magnolia porcelain collection. The flowers that decorate the pieces bring sophistication and delicacy. In white, with touches of rosé and beige, accompanied by delicate green branches, they harmonize with the fan pattern at the bottom of the pieces. Produced in exclusive Tramontina porcelain, the pieces offer resistance and porosity close to zero, preventing the proliferation of fungi and bacteria. The complete line includes flat, deep and dessert plates, as well as desert cup and sets for tea and coffee.*



**Preço sugerido em 19/01/2024: R\$ 799,90.**  
**Suggested price on 01/19/2024: BRL 799.90.**

## XZONE

### CADEIRA GAMER CGR-01-GR – GAMER CHAIR CGR-01-GR

Resistente e durável, a cadeira suporta o peso máximo de 135 kg e tem um ano de garantia. Conta com espuma injetada de alta densidade e design ergonômico. Superconfortável, tem almofadas para a lombar e pescoço e apoio estofado para o braço. Suas rodas de alta resistência garantem fácil movimentação em um giro de 360°. O encosto reclinável pode ser ajustado até 140°. O estofamento de couro sintético PU oferece maior durabilidade e melhor acabamento ao produto. A altura do assento é ajustável com molas a gás para facilitar o elevar e o abaixar. ■■

*Resistant and durable, the chair supports a maximum weight of 135 kg and has a one-year warranty. It has high-density injected foam and an ergonomic design. Super comfortable, it has pillows for the lumbar and neck and upholstered arm support. Its high-resistance wheels guarantee easy movement in a 360° rotation. The reclining backrest can be adjusted up to 140°. The PU synthetic leather upholstery offers greater durability and a better finish to the product. The seat height is adjustable with gas springs for easy raising and lowering. ■■*

**Grupo**  
**eletrolar**  
MULTIMÍDIA B2B

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

**Siga-nos nas redes sociais**

 /eletrolarshow

 /eletrolarshow

 /grupeeletrolar

 @eletrolarshow





REVISTA

# ELETROLAR NEWS



**Fale diretamente para os profissionais que representam mais de 30 mil pontos de venda em todo o país.**

A Revista Eletrolar News é a única publicação B2B do Brasil, bilíngue, há 25 anos, dirigida exclusivamente para a indústria e o varejo nacional de eletroeletrônicos.

Nossas capas trazem os CEOs dos grandes varejos, como Mercado Livre, Magazine Luiza, Carrefour, Amazon, Via Varejo, sempre em entrevistas exclusivas.

Juntamente com nosso portal Eletrolar.com e mídias sociais, garantimos visibilidade para a sua marca durante todo o ano.

**GARANTA SEU ESPAÇO:**

Entre em contato com nosso time comercial e solicite o seu planejamento.

**Contato:**

+55 11 3197-4949  
comercial@grupoletrolar.com.br



por / by Dilnara Titara

# CASA DO CELULAR, A FRANQUIA QUE DEU CERTO

De uma visão empreendedora nasceu a empresa, que espera chegar a 250 lojas até o final deste ano.



Loja em Fortaleza (CE)  
Store in em Fortaleza (CE)

## CASA DO CELULAR, THE FRANCHISE THAT WORKED

*The company was born from an entrepreneurial vision, which hopes to reach 250 stores by the end of this year.*



**HUGO CASASANTA,**  
**CEO DA CASA DO CELULAR**  
CEO OF CASA DO CELULAR

**F**undada em 1999 pelo empreendedor Darlan Almeida, a Casa do Celular começou como uma modesta assistência técnica desse aparelho na região de Santarém, Pará. Ao longo dos anos, Darlan percebeu as mudanças no cenário local e, com visão empreendedora, transformou sua experiência em seis negócios anteriores no ramo para criar uma franquia de sucesso, focada não apenas em reparos, mas na venda especializada de dispositivos de telefonia celular e acessórios.

Atualmente, a franquia opera com mais de 180 lojas em todo o Brasil, atendendo um número superior a 500 mil clientes. A empresa se destaca pela presença no Nordeste, especialmente no Ceará, com uma forte expansão em outras regiões do País. A sede da franqueadora está localizada em Fortaleza (CE), e o crescimento se dá a passos largos.

O sucesso da Casa do Celular é atribuído à sua capacidade de se adaptar às mudanças do mercado e oferecer atendimento voltado às necessidades do cliente. Com um modelo de franquia que coloca os donos

**“Viemos na contramão do varejo. Crescemos muito em 2022 e 2023, mostrando que o atendimento humanizado e especializado, assim como a negociação flexível, ainda tem grande relevância no mercado.”**

**“We came against the grain of retail. We grew a lot in 2022 and 2023, showing that humanized, specialized service and flexible negotiation still have great relevance in the market.”**

**F**ounded in 1999 by entrepreneur Darlan Almeida, Casa do Celular began as a modest technical assistance for this device in the region of Santarém, Pará. Over the years, Darlan noticed changes in the local scenario and, with an entrepreneurial vision, transformed his experience into six previous businesses in the industry to create a successful franchise, focused not just on repairs, but on the specialized sale of cell phone devices and accessories.

Currently, the franchise operates with more than 180 stores throughout Brazil, serving more than 500 thousand customers. The company stands out for its presence in the Northeast, especially in Ceará, with strong expansion in other regions of the country. The franchisor's headquarters is located in Fortaleza (CE), and growth is taking place at a rapid pace.

Casa do Celular's success is attributed to its ability to adapt to market changes and offer service focused on customer needs. With a franchise model that places owners directly in front of the stores, the company

diretamente à frente das lojas, a empresa se destaca pelo atendimento humano, negociações personalizadas e flexibilidade nos preços.

#### EXPANSÃO EM 2024

**Hugo Casasanta, CEO da Casa do Celular, destaca: "Viemos na contramão do varejo. Crescemos muito em 2022 e 2023, mostrando que o atendimento humanizado e especializado, assim como a negociação flexível, ainda tem grande relevância no mercado. O varejo físico está numa crescente, e a tendência é melhorar ainda mais."**

**Com faturamento que ultrapassou os R\$ 400 milhões em 2023, a Casa do Celular projeta crescimento de 50% em 2024 e planeja, como meta mínima, chegar a 250 lojas até o final do ano.**

"Com uma base sólida e mapeamento abrangente para novas regiões, buscamos manter a posição de destaque no mercado varejista. Atingimos regiões aonde os grandes não conseguem chegar", diz o CEO.

Além da venda de dispositivos e periféricos, a empresa está implementando projetos como logística reversa para recepção de celulares e expandindo seu alcance em pequenas cidades e bairros afastados dos grandes centros, o que vai ampliar a sua vantagem competitiva.

#### DESAFIOS E EXPECTATIVAS

Historicamente, 60% das lojas da Casa do Celular estão localizadas no varejo físico de rua, principalmente nas regiões estratégicas, para atender o público das classes B, C e D. "No entanto, observamos uma mudança significativa na expansão para grandes capitais. Por isso, também optamos pela presença em shopping centers", conta Hugo.

Como em todos os negócios, há desafios, mas o CEO faz uma ressalva. "Reconhecemos que eles existem, mas, no mercado de franquia, a expansão continua sendo uma estratégia viável. Impulsionados pelo sucesso obtido em 2023, projetamos um cenário promissor para 2024."

A empresa considera que a redução da taxa de juros é fundamental, mas lembra que outros fatores, como a valorização do real, também desempenham um papel crucial. "É importante a adoção de medidas econômicas favoráveis para facilitar o acesso ao crédito e manter a dinâmica do varejo nacional", afirma o CEO. ■■

**Com faturamento que ultrapassou os R\$ 400 milhões em 2023, a Casa do Celular projeta crescimento de 50% em 2024 e tem, como meta mínima, chegar a 250 lojas até o final do ano.**

**With revenue exceeding R\$400 million in 2023, Casa do Celular projects growth of 50% in 2024 and has, as a minimum target, reaching 250 stores by the end of the year.**

*stands out for its human service, personalized negotiations, and price flexibility.*

#### EXPANSION IN 2024

**Hugo Casasanta, CEO of Casa do Celular, highlights: "We are going against the grain of retail. We grew a lot in 2022 and 2023, showing that humanized, specialized service and flexible negotiation still have great relevance in the market. Physical retail is growing and the trend is to improve even further."**

**With revenue exceeding R\$400 million in 2023, Casa do Celular projects growth of 50% in 2024 and plans, as a minimum target, to reach 250 stores by the end of the year. "With a solid foundation and comprehensive mapping for new regions, we seek to maintain our prominent position in the retail market. We reach regions where the big ones cannot reach", says the CEO.**

*In addition to selling devices and peripherals, the company is implementing projects such as reverse logistics for cell phone reception and expanding its reach in small cities and neighborhoods far from large centers, which will increase its competitive advantage.*

#### CHALLENGES AND EXPECTATIONS

*Historically, 60% of Casa do Celular stores are located in physical street retail, mainly in strategic regions to serve the B, C and D classes. "However, we observed a significant change in expansion to large capital cities. Therefore, we also chose to be present in shopping centers", says Hugo.*

*As in all businesses, there are challenges, but the CEO makes a reservation. "We recognize that they exist, but, in the franchise market, the expansion still remains a viable strategy. Driven by the success achieved in 2023, we project a promising scenario for 2024."*

*The company considers that reducing interest rates is fundamental, but remembers that other factors, such as the appreciation of the real, also play a crucial role. "It is important to adopt favorable economic measures to facilitate access to credit and maintain the dynamics of national retail", states the CEO. ■■*



## Por que o UNICEF pode ser o parceiro para a agenda ESG da sua empresa?

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

 **TOP 10 no ranking de organizações sociais internacionais mais transparentes;**<sup>1</sup>

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

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

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

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



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





# BOAS PERSPECTIVAS DE VENDAS PARA A LINHA BRANCA E AIR FRYERS

**Queda na taxa de juros e aumento do número de empregos  
vão estimular as vendas em 2024.**

GOOD SALES PROSPECTS FOR WHITE  
GOODS AND AIR FRYERS

*Fall in interest rates and increase in the number of jobs will  
stimulate sales in 2024.*







O ano de 2024 parece promissor, especificamente no Brasil. Há muita demanda reprimida, e a tendência de premiunização dos produtos é irreversível, mesmo que, por vezes, o poder de compra do consumidor impeça a concretização do negócio. Por isso, as diferentes ofertas para os públicos-alvo devem ser segmentadas para estimular o consumo. “Neste ano, será fundamental comunicar e ativar os consumidores ao longo da jornada de compra”, diz, nesta entrevista, Fernando Baialuna, diretor de varejo e consultoria da GfK, uma empresa NIQ.

#### 2024 SERÁ UM BOM ANO PARA O SETOR DE ELETROS?

**FERNANDO BAIALUNA** – Globalmente, há otimismo por parte da indústria e dos especialistas no setor de T&D (eletroeletrônicos) para que 2024 seja positivo, após dois anos de retração de mercado em muitos países.

**No Brasil, especificamente, assistimos a um processo contínuo de melhoria das condições para**

*The year 2024 looks promising, specifically in Brazil. There is a lot of pent-up demand, and the trend towards premiumization of products is irreversible, even if, sometimes, the consumer's purchasing power prevents the deal from being completed. Therefore, different offers for target audiences must be segmented to stimulate consumption. “This year, it will be essential to communicate and activate consumers throughout the purchasing journey”, says, in this interview, Fernando Baialuna, director of retail and consultancy at GfK, a NIQ company.*

#### WILL 2024 BE A GOOD YEAR FOR THE CONSUMER ELECTRONICS SECTOR?

**FERNANDO BAIALUNA** – Globally, there is optimism on the part of the industry and experts in the T&D (consumer electronics) sector that 2024 will be positive, after two years of market contraction in many countries. **In Brazil, specifically, we are witnessing a continuous process of improving conditions to encourage con-**



**fomentar o consumo: a queda da taxa de juros e o aumento do número de posições ocupadas, por exemplo, são dois aspectos importantes para estimular as vendas.**

#### **O CONSUMIDOR ENDIVIDADO NÃO ESTÁ RECEOSO?**

**FB** – Dado o nível de endividamento das famílias, as ofertas parceladas para financiar o consumidor e a oferta de produtos com bom custo-benefício seguem como elementos determinantes para ampliar o consumo, principalmente nas classes C e D. **Categorias tradicionais como TVs, computadores e smartphones sofreram mais por razões específicas. Não por acaso, essas três categorias apresentam altos níveis de demanda reprimida e são as grandes incógnitas para 2024.** O foco na comunicação e a oferta direcionada dos produtos premium e dos premium com bom custo-benefício, bem como o parcelamento a prazo crescente com a queda de juros, são elementos decisivos para a recuperação das vendas.

**sumption: the fall in interest rates and the increase in the number of positions occupied, for example, are two important aspects to stimulate sales.**

#### **ISN'T THE INDEBTED CONSUMER AFRAID?**

**FB** – Given the level of household debt, installment offers to finance the consumer and the offer of products with good value for money continue to be determining elements for expanding consumption, especially in classes C and D. **Traditional categories such as TVs, computers and smartphones suffered more for specific reasons. It is no coincidence that these three categories present high levels of pent-up demand and are the big unknowns for 2024.** The focus on communication and the targeted offer of premium and cost-effective premium products, as well as the increasing installment payments with the falling interest rates are decisive elements for the recovery of sales.

#### **WILL THE PREMIUMIZATION TREND CONTINUE IN 2024?**

**FB** – Without a doubt, it is a trend that will continue in 2024. It is an irreversible movement, but one that must be observed of consumers' purchasing power in the short term. The desire for an upgrade is present, but the budget restricts it. In this context, different offers for different target consumers must be segmented to stimulate consumption among different audiences. Premium and cost-effective premium will meet different audiences, needs and conceptualizations of premium. It will be essential to assertively communicate and activate target audiences throughout the purchasing journey.

#### **WHICH CATEGORIES SHOULD HAVE CONSUMER PREFERENCE?**

**FB** – Some categories of SDA (small appliances) and MDA (white goods) will be favored by different circumstances. **Practical examples of categories with good prospects such as MDA are air conditioners, washing machines and refrigerators, in addition to air fryers, which can grow through the need for exchange and adaptation.** Air conditioning and refrigerators as a reflection of the heat in 2023, the hottest in history in the world; washing machines responding to pent-up demand after two years of moderate sales in Brazil. And air fryers, for adapting homes and formats for new generations, for example.

#### **AND THE GAMER SEGMENT?**

**FB** – Other categories, such as gaming, also follow a growth trend with the expansion of the consumer base



### A TENDÊNCIA DA PREMIUNIZAÇÃO SE MANTÉM EM 2024?

**FB** – Sem dúvida, é uma tendência que continua em 2024. É um movimento irreversível, mas que deve ser observado à luz do poder de compra dos consumidores no curto prazo. O desejo por upgrade é presente, porém o orçamento restringe. Nesse contexto, as diferentes ofertas para os diferentes consumidores-alvo devem ser segmentadas para estimular o consumo nas diferentes audiências. O premium e o premium com bom custo-benefício atenderão a diferentes públicos, necessidades e conceitualizações de premium. Será fundamental comunicar e ativar assertivamente os públicos-alvo ao longo da jornada de compra.

### QUAIS CATEGORIAS DEVERÃO TER A PREFERÊNCIA DO CONSUMIDOR?

**FB** – Algumas categorias de SDA (eletroportáteis) e MDA (linha branca) serão favorecidas por diferentes circunstâncias. **Exemplos práticos de categorias com boas perspectivas como MDA são os aparelhos de ar-condicionado, lavadoras e refrigeradores, além das air fryers, que podem crescer através da**

in this market, in addition to the premiumization effect, with the recent launch of new consoles and accessories.

### ARE SALES EXPECTED TO GROW MORE IN PHYSICAL OR ONLINE RETAIL?

**FB** – Two years after the end of the pandemic, we observed the resumption of physical retail and a re-organization of forces between it and online. There was a recovery in sales in physical stores. I see a scenario that points to maintaining the balance of the current weight between the channels. It will be essential to reinforce media in the online channel, focusing on the consumer's purchasing journey and its integration between physical and online, according to the category profile. We must change the vision from "channel segmentation" to "journey segmentation" for the most diverse products. And, always, considering the commercial characteristics of these journeys.

### FOR THE ELECTRONICS SECTOR, WHAT ARE THE BIGGEST CHALLENGES OF 2024?

**FB** – These are positive challenges, some historical and







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.



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



**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.*

### 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**



**necessidade de troca e adaptação.** Ar-condicionado e refrigeradores como reflexo do calor em 2023, o mais quente da história no mundo; lavadoras respondendo à demanda reprimida após dois anos de vendas moderadas no Brasil. E as air fryers, pela adaptação dos lares e formatos para as novas gerações, por exemplo.

### E O SEGMENTO GAMER?

**FB** – Outras categorias, como gaming, também seguem uma tendência de crescimento com a ampliação da base de consumidores nesse mercado, além do efeito de premiunização, com o lançamento recente de novos consoles e acessórios.

### AS VENDAS DEVERÃO CRESCER MAIS NO VAREJO FÍSICO OU NO ONLINE?

**FB** – **Após dois anos do fim da pandemia, observamos a retomada do varejo físico e uma reorganização de forças entre ele e o online.** Houve recuperação das vendas em lojas físicas. Vejo um cenário que aponta para a manutenção do equilíbrio do peso atual entre os canais. Será essencial reforçar a mídia no canal online, primando pela jornada de compra do consumidor e sua integração entre o físico e o online, de acordo com o perfil da categoria. Devemos mudar a visão de “segmentação dos canais” para “segmentação das jornadas” para os mais diversos produtos. E, sempre, atendendo às características comerciais dessas jornadas.

### PARA O SETOR DE ELETROS, QUAIS SÃO OS MAIORES DESAFIOS DE 2024?

**FB** – São desafios positivos, alguns históricos e outros recentes. Ainda precisamos, por exemplo, otimizar investimentos em mídia através dos varejos como



FERNANDO BAIALUNA

*others recent. We still need, for example, to optimize investments in media through retailers as a communication platform, such as retail media. Segmenting target audiences, communicating and activating trade more assertively for different audiences is the answer to this necessary optimization. The digitalization of physical stores in new formats is a gradual change that continues to increase the integration of physical and online in different shopping journeys, rationalizing inventory costs by adjusting the product mix, for example. Inevitably, we will have a smaller format of stores, more digitalized and with the integration of experiences from the physical and digital environments.*

**Devemos mudar a visão de “segmentação dos canais” para “segmentação das jornadas” para os mais diversos produtos. E, sempre, atendendo às características comerciais dessas jornadas.**

*We must change the vision from “channel segmentation” to “journey segmentation” for the most diverse products. And, always, considering the commercial characteristics of these journeys.*



**De 15 a 18 de julho**

Transamerica Expo Center  
das 13h às 21h

**2024**

**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!

## **VISITANTES**

### **PERFIL DOS VISITANTES**

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

EVENTOS  
PARALELOS: **eletrolarshow**  
ALL CONNECTED

**LATIN  
AMERICAN  
ELECTRONICS**  
International Trade Show

**LIGHTING  
SHOW**  
LUMINOSA BRASIL

Contato:  
+55 11 3197-4949  
comercial@grupoletrolar.com.br  
www.latinamericanhousewares.com.br

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





**Exemplos práticos de categorias com boas perspectivas para 2024 são os aparelhos de ar-condicionado, lavadoras, refrigeradores e air fryers, que podem crescer através da necessidade de troca e adaptação.**

*Practical examples of categories with good prospects for 2024 are air conditioners, washing machines, refrigerators, and air fryers, which may grow through the need for exchange and adaptation.*

plataforma de comunicação, caso do retail media. Segmentar os públicos-alvo, comunicar e ativar o trade mais assertivamente para as diferentes audiências é a resposta para essa otimização necessária. A digitalização das lojas físicas em novos formatos é uma mudança gradativa e que segue para aumentar a integração do físico e do online nas diferentes jornadas de compra, racionalizando os custos de estoque com o ajuste do mix de produtos, por exemplo. Inevitavelmente, teremos um formato menor de lojas, mais digitalizadas e com a integração das experiências dos ambientes físico e digital.

#### **A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL SERÁ IMPORTANTE NESSA JORNADA?**

**FB** – A inteligência artificial permeia todos esses desafios, isso é um fato. Mas o que quero realçar sobre IA, num primeiro momento, é o poder de finalmente entregar customização em escala para personificar a comunicação e ativação dos consumidores-alvo. Em resumo, a integração da IA em sistemas de CRM ampliará o alcance das interações mais personalizadas, trará maior eficiência operacional, tomada de decisões e, em última análise, maior satisfação e fidelidade do cliente.

#### **VAREJO E INDÚSTRIA PRECISAM SER MAIS UNIDOS?**

**FB** – Minha visão pessoal, que reitero nos últimos anos, é a necessidade do estreitamento da parceria entre indústria e varejo no setor de eletroeletrônicos, o JBP (joint business plan). Com a sofisticação das jornadas de compra e com o final da segmentação dos canais, os meios se tornam mais complexos. Por exemplo, um calendário promocional mais colaborativo pode trazer ganhos na

#### **WILL ARTIFICIAL INTELLIGENCE BE IMPORTANT ON THIS JOURNEY?**

**FB** – Artificial intelligence permeates all these challenges, that is a fact. But what I want to highlight about AI, firstly, is the power to finally deliver customization at scale to personify communication and activation of target consumers. In summary, the integration of AI into CRM systems will expand the reach of more personalized interactions, bring greater operational efficiency, decision making and, ultimately, greater customer satisfaction and loyalty.

#### **DO RETAIL AND INDUSTRY NEED TO BE MORE UNITED?**

**FB** – My personal vision, which I have reiterated in recent years, is the need to strengthen the partnership between industry and retail in the consumer electronics sector, the JBP (joint business plan). With the sophistication of purchasing journeys and the end of channel segmentation, the means become more complex. For example, a more collaborative promotional calendar can bring gains in the chain and profitability of operations. **A coordinated promotions calendar**



cadeia e rentabilização das operações. **Um calendário de promoções coordenado entre varejo e indústria para os eventos ao longo do ano, nos diversos canais, pode trazer melhores resultados de venda. Isso evita ofertas que se canibalizam entre os canais, caso do D2C versus os canais tradicionais de varejo.**

#### QUAL O BALANÇO QUE O SENHOR FAZ DE 2023?

**FB** – 2023 foi um ano difícil, de muitos esforços e otimizações para entregar resultados num mercado que perdeu valor no tíquete médio, ou seja, produtos de entrada e mais acessíveis prevaleceram sobre os mais sofisticados e premium. **Diante dos resultados, vale destacar a retomada da força dos varejos regionais no canal físico, não só como um exemplo de resiliência, mas também da importância da visão de uma distribuição mais horizontalizada, desde que com o mix e políticas comerciais ajustadas.** Air fryers, consoles, ar-condicionado, ventiladores e refrigeradores foram os destaques, atendendo a um consumo racionalizado e seletivo para um consumidor com o poder de compra reduzido. ■■

*between retail and industry for events throughout the year, across different channels, can bring better sales results. This avoids offers that cannibalize between channels, such as D2C versus traditional retail channels.*

#### WHAT IS YOUR ASSESSMENT OF 2023?

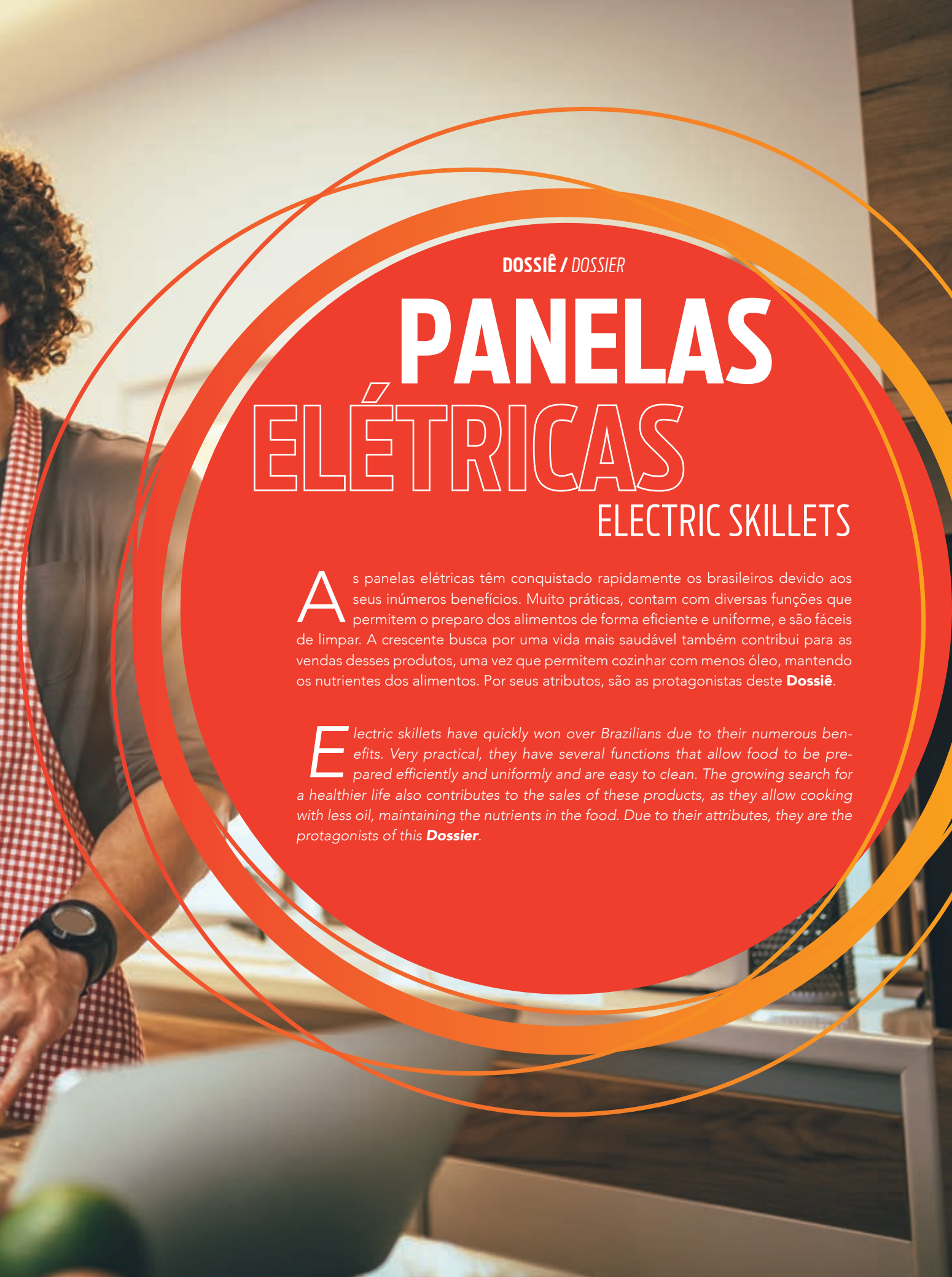
**FB** – 2023 was a difficult year, with many efforts and optimizations to deliver results in a market that lost value in the average ticket, that is, entry-level and more accessible products prevailed over more sophisticated and premium ones. **Given the results, it is worth highlighting the resumption of strength in regional retailers in the physical channel, not only as an example of resilience, but also of the importance of the vision of a more horizontal distribution if the mix and commercial policies are adjusted.** Air fryers, consoles, air conditioning, fans and refrigerators were the highlights, serving rationalized and selective consumption for consumers with reduced purchasing power. ■■











DOSSIÊ / DOSSIER

# PANELAS ELÉTRICAS

ELECTRIC SKILLETS

**A**s panelas elétricas têm conquistado rapidamente os brasileiros devido aos seus inúmeros benefícios. Muito práticas, contam com diversas funções que permitem o preparo dos alimentos de forma eficiente e uniforme, e são fáceis de limpar. A crescente busca por uma vida mais saudável também contribui para as vendas desses produtos, uma vez que permitem cozinhar com menos óleo, mantendo os nutrientes dos alimentos. Por seus atributos, são as protagonistas deste **Dossiê**.

**E**lectric skillets have quickly won over Brazilians due to their numerous benefits. Very practical, they have several functions that allow food to be prepared efficiently and uniformly and are easy to clean. The growing search for a healthier life also contributes to the sales of these products, as they allow cooking with less oil, maintaining the nutrients in the food. Due to their attributes, they are the protagonists of this **Dossier**.

## AGRATTO

Com 1.500 W de potência, a **panela elétrica Quarada Mangiare** tem capacidade de 4,6 litros, sendo indicada para grandes preparos. A cuba antiaderente dispensa a utilização de óleo e gordura no preparo dos alimentos e facilita a limpeza. O produto conta com cinco níveis de temperatura, tampa de vidro temperado para acompanhar o preparo da comida e alças isotérmicas. Pode ser levada à mesa e tem garantia de 12 meses.

With 1,500 W of power, the **Quarada Mangiare electric skillet** has a capacity of 4.6 liters, making it suitable for large preparations. The non-stick bowl eliminates the use of oil and fat when preparing food and makes cleaning easier. The product has five temperature levels, a tempered glass lid to monitor food preparation and isothermal handles. It can be taken to the table and has a 12-month guarantee.



**Preço sugerido em 18/01/2024: R\$ 236,40.**

**Suggested price on 01/18/2024: BRL 236.40.**



**Preço sugerido em 16/01/2024: R\$ 349,90.**

**Suggested price on 01/16/2024: BRL 349.90.**

## BLACK+DECKER

A **panela elétrica PC700** é indicada para quem tem pouco espaço para cozinhar. Possui capacidade de 2,5 litros, base cooktop e tampa de vidro com saída de vapor. O modelo da linha Freestyle foi desenvolvido em alumínio e tem revestimento antiaderente certificado pela FDS. A base aquecedora antiderrapante e independente possibilita o uso com outras panelas. Possui sistema de desligamento automático ao ser removida da base, luz indicadora de funcionamento e dois níveis de temperatura: 350 W e 700 W.

The **PC700 electric skillet** is recommended for those who have little space to cook. It has a 2.5-liter capacity, cooktop base and glass lid with steam outlet. The Freestyle line model was developed in aluminum and has a non-stick coating certified by FDS. The non-slip and independent heating base allow use with other pans. It has an automatic shutdown system when removed from the base, an operating indicator light and two temperature levels: 350 W and 700 W.

## BRITÂNIA

A **panela elétrica Britânia Multi Funções BPE06**

**Redstone** prepara diversos tipos de alimentos com agilidade. Possui capacidade de 3,5 litros e revestimento em cerâmica Redstone, que a torna antiaderente, resistente e fácil de limpar. O calor é distribuído mais rápido pela panela, preservando o sabor e os nutrientes dos alimentos. As alças laterais não esquentam e são de fácil manuseio. Tem luz indicadora de funcionamento e tampa de vidro temperado que permite visualizar o andamento do preparo dos alimentos sem perda do calor.



The **Britânia Multi Functions BPE06 Redstone electric skillet** prepares different types of food quickly. It has a capacity of 3.5 liters and a Redstone ceramic coating, which makes it non-stick, resistant, and easy to clean. The heat is distributed faster throughout the pan, preserving the flavor and nutrients of the food. The side handles do not get hot and are easy to use. It has an operating indicator light and a tempered glass lid that allow you to view the progress of food preparation without losing heat.

## CADENCE

Com 1.250 W de potência, a **panela elétrica Cadence Multifuncional Rouge (PAN610)** tem design prático e moderno. Disponível nas voltagens 127 V e 220 V, conta com alças isotérmicas, que não aquecem e facilitam o manuseio, e suporte para levar à mesa. Tem tampa de vidro temperado e transparente com borda de inox para maior durabilidade. Possui pés antiderrapantes, cinco níveis de temperatura, revestimento antiaderente e garantia de 12 meses.

With 1,250 W of power, the **Cadence Multifunctional Rouge electric skillet (PAN610)** has a practical and modern design. Available in 127 V and 220 V voltages, it has isothermal handles, which do not heat up and facilitate handling, and a support to take to the table. It has a tempered and transparent glass lid with a stainless-steel edge for greater durability. It has non-slip feet, five temperature levels, non-stick coating and a 12-month warranty.



**Preço sugerido em 22/01/2024: R\$ 179,90.**

**Suggested price on 01/22/2024: BRL 179.90.**



## ELECTROLUX

A **panela de pressão elétrica Electrolux Experience PCC20**, assinada por Rita Lobo, traz praticidade e segurança ao preparo da comida. Conta com 15 receitas e modos de cozimento pré-programados, três níveis de pressão e a função Cozimento Lento, para pratos como barreado. É antiaderente. Tem 10 dispositivos de segurança e capacidade de 6 litros. O display de LED possui a função Programar Preparo, que permite planejar o início do cozimento com até 24 horas de antecedência. Tem cabo elétrico removível e acabamento de aço inox escovado.

The **Electrolux Experience PCC20 electric pressure cooker**, designed by Rita Lobo, brings practicality and safety to food preparation. It has 15 recipes and pre-programmed cooking modes, three pressure levels and the Slow Cooking function, for dishes such as barreado. It's non-stick. It has 10 safety devices and a capacity of 6 liters. The LED display has the Program Preparation function, which allows you to plan the start of cooking up to 24 hours in advance. It has a removable electrical cable and a brushed stainless-steel finish.



**Preço sugerido em 15/01/2024: R\$ 789,00.**

**Suggested price on 01/15/2024: BRL 789.00.**



**Preço sugerido em 15/01/2024: R\$ 599,00.**

**Suggested price on 01/15/2024: BRL 599.00.**

## FRIGELAR

Com 1.000 W de potência, painel digital e capacidade de 6 litros, a **panela de pressão elétrica Multicooker 6L Inox EOS EPP60DI** tem painel digital e diversas receitas já programadas. Possui a função esterilizar, que garante a limpeza rápida de diversos itens. Além de cozinhar sob pressão, permite refogar e fritar os alimentos. Tem 10 dispositivos de proteção contra falhas. Disponível em 127 V e 220 V, vem com copo medidor, espátula plástica e suporte para esterilização. Seu recipiente interno é graduado, o que facilita a medição das receitas, é antiaderente e removível. Também é fácil de limpar.

With 1,000 W of power, digital panel and 6-liter capacity, the **Multicooker 6L Inox EOS EPP60DI electric pressure cooker** has a digital panel and several recipes already programmed. It has a sterilize function, which ensures quick cleaning of various items. In addition to pressure cooking, it allows you to sauté and fry food. It has 10 fail protection devices. Available in 127 V and 220 V, it comes with a measuring cup, plastic spatula, and sterilization support. Its internal container is graduated, which makes measuring recipes easier, it is non-stick and removable. It's also easy to clean.

## ITATIAIA

A **panela de pressão elétrica Midi Digital** tem capacidade de 5 litros e mantém os alimentos aquecidos por até 24 horas. É antiaderente, possui timer de até 24 horas, desligamento automático e potência de 900 W. Conta, também, com oito dispositivos de segurança, tem um ano de garantia e pode ser levada à mesa. Disponível na versão 127 V, vem com copo medidor, espátula e coletor de água. O produto dispõe de seis funções pré-programadas, painel digital e pés antiderrapantes.

The **Midi Digital electric pressure cooker** has a capacity of 5 liters and keeps food warm for up to 24 hours. It is non-stick, has a timer of up to 24 hours, automatic shutdown, and a power of 900 W. It also has eight safety devices, a one-year warranty and can be taken to the table. Available in the 127 V version, it comes with measuring cup, spatula, and water collector. The product has six pre-programmed functions, a digital panel and non-slip feet.



**Preço sugerido em 11/12/2023: R\$ 550,90.**

**Suggested price on 12/11/2023: BRL 550.90.**



**Preço sugerido em 05/12/2023: R\$ 350,00.**

**Suggested price on 12/05/2023: BRL 350.00.**

## MALLORY

Prática e com estilo, a **panela elétrica MasterChef by Mallory** traz a assinatura de um dos maiores realities shows de gastronomia do mundo. Com design clean e moderno, grelha, assa, gratina e aquece, permitindo também que os pratos sejam finalizados à mesa. O modelo vem com seletor de temperatura com cinco posições, base revestida em cerâmica antiaderente e tampa de vidro temperado com saída de vapor. Desmontável e de fácil limpeza, a panela possui alças com toque frio para proporcionar mais segurança.

Practical and stylish, the **MasterChef by Mallory electric skillet** features the signature of one of the biggest reality food shows in the world. With a clean and modern design, it grills, bakes, browns, and heats, also allowing dishes to be finished at the table. The model comes with a five-position temperature selector, non-stick ceramic coated base, and tempered glass lid with steam outlet. Dismountable and easy to clean, the pan has cool-touch handles to provide greater safety.

## MIDEA

A **panela elétrica de pressão Digital Midea Inox 6L** oferece uma experiência mais segura para cozinhar com pressão. Tem 6 litros de capacidade, nove recursos de segurança, timer de 24 horas e display digital. Possui revestimento interno antiaderente livre de PFOA, respeitando o meio ambiente e a saúde do consumidor. A parte externa é de aço inoxidável escovado. Tem seis receitas pré-programadas – cozinhar, assar, fritar, refogar, cozinhar lentamente e manter aquecido. Disponível nas versões 110 V e 220 V, vem com livro de receitas, uma colher, uma concha e um copo medidor.

The **Midea Inox 6L Digital Electric Pressure Cooker** offers a safer pressure cooking experience. It has a 6-liter capacity, nine safety features, a 24-hour timer and a digital display. It has a PFOA-free non-stick internal coating, respecting the environment and consumer health. The outside is brushed stainless steel. It has six pre-programmed recipes – cook, bake, fry, sauté, slow cook and keep warm. Available in 110 V and 220 V versions, it comes with a recipe book, a spoon, a ladle and a measuring cup.



**Preço sugerido em 29/01/2024: a partir de R\$ 479,00.**

*Suggested price on 01/29/2024: from BRL 479.00.*

## MONDIAL

Com capacidade de 5 litros, a **panela de pressão elétrica Digital Master Cooker (PE-38)** tem painel digital, 14 funções pré-programadas e ajuste manual de tempo. Ela desliga sozinha após o preparo, mantém a comida quente e pode ser programada com até 24 horas de antecedência. Prepara carnes, sopas, grãos, peixes, legumes e até doces. Sua cuba removível e antiaderente é mais fácil de limpar. Pode ser levada à máquina de lavar louças. Tem tampa com alça ergonômica e trava de segurança. Vem com uma colher, um copo medidor e livro de receitas. A panela conta com um ano de garantia.

With a capacity of 5 liters, the **Digital Master Cooker (PE-38) electric pressure cooker** has a digital panel, 14 programmed functions and manual time adjustment. It turns off by itself after preparation, keeps the food warm and can be programmed up to 24 hours in advance. Prepare meats, soups, grains, fish, vegetables and even sweets. Its removable, non-stick bowl is easier to clean. Can be placed in the dishwasher. It has a lid with an ergonomic handle and a safety lock. Comes with a spoon, measuring cup, and recipe book. The pan comes with a one-year warranty.



**Preço sugerido em 19/01/2024: R\$ 719,90.**

*Suggested price on 01/19/2024: BRL 719.90.*



## OSTER

A **panela de pressão elétrica Digital 5L (OPANP20)** da marca possui 900 W de potência, capacidade de 5 litros, 1,25 kWh de consumo e 12 meses de garantia. Disponível nas versões 127 V e 220 V, pesa 4,30 kg. O produto tem como diferencial utilizar menos água para cozinhar, pois não libera tanto vapor. Cozinhando rapidamente os alimentos e conta com nove sistemas de segurança. Tem, também, recipiente interno antiaderente e removível, painel digital com seis funções pré-programadas e timer.

The brand's **Digital 5L electric pressure cooker (OPANP20)** has 900 W of power, a capacity of 5 liters, 1.25 kWh of consumption and a 12-month warranty. Available in 127 V and 220 V versions, it weighs 4.30 kg. The product's unique feature is that it uses less water to cook, as it does not release as much steam. It cooks food quickly and has nine safety systems. It also has a non-stick and removable internal container, a digital panel with six pre-programmed functions and a timer.



**Preço sugerido em 22/01/2024: R\$ 479,90.**

**Suggested price on 01/22/2024: BRL 479.90.**

## PHILCO



A **panela elétrica Philco Redstone PPE04** tem tampa de vidro temperado, luz indicadora de funcionamento e capacidade máxima de 4 litros. O revestimento em cerâmica Redstone é resistente e antiaderente. É fácil de limpar. O modelo conta com seletor de temperatura removível com cinco níveis. As alças e a base também são removíveis. Dessa forma, é possível levar a panela até a mesa de forma prática e segura. Está disponível nas versões 127 V e 220 V.

The **Philco Redstone PPE04 electric skillet** has a tempered glass lid, operating indicator light and a maximum capacity of 4 liters. The Redstone ceramic coating is resistant and non-stick. It's easy to clean. The model has a removable temperature selector with five levels. The handles and base are also removable. This way, you can take the pan to the table in a practical and safe way. It is available in 127 V and 220 V versions.

# E-COMMERCE BRASILEIRO: DESAFIOS E PERSPECTIVAS PARA 2024

BRAZILIAN E-COMMERCE: CHALLENGES AND PERSPECTIVES FOR 2024

**MAURICIO SALVADOR**

**PRESIDENTE DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE COMÉRCIO ELETRÔNICO (ABCOMM)**

*PRESIDENT OF THE BRAZILIAN ELECTRONIC COMMERCE ASSOCIATION (ABCOMM)*



Foto: Divulgação

**O**e-commerce vem crescendo a cada ano e se consolidando Brasil afora. As vendas pela internet se tornaram viáveis e populares, e impactam a economia do País. Dados da Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABComm) mostram que as lojas virtuais movimentaram, em 2023, mais de R\$ 185 milhões.

Para 2024, a expectativa é que o faturamento ultrapasse os R\$ 205 milhões. O consumidor que, no ano passado, gastava um tíquete médio de R\$ 470 deve desembolsar agora R\$ 490. O levantamento revela, ainda, que 91 milhões de pessoas devem optar pelo virtual, gerando uma expectativa de mais de R\$ 418 milhões em compras online.

Para se adaptar ao novo perfil de consumo, várias empresas já concentram grande parte das vendas na internet. Com uma loja virtual, o negócio funciona 24 horas por dia. A integração com as redes sociais é outro fator que atrai mais consumidores ao ambiente online.

No entanto, também há alguns desafios esperados para este ano. O principal diz respeito à definição de políticas públicas que apoiem a desburocratização do setor, criando formas para que o empresário possa vender mais sem se preocupar com as transações.

Além disso, a infraestrutura precária de estradas e ruas urbanas, bem como a insegurança, fazem o custo do frete ser muito elevado, outro aspecto que merece a devida atenção.

Por isso, a Associação Brasileira de Comércio Eletrônico está focada em ferramentas que auxiliem na capacitação de mão de obra e na criação de políticas públicas. ■■

**E**-commerce has been growing every year and consolidating throughout Brazil. Online sales have become viable and popular and impact the country's economy. Data from the Brazilian Electronic Commerce Association (ABComm) shows that virtual stores generated more than BRL 185 million in 2023.

For 2024, the expectation is that revenue will exceed BRL 205 million. The consumer who, last year, spent an average ticket of BRL 470 must now pay BRL 490. The survey also reveals that 91 million people should opt for the virtual one, generating an expectation of more than BRL 418 million in online purchases.

To adapt to the new consumption profile, several companies already concentrate a large part of their sales on the internet. With an online store, the business operates 24 hours a day. Integration with social medias is another factor that attracts more consumers to the online environment.

However, there are also some challenges expected this year. The main thing concerns the definition of public policies that support the reduction of bureaucracy in the sector, creating ways for entrepreneurs to sell more without worrying about transactions.

Furthermore, the precarious infrastructure of urban roads and streets, as well as insecurity, make freight costs very high, another aspect that deserves due attention.

Therefore, the Brazilian Electronic Commerce Association is focused on tools that help train the workforce and create public policies. ■■

# CRESCIMENTO FOCADO NO ESSENCIAL

## GROWTH FOCUSED ON ESSENTIALS

**MARIANO GORDINHO**

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

*EXECUTIVE PRESIDENT OF THE BRAZILIAN ASSOCIATION OF INFORMATION TECHNOLOGY DISTRIBUTION (ABRADISTI)*



Foto: Divulgação

O ano de 2024 será de contrastes. Tecnologias como a IA, IoT e comunicação 5G vão criar inúmeras oportunidades para distribuidores e revendas de TIC. Em contraponto, algumas tecnologias já consolidadas ampliam protagonismo nas agendas dos CIOs e gestores.

A cibersegurança cresce em ritmo acelerado, impulsionada também pela adoção dessas novas tecnologias, que, por suas características inovadoras, por via de regra, trazem o desafio de ampliar a vulnerabilidade de sistemas em operação. Com base nessas expectativas, podemos afirmar que 2024 será de crescimento para o setor, possivelmente com índices da ordem de dois dígitos.

Nos últimos anos, TI tornou-se protagonista dentro das empresas. E isso faz com que os prognósticos para o setor sejam quase sempre bastante otimistas. Com a adoção em massa de modelos de utilização "as a service" e a crescente cobertura de sistemas de comunicação com suporte à internet 5G e ao Wi-Fi 6.0, temos a tempestade perfeita para que empresas enxerguem a essencialidade da tecnologia da informação em seus negócios.

À medida que novas possibilidades de uso de tecnologia como serviço e mais ofertas focadas no uso e não na posse sejam introduzidas, mais o mercado deverá crescer.

Realizaremos nosso 13º Censo das Revendas para validar análises e projeções feitas para o setor. Lançaremos um programa especialmente desenvolvido para levar conhecimento e ferramentas de alto nível aos revendedores. E, ainda, planejamos o primeiro congresso, com conteúdo de valor para o nosso ecossistema. ■■

The year 2024 will be one of a contrasts. Technologies such as AI, IoT and 5G communication will create countless opportunities for ICT distributors and resellers. In contrast, some already consolidated technologies increase their protagonism on the agendas of CIOs and managers.

Cybersecurity is growing at a rapid pace, also driven by the adoption of these new technologies which, due to their innovative characteristics, generally bring the challenge of increasing the vulnerability of systems in operation. Based on these expectations, we can say that 2024 will be one of growth for the sector, possibly with rates in the double digits.

In recent years, IT has become a protagonist within companies. And this means that the prognoses for the sector are almost always quite optimistic. With the mass adoption of "as a service" usage models and the growing coverage of communication systems supporting 5G internet and Wi-Fi 6.0, we have the perfect storm for companies to see the essentiality of information technology in their business.

As new possibilities for using technology as a service and more offerings focused on use rather than ownership are introduced, the market is expected to grow.

We will carry out our 13th Resale Census to validate analyzes and projections made for the sector. We will launch a program specially designed to bring high-level knowledge and tools to resellers. And we are also planning the first congress, with valuable content for our ecosystem. ■■



# PÓS-VENDAS CRESCE 1,19% EM ATENDIMENTO NO ANO DE 2023

## AFTER-SALES GROWS 1.19% IN SERVICE IN 2023

### WAGNER GATTO

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

*EXECUTIVE DIRECTOR OF THE BRAZILIAN ELECTRONICS AFTER-SALES ASSOCIATION (ABRASA)*



Foto: Arquivo

**A** pesar dos fatores socioeconômicos, a Abrasa apresentou crescimento significativo, de 1,19%, na quantidade de ordens de serviços (OS) realizadas em 2023 na comparação com 2022. Esse índice foi alcançado devido ao baixo poder aquisitivo de uma grande faixa de consumidores, às altas taxas de juros para financiamento na aquisição de novos produtos e ao grande número de reparos provocados por condições climáticas adversas.

No entanto, não podemos comparar os resultados financeiros no mesmo patamar de crescimento das ordens de serviço por causa dos altos custos administrativos, operacionais e de reposição de peças. Há, também, o problema dos tributos e valores remunerados no ticket médio praticado pelos fabricantes e seguradoras de serviços de garantia estendida, que poderiam ser mais bem equacionados para estimular o setor.

Em 2024, a expectativa dos prestadores de serviços de pós-vendas de eletroeletrônicos é promissora, porém salientamos que, para a sustentabilidade do setor, é preciso seguir na busca de novos negócios, parcerias e práticas, bem como na realização de treinamentos.

A utilização da inteligência artificial (AI) é importante para o aprimoramento dos sites, já que são meios fáceis de divulgação e contribuem para aproximar os clientes das assistências técnicas. Quanto mais identificação houver entre as duas partes, melhor. O importante é oferecer, sempre, o melhor atendimento, experiências e conveniências aos clientes. ■■

**D**espite socioeconomic factors, ABRASA showed a significant growth of 1.19% in the number of service orders (OS) made in 2023 compared to 2022. This index was achieved due to the low purchasing power of a large group of consumers, at high interest rates for financing the acquisition of new products and the large number of repairs caused by adverse weather conditions.

However, we cannot compare financial results at the same level of growth in work orders due to high administrative, operational and parts replacement costs. There is also the problem of taxes and amounts paid in the average ticket charged by manufacturers and insurers of extended warranty services, which could be better balanced to stimulate the sector.

In 2024, the expectations of electronics after-sales service providers are promising, but we emphasize that, for the sustainability of the sector, it is necessary to continue searching for new businesses, partnerships, and practices, as well as carrying out training.

The use of artificial intelligence (AI) is important for improving websites, as they are easy means of dissemination and help to bring customers closer to technical assistance. The more identification there is between the two parties, the better. The important thing is to always offer the best service, experiences and conveniences to customers. ■■

# EXPECTATIVAS PARA 2024: EDUCAÇÃO AMBIENTAL E CAMPANHAS ITINERANTES

EXPECTATIONS FOR 2024: ENVIRONMENTAL EDUCATION AND TRAVELING CAMPAIGNS

## NILSON MAESTRO

**PRESIDENTE DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE RECICLAGEM DE ELETROELETRÔNICOS E ELETRODOMÉSTICOS (ABREE)**

*PRESIDENT OF THE BRAZILIAN ELECTRONICS AND HOUSEHOLD APPLIANCES RECYCLING ASSOCIATION (ABREE)*



Foto: Divulgação

**A**o adentrarmos o ano de 2024, a ABREE vislumbra um cenário promissor tanto no âmbito da educação ambiental quanto na condução de campanhas itinerantes de arrecadação. Comprometida com a sustentabilidade e a preservação do meio ambiente, a associação tem o objetivo de impulsionar a conscientização e a prática de hábitos sustentáveis pela população brasileira.

Por meio de parcerias estratégicas com entidades governamentais, setor privado e ONGs, a ABREE planeja promover a relevância da reciclagem de eletroeletrônicos e eletrodomésticos, além de cultivar a compreensão dos impactos positivos e negativos associados à reciclagem desses itens.

Consciente de que inúmeros cidadãos mantêm dispositivos obsoletos ou sem utilidade em casa, a entidade concentrará esforços, também, nas campanhas itinerantes de arrecadação. Essas ações visam simplificar o descarte adequado desses itens e alcançar diversas regiões do país.

Além disso, considerando o desafio logístico devido à extensão territorial do Brasil, um dos objetivos para 2024 é ampliar significativamente o número de pontos de recebimento, que em 2023 já totalizavam mais de 4 mil, abrangendo mais de 1,3 mil municípios.

Portanto, em 2024, a ABREE renova seu compromisso com a educação ambiental e as campanhas itinerantes de arrecadação, focando não apenas na conscientização e mobilização, mas também na criação de parcerias estratégicas e no estabelecimento de metas quantificáveis para ampliar seu impacto positivo na sociedade. ■■

**A**s we enter the year 2024, ABREE sees a promising scenario both in terms of environmental education and in the conduct of itinerant fundraising campaigns. Committed to sustainability and environmental preservation, the association aims to boost awareness and practice sustainable habits among the Brazilian population.

Through strategic partnerships with government entities, the private sector and NGOs, ABREE plans to promote the relevance of recycling electronics and household appliances, in addition to cultivating an understanding of the positive and negative impacts associated with recycling these items.

Aware that countless citizens keep obsolete or useless devices at home, the entity will also focus its efforts on itinerant fundraising campaigns. These actions aim to simplify the proper disposal of these items and reach different regions of the country.

Furthermore, considering the logistical challenge due to Brazil's territorial extension, one of the objectives for 2024 is to significantly expand the number of reception points, which in 2023 already totaled more than 4 thousand, covering more than 1.3 thousand municipalities.

Therefore, in 2024, ABREE renews its commitment to environmental education and itinerant fundraising campaigns, focusing not only on awareness and mobilization, but also on creating strategic partnerships and establishing quantifiable goals to expand its positive impact on society. ■■

# INDICADORES MAIS POSITIVOS PROJETAM MAIOR OTIMISMO PARA 2024

MORE POSITIVE INDICATORS PROJECT  
GREATER OPTIMISM FOR 2024

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

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



Foto: Divulgação

**A**s vendas do setor eletroeletrônico em 2023 superaram os resultados apresentados em 2022, o que nos permite um certo otimismo neste início de ano. Trata-se de um cenário relevante, tendo em vista que, historicamente, nosso setor é um termômetro do desempenho da economia, com nossos produtos presentes nas casas de todos os brasileiros.

No entanto, para que de fato tenhamos um 2024 mais próspero, faz-se necessária uma conjuntura que associe a redução dos juros referenciais, controle da inflação, melhora nas taxas de emprego e renda, assim como a redução do Custo Brasil. A agenda política também será decisiva a partir da regulamentação da reforma tributária e o início das discussões de uma reforma administrativa, entre outras agendas que visem atrair investimentos e promover previsibilidade e segurança jurídica para as empresas e seus trabalhadores, respeitando as particularidades regionais de um país continental como o nosso.

Uma nação só se desenvolve com um setor produtivo industrial forte e valorizado. E o Poder Executivo federal, por sua vez, iniciou 2024 com uma excelente notícia ao anunciar a sua nova política industrial, que busca modernizar e ampliar a competitividade das empresas brasileiras.

Nesse contexto, equilibrando desafios e oportunidades, podemos vivenciar em 2024 um novo ciclo de reaquecimento na economia, fazendo com que nosso setor possa crescer, gerar mais empregos e colaborar, como sempre, para o desenvolvimento sustentável do Brasil. Que assim seja! ■■

**S**ales in the electronics sector in 2023 surpassed the results presented in 2022, which allows us a certain optimism at the beginning of the year. This is a relevant scenario, considering that, historically, our sector is a thermometer of the economy's performance, with our products present in the homes of all Brazilians.

However, for us to actually have a more prosperous 2024, a situation is necessary that associates the reduction of reference interest rates, control of inflation, improvement in employment and income rates, as well as the reduction of the Brazil Cost. The political agenda will also be decisive based on the regulation of tax reform and the beginning of discussions on an administrative reform, among other agendas that aim to attract investments and promote predictability and legal security for companies and their workers, respecting the regional particularities of a continental country like ours.

A nation only develops with a strong and valued industrial productive sector. And the Federal Executive Branch, in turn, started 2024 with excellent news by announcing its new industrial policy, which seeks to modernize and increase the competitiveness of Brazilian companies.

In this context, balancing challenges, and opportunities, in 2024 we can experience a new cycle of recovery in the economy, allowing our sector to grow, generate more jobs and contribute, as always, to the sustainable development of Brazil. So be it! ■■



# O DESAFIO DE CRESCER EM 2024

## THE CHALLENGE OF GROWING IN 2024

**GUILHERME DIETZE**

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

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



Foto: Divulgação

Neste ano, espera-se que o Brasil cresça 1,6%, a inflação fique mais próxima do centro da meta (em torno de 3,8%) e a Selic encerre o ano em 9%. Entretanto, há fatores de risco (internos e externos) que devem ser monitorados, pois afetam a dinâmica do crescimento nacional. Sob a óptica internacional, é preciso cautela em relação aos conflitos armados que vêm surgindo ao redor do mundo, cujos desdobramentos podem impactar as commodities e os preços globais. Além disso, é necessário ter atenção aos desempenhos mais fracos das economias chinesa e norte-americana, com relevante reflexo no cenário internacional.

No âmbito doméstico, o principal ponto de atenção é a situação das contas públicas. Indicações de revisão de meta fiscal e aumento de gastos públicos sem a previsibilidade de onde virão os recursos geram insegurança sobre a realização de investimentos, seguindo na contramão do que o Brasil necessita. Todas essas dúvidas, que afetam em algum grau as expectativas de juros e inflação, podem fazer com que o ciclo de redução da Selic termine mais cedo. Isso, se acontecer, impactará negativamente a confiança dos consumidores e as vendas.

Nesse contexto – e considerando o desempenho excepcional do varejo paulista no ano passado, recorde desde 2008 –, o desafio de seguir crescendo em 2024 será ainda maior. A expectativa da FecomercioSP é a de que as vendas fiquem próximas da estabilidade neste ano, o que não pode ser encarado de maneira negativa. ■■

This year, Brazil is expected to grow 1.6%, the inflation will be closer to the center of the target (around 3.8%) and the Selic will end the year at 9%. However, there are risk factors (internal and external) that must be monitored, as they affect the dynamics of national growth. From an international perspective, caution is needed in relation to the armed conflicts that have been emerging around the world, the consequences of which could impact commodities and global prices. Furthermore, it is necessary to pay attention to the weaker performances of the Chinese and North American economies, with a relevant impact on the international scenario.

At the domestic level, the main point of attention is the situation of public accounts. Indications for reviewing the fiscal target and increasing public spending without predictability of where the resources will come from generate insecurity about making investments, going against what Brazil needs. All these doubts, which affect interest and inflation expectations to some degree, could cause the Selic reduction cycle to end sooner. This, if it happens, will negatively impact consumer confidence and sales.

In this context – and considering the exceptional performance of retail in São Paulo last year, a record since 2008 –, the challenge of continuing to grow in 2024 will be even greater. FecomercioSP's expectation is that sales will be close to stable this year, which cannot be seen negatively. ■■

## 2024: ANO NOVO, METAS E RESPONSABILIDADES AINDA MAIORES

2024: NEW YEAR, EVEN GREATER GOALS, AND RESPONSIBILITIES

**ADEMIR BRESCANSIN**  
**GERENTE-EXECUTIVO DA GREEN ELETRON**  
*EXECUTIVE MANAGER OF GREEN ELETRON*



Foto: Divulgação

**J**á estamos no início de um novo ano e, com ele, chegam novos e grandes desafios, principalmente no que se refere à logística reversa de eletroeletrônicos em fim de vida útil.

Para cumprir a legislação, a Green Eletron precisa recolher e encaminhar para reciclagem 12% em peso de todos os equipamentos que suas associadas colocaram no mercado no ano base de 2018. Isso equivale a, aproximadamente, 8 milhões de quilos de eletroeletrônicos. É o dobro do que foi estipulado para 2023!

Para que a meta seja alcançada e possamos dar um destino ambientalmente correto para esses itens, precisamos da união de todos: governo, indústria, varejo e população. Precisamos de mais investimentos, de iniciativas e programas para otimizar pontos diferentes dessa cadeia e, com isso, incrementar o valor dela e ampliar nossos índices de reciclagem de eletroeletrônicos.

A PNRS nos aponta objetivos importantes para que busquemos um Brasil mais próspero e sustentável. Somente com a cooperação entre diferentes entidades e organizações da nossa sociedade vamos conseguir avançar em direção a esse cenário.

Por isso, neste primeiro artigo do ano, convido a uma reflexão: vamos começar 2024 dando mais atenção ao tema. Seja governo, indústria, varejo ou consumidor, todos somos responsáveis e necessários para que possamos sair do ranking dos que mais geram lixo eletrônico e que menos reciclam. A hora é agora! ■■

**W**e are already at the beginning of a new year, and with it, new and major challenges arrive, especially regarding the reverse logistics of end-of-life electronics.

To comply with the legislation, Green Eletron needs to collect and send for recycling 12% by weight of all equipment that its members placed on the market in the base year of 2018. This is equivalent to approximately 8 million kilos of electronics. It is double what was stipulated for 2023!

For the goal to be achieved and for us to provide an environmentally correct destination for these items, we need everyone to come together: government, industry, retail, and the population. We need more investments, initiatives, and programs to optimize different points in this chain and, therefore, increase its value and increase our electronics recycling rates.

The PNRS points out important objectives for us to seek a more prosperous and sustainable Brazil. Only with cooperation between different entities and organizations in our society will we be able to move towards this scenario.

Therefore, in this first article of the year, I invite you to reflect: let's start 2024 by paying more attention to the topic. Whether government, industry, retail, or consumer, we are all responsible and necessary so that we can leave the ranking of those who generate the most electronic waste and who recycle the least. The time is now! ■■

# ÓTIMAS PERSPECTIVAS PARA A ZFM EM 2024

GREAT PROSPECTS FOR ZFM IN 2024

**BOSCO SARAIVA**

**SUPERINTENDENTE DA ZONA FRANCA DE MANAUS (SUFRAMA)**

*SUPERINTENDENT OF THE MANAUS FREE ZONE (SUFRAMA)*



Foto: Divulgação

Com as ações políticas, econômicas e administrativas realizadas em 2023, as quais abriram as portas para o fortalecimento de nosso modelo de desenvolvimento regional, a Zona Franca de Manaus (ZFM) começa o ano de 2024 com ótimas perspectivas.

No contexto da reforma tributária, a ZFM enfrentou o desafio de preservar seus benefícios diante da proposta de simplificação e unificação de tributos federais, estaduais e municipais. Após negociações e acordos, o texto promulgado pelo Congresso Nacional manteve os diferenciais competitivos deste modelo de exceção fiscal.

Mantidas as vantagens competitivas da ZFM, a expectativa é que novos negócios e investimentos na região sejam viabilizados já no curto e no médio prazo, alavancados também pelo bom momento da conjuntura econômica do País. A expansão do PIB acima das projeções em 2023, a trajetória de queda do índice de inflação e a redução gradual e constante da taxa básica de juros são fatores que estimulam os investimentos produtivos e o consumo das famílias, e tendem a repercutir de forma positiva na produção e no faturamento das empresas do Polo Industrial de Manaus.

Do ponto de vista institucional, a Suframa trabalha incansavelmente no sentido de tornar o ambiente de negócios na ZFM mais favorável e dinâmico. Implementou diversas medidas para aperfeiçoar seus serviços e, sobretudo, se aproximar cada vez mais de investidores, estudantes, pesquisadores e gestores públicos que, direta ou indiretamente, contribuem para a dinâmica econômica do Polo Industrial de Manaus.

Nesse ambiente alvissareiro, 2024 se delinea como um ano de grandes realizações para a indústria de transformação instalada em Manaus e para toda a economia de nossa região. ■■

With the political, economic, and administrative actions carried out in 2023, which opened the doors to strengthening our regional development model, the Manaus Free Trade Zone (ZFM) begins the year 2024 with excellent perspectives.

In the context of tax reform, ZFM faced the challenge of preserving its benefits in the face of the proposal to simplify and unify federal, state, and municipal taxes. After negotiations and agreements, the text promulgated by the National Congress maintained the competitive advantages of this tax exception model.

If ZFM's competitive advantages are maintained, the expectation is that new businesses and investments in the region will be made viable in the short and medium term, also leveraged by the good moment in the country's economic situation. The expansion of GDP above projections in 2023, the downward trajectory of the inflation index and the gradual and constant reduction of the basic interest rate are factors that stimulate productive investments and family consumption and tend to have a positive impact on the production and revenue of companies in the Industrial Pole of Manaus.

From an institutional point of view, Suframa works tirelessly to make the business environment at ZFM more favorable and dynamic. It implemented several measures to improve its services and, above all, get closer to investors, students, researchers, and public managers who, directly or indirectly, contribute to the economic dynamics of the Manaus Industrial Pole.

In this auspicious environment, 2024 is shaping up to be a year of great achievements for the manufacturing industry installed in Manaus and for the entire economy of our region. ■■



# Perfeita para a indústria e o varejo

Fornecedores vendem diretamente ao  
pequeno varejo, aumentando a agilidade  
no fechamento de negócios



**Plataforma simples  
e fácil de utilizar**



Apoio:

**eletrobank**

# eletrocompras

## PLATAFORMA B2B



Oferece ao pequeno varejista  
suporte ativo nas compras  
feitas direto da indústria.



Um novo canal de vendas com  
negociações preestabelecidas,  
protegendo a rentabilidade  
da indústria e do varejo.



 [eletrocompras.com](https://eletrocompras.com)

 [contato@eletrocompras.com.br](mailto:contato@eletrocompras.com.br)



# eletrolarshow

## ALL CONNECTED

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



**OS VAREJISTAS  
DA AMÉRICA LATINA  
ESPERAM PELA SUA MARCA!**  
DE 15 A 18 JULHO DE 2024  
SÃO PAULO - SP - BRASIL

**60% DOS ESPAÇOS VENDIDOS, GARANTA HOJE A MELHOR POSIÇÃO PARA SUA MARCA!**

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

EVENTOS  
PARALELOS:

**LATIN  
AMERICAN  
ELECTRONICS**  
International Trade Show

**LATIN  
AMERICAN  
HOUSEWARES**  
International Trade Show

**LIGHTING  
SHOW**  
SÃO PAULO, BRASIL

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



Escaneie o QRcode  
e se torne um expositor

ORGANIZAÇÃO

Grupo  
**eletrolar**

REALIZAÇÃO

**azuloplay**  
Feiras e Eventos

MEDIA PARTNER

**ELETROLAR**  
SHOWS

APOIO INSTITUCIONAL

**ABRADI**

**ABRASA**

**abree**

**ICSACREF**

**ELETROS**

**greenelettron**

**UBRAFE**

**unicef**

**SEBRAE**