REVISTA
ELETROLAR NEWS
26 Anos / Years – nº 168 – 2025
REVISTA DE NEGÓCIOS PARA A INDÚSTRIA E O VAREJO DE ELETROELETRÔNICOS, ELETRODOMÉSTICOS, CELULARES, TI E UD
EDITORA C&C



ELETROLAR SHOW 2025 ALL CONNECTED
MOVIMENTOU R$ 2 BI EM NEGÓCIOS

+ DE 1.500 EXPOSITORES

+ DE 40 MIL VISITANTES

Em 2026, um evento ainda maior: mais de 100 mil m²

Eletrolar Show All Connected moved over BRL 2 billion in business volume – 40 thousand visitors, 1,500 exhibitors
In 2026, an even bigger event: more than 100 thousand m²

INTERNATIONAL TRADESHOW

15 A 17 DE JUNHO DE 2026

CENTRO BANAMEX - CIDADE DO MÉXICO

WWW.ELECTRONICSHOME.MX

- 20.000 M²
- +600 EXPOSITORES
- PRINCIPAIS MERCADOS
  MÉXICO, AMÉRICA LATINA
- USD $467 BILHÕES
  EM BENS IMPORTADOS AVALIADOS NO MÉXICO
- VIP BUYERS PROGRAM
  REUNIÕES PRÉ-AGENDADAS
- UM CENTRO DE CONEXÕES PARA A REGIÃO



O PALCO DAS ÚLTIMAS TENDÊNCIAS E INOVAÇÕES:

ELECTRONICS HOME MEXICO 2026 SUA FONTE DE NEGÓCIOS!

FEIRAS PARALELAS: global supplier

Contato:
Tel: +55 11 3197-4949
WhatsApp: +55 11 95304-2187
comercial@grupoeletrolar.com.br

ELECTRONICS HOME . Mexico

SUA PORTA DE ENTRADA PARA NOVOS MERCADOS

O Grupo Eletrolar All Connected expande horizontes e anuncia a segunda edição da Electronics Home Mexico em 2026. Será um marco no cenário de feiras de negócios internacionais.

Após 17 anos de sucesso da Eletrolar Show & Latin American Electronics no Brasil, essa expansão reforça nosso compromisso de conectar mercados e fomentar o intercâmbio comercial em toda a América Latina.

DESCUBRA O POTENCIAL DO MERCADO MEXICANO

CONECTIVIDADE SEM LIMITES

A Electronics Home Mexico reúne mais de 600 expositores e 20.000 visitantes, criando o ambiente perfeito para você expandir sua rede de contatos, fechar grandes negócios e gerar novas

CONECTE-SE COM O PODER DE COMPRA

A Electronics Home Mexico reúne tomadores de decisão das principais empresas do mercado, facilitando a prospecção de novos clientes e a concretização de negócios.

VISIBILIDADE GLOBAL

Oportunidade única para que empresas apresentem suas soluções inovadoras a um público internacional, altamente qualificado e em busca de novidades.

ACELERADO: MARKET GROWTH

Avaliado em US$ 94,8 bilhões em 2023, o mercado mexicano de eletrônicos está em rápida expansão, abrindo uma gama de oportunidades para empresas B2B.

PRINCIPAIS CATEGORIAS DE EXPOSIÇÃO

ELETRODOMÉSTICOS • CASA INTELIGENTE • COMUNICAÇÃO E CONECTIVIDADE • ÁUDIO E VÍDEO
INFORMÁTICA E GAMES • LINHA BRANCA • ELETROELETRÔNICOS • MOBILIDADE • SMARTPHONES • FITNESS
SAÚDE E BEM-ESTAR • UTILIDADES DOMÉSTIICAS • ILUMINAÇÃO

CONQUISTE O MERCADO MEXICANO

ELECTRONICS HOME MEXICO É A CHAVE DO SEU SUCESSO!

JUNTE-SE A NÓS EM 2026!

VENTILADORES

BRITANIA

QUEM TEM NÃO *ESQUENTA*

Qualidade nacional e variedade para todos os ambientes!



britaniaeletro britaniaeletrodomesticos /brit-nia-eletrodom-sticos

MAIOR PODER DE VENTILAÇÃO!



230W
DE POTÊNCIA

TECNOLOGIA MAXX FORCE
8 PÁS
MUITO MAIS VENTO

GRADE DE 57CM
HÉLICE DE 50CM

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 conveniente.

BRITÂNIA
Para Britaniar sua vida

Philco

EXTREME

SINTA A BATIDA.

300W
DE POTÊNCIA

ATÉ 30 HORAS
DE BATERIA[1]

RESISTENTE A
JATOS DE ÁGUA

FUNÇÃO
FLASH LIGHT

BLUETOOTH
V5.3



philco.com.br

Imagens meramente ilustrativas.
Em virtude das constantes aperfeiçoamentos em sua linha de produtos, a Philco reserva-se o direito de proceder, sem aviso prévio, às modificações técnicas que julgar convenientes. 1 - Duração estimada com uso no volume padrão e luzes desligadas.

NOVA LINHA DE SPEAKERS

POTÊNCIA,
CONECTIVIDADE
E SOM DE VERDADE.

Philco EXTREME
SINTA
90
ANOS DE TECNOLOGIA



@philcobrasil /philcobr @philcobr

Philco

AIR FRYER
É MONDIAL



Acesse:
/mondialbr

FOLHA TOP of MIND 2024

Existe um modelo de Air Fryer Mondial perfeito para você.

AIR FRYER É MONDIAL



MONDIAL

a escolha inteligente

aiwa
JAPANESE TECHNOLOGY SINCE 1951

Impulsione suas vendas com a **ousadia e a tecnologia** da AIWA.



@aiwabr // aiwa.com.br

AIWA. QUEM CONHECE QUER PRA SEMPRE.

POR AQUI, O FUTURO JÁ COMEÇOU – E ELE É PROMISSOR!

Em nome do Grupo Eletrolar, agradeço a toda a nossa equipe, aos expositores, compradores e visitantes que fizeram da Eletrolar Show 2025 uma edição memorável, o que nos impulsiona a construir algo ainda mais robusto para 2026. No próximo ano, transformaremos o Distrito Anhembi em um evento All Connected, multissetorial com foco no B2B2C, que ocupará 100 mil m², com novas feiras, categorias de produtos, espaços exclusivos, muito conteúdo estratégico e alcance digital superior a 40 milhões de consumidores nas redes sociais.

Toda a movimentação da Eletrolar Show o leitor acompanha nesta edição, que traz uma cobertura completa do evento. Em 2026, nosso compromisso é superar todas as expectativas por ser ano de Copa do Mundo, evento que movimenta setores estratégicos, especialmente o de eletroeletrônicos. Esta *Eletrolar News* 168 também apresenta uma viagem pelo Brasil com a reportagem sobre logística de entregas e seus desafios, as novidades em ar-condicionado e o Dossiê dedicado aos ventiladores. Em Páginas Verdes, está o Grupo Brinox.

Desejo a vocês muito sucesso e grandes negócios!

OVER HERE, THE FUTURE HAS ALREADY BEGUN – AND IT IS PROMISING!

On behalf of Grupo Eletrolar, I thank all our team, the exhibitors, buyers, and visitors who made Eletrolar Show 2025 a memorable edition, which drives us to build something even more robust for 2026. Next year, we will transform the Anhembi District into an All Connected event, multi-sector with focus on B2B2C, which will occupy 100,000 m², with new fairs, product categories, exclusive spaces, much strategic content, and digital reach greater than 40 million consumers on social networks.

All the movement of the Eletrolar Show the reader follows in this edition, which brings complete coverage of the event. In 2026, our commitment is to exceed all expectations because it is a World Cup year, an event that moves strategic sectors, especially that of electronics. This Eletrolar News 168 also presents a journey through Brazil with the report on delivery logistics and its challenges, the novelties in air conditioning and the Dossier dedicated to fans. In Green Pages, there is Grupo Brinox.

I wish you much success and great business!



CARLOS CLUR,
CEO DO GRUPO ELETROLAR ALL CONNECTED
CEO OF THE GRUPO ELETROLAR ALL CONNECTED

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

EXPEDIENTE - ANO 26 - Nº 168

YEAR 26 - Nº 168

CEO & Publisher - Carlos Clur - clur@grupoeletrolar.com
Diretor / *Director* **-** Mariano Botindari
Head de Vendas / *Head of Sales* **-** Márcia Gonçalves
Editora-chefe / *Chief Editor* **-** Leda Cavalcanti
(Jorn. resp. – MTb. 10.567) - leda@editoracec.com.br
Repórteres / *Reporters* **-** Dilnara Titara, Gustavo Sumares, Igor Lopes e Tatiana Sasaki - redacao@editoracec.com.br
Revisoras / *Reviewers* **-** Abgail Cardoso e Maria Inês Caravaggi
Fotografia / *Photography* **-** Fredy Uehara / Uehara Fotografia
Relações Públicas - Imprensa / *Public Relations - Press* **-** Dilnara Titara e Paola Fernandez
Arte / *Art* **-** Adalton Martins, Eugenio Tomaz, Caio Henrique Machi e Veronika Fabricio Lagrutta
Gerente de Marketing Internacional / *International Marketing Manager* **-** Roberta Zogbi
Marketing e Assinaturas / *Marketing and Subscriptions* **-** Tatiana Lopes
Publicidade / *Advertising* **-** Cintia Araujo, Eliana Cesario, Leonardo Ponce, Michele Vargas e Ricardo Kühl
Estagiários de Publicidade / *Advertising Trainees* **-** Heitor Bonan e Nina Ferri
Assistentes Comerciais / *Commercial Assistants* **-** Giselle Souza e Michele Vargas
Gerente Operacional / *Operations Manager* **-** Marcus Ferrari
Tradução / *Translation* **-** Ana Paula Ferreira e Roberta Zogbi
Eletrolar News é uma publicação da C&C Comercial do Brasil Ltda.
Rua Luigi Galvani, 42 - 5º andar
CEP 04575-020 - São Paulo - SP - Brasil
Tel: (55 11) 3197 4949
Fax: (55 11) 3035 1034
www.editoracec.com.br info@editoracec.com.br

Grupo Eletrolar Argentina
Av. Córdoba, 5.869, 1º A
(C1414BBE) CABA - Buenos Aires - Argentina
Tels. (54 11) 4773-5656 / 7371 / 8737
www.editoracyc.com.ar info@editoracyc.com.ar

Grupo Eletrolar LLC
66 W Flagler ST # 989
33130 - Miami - FL - USA
Tels. +1 786 600 1816
www.grupoeletrolar.com commercial@grupoeletrolar.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.*

Viva o lado bom do calor

A escolha inteligente
para turbinar suas vendas
e refrescar o ambiente

VENTILADOR É MONDIAL





Acesse: /mondialbr

MONDIAL
a escolha inteligente

LANÇAMENTOS

Fischer

NOVIDADES COM TRADIÇÃO EM VENDER BEM.





CERVEJEIRA FISCHER

INFINITY MULTI 92L

Com temperatura ajustável de -6°C a 18°C, pode ser utilizada como frigobar ou adega. Tem painel touch, refrigeração rápida e Modo Eco.



AIR FRYER FISCHER

DUAL GRILL 4L

Design exclusivo capaz de assar uma pizza inteira e dupla resistência para mais eficiência no preparo sem precisar agitar o cesto.

AIR FRYER FISCHER

DUAL GRILL 6L

Ainda mais espaço para família. Um produto 4 em 1: frita, assa, reaquece e desidrata. Conta com 9 receitas pré-programadas com a praticidade de um toque.



AIR FRYER **PRIME DIGITAL 6L**

AIR FRYER **SMART 8L**



1ª AIR FRYER **SMART** DO **BRASIL**

AIR FRYERS FISCHER. **CONHEÇA A LINHA COMPLETA.**

Fischer | QUEM TEM, FAZ BEM.

Acesse e saiba mais **fischer.com.br** **fischer.oficial**


PRATICIDADE E EFICIÊNCIA
PARA UMA
LIMPEZA inteligente!
O **Robô Aspirador ASP 018 Black** une tecnologia e design moderno para uma limpeza prática e eficiente. Multifuncional, conta com 3 funções: aspira, limpa e passa pano. Com filtragem dupla, mantém sua casa limpa e o ar mais puro.
Amvox
CONTROLE REMOTO
LIMPA, ASPIRA E PASSA PANO
FILTRAGEM DUPLA
@amvox_
@amvox_
amvoxbrasil
company/amvox
amvox.com.br

SUPER **SILENCIOSO**

POTÊNCIA DE **130W**

6 PÁS

SUPER **TURBO** **50 CM**



MUITO MAIS vento

Torne os dias quentes mais agradáveis com o lançamento **AMV 4126, Ventilador de Mesa Amvox.**

Amvox®

SUMÁRIO

EDIÇÃO 168

SUMMARY

EDITION 168



pág. 94

ELETROLAR SHOW: 20 ANOS COM RECORDES

FEIRA MAIS QUE DOBROU DE TAMANHO. RESULTADOS FORAM SUPERLATIVOS.

ELETROLAR SHOW: 20 YEARS WITH RECORDS – *FAIR MORE THAN DOUBLED IN SIZE. RESULTS WERE SUPERLATIVE.*

EDITORIAL 12

PÁGINAS VERDES

GRUPO BRINOX: PESSOAS, PLANETA E GOVERNANÇA SÃO PILARES DA POLÍTICA DE SUSTENTABILIDADE

GREEN PAGES – *GRUPO BRINOX: PEOPLE, PLANET AND GOVERNANCE ARE PILLARS OF THE SUSTAINABILITY POLICY* 20

PESQUISA NIELSENIQ

VENDAS DE BENS DURÁVEIS CRESCEM NO 1º QUADRIMESTRE DE 2025

NIELSENIQ RESEARCH – *DURABLE GOODS SALES GROW IN THE 1ST FOUR-MONTH PERIOD OF 2025* 32

LOGÍSTICA

DESAFIOS DO BRASIL REAL

LOGISTICS – *CHALLENGES OF THE REAL BRAZIL* 38

EVENTO PRESIDENTES

MERCADO SE REÚNE NA HOMENAGEM AO VAREJO

PRESIDENTS EVENT – *MARKET GATHERS IN THE TRIBUTE TO RETAIL* 55

FEIRAS INTERNACIONAIS

ELECTRONICS HOME MÉXICO E ARGENTINA: CONEXÃO COM A AMÉRICA LATINA

INTERNATIONAL FAIRS – *ELECTRONICS HOME MEXICO AND ARGENTINA: CONNECTION WITH LATIN AMERICA* 66



AR-CONDICIONADO

TEMPORADA PRIMAVERA/VERÃO PROMETE AQUECER O MERCADO

AIR CONDITIONER – *SPRING/SUMMER SEASON PROMISES TO HEAT UP THE MARKET* 72

CONGRESS BRAZIL MOBILE

EVENTO EXCLUSIVO PARA O SETOR MOBILE

CONGRESS BRAZIL MOBILE – *EXCLUSIVE EVENT FOR THE MOBILE SECTOR* 88

COMPRADORES

IA, MOBILIDADE ELÉTRICA E ELETROPORTÁTEIS SÃO APOSTAS DO SEMESTRE

BUYERS – *AI, ELECTRIC MOBILITY AND SMALL APPLIANCES ARE BETS OF THE SEMESTER* 258

GLOBAL SUPPLIER

PLATAFORMA DE NEGÓCIOS VOLTADA À INOVAÇÃO TECNOLÓGICA

GLOBAL SUPPLIER – *BUSINESS PLATFORM FOCUSED ON TECHNOLOGICAL INNOVATION* 278

CADERNO ELETROCAR SHOW

NOVIDADES DO MERCADO ELETRIFICADO

ELETROCAR SHOW NOTEBOOK – *NOVELTIES OF THE ELECTRIFIED MARKET* 290

DOSSIÊ

VENTILADORES: RETOMADA DAS VENDAS COM OS DIAS MAIS QUENTES

DOSSIER – *FANS: RESUMPTION OF SALES WITH THE HOTTER DAYS* 302

ARTIGOS – ARTICLES

ABCOMM 308

ABRADISTI 309

ABRASA 310

ABREE 312

ACSP 313

ELETROS 314

FECOMERCIOSP 316

GREEN ELETRON 317

SUFRAMA 318

THINK PLASTIC BRASIL 319



PÁGINAS VERDES

GREEN PAGES

PENSE VERDE, RESPONSABILIDADE & SUSTENTABILIDADE

Green Talk

Por / by **Tatiana Sasaki**

GRUPO BRINOX: COMPROMISSO COM UM FUTURO SUSTENTÁVEL

GRUPO BRINOX: COMMITMENT TO A SUSTAINABLE FUTURE

INICIATIVAS AMBIENTAIS, SOCIAIS E DE GOVERNANÇA MOLDAM A JORNADA DA EMPRESA.

ENVIRONMENTAL, SOCIAL, AND GOVERNANCE INITIATIVES SHAPE THE COMPANY'S JOURNEY.



Sobre / *About*

Formada em Administração de Empresas pela Universidade Federal de Santa Maria, Céliz Gonzatto acumula duas décadas de experiência em gestão de pessoas. Com passagem por empresas como Randon e Arezzo&Co., está há oito anos no Grupo Brinox, atuando para consolidar o RH como parceiro estratégico do negócio. Possui especializações nas áreas empresarial e de gestão de pessoas, além de certificação como conselheira TrendsInnovation. Engajada na causa do enfrentamento à violência contra a mulher, é palestrante, mentora e fundadora do Núcleo Caxias do Sul do Grupo Mulheres do Brasil.

Graduated in Business Administration from the Federal University of Santa Maria, Céliz Gonzatto has two decades of experience in people management. With a career at companies such as Randon and Arezzo&Co., she has been at Grupo Brinox for eight years, working to consolidate HR as a strategic business partner. She has specializations in business and people management areas, in addition to certification as a TrendsInnovation counselor. Engaged in the cause of combating violence against women, she is a speaker, mentor, and founder of the Caxias do Sul branch of the Grupo Mulheres do Brasil.

CÉLIZ GONZATTO,
gerente de RH, sustentabilidade e compliance do Grupo Brinox
HR, sustainability and compliance manager at Grupo Brinox

No mercado desde 1988, o Grupo Brinox reúne mais de 2.600 itens em seu portfólio, distribuídos entre quatro marcas: Brinox, Coza, Haus Concept e Rasco. Com a missão de oferecer soluções que transformem positivamente o dia a dia das pessoas, a empresa se consolidou como um dos principais players de houseware do Brasil.

Presente em todos os Estados brasileiros, também exporta para países da América do Sul, América Central, América do Norte, África e Oriente Médio. Conta com unidades fabris e centros de distribuição em Caxias do Sul (RS) e Linhares (ES), showroom em São Paulo, escritório de apoio logístico em Guangzhou (China) e parceiros comerciais em todos os continentes.

Comprometida com a sustentabilidade, a Brinox adota práticas responsáveis em toda a sua cadeia produtiva. A empresa utiliza energia de fonte renovável em seus processos industriais e, mais recentemente, passou a investir no desenvolvimento de linhas fabricadas com materiais reciclados. O compromisso com a redução do impacto ambiental está presente em todas as etapas: da escolha de matérias-primas e fornecedores à produção, logística e destinação final dos produtos. A seguir, Céliz Gonzatto, gerente de RH, sustentabilidade e compliance, detalha como essa jornada sustentável se materializa na prática:

In the market since 1988, Grupo Brinox gathers more than 2,600 items in its portfolio, distributed among four brands: Brinox, Coza, Haus Concept and Rasco. With the mission of offering solutions that positively transform people's daily lives, the company has consolidated itself as one of the main players in houseware in Brazil.

Present in all Brazilian States, it also exports to countries in South America, Central America, North America, Africa and the Middle East. It has manufacturing units and distribution centers in Caxias do Sul (RS) and Linhares (ES), a showroom in São Paulo, a logistics support office in Guangzhou (China), and commercial partners on all continents.

Committed to sustainability, Brinox adopts responsible practices throughout its entire production chain. The company uses energy from renewable sources in its industrial processes and, more recently, has started to invest in the development of lines manufactured with recycled materials. The commitment to reducing environmental impact is present in all stages: from the choice of raw materials and suppliers to production, logistics, and the final destination of the products. Below, Céliz Gonzatto, HR, sustainability, and compliance manager, details how this sustainable journey materializes in practice:



"Toda a nossa produção é movida por energia limpa, com 100% das instalações abastecidas por fontes renováveis. Essa iniciativa evita a emissão de centenas de toneladas de CO^2 todos os anos."

"All our production is powered by clean energy, with 100% of facilities supplied by renewable sources. This initiative prevents the emission of hundreds of tons of CO^2 every year."

COMO A BRINOX ESTRUTURA SEU PROGRAMA DE SUSTENTABILIDADE? QUAIS SÃO AS PRINCIPAIS FRENTES DE ATUAÇÃO?

CÉLIZ GONZATTO – Nossa Política de Sustentabilidade está organizada em três pilares: Pessoas, Planeta e Governança. Para colocá-los em prática, criamos o programa Nossa Ca[u]sa, que orienta todas as iniciativas ambientais, sociais e de governança da empresa. No pilar Planeta, atuamos com ações ambientais com foco em economia circular, emissões, uso responsável de recursos e educação ambiental e engajamento. Em Pessoas, trabalhamos temas de responsabilidade social como saúde, segurança, bem-estar, diversidade, equidade e inclusão. Já o pilar de Governança garante transparência nos relatos, gestão ética e avaliação de impactos, alinhando nossas práticas ao nosso propósito de trilhar uma jornada em direção a um futuro sustentável.

QUAIS METAS AMBIENTAIS E SOCIAIS A EMPRESA DEFINIU PARA OS PRÓXIMOS ANOS E COMO PRETENDE ALCANÇÁ-LAS?

CG – Buscamos atender nosso propósito de sustentabilidade através dos objetivos estratégicos do Programa Nossa Ca[u]sa, que direcionam a elaboração de metas, projetos e iniciativas. **Nossas metas ambientais estão ligadas à redução de resíduos, circularidade e reaproveitamento de materiais e uso responsável de recursos naturais.** No âmbito social, buscamos fortalecer a diversidade e o desenvolvimento contínuo dos colaboradores. **Queremos evoluir progressivamente para um ciclo produtivo mais sustentável, e um exemplo concreto é a meta que definimos no último ano: garantir que 30% da matéria-prima dos produtos Coza seja composta por polímeros reciclados até 2030**. Para isso, estamos implementando controle de insumos, incentivando a redução do uso de materiais virgens e aplicando ferramentas de design ecoeficiente nos produtos.

HOW DOES BRINOX STRUCTURE ITS SUSTAINABILITY PROGRAM? WHAT ARE THE MAIN LINES OF ACTION?

CÉLIZ GONZATTO *– Our Sustainability Policy is organized into three pillars: People, Planet, and Governance. To put them into practice, we created the program Nossa Causa (Our Cause), which guides all the company's environmental, social, and governance initiatives. In the Planet pillar, we act with environmental actions focused on circular economy, emissions, responsible use of resources, and environmental education and engagement. In People, we work on social responsibility issues such as health, safety, well-being, diversity, equity, and inclusion. The Governance pillar ensures transparency in reports, ethical management, and impact assessment, aligning our practices with our purpose of pursuing a journey toward a sustainable future.*

WHAT ENVIRONMENTAL AND SOCIAL GOALS HAS THE COMPANY SET FOR THE COMING YEARS AND HOW DOES IT INTEND TO ACHIEVE THEM?

CG *– We seek to meet our sustainability purpose through the strategic objectives of the Nossa Causa Program, which direct the elaboration of goals, projects, and initiatives.* ***Our environmental goals are linked to waste reduction, circularity and reuse of materials, and responsible use of natural resources.*** *In the social sphere, we seek to strengthen diversity and the continuous development of employees.* ***We want to progressively evolve towards a more sustainable production cycle, and a concrete example is the goal we defined last year: to ensure that 30% of the raw material of Coza products is composed of recycled polymers by 2030.*** *For this, we are implementing input control, encouraging the reduction of the use of virgin materials, and applying eco-efficient design tools in the products.*



DE QUE FORMA A BRINOX ATUA PARA REDUZIR O IMPACTO AMBIENTAL EM SUA CADEIA PRODUTIVA?

CG – **Nosso olhar é para todo o ciclo de vida do produto, da escolha da matéria-prima e do fornecedor, passando pela produção e logística, até a destinação final. Investimos em ferramentas de economia circular para desenhar produtos e embalagens com foco na redução do impacto ambiental.** Através da hierarquia dos 5 Rs, focamos na redução de componentes, na priorização de materiais reciclados e recicláveis, no gerenciamento otimizado de sucata e no reaproveitamento de resíduos, além de sensibilizar e educar todos os atores envolvidos.

CADA VEZ MAIS INDÚSTRIAS INVESTEM EM LOGÍSTICA REVERSA E DESCARTE CONSCIENTE. QUAIS INICIATIVAS NESSE SENTIDO JÁ ESTÃO EM PRÁTICA NA BRINOX?

CG – Nas nossas lojas próprias, os clientes encontram Pontos de Entrega Voluntária para devolver utensílios domésticos usados, garantindo uma destinação ambientalmente correta. Também incentivamos a redução de embalagens descartáveis com iniciativas como "Pode ser na Caixa", integrada ao Programa de Fidelidade Sustentável das Lojas Brinox, que recompensa atitudes responsáveis e promove conscientização e impacto positivo. Outra iniciativa que promove o descarte correto passa pelo processo de design dos nossos produtos, priorizando peças feitas de um único material para facilitar sua

IN WHAT WAY DOES BRINOX ACT TO REDUCE ENVIRONMENTAL IMPACT IN ITS PRODUCTION CHAIN?

CG – Our focus is on the entire product life cycle, from the choice of raw materials and suppliers, through production and logistics, to the final destination. We invest in circular economy tools to design products and packaging with a focus on reducing environmental impact. *Through the hierarchy of the 5 Rs, we focus on the reduction of components, prioritization of recycled and recyclable materials, optimized scrap management, and reuse of waste, in addition to raising awareness and educating all actors involved.*

MORE AND MORE INDUSTRIES ARE INVESTING IN REVERSE LOGISTICS AND CONSCIOUS DISPOSAL. WHAT INITIATIVES IN THIS SENSE ARE ALREADY IN PRACTICE AT BRINOX?

CG *– In our own stores, customers find Voluntary Delivery Points to return used household utensils, ensuring an environmentally correct destination. We also encourage the reduction of disposable packaging with initiatives such as "It Can Be in the Box," integrated into the Brinox Stores' Sustainable Loyalty Program, which rewards responsible attitudes and promotes awareness and positive impact. Another initiative that promotes correct disposal goes through the design process of our products, prioritizing pieces made of a single material to facilitate their post-consumer recycling and through the standardization of information on packaging to guide disposal by the consumer.*

> **"Atuamos ativamente no enfrentamento da violência contra mulheres. Para conscientizar a sociedade sobre a importância de enfrentar e prevenir esse problema, criamos o movimento Todas*Seguras."**
>
> *We act actively in combating violence against women. To raise society's awareness about the importance of confronting and preventing this problem, we created the TodasSeguras* (All Safe) movement.*

reciclagem pós-consumo e pela padronização das informações nas embalagens para orientar o descarte pelo consumidor.

QUAIS AÇÕES VOLTADAS À EFICIÊNCIA ENERGÉTICA E REDUÇÃO DA EMISSÃO DE CARBONO A EMPRESA IMPLANTOU NAS FÁBRICAS E CENTROS DE DISTRIBUIÇÃO?
CG – **Toda a nossa produção é movida por energia limpa, com 100% das instalações abastecidas por fontes renováveis. Essa iniciativa evita a emissão de centenas de toneladas de CO^2 todos os anos.** Somado a isso, adotamos medidas contínuas para otimizar processos e reduzir nosso consumo energético. Nossas práticas de circularidade também contribuem para a redução da pegada de carbono, por meio da redução de sucata, diminuição de desperdícios e destinação otimizada dos resíduos, priorizando a reciclagem e o desvio de aterros sanitários.

COMO A BRINOX TRABALHA O PILAR SOCIAL DO ESG, ESPECIALMENTE NO RELACIONAMENTO COM COLABORADORES, COMUNIDADES E FORNECEDORES?
CG – Valorizamos um ambiente de trabalho seguro, inclusivo e com oportunidades de crescimento, promovendo treinamentos contínuos e programas voltados à saúde e qualidade de vida. Na relação com fornecedores, exigimos práticas responsáveis e compramos 80% das matérias-primas no mercado nacional, além de estarmos trabalhando em critérios socioambientais para acompanhamento de toda a cadeia produtiva.

Nossa atuação social também é um pilar essencial. **Atuamos ativamente no enfrentamento da violência**

WHAT ACTIONS AIMED AT ENERGY EFFICIENCY AND REDUCTION OF CARBON EMISSIONS HAS THE COMPANY IMPLEMENTED IN FACTORIES AND DISTRIBUTION CENTERS?
***CG** – **All our production is powered by clean energy, with 100% of facilities supplied by renewable sources. This initiative prevents the emission of hundreds of tons of CO^2 every year.** In addition, we have adopted continuous measures to optimize processes and reduce our energy consumption. Our circularity practices also contribute to reducing the carbon footprint, through scrap reduction, waste reduction, and optimized waste destination, prioritizing recycling and landfill diversion.*

HOW DOES BRINOX WORK ON THE SOCIAL PILLAR OF ESG, ESPECIALLY IN THE RELATIONSHIP WITH EMPLOYEES, COMMUNITIES, AND SUPPLIERS?
***CG** – We value a safe, inclusive work environment with growth opportunities, promoting continuous training and programs aimed at health and quality of life. In the relationship with suppliers, we require responsible practices and purchase 80% of raw materials in the domestic market, in addition to working on socio-environmental criteria to monitor the entire production chain.*

Our social action is also an essential pillar. ***We act actively in combating violence against women. An urgent problem, with social and cultural roots, that affects millions of Brazilian women.*** *To raise society's awareness about the importance of confronting and preventing this problem, we created the TodasSeguras* (All Safe) movement, structured on four pillars: internal mobilization, community action, training of women for the job market, and a social product, which from the sale of an*

contra mulheres. Um problema urgente, de raízes sociais e culturais, que afeta milhões de brasileiras. Para conscientizar a sociedade sobre a importância de enfrentar e prevenir esse problema, criamos o movimento Todas*Seguras, estruturado em quatro pilares: mobilização interna, atuação nas comunidades, formação de mulheres para o mercado de trabalho e um produto social, que a partir da venda de um copo exclusivo reverte recursos para projetos e entidades que apoiam mulheres em situação de violência doméstica. Desde 2018, nosso compromisso já possibilitou a capacitação de mais de 400 mulheres, impulsionando carreiras e criando oportunidades.

A EMPRESA UTILIZA MATÉRIAS-PRIMAS RECICLADAS OU RECICLÁVEIS NA PRODUÇÃO? PODE DETALHAR EM QUAIS LINHAS?

CG – Sim. Nossas principais matérias-primas (alumínio, inox e polímeros PP) são 100% recicláveis. Também priorizamos o uso de insumos reciclados no nosso portfólio de produtos. Para a Coza, na linha Flora, por exemplo, incorporamos polímeros PCR (plásticos pós-consumo), oriundos de produtos já utilizados e descartados pelo consumidor. Iniciativa que contribui para reduzir o uso de plásticos virgens, diminuir emissões de gases de

exclusive cup channels resources to projects and entities that support women in situations of domestic violence. Since 2018, our commitment has already enabled the training of more than 400 women, boosting careers and creating opportunities.

DOES THE COMPANY USE RECYCLED OR RECYCLABLE RAW MATERIALS IN PRODUCTION? CAN YOU DETAIL IN WHICH LINES?

CG** – Yes. Our main raw materials (aluminum, stainless steel, and PP polymers) are 100% recyclable. We also prioritize the use of recycled inputs in our product portfolio. For Coza, in the Flora line, for example, we incorporated PCR polymers (post-consumer plastics), derived from products already used and discarded by the consumer. An initiative that contributes to reducing the use of virgin plastics, decreasing greenhouse gas emissions, and encouraging recycling, strengthening cooperatives and collectors.* ***The Flora Ocean line went even further by using recycled polymers collected in cities near the coast, stimulating the circular economy in



efeito estufa e incentivar a reciclagem, fortalecendo cooperativas e catadores. **A linha Flora Ocean avançou ainda mais ao utilizar polímeros reciclados coletados em cidades próximas ao litoral, estimulando a economia circular em comunidades costeiras e ajudando a evitar que esses resíduos cheguem aos oceanos.** Já a linha Green Planet da Brinox foi desenvolvida com estrutura de alumínio reciclado e cabos regenerados com matérias-primas renováveis. Só nessa linha, já aplicamos mais de 54 toneladas de alumínio reciclado, reforçando nosso compromisso com a circularidade.

QUAIS FORAM OS PRINCIPAIS DESAFIOS NO DESENVOLVIMENTO DAS LINHAS GREEN PLANET E FLORA OCEAN E QUAL A IMPORTÂNCIA DELAS NO PORTFÓLIO DO GRUPO?

CG – Essas linhas traduzem nossa visão de futuro, produtos com menor impacto ambiental que convidam o consumidor a ser parte ativa dessa transformação. **A linha Green Planet trouxe panelas com alumínio reciclado e cabos regenerados, enquanto a Flora Ocean utiliza como matéria prima plásticos pós-consumo coletados em cidades a até 50 km do litoral, contribuindo para a prevenção da poluição marinha.** O grande desafio foi desenvolver fornecedores e tecnologias alinhados às nossas premissas de sustentabilidade, e que se adequassem ao processo produtivo existente, mantendo o padrão de qualidade e design do Grupo Brinox, com um produto atraente ao consumidor final, sem perder a pegada ambiental reduzida. ■■

coastal communities and helping to prevent this waste from reaching the oceans. *The Brinox Green Planet line was developed with a structure of recycled aluminum and regenerated handles with renewable raw materials. In this line alone, we have already applied more than 54 tons of recycled aluminum, reinforcing our commitment to circularity.*

WHAT WERE THE MAIN CHALLENGES IN DEVELOPING THE GREEN PLANET AND FLORA OCEAN LINES AND WHAT IS THEIR IMPORTANCE IN THE GROUP'S PORTFOLIO?

CG *– These lines translate our vision of the future, products with lower environmental impact that invite the consumer to be an active part of this transformation.* ***The Green Planet line brought pans with recycled aluminum and regenerated handles, while Flora Ocean uses as raw material post-consumer plastics collected in cities up to 50 km from the coast, contributing to the prevention of marine pollution.*** *The great challenge was to develop suppliers and technologies aligned with our sustainability premises, and that adapted to the existing production process, maintaining the quality and design standard of Grupo Brinox, with an attractive product for the end consumer, without losing the reduced environmental footprint.* ■■



HK ONYX STUDIO 9

TUDO SOA EXTRAORDINÁRIO



Transforme sua experiência sonora com áudio de alta qualidade, vocais cristalinos, agudos nítidos e graves profundos. A tecnologia Constant Sound Field da Harman Kardon Onyx Studio 9 amplia o palco sonoro e melhora a clareza. Com alça de alumínio reciclado e bateria de até 8 horas, traz praticidade e facilidade no transporte. A porta USB recarrega o seu dispositivo enquanto você ouve música, e o ajuste automático garante o melhor som em qualquer ambiente. O aplicativo Harman Kardon One permite personalizar o áudio e controlar outras caixas compatíveis, conectando 2 caixas iguais através para ter um som estéreo ou emparelhando quantos produtos compatíveis* você quiser através da tecnologia Auracast®.

*produtos compatíveis com tecnologia Auracast.

harmankardonbrasil
harmankardon.com.br

harman/kardon
by HARMAN

É mais que bom.
É Dako. 90 anos DAKO

SURPREENDE

A família **Supreme** da Dako cresceu!

Uma afirmação de bom gosto, pensada para despertar o extraordinário na sua cozinha

LANÇAMENTO



Nova cor Titanium, única no mercado!



Queimadores Tripla Chama em todas as versões 5 bocas



Painel Digital Touch



Novo puxador ergonômico de alumínio escovado

@dakoeletrodomésticos

Linha Agile Up

Para mais qualidade e confiança
na cozinha brasileira





Design renovado

Pés altos e robustos
que facilitam a limpeza

Visor do forno
mais amplo

Acendimento automático
"girou, clicou, acendeu"

75 anos O BRASIL ADORA ATLAS

@atlaseletrodomésticos



COM FOCO NO CONSUMIDOR BRASILEIRO, KÄRCHER AMPLIA PRESENÇA NO VAREJO E REFORÇA LIDERANÇA MUNDIAL

Com 90 anos de história global e 50 anos de atuação no Brasil, a alemã Kärcher atravessa um dos seus melhores momentos no País. Após um crescimento expressivo em 2024, com dois dígitos de alta no mercado nacional, a empresa mantém a tendência em 2025 e consolida sua liderança no setor de lavadoras de alta pressão. A marca também teve seu título no *Guinness World Records* renovado neste ano como a fabricante que mais vende lavadoras de alta pressão no mundo.

Boa parte desse desempenho vem da atuação no varejo brasileiro, onde a Kärcher investe em um portfólio amplo e adaptado às necessidades locais. A lavadora de alta pressão Kärcher Compacta, por exemplo, segue como uma das mais vendidas do País, com foco em quem busca praticidade e eficiência. Já os modelos Kärcher Portátil e Wash Jet, lançados em 2025, vêm conquistando consumidores que precisam de equipamentos leves, fáceis de armazenar, mas com alta performance.

"O consumidor brasileiro valoriza cada vez mais equipamentos que otimizem tempo e espaço, sem abrir mão de eficiência e alta performance", afirma Luiz Boranga, gerente nacional de vendas da Kärcher Brasil. "Nosso crescimento acompanha essa mudança de comportamento, ao mesmo tempo que reflete o cenário positivo do setor de bens duráveis e o avanço da profissionalização do varejo, especialmente no segmento de ferramentas e utilidades domésticas. Isso é possível graças ao nosso forte relacionamento e presença nos varejos nacionais e regionais, com equipes focadas em cada realidade, garantindo que nossas soluções cheguem de forma eficaz ao consumidor."

Outros modelos consolidados, como a K2 e a K3, seguem com alta aceitação no varejo. Equipadas com diversos acessórios, essas lavadoras atendem a diferentes necessidades do dia a dia. Para demandas mais intensas, a Kärcher oferece as versões K3.98, K4 e K5, com maior potência e robustez.

Outro foco da marca é a mobilidade. Modelos com bateria recarregável e tanque de água integrado ampliam as possibilidades de uso fora de ambientes com rede elétrica ou abastecimento fixo, e já foram reconhecidos com prêmios internacionais por inovação e design.

No mercado profissional, o destaque segue com a lavadora HD 585, fabricada no Brasil há 28 anos. O modelo recebeu um facelift em 2024, mantendo seu desempenho técnico, mas com visual atualizado, mais alinhado ao padrão atual de robustez e ergonomia.

Com um portfólio que vai do uso doméstico à limpeza profissional, a Kärcher aposta na combinação entre inovação, escala e atenção às demandas regionais para seguir crescendo no País.

KÄRCHER

Para mais informações sobre a Kärcher acesse: https://www.karcher.com.br/

guzzini
MADE IN ITALY SINCE 1912




IDEAS



COBERTURA ES 2025 NIELSENIQ

COVERAGE ES 2025 / NIELSENIQ

VENDAS DE BENS DURÁVEIS CRESCEM NO 1º QUADRIMESTRE DE 2025

SALES OF DURABLE GOODS GROW IN THE 1ST FOUR-MONTH PERIOD OF 2025

ALTA FOI PUXADA PELO AUMENTO NO PREÇO DE PRODUTOS DE TELECOM E TI E PELO AVANÇO DAS VENDAS ONLINE.

INCREASE WAS DRIVEN BY THE RISE IN THE PRICE OF TELECOM AND IT PRODUCTS AND BY THE ADVANCE OF ONLINE SALES.



MATEUS RABELO

O mercado de tecnologia e bens duráveis no Brasil registrou crescimento no primeiro quadrimestre de 2025 na comparação com o mesmo período de 2024. **De acordo com levantamento da NielsenIQ, apresentado na 18ª edição da feira Eletrolar Show, o volume de unidades vendidas aumentou em 4%, passando de 61 milhões para 64 milhões.**

Em termos de faturamento, a expansão foi de 8%, com o valor total subindo de R$ 54 bilhões para R$ 59 bilhões. **"Na comparação entre janeiro e abril de 2025 com o mesmo período de 2024, observamos um crescimento expressivo, especialmente quando a gente fala de linha branca: tivemos aumento de 4% em unidades vendidas", disse Mateus Rabelo, gerente sênior da NielsenIQ.**

The technology and durable goods market in Brazil registered growth in the first four-month period of 2025 compared to the same period in 2024. ***According to a survey by NielsenIQ, presented at the 18th edition of the Eletrolar Show fair, the volume of units sold increased by 4%, going from 61 million to 64 million.***

In terms of revenue, the expansion was 8%, with the total value rising from R$ 54 billion to R$ 59 billion. ***"In the comparison between January and April of 2025 against the same period of 2024, we observed an expressive growth, especially when we talk about the white line: we had an increase of 4% in units sold," said Mateus Rabelo, senior manager at NielsenIQ.***



O avanço no faturamento do setor, conforme Mateus, foi muito influenciado por um aumento de preço em cestas de produtos específicos, como telecomunicações e informática (TI). Ambas as categorias apresentaram avanço de 10% no preço médio dos produtos no período analisado.

COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

Houve, também, uma mudança no comportamento do consumidor. **"A dinâmica de canais de venda tem mostrado uma contínua migração do consumo para o ambiente digital. As lojas físicas viram sua participação no total de unidades vendidas cair de 49% para 46% entre o primeiro quadrimestre de**

The advance in sector revenue, according to Mateus, was much influenced by a price increase in baskets of specific products, such as telecommunications and information technology (IT). Both categories showed an advance of 10% in the average price of products in the analyzed period.

CONSUMER BEHAVIOR

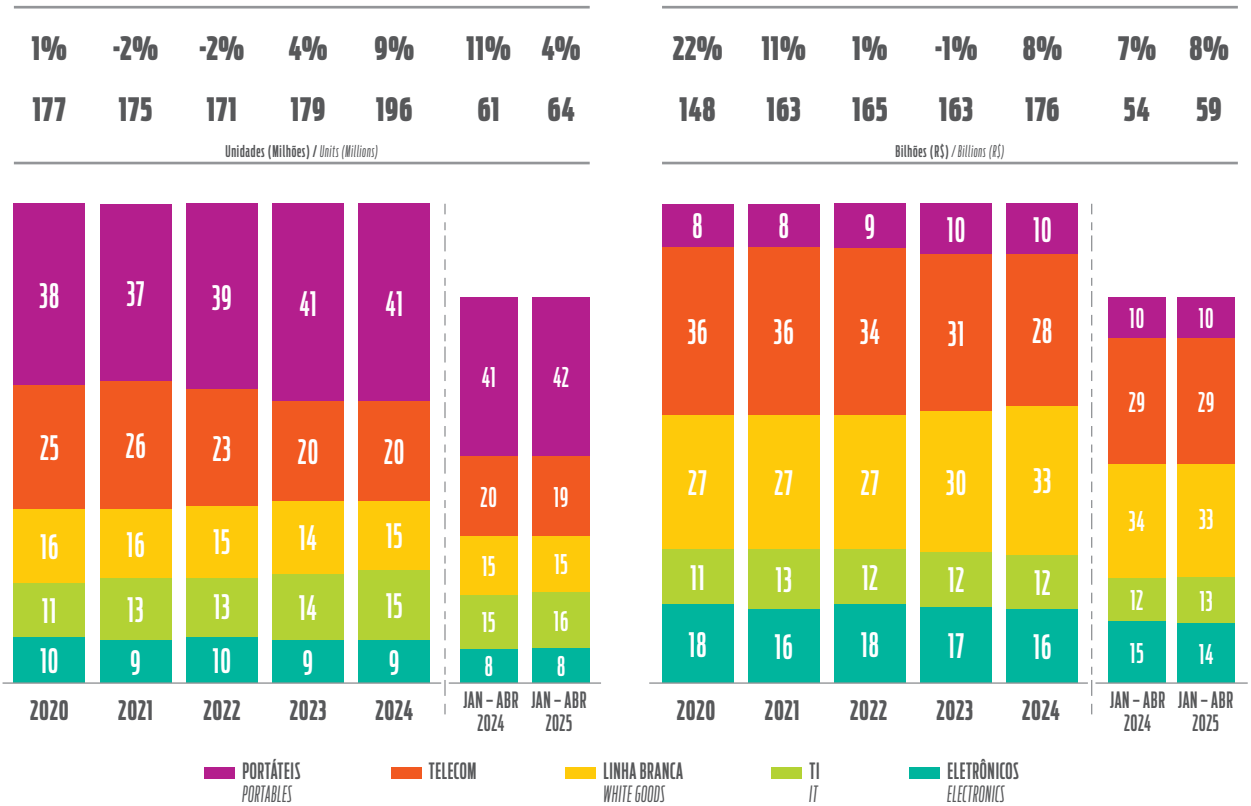
There was also a change in consumer behavior. ***"The dynamics of sales channels have shown a continuous migration of consumption to the digital environment. Physical stores saw their participation in the total units sold fall from 49% to 46% between the first four-month period of 2024 and that of 2025.***

PRIMEIRO QUADRIMESTRE DE 2025 AVANÇA CONTRA FORTE BASE DE 2024. PORTÁTEIS E TI GANHAM ESPAÇO NO MIX

FIRST FOUR-MONTH PERIOD OF 2025 ADVANCES AGAINST STRONG BASE OF 2024. PORTABLES AND IT GAIN SPACE IN THE MIX

T & D | Brasil | Unidades e Valor: Variação, Número Absoluto e Peso de Cestas | 2020 – 2025

T&D | Brazil | Units and Value: Variation, Absolute Number and Basket Weight | 2020 - 2025



2024 e o de 2025. Enquanto isso, as vendas online ampliaram seu espaço", contou Mateus.

A análise do perfil de consumo por segmento de preço revelou um crescimento em volume sustentado por produtos de entrada. **"A motivação de compra do consumidor varia de forma considerável entre as diferentes categorias de produtos, indicando distintos estágios de maturidade do mercado", explicou o gerente sênior da NielsenIQ.**

Tablets e aspiradores de pó, por exemplo, se destacaram pela alta incidência de primeira compra, representando 50% e 32% das aquisições, respectivamente. Para categorias como smartphones e televisores, a principal razão de compra é o upgrade de um produto antigo, motivo alegado por 59% dos compradores de celulares e 51% dos de TVs.

Por último, Mateus falou sobre um período importante: o Dia das Mães. A data de 2025 confirmou a tendência de crescimento para o setor de bens duráveis, com alta de 7% em unidades e de 15% em valor na comparação com 2024. No mercado de smartphones, os consumidores revelaram uma preferência por aparelhos com maior capacidade de armazenamento e tecnologia mais recente. ■■

Meanwhile, online sales expanded their space," said Mateus.

*The analysis of the consumption profile by price segment revealed a growth in volume sustained by entry-level products**. "The consumer's purchase motivation varies considerably among the different product categories, indicating different stages of market maturity," explained the senior manager of NielsenIQ.***

Tablets and vacuum cleaners, for example, stood out for the high incidence of first purchase, representing 50% and 32% of acquisitions, respectively. For categories such as smartphones and televisions, the main reason for purchase is the upgrade of an old product, a reason stated by 59% of cell phone buyers and 51% of TV buyers.

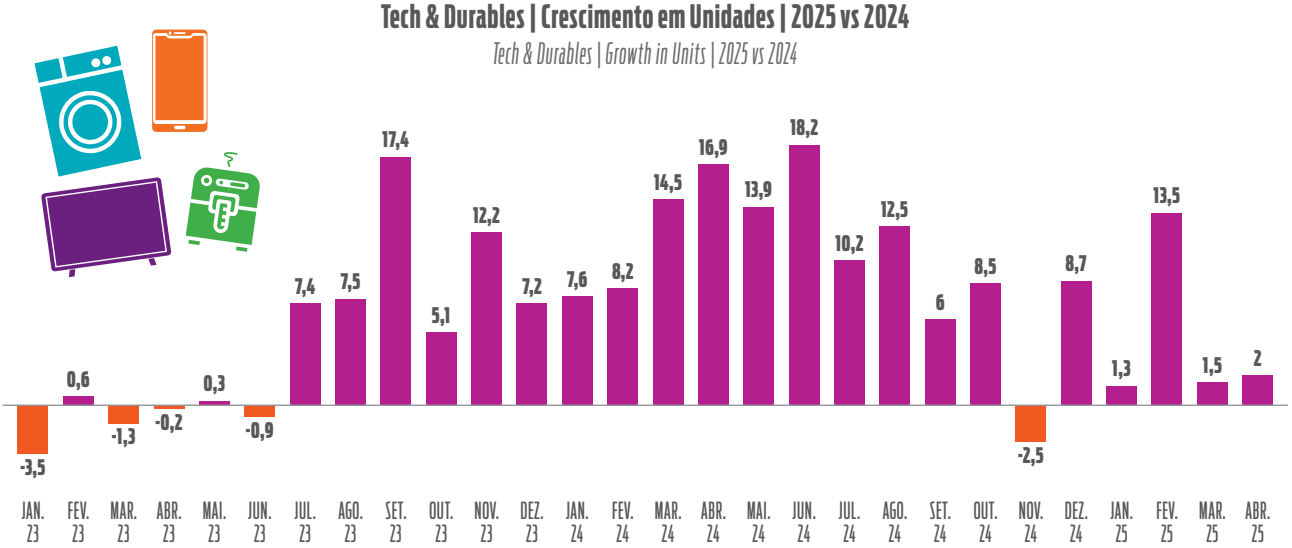
Lastly, Mateus spoke about an important period for the sector: Mother's Day. The 2025 date confirmed the growth trend for the durable goods sector, with an increase of 7% in units and 15% in value compared to 2024. In the smartphone market, consumers revealed a preference for devices with greater storage capacity and more recent technology. ■■

MÊS A MÊS, CESTAS DE T&D MOSTRAM CONSISTÊNCIA NO CRESCIMENTO CONTRA 2024

MONTH BY MONTH, T&D BASKETS SHOW CONSISTENCY IN GROWTH AGAINST 2024

Tech & Durables | Crescimento em Unidades | 2025 vs 2024

Tech & Durables | Growth in Units | 2025 vs 2024





RECORD GUINNESS WORLD RECORDS™ HOLDER

A MARCA DE LAVADORAS DE ALTA PRESSÃO MAIS VENDIDA ATUALMENTE

Amplie seu portfólio com a Kärcher, **líder mundial em soluções de limpeza.**



karcher.com.br

Acompanhe a Kärcher Brasil nas redes sociais

/karcherbrasil

FROM THE RIVER TO THE UNPAVED STREET: HOW RETAIL DODGES THE LOGISTICAL CHALLENGES OF THE REAL BRAZIL



DO RIO À RUA SEM ASFALTO:





por / by **Igor Lopes**

COMO O VAREJO DRIBLA OS DESAFIOS LOGÍSTICOS DO BRASIL REAL



Cada entrega no Brasil é uma missão diferente. Em alguns lugares, o desafio é cruzar um rio. Em outros, é sobreviver à buraqueira. Há locais onde o problema é a distância entre cidades. E há bairros onde a entrega só rola se o motoboy conhecer a quebrada. Nesta reportagem, ouvimos líderes de sete grandes operações para entender como o varejo está fazendo mágica para entregar com eficiência e, principalmente, com inteligência.

Each delivery in Brazil is a different mission. In some places, the challenge is crossing a river. In others, it is surviving potholes. There are locations where the problem is the distance between cities. And there are neighborhoods where the delivery only happens if the motoboy knows the "quebrada." In this report, we heard leaders of seven major operations to understand how retail is working magic to deliver with efficiency and, mainly, with intelligence.

Se você está em São Paulo e compra uma air fryer no fim da tarde, talvez ela chegue antes do jantar. Agora, se o destino for uma cidade ribeirinha no Amazonas, pode esperar sentado – ou deitado na rede. A entrega talvez leve um mês.

Essa diferença escancara um fato: a logística no Brasil não é uma, são várias. Tudo depende de onde você está, da estrada (ou do rio), do que está sendo transportado e de quanto se pode pagar pelo frete.

Mas o varejo não tem escolha: precisa entregar. E rápido. É por isso que empresas como Gazin, Bemol, Armazém Paraíba, Amazon, Mercado Livre, Cushman & Wakefield e Transvias estão reformulando suas estratégias para lidar com o Brasil real – aquele que não aparece nos manuais de supply chain.

O BRASIL DAS ENTREGAS É UM CONTINENTE

Começando pelo Norte, onde a **Bemol** atua em plena Amazônia Ocidental. Lá, quem manda é o rio. O modal mais usado é o fluvial, com contêineres sendo carregados em Manaus e navegando até as lojas e os clientes. "Algumas entregas ribeirinhas dependem totalmente do nível do rio. E, na estiagem, paga-se o dobro pelo frete por conta da chamada taxa seca", explica **Marcelo Forma, presidente** da varejista. "Essa taxa visa compensar o uso de embarcações

If you are in São Paulo and buy an air fryer at the end of the afternoon, maybe it will arrive before dinner. Now, if the destination is a riverside city in Amazonas, you may as well sit down – or lie in the hammock. The delivery may take a month.

This difference exposes a fact: logistics in Brazil is not one, it is several. Everything depends on where you are, on the road (or the river), on what is being transported and on how much can be paid for freight.

But retail has no choice: it needs to deliver. And fast. That is why companies like Gazin, Bemol, Armazém Paraíba, Amazon, Mercado Livre, Cushman & Wakefield and Transvias are reformulating their strategies to deal with the real Brazil – that which does not appear in supply chain manuals.

THE BRAZIL OF DELIVERIES IS A CONTINENT

*Starting with the North, where **Bemol** operates in the heart of the Western Amazon. There, the river rules. The most used modal is fluvial, with containers being loaded in Manaus and sailing to the stores and customers. "Some riverside deliveries depend totally on the river level. And, in the drought, you pay double for freight because of the so-called dry tax," explains **Marcelo Forma, president of the retailer.** "This tax aims to compensate for the use of smaller vessels or*



menores ou transbordos adicionais quando o nível do rio impede a navegação regular. Em alguns casos, essa sobretaxa pode elevar em até 100% o custo de um frete marítimo. Além disso, temos limitações no transporte reverso, o que encarece e dificulta a gestão de devoluções e produtos avariados."

Do ponto de vista estrutural, Marcelo aponta que é essencial investir na melhoria da infraestrutura de transporte da região. A pavimentação e a manutenção das BR-319 e BR-174, por exemplo, são fundamentais para conectar Manaus ao restante do País de forma mais eficiente e reduzir a dependência da cabotagem.

Outra frente importante, que a Bemol apoia, é o incentivo a inovações logísticas adaptadas à realidade amazônica. Soluções tecnológicas desenvolvidas localmente por startups ou institutos de P&D podem ajudar a superar os desafios de geografia, clima e conectividade. **"Melhorar a logística na Região Norte não é só uma questão de eficiência empresarial, mas uma agenda essencial para a inclusão econômica e social da população da Amazônia",** finaliza.



MARCELO FORMA,
PRESIDENTE DA BEMOL
PRESIDENT OF BEMOL

additional transshipments when the river level prevents regular navigation. In some cases, this surcharge can increase the cost of maritime freight by up to 100%. In addition, we have limitations in reverse transport, which makes the management of returns and damaged products more expensive and difficult."

From a structural point of view, Marcelo points out that it is essential to invest in improving the region's transport infrastructure. The paving and maintenance of BR-319 and BR-174, for example, are fundamental to connect Manaus to the rest of the Country more efficiently and reduce the dependence on cabotage.

Another important front, which Bemol supports, is encouraging logistical innovations adapted to the Amazon reality. Technological solutions developed locally by startups or R&D institutes can help overcome the challenges of geography, climate, and connectivity. ***"Improving logistics in the North Region is not only a matter of business efficiency, but an essential agenda for the economic and social inclusion of the Amazon population,"*** *he concludes.*

No Mato Grosso, a **Gazin** vive outro tipo de drama: a distância. "Tem cidade que fica a mais de 600 km do centro de distribuição mais próximo. E, às vezes, não há nem estrada asfaltada para chegar", relata **Marcos Utsunomiya, gerente de transportes da marca. A saída: abrir novos centros de distribuição para que o produto fique mais próximo do cliente final. "O custo do CD acaba saindo mais em conta do que o transporte em si."**



MARCOS UTSUNOMIYA,
GERENTE DE TRANSPORTES DA GAZIN
TRANSPORT MANAGER OF GAZIN

Sem falar no tempo de entrega. Com a popularização do e-commerce entre os brasileiros, o consumidor quer a entrega cada vez mais rápida, mesmo fora dos grandes centros. "O cliente da minha região já quer também! Uma coisa é entregar celular, outra é entregar um guarda-roupa ou geladeira no mesmo prazo que você entrega o dispositivo pequeno. Esse é o desafio: cada vez mais, diminuir o lead-time para o consumidor final. A maioria quer comprar. O do cantão do País ainda não é tão

In Mato Grosso, Gazin faces another type of drama: distance. "There are cities that are more than 600 km away from the nearest distribution center. And sometimes, there isn't even a paved road to get there," reports ***Marcos Utsunomiya, transport manager of the brand. The solution: open new distribution centers so that the product is closer to the final customer. "The cost of the DC ends up being cheaper than the transport itself."***

Not to mention delivery time. With the popularization of e-commerce among Brazilians, the consumer wants delivery faster and faster, even outside the big centers. "The client in my region already wants it too! One thing is to deliver a cell phone, another is to deliver a wardrobe or refrigerator in the same time frame you deliver a small device. That is the challenge: more and more, reduce the lead time for the final consumer. Most want to buy. Those





exigente, mas vai ser. Antes de um concorrente entrar, nós já temos que atender nessa velocidade. Por isso, a estratégia de termos cada vez mais centros de distribuição perto dos clientes", explica.

No Nordeste, o **Armazém Paraíba** precisa de jogo de cintura para rodar por rotas estaduais e municipais precárias, abastecendo mais de 500 lojas espalhadas pelo interior de sete estados. São 400 caminhões da frota própria encarando buraco, falta de acostamento e pouca estrutura de apoio ao motorista. "Temos investido muito em sistemas e tecnologias como WMS e roteirizadores, em segurança como rastreadores, iscas e travas de baú e cabine, além de planejamento e controle dos processos. Também fazemos um acompanhamento rigoroso da jornada de trabalho dos nossos motoristas através de uma central de segurança orgânica, mediante rota previamente planejada. **Capacitação e treinamento de equipes próprias são a chave do sucesso para nossa operação, não só pela carência da mão de obra, mas, principalmente, pelas características de nosso negócio", explica Ricardo Alvares, gerente administrativo do Armazém Paraíba.**



RICARDO ALVARES,
GERENTE ADMINISTRATIVO DO ARMAZÉM PARAÍBA
ADMINISTRATIVE MANAGER OF ARMAZÉM PARAÍBA

from the corners of the Country are not yet so demanding, but they will be. Before a competitor enters, we already have to serve at this speed. That is why the strategy of having more and more distribution centers close to customers," he explains.

In the Northeast, ***Armazém Paraíba*** *needs flexibility to drive on precarious state and municipal routes, supplying more than 500 stores spread across the countryside of seven states. There are 400 trucks of the own fleet facing potholes, lack of shoulder and little driver support structure. "We have invested a lot in systems and technologies such as WMS and routers, in security such as trackers, traps and locks for the box and cabin, in addition to planning and process control. We also carry out strict monitoring of the workday of our drivers through an organic security center, with a previously planned route.* ***Training and qualification of own teams are the key to the success of our operation, not only because of the lack of labor, but mainly because of the characteristics of our business," explains Ricardo Alvares, administrative manager of Armazém Paraíba.***

ENTREGAR NA QUEBRADA É MAIS DIFÍCIL? A AMAZON RESPONDE: DEPENDE COM QUEM

Se a estrada é ruim no interior, na cidade grande a entrega tem outros desafios. Um deles é chegar à casa do cliente sem se perder no meio de uma comunidade. Foi pensando nisso que a **Amazon** firmou parceria com a Favela LLog, que atua em locais como Paraisópolis, em São Paulo.

"Agora o morador da favela pode comprar e receber como quem mora no asfalto", explica Thales Athayde, CEO da Favela LLog. Além de garantir entregas, o projeto gera inclusão, empregos locais e movimenta a economia dessas comunidades.



RAFAEL CALDAS,
LÍDER DA AMAZON LOGÍSTICA NO BRASIL
LEADER OF AMAZON LOGISTICS IN BRAZIL

De acordo com a pesquisa "Economia das Favelas – Renda e Consumo nas Favelas Brasileiras", desenvolvida pelo Instituto Data Favela, os moradores das comunidades brasileiras movimentam cerca de R$ 124,1 bilhões por ano. Segundo **Rafael Caldas, líder da Amazon Logística no Brasil**, o reforço da rede de entregas nesses locais irá levar a logística dentro das comunidades a um outro patamar.

IS DELIVERING IN THE "ROUGH AREA" HARDER? AMAZON ANSWERS: IT DEPENDS ON WITH WHOM

If the road is bad in the countryside, in the big city delivery has other challenges. One of them is getting to the customer's house without getting lost in the middle of a community. It was thinking about this that Amazon partnered with Favela LLog, which operates in places like Paraisópolis, in São Paulo.

"Now the favela resident can buy and receive like someone who lives on the asphalt," explains Thales Athayde, CEO of Favela LLog. In addition to ensuring deliveries, the project generates inclusion, local jobs and moves the economy of these communities.

According to the survey "Economy of Favelas – Income and Consumption in Brazilian Favelas," developed by Instituto Data Favela, the residents of Brazilian communities move about R$ 124.1 billion per year. According



europ assistance
you live we care

Seu mundo conectado, protegido e simplificado.

Descubra soluções inovadoras para o seu lar e dia a dia:



Casa conectada

Apoie seus clientes.

Transforme sua casa em um ambiente inteligente e seguro, com soluções que facilitam o seu dia a dia e protegem o que você mais valoriza.

Proteção Digital

Preserve o que realmente importa.

Garanta a segurança dos seus dados, dispositivos e identidade online com monitoramento especializado e suporte em caso de incidentes digitais.

Gestor de vida digital

Proteja a identidade digital dos seus clientes .

Organize sua vida online e offline com ferramentas que te ajudam a gerenciar seus compromissos, finanças e bem-estar.

Escaneie o QR Code e conheça mais das nossas soluções falando com nossos especialistas.

Europ Assistance

Soluções completas que transformam a experiência de seus clientes com **segurança e inovação**.

"Estamos falando de um impacto positivo nessas regiões, colaborando com a criação de postos de trabalho e com a movimentação da economia como um todo. São mais oportunidades e, consequentemente, mais inclusão."

CRESCE O INVESTIMENTO PARA FICAR CADA VEZ MAIS PERTO DO CLIENTE

A descentralização dos estoques está mudando a geografia dos galpões logísticos no Brasil. O objetivo? Chegar mais rápido e com menor custo na última milha. Segundo levantamento da **Cushman & Wakefield**, o aluguel de galpões bateu recordes no segundo trimestre de 2025: foram 618 mil m² de galpões de alto padrão ocupados, um crescimento de mais de 300% em relação ao trimestre anterior.

O Estado de São Paulo concentrou 76% da absorção líquida nacional, com destaque para cidades como Cajamar (SP) e Itupeva (SP), que viraram polos logísticos. **"A lógica mudou. Agora, com o boom do e-commerce, quem está mais perto do consumidor final sai na frente", explica Dennys Andrade, da Cushman & Wakefield.**

Dennys também aponta que, no médio prazo, pode haver boas oportunidades para varejos remodelarem seus mapeamentos de distribuição. "Com a pandemia, tivemos um boom do e-commerce.



DENNYS ANDRADE, CUSHMAN & WAKEFIELD

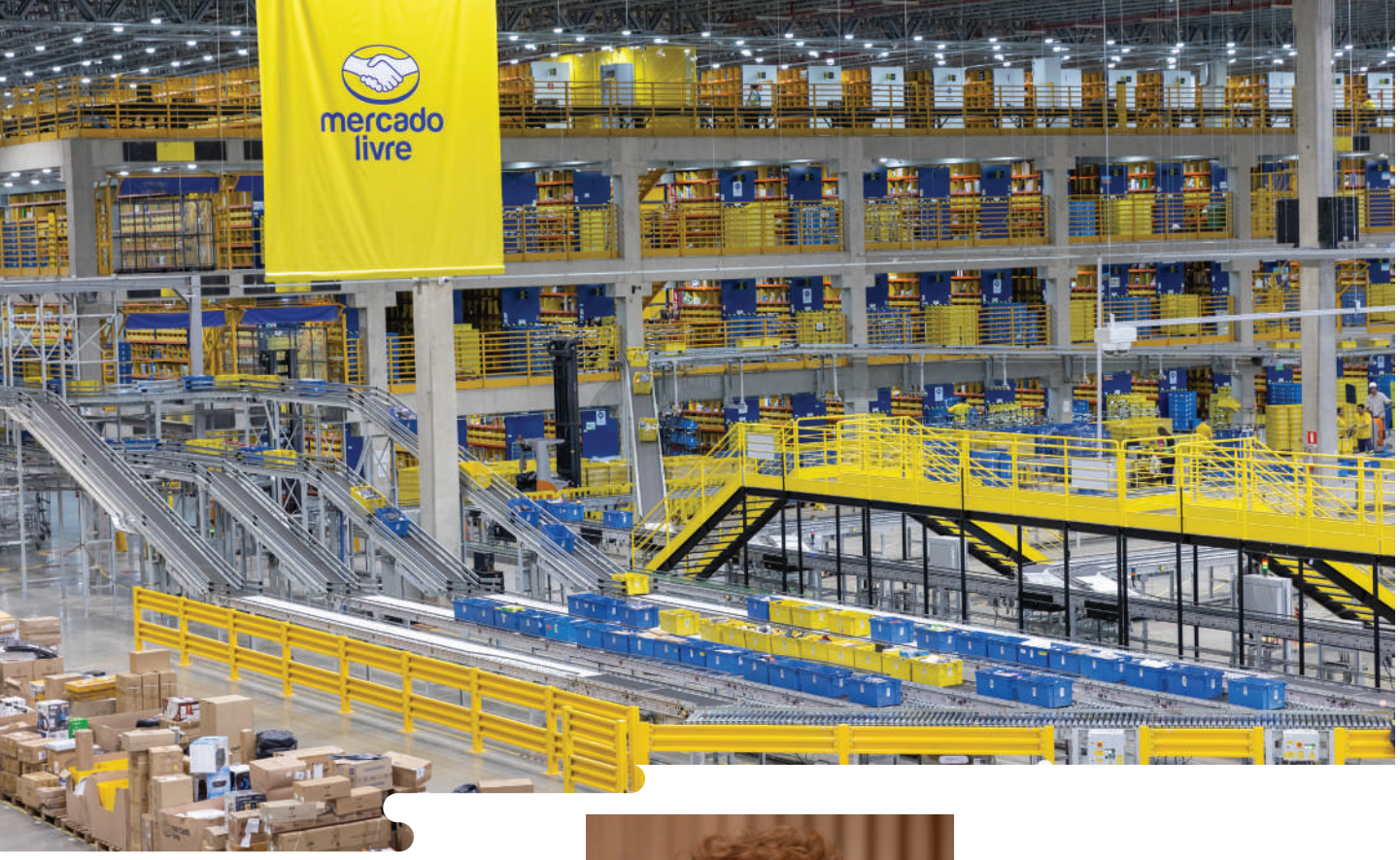
*to **Rafael Caldas, leader of Amazon Logistics in Brazil**, the reinforcement of the delivery network in these places will take logistics inside the communities to another level. **"We are talking about a positive impact in these regions, collaborating with the creation of jobs and with the movement of the economy as a whole. It is more opportunities and, consequently, more inclusion."***

INVESTMENT GROWS TO GET CLOSER AND CLOSER TO THE CUSTOMER

*The decentralization of stocks is changing the geography of logistics warehouses in Brazil. The goal? Arrive faster and with lower cost in the last mile. According to a survey by **Cushman & Wakefield,** warehouse rentals broke records in the second quarter of 2025: there were 618 thousand m² of high-standard warehouses occupied, a growth of more than 300% compared to the previous quarter.*

*The State of São Paulo concentrated 76% of the national net absorption, with emphasis on cities such as Cajamar (SP) and Itupeva (SP), which became logistics hubs. **"The logic has changed. Now, with the boom of e-commerce, whoever is closer to the final consumer goes ahead," explains Dennys Andrade, from Cushman & Wakefield.***





Com todo mundo comprando online, os e-commerces precisaram alugar tudo o que estava disponível, mesmo que não fosse o ideal, porque a demanda era muito maior que a capacidade de entrega. Mas, nos próximos três anos, com a realocação desses centros de distribuição, vamos ver uma atividade ainda maior nessa ocupação de galpões, o que pode representar aumento de custo em alguns casos, mas boas oportunidades de preço e distribuição geográfica em outros."



LUIZ VERGUEIRO,
DIRETOR SÊNIOR DE LOGÍSTICA DO MERCADO LIVRE
SENIOR LOGISTICS DIRECTOR OF MERCADO LIVRE

Dennys also points out that, in the medium term, there may be good opportunities for retailers to remodel their distribution mappings. "With the pandemic, we had an e-commerce boom. With everyone buying online, e-commerces had to rent everything available, even if it wasn't ideal, because demand was much greater than delivery capacity. But, in the next three years, with the relocation of these distribution centers, we will see even greater activity in this warehouse occupation, which may represent an increase in cost in some cases, but good opportunities for price and geographic distribution in others."

LAST MILE VIROU O NOVO CAMPO DE BATALHA

Mas não basta estar perto. É preciso entregar bem. É aí que entra o last mile, o trecho final da entrega – onde tudo pode dar errado. **O Mercado Livre entende bem esse desafio. Hoje, 50% das entregas da empresa são feitas no mesmo dia ou no dia seguinte, e 74% chegam em até 48 horas.** Para isso, a companhia aposta em Service Centers, frota própria, inteligência artificial e até carros elétricos, que já estão presentes em algumas das principais cidades brasileiras.

A Gazin, que atende cidades distantes no Norte e Centro-Oeste, usa as próprias lojas como ponto de last mile. "Quase 400 lojas nossas funcionam como mini

LAST MILE BECAME THE NEW BATTLEFIELD

But it is not enough to be close. It is necessary to deliver well. That is where last mile comes in, the final stretch of delivery – where everything can go wrong. ***Mercado Livre understands this challenge well. Today, 50% of the company's deliveries are made on the same day or the next day, and 74% arrive within 48 hours.*** *For this, the company bets on Service Centers, own fleet, artificial intelligence and even electric cars, which are already present in some of the main Brazilian cities.*

Gazin, which serves distant cities in the North and Midwest, uses its own stores as last mile points. "Almost



CDs. O cliente pode retirar ou a loja entrega na cidade", diz Marcos.

MUDANÇA NA EXPECTATIVA DO CLIENTE: DO "QUERO PARA ONTEM" AO "SÓ QUERO QUE CHEGUE INTEIRO"

Se em São Paulo o cliente desiste da compra caso a entrega demore mais de 24 horas, no interior do Maranhão ou nas margens do Rio Madeira, a urgência é outra. "A pessoa aceita esperar 30 dias, mas exige que o produto chegue inteiro. Esse é o valor principal: confiabilidade", afirma Dennys Andrade, da Cushman & Wakefield.

Mas isso também está mudando. Com o acesso a smartphones, apps e pagamento via PIX, a régua da expectativa está subindo em todo o País. "O morador do interior, que antes só queria o produto inteiro, agora quer também que ele chegue rápido. E, daqui a pouco, vai querer no mesmo dia", projeta Marcos, da Gazin.

COMO DIMINUIR O CUSTO DA ENTREGA PARA A TRÍADE: CONSUMIDOR, EMPRESA E PLANETA

O transporte rodoviário brasileiro, que responde por mais de 60% da matriz de movimentação de cargas no País, tem enfrentado crescentes pressões para alinhar suas práticas aos compromissos de sustentabilidade ambiental. Dados da Empresa de Pesquisa Energética (EPE, 2023) mostram que o setor de transportes é responsável por quase metade das emissões de gases de efeito estufa do Brasil, tornando-se um dos principais focos das metas nacionais de descarbonização.

Segundo a Transvias, a idade média da frota no Brasil é de 12 anos e 2 meses. No caso dos autônomos, esse número sobe para 16 anos. Na prática, trata-se de uma frota composta por caminhões mais antigos, que consomem mais combustível, poluem mais e demandam manutenção frequente. E o custo disso tudo, claro, vai parar no preço do produto.

No curto e médio prazo, a substituição total da frota movida a diesel por alternativas mais limpas é economicamente inviável para a maioria das empresas. No entanto, é possível promover avanços reais com ações de planejamento e tecnologia, como a roteirização inteligente, o uso de fretes fracionados mais eficientes, evitando viagens ociosas.

Um levantamento recente da Confederação Nacional do Transporte (CNT) estima que o uso de ferramentas de roteirização inteligente pode reduzir em até 20% o consumo médio de combustível por viagem. Isso

400 of our stores work as mini DCs. The customer can pick up or the store delivers in the city," says Marcos.

CHANGE IN CUSTOMER EXPECTATION: FROM 'I WANT IT YESTERDAY' TO 'I JUST WANT IT TO ARRIVE WHOLE'

If in São Paulo the customer gives up the purchase if the delivery takes more than 24 hours, in the countryside of Maranhão or on the banks of the Madeira River, the urgency is different. "The person accepts to wait 30 days, but demands that the product arrives whole. This is the main value: reliability," says Dennys Andrade, from Cushman & Wakefield.

But this is also changing. With access to smartphones, apps and payment via PIX, the bar of expectation is rising throughout the Country. "The countryside resident, who before only wanted the product whole, now also wants it to arrive fast. And soon, will want it on the same day," projects Marcos, from Gazin.

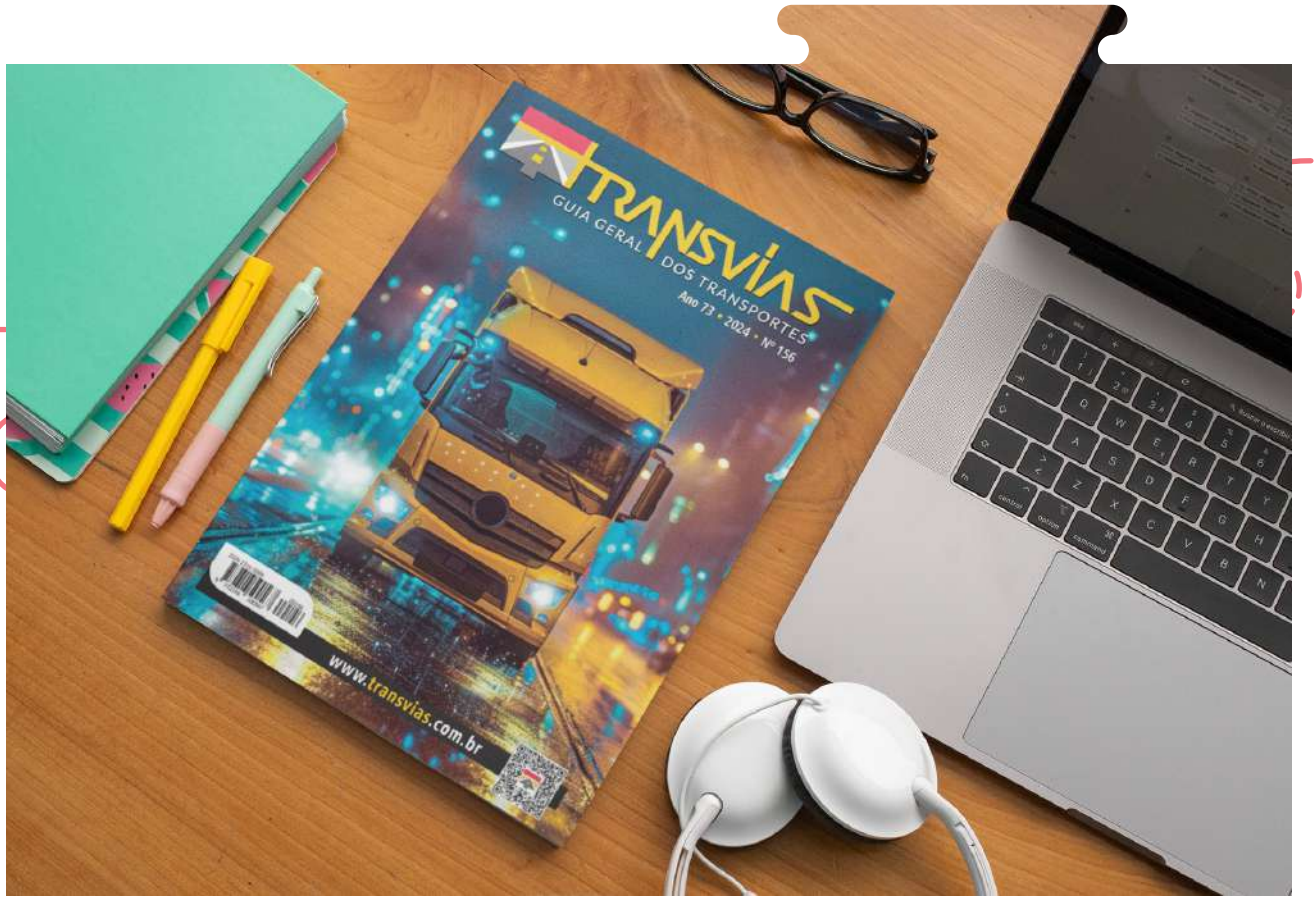
HOW TO REDUCE THE DELIVERY COST FOR THE TRIAD: CONSUMER, COMPANY AND PLANET

Brazilian road transport, which accounts for more than 60% of the country's cargo movement matrix, has faced increasing pressures to align its practices with environmental sustainability commitments. Data from the Energy Research Company (EPE, 2023) show that the transport sector is responsible for almost half of Brazil's greenhouse gas emissions, becoming one of the main focuses of national decarbonization goals.

According to Transvias, the average age of the fleet in Brazil is 12 years and 2 months. In the case of autonomous drivers, this number rises to 16 years. In practice, we are talking about a fleet made up of older trucks, which consume more fuel, pollute more and demand frequent maintenance. And the cost of all this, of course, ends up in the product price.

In the short and medium term, the total replacement of the diesel fleet with cleaner alternatives is economically unfeasible for most companies. However, it is possible to promote real advances with planning and technology actions, such as intelligent routing, the use of more efficient fractional freights, in addition to avoiding idle trips.

A recent survey by the National Transport Confederation (CNT) estimates that the use of intelligent routing tools can reduce average fuel consumption per trip by up to 20%. This represents a significant drop in CO_2 and atmospheric pollutant emissions, in addition to



representa uma queda significativa na emissão de CO_2 e poluentes atmosféricos, além de benefícios operacionais, como menor desgaste da frota, redução de avarias e pontualidade nas entregas. "A sustentabilidade começa na decisão do embarcador. Quando ele escolhe roteiros mais inteligentes ou compartilha o espaço de carga com outras empresas, reduz custo e emissão e melhora a performance da cadeia como um todo", afirma Célio Martins, gerente de novos negócios da Transvias.



CÉLIO MARTINS,
GERENTE DE NOVOS NEGÓCIOS DA TRANSVIAS
NEW BUSINESS MANAGER OF TRANSVIAS

O Mercado Livre aposta em frotas baseadas em energia renovável para mudar este cenário. A empresa já conta com mais de 1.500 veículos elétricos em operação no Brasil. Eles produzem cerca de 50% a 85% menos emissões de CO_2 em relação aos veículos convencionais. O uso combinado de IA na roteirização, microcentros de distribuição e frota elétrica reduz significativamente o custo operacional das entregas urbanas. **"A expectativa é que os custos de frete sejam cortados em até 50%, o que beneficia diretamente tanto vendedores quanto consumidores ao diminuir os preços. A automação nos centros**

operational benefits, such as less fleet wear, reduction of damages and punctuality in deliveries. "Sustainability begins with the shipper's decision. When he chooses smarter routes or shares cargo space with other companies, he reduces cost and emission and improves the performance of the chain as a whole," says Célio Martins, new business manager at Transvias.

Mercado Livre bets on fleets based on renewable energy to change this scenario. The company already has more than 1,500 electric vehicles in operation in Brazil. They produce about 50% to 85% less CO_2 emissions compared to conventional vehicles. The combined use of AI in routing, micro-distribution centers and electric fleet significantly reduces the operational cost of urban deliveries. ***"The expectation is that freight costs will be cut by up to 50%, which directly benefits both sellers and consumers by lowering prices. Automation in distribution centers, for example, contributes to this efficiency by reducing shipping time by 20% and increasing storage capacity by***



A descentralização dos estoques está mudando a geografia dos galpões logísticos no Brasil. O objetivo? Chegar mais rápido e com menor custo na última milha.

The decentralization of stocks is changing the geography of logistics warehouses in Brazil. The goal? Arrive faster and with lower cost in the last mile.

de distribuição, por exemplo, contribui para essa eficiência ao reduzir em 20% o tempo de expedição e aumentar a capacidade de armazenamento em 15%", afirma Luiz Vergueiro, diretor sênior de logística do Mercado Livre.

A ENTREGA COMO FATOR DE INCLUSÃO E DIFERENCIAL COMPETITIVO

A logística virou o ponto central da experiência de compra. Quem entrega rápido, sem avaria e com custo acessível fideliza o cliente. Quem comete um erro durante a jornada de compra perde.

E a importância desse ecossistema vai além: entregar bem no Brasil não é só estratégia comercial – é uma forma de inclusão econômica e social. O varejo movimenta economias locais, gera empregos e transforma a vida das pessoas.

Como diz **Célio Martins, da Transvias: "capilarizar a entrega melhora até a vida do motorista, que faz rotas mais curtas e volta para casa no fim do dia. Com isso, todo mundo ganha".**

No país onde a logística depende do clima, do nível ou localização do rio, do tipo de estrada e da paciência do cliente, vencer essa corrida de obstáculos não é só uma questão de logística. É também uma questão de inteligência, tecnologia, empatia e, acima de tudo, vontade de fazer diferente.

Porque, no Brasil, quem entrega bem não entrega só um produto. Entrega um serviço, uma promessa e, em muitos casos, uma nova realidade. ■■

15%," says Luiz Vergueiro, senior logistics director at Mercado Livre.

DELIVERY AS A FACTOR OF INCLUSION AND COMPETITIVE DIFFERENTIAL

Logistics has become the central point of the shopping experience. Whoever delivers fast, without damage and with affordable cost, builds customer loyalty. Whoever makes a mistake during the shopping journey loses.

And the importance of this ecosystem goes further: delivering well in Brazil is not only a commercial strategy – it is a form of economic and social inclusion. Retail moves local economies, generates jobs and transforms people's lives.

As ***Célio Martins, from Transvias, says: "capillarizing delivery even improves the driver's life, who takes shorter routes and returns home at the end of the day. With that, everyone wins."***

In the country where logistics depends on the weather, the level or location of the river, the type of road and the patience of the customer, overcoming this obstacle course is not only a matter of logistics. It is also a matter of intelligence, technology, empathy and, above all, the will to do differently.

Because, in Brazil, those who deliver well do not deliver just a product. They deliver a service, a promise and, in many cases, a new reality. ■■

CURADORIA, DESIGN, PRESENÇA GLOBAL.
Conheça um novo espaço para marcas com identidade.

Reunimos marcas que traduzem o cotidiano em beleza e propósito
ditando as futuras tendências.
Paralela à Eletrolar Show All Connected, um respiro de curadoria e
sensibilidade em meio à inovação.



interiorlifestyle
SOUTH AMERICA





interiorlifestyle
SOUTH AMERICA

22 A 25 DE JUNHO DE 2026
DISTRITO ANHEMBI
SÃO PAULO - BRASIL

CURADORIA, DESIGN, PRESENÇA GLOBAL.

UM NOVO ESPAÇO PARA MARCAS COM IDENTIDADE.

Inspirada diretamente na feira Ambiente em Frankfurt, a maior feira internacional de bens de consumo do mundo, a Interior Lifestyle South America estreia na 19ª edição da Eletrolar Show All Connected com uma proposta clara: transformar a forma como o design é percebido, apresentado e valorizado na América do Sul.

Mais do que uma área expositiva, a Interior Lifestyle South America é uma vitrine de identidade, propósito e sofisticação — um ponto de encontro onde as marcas se conectam a um mercado que busca muito mais do que produtos: busca experiência, conceito e presença.

@interiorlifestylesouthamerica

www.interiorlifestyle.com.br

FEIRAS PARALELAS:

#ES26 eletrolarshow ALL CONNECTED | EXPO FERRETERA BRASIL | aircon. | MACHINERY & COMPONENTS | FUTUREMOBILITY eletrocar show AUTOPARTS show | global supplier


interiorismo


interiorlifestyle
SOUTH AMERICA
licensed by
Messe Frankfurt Exhibition GmbH
22 A 25 DE JUNHO DE 2026
DISTRITO ANHEMBI
SÃO PAULO, BRASIL
Feira internacional de negócios focada em utilidades domésticas, design de interiores, decoração, cozinha, presentes, artigos de couro e papelaria.
interiorlifestyle.com.br
ORGANIZAÇÃO:
Grupo eletrolar ALL CONNECTED
REALIZAÇÃO:
azuloplay Feiras e Eventos
FEIRAS PARALELAS:
#ES26 eletrolarshow ALL CONNECTED
interiorlifestyle SOUTH AMERICA
aircon.
MAQUINÁRIOS & COMPONENTES
FUTUREMOBILITY eletrocar show AUTOPARTS show
global supplier



HOMENAGEM AO VAREJO REÚNE MERCADO DE ELETROS

TRIBUTE TO RETAIL BRINGS TOGETHER THE ELECTRONICS MARKET

NA NOITE DA PREMIAÇÃO, A NIELSENIQ APRESENTOU DADOS DO SETOR DE ELETROS.

ON THE AWARDS NIGHT, NIELSENIQ PRESENTED DATA FROM THE ELECTRONICS SECTOR.

Mais uma vez, o Evento Presidentes, criado pela revista *Eletrolar News*, homenageou e premiou os varejistas escolhidos pelas indústrias como destaques dos setores de eletroeletrônicos e de bens duráveis em 2024. Foram eles que, com seu trabalho e relacionamento, movimentaram o segmento e trouxeram mudanças ao mercado brasileiro.

Seguindo a tradição, o evento ocorreu durante um jantar exclusivo, mas desta vez simultaneamente à realização da 18ª Eletrolar Show e com o apoio da **NilsenIQ** e do **Banco Santander**. Os homenageados receberam seus prêmios no Lounge VIP do Distrito Anhembi, numa noite festiva, marcada por muitos encontros e reencontros.

Carlos Clur, CEO do Grupo Eletrolar All Connected, que edita a revista *Eletrolar News*, agradeceu a

Once again, the Presidents Event, created by the magazine Eletrolar News, honored and awarded the retailers chosen by the industries as highlights of the electronics and durable goods sectors in 2024. It was they who, with their work and relationships, moved the segment and brought changes to the Brazilian market.

Following tradition, the event took place during an exclusive dinner, but this time simultaneously with the holding of the 18th Eletrolar Show and with the support of ***NielsenIQ*** *and* ***Banco Santander.*** *The honorees received their awards in the VIP Lounge of the Anhembi District, on a festive night, marked by many meetings and reunions.*

Carlos Clur, CEO of Grupo Eletrolar All Connected, *which publishes the magazine Eletrolar News,*





presença dos convidados. **"É uma alegria ver amigos de longa data, bem como o fechamento de grandes negócios na feira e novas empresas se instalando no Brasil. Teremos muitas oportunidades durante este evento."** Mencionou, também, a internacionalização do grupo.

"Vejo muitas oportunidades na América Latina neste momento. A Eletrolar Show recebeu compradores e expositores de vários países, em busca de novidades. A tecnologia, a inovação e a inteligência artificial impulsionam as vendas da indústria e do varejo e, de nossa parte, também inovamos fazendo uma feira multissetorial, inclusive com a presença de carros, motos e bicicletas elétricas."

UM OLHAR PARA 2025

Henrique Mascarenhas, diretor comercial LATAM T&D – NielsenIQ, apresentou dados da pesquisa Um Olhar para 2025 Tech & Durables Brasil com Possibilidades. "Agradeço ao Carlos pela oportunidade de estar mais uma vez presente nesta noite de premiação tão importante para o setor. E aproveito a oportunidade para apresentar um breve olhar sobre o que aconteceu e o que irá acontecer neste ano no mercado."

Em números, 60% das compras acontecem por necessidade, isto é, o consumidor adquire um aparelho novo porque o dele quebrou, e 25% compram

thanked the presence of the guests. ***"It is a joy to see long-time friends, as well as the closing of great deals at the fair and new companies settling in Brazil. We will have many opportunities during this event."*** *He also mentioned the internationalization of the group.*

"I see many opportunities in Latin America at this moment. The Eletrolar Show received buyers and exhibitors from several countries, in search of novelties. Technology, innovation, and artificial intelligence drive the sales of industry and retail and, on our part, we also innovate by making a multi-sector fair, including with the presence of electric cars, motorcycles, and bicycles."

A LOOK AT 2025

Henrique Mascarenhas, commercial director LATAM T&D – NielsenIQ, presented data from the survey A Look at 2025 Tech & Durables Brazil with Possibilities. *"I thank Carlos for the opportunity to be once again present on this awards night so important for the sector. And I take the opportunity to present a brief look at what happened and what will happen this year in the market."*

In numbers, 60% of purchases happen out of necessity, that is, the consumer acquires a new device because his broke, and 25% buy because they seek



porque buscam inovação, ou seja, produtos mais atualizados. Temos que trabalhar para chamar a atenção deste comprador", disse Henrique.

O diretor também abordou o papel da geração Z nas compras. "É preciso dar atenção a esse público, que compra de forma diferente. Metade pesquisa no marketplace e compra na loja física. Ou pesquisa na loja física e compra pelo marketplace. E apenas 25% olham e compram o produto na loja. Apesar de a internet ser um fator importante, esses consumidores ainda vão até as lojas para pesquisar, ver como o produto funciona, ou até para fechar a compra."

BOA NOTÍCIA

Este semestre, destacou Henrique, pode reservar surpresas positivas para o mercado, com possível queda nas taxas de juros. A consequência esperada é um freio na inflação e na alta do dólar, gerando melhores condições de compra aos consumidores. **"O mês de novembro é o mais importante deste semestre para o setor de eletros. Hoje, ele representa 9% das vendas de todo o ano de Tech & Durables, em média."**

innovation, that is, more up-to-date products. "We have to work to draw the attention of this buyer," said Henrique.

The director also addressed the role of Generation Z in purchases. *We need to pay attention to this public, who buy differently. "Half research in the marketplace and buy in the physical store. Or research in the physical store and buy through the marketplace. And only 25% look at and buy the product in the store. Although the internet is an important factor, these consumers still go to the stores to research, see how the product works, or even to close the purchase."*

GOOD NEWS

This semester, highlighted Henrique, may hold positive surprises for the market, with a possible drop in interest rates. The expected consequence is a brake on inflation and on the rise of the dollar, generating better purchasing conditions for consumers. ***"The month of November is the most important of this semester for the electronics sector. Today, it represents***



José Domingos, diretor-geral de Lojas Cem; Gustavo Vinhaes Pimenta, diretor comercial do Grupo Casas Bahia; Ricardo Santos, head comercial e de operações da Solar Magazine; Julio Cesar Kaffer, supervisor regional da Havan; Ana Paula Rios, gestora de comprar do Armazém Paraíba; Antônio Francisco de Sousa Lima, doretor comercial do Armazem Paraíba; Carlos Clur, CEO do Grupo Eletrolar; Marcelo Forma, vice-presidente da Bemol; Eduardo Colombo, CEO da Lojas Colombo; José Roberto Miranda, presidente das Lojas Deltasul; Eduardo Keil Koerich, diretor comercial das Lojas Koerich; Valdecir Dario, presidente da Valdar Móveis.

Como o mercado sempre antecipa a Black Friday, ela já é chamada de Black November. **"É nesta época que o consumidor de eletroeletrônicos mais se planeja para comprar um produto premium com desconto.** No ano passado, este momento teve uma queda de 4% nas vendas de unidades, em relação ao mesmo momento de 2023, mas neste ano deve crescer de novo", explicou o diretor.

O setor de telecom, comentou Henrique, sofreu com a pandemia. Perdeu espaço para portáteis e para a linha branca, produtos que se destacaram em vendas no período em que as famílias ficaram mais tempo em casa. "No entanto, a categoria de telecom deve voltar a crescer ainda neste ano."

HOMENAGEADOS DA 8ª EDIÇÃO

A indústria elegeu 11 empresas do varejo como destaques do ano passado. Foi um reconhecimento do setor, que valorizou as contribuições significativas que elas trouxeram ao mercado. Carlos Clur, CEO do Grupo Eletrolar All Connected, saudou os varejistas homenageados.

9% of the sales of the whole year of Tech & Durable, on average."

As the market always anticipates Black Friday, it is already called Black November. ***"It is at this time that the electronics consumer most plans to buy a premium product with a discount.*** *Last year, this moment had a drop of 4% in unit sales, compared to the same moment in 2023, but this year it should grow again," explained the director.*

The telecom sector, commented Henrique, suffered with the pandemic. It lost space to portables and to the white goods line, products that stood out in sales during the period when families stayed longer at home. "However, the telecom category should grow again still this year."

HONOREES OF THE 8TH EDITION

The industry chose 11 retail companies as highlights of last year. It was a recognition from the sector, which valued the significant contributions they brought to the market. Carlos Clur, CEO of Grupo Eletrolar All Connected, greeted the honored retailers.

ARMAZÉM PARAÍBA

Antônio Francisco de Sousa Lima, diretor comercial do Armazém Paraíba, ressaltou o valor do trabalho em equipe e a parceria com fornecedores como responsáveis pela indicação ao prêmio. "Presente em sete estados, localizados nas Regiões Norte e Nordeste do País, a empresa tem passado por uma reformulação importante na área digital para conseguir atender os consumidores da melhor forma. E este prêmio chega como um reconhecimento importante deste trabalho."

Antônio Francisco de Sousa Lima, commercial director of Armazém Paraíba, *emphasized the value of teamwork and partnership with suppliers as responsible for the nomination for the award. "Present in seven states, located in the North and Northeast Regions of the Country, the company has undergone an important reformulation in the digital area to be able to serve consumers in the best way. And this award comes as an important recognition of this work."*



BEMOL

Marcelo Forma, vice-presidente da Bemol, também reconheceu a parceria com a indústria como uma ferramenta importante que levou a empresa a ser homenageada. "Acredito que a Bemol se diferencia porque se prepara, sempre, para atender às expectativas dos nossos clientes e, também, em razão do crédito e da logística diferenciada que oferecemos."

Marcelo Forma, vice-president of Bemol, *also recognized the partnership with the industry as an important tool that led the company to be honored. "I believe that Bemol stands out because it prepares, always, to meet the expectations of our customers and also due to the differentiated credit and logistics that we offer."*



CASAS BAHIA/PONTO FRIO



Gustavo Vinhaes Pimenta, diretor comercial do Grupo Casas Bahia, destacou o papel que a feira Eletrolar Show faz há muitos anos em prol do varejo. "Estamos vivendo um momento muito bom, de retomada e de crescimento. Este prêmio é muito gratificante, porque mostra reconhecimento pelas nossas companhias e ainda define o caminho que vamos trilhar nos próximos anos."

Gustavo Vinhaes Pimenta, commercial director of the Casas Bahia Group, *highlighted the role that the Eletrolar Show has played for many years on behalf of retail. "We are living a very good moment, of recovery and growth. This award is very gratifying, because it shows recognition for our companies and also defines the path we will follow in the coming years."*

GAZIN



A dedicação dos colaboradores foi o grande diferencial que fez a **Gazin** ser escolhida para receber a premiação, disse **Julio Cezar da Silva, diretor comercial da empresa.** "Os resultados da Gazin têm evoluído por causa da nossa crença de que pessoas transformam negócios."

The dedication of employees was the great differential that made ***Gazin*** *be chosen to receive the award, said* ***Julio Cezar da Silva, commercial director of the company.*** *"Gazin's results have evolved because of our belief that people transform business."*

HAVAN



Julio Cesar Kaffer, supervisor regional da Havan, ressaltou a alegria de ver a empresa em que trabalha ser homenageada. "Para mim, sem dúvida, o que nos levou a ganhar o prêmio foi a parceria com nossos fornecedores e o engajamento com nossos colaboradores e clientes."

***Julio Cesar Kaffer, regional supervisor of Havan**, emphasized the joy of seeing the company he works for being honored. "For me, without a doubt, what led us to win the award was the partnership with our suppliers and the engagement with our employees and customers."*

KOERICH



Eduardo Keil Koerich, diretor comercial de Lojas Koerich, também falou dos diferenciais da empresa que a levaram a ser uma das homenageadas. "Temos atendimento nota 10, serviço de qualidade e entrega rápida. Para nós, o prêmio representa um reconhecimento importante da indústria e tem a ver com o que pregamos na empresa, que é valorizar nossos parceiros e fornecedores."

***Eduardo Keil Koerich, commercial director of Lojas Koerich**, also spoke of the company's differentials that led it to be one of the honorees. "We have grade 10 service, quality service, and fast delivery. For us, the award represents an important recognition from the industry and has to do with what we preach in the company, which is to value our partners and suppliers."*

LOJAS CEM



Fazer o simples bem-feito, segundo **José Domingos, diretor-geral de Lojas Cem**, foi o que levou a empresa a conquistar o prêmio. "Ao longo da nossa história de 73 anos, fazer bem de forma simples é o que tem dado certo. Este prêmio reconhece o que fazemos no dia a dia, que é tratar bem os nossos colaboradores, clientes e fornecedores."

Doing the simple well-done, according to ***José Domingos, general director of Lojas Cem****, was what led the company to win the award. "Throughout our 73-year history, doing well in a simple way is what has worked. This award recognizes what we do in our daily lives, which is to treat our employees, customers, and suppliers well."*

LOJAS COLOMBO



O **CEO de Lojas Colombo, Eduardo Colombo**, falou sobre a importância do bom atendimento. "Nossos pilares são humildade, simplicidade e fazer o básico bem-feito para desenvolver a empresa, para que seja próspera e, também, traga a rentabilidade de que precisamos. Já ganhamos outras vezes este prêmio, por isso entendemos a importância que ele tem no mercado."

The ***CEO of Lojas Colombo, Eduardo Colombo****, spoke about the importance of good service. "Our pillars are humility, simplicity, and doing the basics well-done to develop the company, so that it is prosperous and also brings the profitability we need. We have already won this award other times, so we understand the importance it has in the market."*

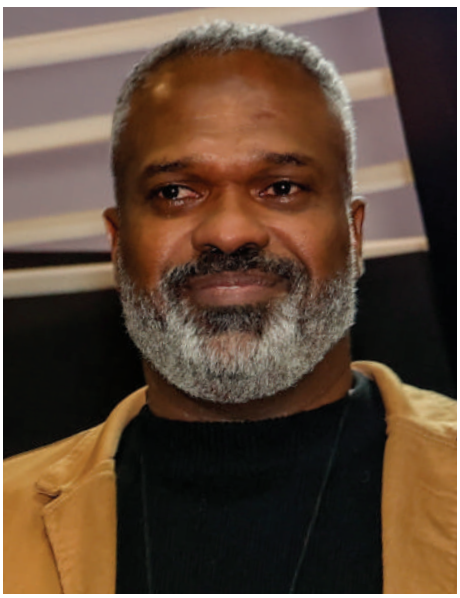
LOJAS DELTASUL



José Roberto Miranda, presidente das Lojas Deltasul, afirmou que foi uma honra ser reconhecido mais uma vez pela premiação. "Acredito que nossos diferenciais entre as outras companhias é que atendemos bem os clientes e fazemos um bom trabalho com a indústria."

***José Roberto Miranda, president of Lojas Deltasul**, stated that it was an honor to be recognized once again by the award. "I believe that our differentials among other companies are that we serve customers well and do a good job with the industry."*

SOLAR MAGAZINE



"Não existe varejo sem fornecedor." Foi assim que **Ricardo Santos, head comercial e de operações da Solar Magazine**, iniciou seu agradecimento. "O objetivo da nossa empresa, que é familiar e genuinamente cearense, é realizar sonhos com simplicidade, segundo nossos valores. Por isso, este prêmio representa o reconhecimento do trabalho que temos desenvolvido."

*"There is no retail without supplier." That's how **Ricardo Santos, commercial and operations head of Solar Magazine,** began his thanks. "The objective of our company, which is family-owned and genuinely from Ceará, is to make dreams come true with simplicity, according to our values. That is why this award represents the recognition of the work we have developed."*

VALDAR MÓVEIS



Valdecir Dario, presidente da Valdar Móveis, disse que o bom relacionamento que tem com os fornecedores o ajudou a receber a premiação. "Estamos presentes na Eletrolar Show desde sua primeira edição e, desde então, temos feito muitos negócios e levado oportunidade para diversos varejistas. Com o objetivo de sempre inovar em mente, é muito importante para nós receber este reconhecimento."

Valdecir Dario, president of Valdar Móveis, *said that the good relationship he has with suppliers helped him to receive the award. "We have been present at the Eletrolar Show since its first edition and, since then, we have done a lot of business and brought opportunity to several retailers. With the goal of always innovating in mind, it is very important for us to receive this recognition."*



GRUPO ELETROLAR CONNECTS LATIN AMERICA WITH ELECTRONICS HOME IN MEXICO AND ARGENTINA





ELECTRONICS HOME: MÉXICO E ARGENTINA
ELECTRONICS HOME: MEXICO AND ARGENTINA

GRUPO ELETROLAR CONECTA A AMÉRICA LATINA COM A ELECTRONICS HOME NO MÉXICO E NA ARGENTINA

As edições consolidam a presença internacional do Grupo, promovendo inovação, networking e geração de negócios no setor de tecnologia e bens de consumo.

The editions consolidate the international presence of the Group promoting innovation, networking, and business generation in the technology and consumer goods sector.



O primeiro semestre de 2025 foi marcado por duas edições de destaque da Electronics Home, promovidas pelo Grupo Eletrolar All Connected: a estreia da feira no México, realizada no Centro Banamex, na Cidade do México, de 17 a 19 de junho, e a quinta edição da consagrada versão argentina, sediada no Centro Costa Salguero, em Buenos Aires, de 30 de junho a 2 de julho. Ambas reforçaram o compromisso do Grupo em conectar mercados e impulsionar o crescimento da indústria de tecnologia, eletrodomésticos e consumo inteligente na América Latina.

The first semester of 2025 was marked by two standout editions of Electronics Home, promoted by Grupo Eletrolar All Connected: the debut of the fair in Mexico, held at Centro Banamex, in Mexico City, from June 17 to 19, and the fifth edition of the renowned Argentine version, hosted at Centro Costa Salguero, in Buenos Aires. Both reinforced the Group's commitment to connecting markets and boosting the growth of the technology, appliances, and smart consumption industry in Latin America.



ELECTRONICS HOME MÉXICO

Com grande entusiasmo, a estreia da Electronics Home México foi conduzida pelo CEO do Grupo Eletrolar All Connected, Carlos Clur, que destacou o evento como um espaço real de oportunidades para que as empresas mexicanas ampliem a sua atuação em cadeias regionais e internacionais. A feira atraiu expositores e visitantes de todo o continente, promovendo negócios, seminários e experiências interativas.

O painel de abertura, com especialistas da NielsenIQ e outras empresas de tecnologia, discutiu os impactos dos avanços digitais no comércio global em tempos de

With great enthusiasm, the debut of Electronics Home Mexico was conducted by the CEO of Grupo Eletrolar All Connected, Carlos Clur, who highlighted the event as a real space of opportunities for Mexican companies to expand their performance in regional and international chains. The fair attracted exhibitors and visitors from across the continent, promoting business, seminars, and interactive experiences.

The opening panel, with specialists from NielsenIQ and other technology companies, discussed the impacts of digital advances on global trade in times of tariffs. The



tarifas. A feira destacou-se ainda pelo seu caráter integrador, conectando o mercado mexicano ao ecossistema latino-americano de forma estratégica e inovadora.

Ao todo, foram mais de 5.000 produtos expostos e 1.000 marcas presentes, gerando negócios que suplantaram as expectativas. Os bons resultados consolidam o México como um hub tecnológico e logístico para o setor. A segunda edição da feira já tem data marcada: será no período de 15 a 17 de junho de 2026.

fair also stood out for its integrative character, strategically and innovatively connecting the Mexican market to the Latin American ecosystem.

In total, there were more than 5,000 products exhibited and 1,000 brands present, generating business that exceeded expectations. The good results consolidate Mexico as a technological and logistical hub for the sector. The second edition of the fair already has a set date: it will be from June 15 to 17, 2026.

ELECTRONICS HOME ARGENTINA



Na Argentina, a quinta edição da Electronics Home também superou as expectativas com um público recorde de mais de 8.000 profissionais, 400 marcas participantes e mais de 1.500 produtos apresentados. O evento reforçou seu perfil B2B ao promover conexões qualificadas entre fabricantes, distribuidores, varejistas e representantes do comércio eletrônico. A abertura contou com a presença de autoridades de entidades industriais e comerciais argentinas, comprovando o prestígio do evento.

In Argentina, the fifth edition of Electronics Home also exceeded expectations with a record audience of more than 8,000 professionals, 400 participating brands, and more than 1,500 products presented. The event reinforced its B2B profile by promoting qualified connections between manufacturers, distributors, retailers, and e-commerce representatives. The opening was attended by authorities from Argentine industrial and commercial entities, proving the prestige of the event.



Uma das grandes novidades desta edição foi o lançamento do Electronics Home Fórum, espaço dedicado a painéis estratégicos e palestras sobre os rumos do setor. Entre os temas abordados estiveram o crescimento da linha branca e dos pequenos eletros, a ascensão dos marketplaces e a importância da internacionalização da indústria. Participaram dos debates, representantes da NielsenIQ, do governo argentino e executivos de grandes empresas.

One of the great novelties of this edition was the launch of the Electronics Home Forum, a space dedicated to strategic panels and lectures on the directions of the sector. Among the topics addressed were the growth of the white line and small appliances, the rise of marketplaces, and the importance of the internationalization of the industry. Representatives from NielsenIQ, the Argentine government, and executives from large companies participated in the debates.

A PRÓXIMA EDIÇÃO DA FEIRA JÁ ESTÁ MARCADA: DE 30 DE JUNHO A 2 DE JULHO DE 2026.

The next edition of the fair is already scheduled: from June 30 to July 2, 2026.

EXPANSÃO ESTRATÉGICA

O sucesso das edições 2025 reafirma a visão estratégica do Grupo Eletrolar All Connected em promover um mercado latino-americano mais integrado e competitivo. Com mais de duas décadas de trajetória, o Grupo Eletrolar All Connected fortalece sua presença internacional ao realizar feiras estratégicas no Brasil, México e Argentina, impulsionando a inovação, os negócios e o desenvolvimento do varejo em toda a América Latina. ■■

STRATEGIC EXPANSION

The success of the 2025 editions reaffirms the strategic vision of Grupo Eletrolar All Connected in promoting a more integrated and competitive Latin American market. With more than two decades of trajectory, Grupo Eletrolar All Connected strengthens its international presence by holding strategic fairs in Brazil, Mexico, and Argentina, boosting innovation, business, and retail development throughout Latin America. ■■

AIR CONDITIONER: SPRING AND SUMMER SEASON PROMISES TO HEAT UP THE MARKET





AR-CONDICIONADO
AIR CONDITIONER

por / by **Gustavo Sumares**

AR-CONDICIONADO:
TEMPORADA DE PRIMAVERA E VERÃO PROMETE AQUECER O MERCADO



INDÚSTRIA APRESENTA APARELHOS COM ALTA TECNOLOGIA E PREÇOS ACESSÍVEIS.

INDUSTRY PRESENTS DEVICES WITH HIGH TECHNOLOGY AND AFFORDABLE PRICES.

Com a proximidade dos dias mais quentes, o mercado de equipamentos de ar-condicionado se encaminha para o seu próximo pico sazonal. Trata-se de um momento importante para o Brasil, que se tornou em 2025 o segundo maior produtor de equipamentos desse tipo, atrás apenas da China, conforme dados da **Associação Nacional dos Fabricantes de Produtos Eletroeletrônicos (ELETROS).**

De acordo com números da **NielsenIQ, o segmento de aparelhos de ar-condicionado teve faturamento de R$ 7,2 bilhões de janeiro a maio de 2025,** aumento de 1,2% em relação ao mesmo período do ano passado. Isso apesar de uma queda de 1,8% no volume de aparelhos vendidos na comparação entre os dois períodos. **O tíquete médio nesse começo do ano ficou em R$ 3.203,00.**

TEMPORADA AQUECIDA

Em 2025, o mercado deve mostrar uma sazonalidade ainda mais marcante do que nos anos anteriores, diz **Alex Silvério, diretor comercial de ar & eletro da Elgin**.

With the approach of the hotter days, the air conditioner equipment market is heading towards its next seasonal peak. It is an important moment for Brazil, which in 2025 became the second largest producer of this type of equipment, behind only China, according to data from the ***National Association of Manufacturers of Electronic Products (ELETROS).***

According to ***NielsenIQ numbers, the segment of air conditioner devices had revenue of R$ 7.2 billion from January to May 2025,*** *an increase of 1.2% compared to the same period last year. This despite a drop of 1.8% in the volume of devices sold in the comparison between the two periods.* ***The average ticket at the beginning of this year was R$ 3,203.00.***

HEATED SEASON

In 2025, the market should show even more marked seasonality than in previous years, says ***Alex Silvério, commercial director of air & electro at Elgin.*** *"In the previous period we faced some*



"No período anterior enfrentamos algumas anomalias climáticas, como a influência do fenômeno El Niño, que impactou significativamente as vendas do setor."

Hoje, as inovações tecnológicas e os preços mais acessíveis estimulam, também, a troca de aparelhos mais antigos. "Esperamos uma temporada com maior número de promoções em função das variáveis do clima, da oferta e da demanda, e das substituições de linhas por parte dos fabricantes", conta **Lucio Bacha, diretor comercial de ar-condicionado da Hisense.**

TECNOLOGIA DE PONTA

A inteligência artificial (IA) é uma das apostas das empresas para se diferenciarem nesse mercado. A LG, por exemplo, já incorpora recursos desse tipo em seus produtos. "Eles ajustam automaticamente a temperatura, a direção e a intensidade do fluxo de vento com base na presença e rotina do usuário", explica **Lucas Nogueira, gerente de produto de ar-condicionado residencial da LG Brasil.**

climatic anomalies, such as the influence of the El Niño phenomenon, which significantly impacted the sector's sales."

Today, technological innovations and more affordable prices also stimulate the replacement of older devices. "We expect a season with a greater number of promotions due to climate, supply and demand variables, and replacement of lines by manufacturers," says ***Lucio Bacha, commercial director of air conditioning at Hisense.***

CUTTING-EDGE TECHNOLOGY

Artificial intelligence (AI) is one of the companies' bets to differentiate themselves in this market. LG, for example, already incorporates such features in its products. "They automatically adjust the temperature, direction, and intensity of airflow based on the presence and routine of the user," explains ***Lucas Nogueira, residential air conditioning product manager at LG Brazil.***

A Samsung também aposta nessa inovação, tendo em vista a otimização do uso de energia elétrica e do conforto do usuário. "O aparelho aprende as preferências do usuário e compara dados de temperatura interna e externa para otimizar seu funcionamento", diz **Thiago Dias, diretor da divisão de Digital Appliances.**

CONSCIÊNCIA AMBIENTAL

Outro fator que tem se tornado mais importante para as empresas e consumidores é a redução do impacto ambiental desses aparelhos. A Electrolux, por exemplo, vem refinando seus produtos com isso em mente. "O Color Adapt conta com o R32, que tem impacto 67% menor no meio ambiente comparado ao gás R410 utilizado anteriormente", revela **André Pontes, gerente sênior da categoria de Home Comfort.**

Para **Álvaro Ruoso, gerente de produto em ar-condicionado da TCL SEMP**, os consumidores, hoje, demandam um equipamento que traga não apenas ar mais fresco, mas também mais limpo. "Queremos entregar ar mais puro, saudável e inteligente, com recursos que promovem bem-estar real no dia a dia. É

Samsung also bets on this innovation, aiming at the optimization of electricity use and user comfort. "The device learns the user's preferences and compares internal and external temperature data to optimize its operation," says ***Thiago Dias, director of the Digital Appliances division.***

ENVIRONMENTAL AWARENESS

Another factor that has become more important for companies and consumers is the reduction of the environmental impact of these devices. Electrolux, for example, has been refining its products with this in mind. "The Color Adapt uses R32, which has 67% less impact on the environment compared to the R410 gas used previously," reveals ***André Pontes, senior manager of the Home Comfort category.***

For ***Álvaro Ruoso, air conditioning product manager at TCL SEMP,*** *today consumers demand equipment that brings not only cooler air, but also cleaner air. "We want to deliver purer, healthier, and smarter air, with features that promote real well-being in everyday life. That is why we invest in technologies*





Dados da NielsenIQ mostram que o segmento de aparelhos de ar-condicionado teve faturamento de R$ 7,2 bilhões de janeiro a maio de 2025, aumento de 1,2% em relação ao mesmo período de 2024.

Data from NielsenIQ show that the air conditioner segment had revenue of R$ 7.2 billion from January to May 2025, an increase of 1.2% compared to the same period in 2024.

por isso que investimos em tecnologias como a renovação de ar, o equilíbrio de umidade e a inteligência artificial."

AR PARA TODOS

Outra tendência é a disponibilização de modelos que atendam à maior diversidade de espaços e de faixas de preço. **Eduardo Tavares, gerente de produtos da Gree**, conta que a empresa está otimista com a expansão da tecnologia cassete no mercado brasileiro. "Acreditamos que essa solução será cada vez mais incorporada em projetos residenciais e comerciais de pequeno e médio porte, especialmente onde o aproveitamento do espaço e o apelo visual são diferenciais importantes."

"A categoria de ar-condicionado tem crescido muito nos últimos anos, principalmente pela busca por conforto e qualidade de vida dentro de casa", afirma **Marcela Alencar, head de compras da HQ**. A empresa vê no crescente uso doméstico desses produtos uma oportunidade de ampliar o mercado e popularizar o conforto térmico.

such as air renewal, humidity balance, and artificial intelligence."

AIR FOR EVERYONE

Another trend is the availability of models that serve a greater diversity of spaces and price ranges. ***Eduardo Tavares, product manager at Gree,*** *says the company is optimistic about the expansion of cassette technology in the Brazilian market. "We believe this solution will increasingly be incorporated into small and medium-sized residential and commercial projects, especially where space utilization and visual appeal are important differentials."*

"The air conditioner category has grown a lot in recent years, mainly due to the search for comfort and quality of life at home," says ***Marcela Alencar, head of purchasing at HQ.*** *The company sees in the growing domestic use of these products an opportunity to expand the market and popularize thermal comfort.*

NOVIDADES DAS EMPRESAS *Company highlights*

ELECTROLUX

A empresa aposta no pico de sazonalidade do segundo semestre para conquistar bons resultados no segmento. "Temos uma expectativa positiva para a categoria de ar-condicionado, impulsionada pelo aquecimento do mercado com a chegada do período mais quente do ano", diz o gerente sênior da categoria de Home Comfort.

Para a temporada, a Electrolux destaca a **linha Color Adapt, cujo nome vem da possibilidade de adaptar o aparelho à decoração do ambiente pintando-o com tinta à base de água**. Os equipamentos têm a tecnologia Inverter, que promove melhor eficiência energética em relação aos convencionais e gás refrigerante R32, com impacto ambiental menor que o da linha anterior. **"Nossa linha também possui o sistema de tripla filtragem, que limpa o ar da casa e mantém o ambiente saudável, livre de até 99,9% de alérgenos, bactérias e fungos"**, destaca André.

The company is betting on the second half's seasonal peak to achieve good results in the segment. "We have a positive expectation for the air conditioner category, driven by the heating of the market with the arrival of the hottest period of the year," says the senior manager of the Home Comfort category.

For the season, Electrolux highlights the ***Color Adapt line, whose name comes from the possibility of adapting the device to the environment decoration by painting it with water-based paint.*** *The equipment has Inverter technology, which promotes better energy efficiency compared to conventional ones, and R32 refrigerant gas, with less environmental impact than the previous line.* ***"Our line also has a triple filtering system, which cleans the house air and keeps the environment healthy, free of up to 99.9% of allergens, bacteria, and fungi,"*** *highlights André.*



Color Adapt

Preço sugerido em 15/07/2025: de R$ 2.049,00 a R$ 4.499,00, de acordo com o tamanho.

Suggested price on 07/15/2025: from R$ 2,049.00 to R$ 4,499.00, according to size.

ELGIN

Para a temporada primavera/verão, sua sugestão é o **cassete 1 Via One Air Wi-FI, no modelo de 12.000 BTU/h, na versão quente/frio**. Além de classificação energética A pelo Inmetro, **o aparelho tem conectividade Wi-Fi, controle por comandos de voz e ionizador, que promete ar mais puro e saudável**. "Em termos de design, o produto é compacto, combina com diversos ambientes e tem acabamento fosco, que traz sofisticação", conta o diretor comercial de ar & eletro da Elgin.

De acordo com Alex, a empresa vem de um primeiro semestre bastante positivo. "Entre janeiro e março, ele foi bastante aquecido, com demanda acima da média. Já no segundo trimestre, com a chegada do outono e a aproximação do inverno, abril, maio e junho mostraram um arrefecimento natural nas vendas." Ele destaca, no entanto, que houve aumento na procura por equipamentos quente e frio (que aquecem e refrigeram).

For the spring/summer season, its suggestion is the ***cassette 1 Way One Air Wi-Fi, in the 12,000 BTU/h model, in the hot/cold version.*** *In addition to energy classification A by Inmetro,* ***the device has Wi-Fi connectivity, voice command control, and ionizer, which promises purer and healthier air.*** *"In terms of design, the product is compact, matches different environments, and has a matte finish, which brings sophistication," says the commercial director of air & electro at Elgin.*

According to Alex, the company has had a very positive first half. *"Between January and March, it was very heated, with above-average demand. In the second quarter, with the arrival of autumn and the approach of winter, April, May, and June showed a natural cooling in sales." He points out, however, that there was an increase in demand for hot and cold equipment (which heats and cools).*



Cassete 1 Via One Air Wi-FI quente/frio 12.000 BTU/h
Cassette 1 Way One Air Wi-Fi hot/cold 12,000 BTU/h
Preço sugerido em 18/07/2025: R$ 5.999,00.
Suggested price on 07/18/2025: R$ 5,999.00.



Alex Silvério,
diretor comercial de ar & eletro da Elgin
commercial director of air & electro at Elgin

GREE

Para a Gree, bom aproveitamento do espaço e simplicidade no visual, aliados à tecnologia de ponta, são os diferenciais que contribuirão para o seu sucesso no segundo semestre. "Nossa expectativa é atender à crescente demanda por ambientes mais inteligentes, silenciosos e visualmente limpos, que valorizem o design integrado sem abrir mão da performance", comenta o gerente de produtos.

O recém-lançado G-Línea Cassete 1 Via, modelo compacto e embutido no teto, tem acabamento fosco para evitar reflexos de luz e isolamento acústico para oferecer operação silenciosa. O produto está disponível em versões de 9.000 a 22.000 BTU/h. A Gree cita o modelo menor como diferencial por sua adequação para ambientes de até 25 m². **"Sua instalação é feita diretamente em forros de gesso ou estruturas modulares, ficando praticamente invisível no ambiente"**, diz Eduardo.

For Gree, good space utilization and visual simplicity, combined with cutting-edge technology, are the differentials that will contribute to its success in the second half. *"Our expectation is to meet the growing demand for smarter, quieter, and visually clean environments, which value integrated design without sacrificing performance," comments the product manager.*

The newly launched G-Línea Cassette 1 Way, a compact model embedded in the ceiling, has a matte finish to avoid light reflections and acoustic insulation to provide quiet operation. *The product is available in versions from 9,000 to 22,000 BTU/h. Gree cites the smaller model as a differential for its suitability for environments up to 25 m². **"Its installation is done directly in plaster ceilings or modular structures, being practically invisible in the environment,"** says Eduardo.*



G-Línea Cassete 1 Via
G-Línea Cassette 1 Way
Preço sugerido em 15/07/2025: R$ 3.800,00.
Suggested price on 07/15/2025: R$ 3,800.00.



Eduardo Tavares,
gerente de produtos da Gree
product manager at Gree

aircon.

22 a 25 Junho 2026 das 13h às 21h

Distrito Anhembi - São Paulo/SP

www.airconfair.com.br

O palco onde R$ 54 bilhões em climatização se transformam em negócios.



A **AirCon** é o novo pavilhão especializado em **climatização, refrigeração, aquecimento e ventilação**, desenvolvido para conectar fabricantes e distribuidores aos principais compradores da América Latina.

Integrada ao Distrito All Connected, **sua sinergia com os eventos simultâneos da Eletrolar Show** potencializa a rentabilidade dos expositores.

Resultados Esperados

+300
marcas expositoras nacionais e internacionais

+12.000
visitantes qualificados do Brasil e da América Latina

Networking estratégico
com compradores corporativos e decisores de alto nível

Cobertura especializada
em portais, plataformas digitais e principais veículos midiáticos

Seja um expositor!

Perfil do expositor

- Ar-condicionado residencial, comercial e industrial
- Refrigeração e câmaras frias
- Aquecimento e ventilação
- Ferramentas e acessórios para instalação
- Fluidos refrigerantes e gases ecológicos
- Automação e IoT para climatização
- Eficiência energética e soluções sustentáveis
- Ar-condicionado automotivo

Perfil dos visitantes

- Instaladores e técnicos HVAC-R
- Engenheiros e projetistas
- Distribuidores e varejistas
- Construtoras e incorporadoras
- Facilities managers
- Profissionais de autopeças e oficinas
- Empresas de retrofit e eficiência energética

RESERVE HOJE O SEU ESPAÇO!

+55 11 3197-4949

comercial@grupoeletrolar.com.br

Acesse o QR e visite nosso site!

ORGANIZAÇÃO: Grupo Eletrolar ALL CONNECTED

REALIZAÇÃO: azuloplay Feiras e Eventos

FEIRAS PARALELAS: #ES26 eletrolarshow ALL CONNECTED · interiorlifestyle SOUTH AMERICA · aircon. · MAQUINÁRIOS & COMPONENTES · FUTUREMOBILITY eletrocar show AUTOPARTS show · global supplier

HISENSE

A nova regulamentação energética, prevista para entrar em vigor em janeiro de 2026, é um dos motivos pelas quais a Hisense aposta numa temporada agitada para o mercado de aparelhos de ar-condicionado. **"Nosso destaque é a linha Split HW Hi-Efficiency, que será lançada no próximo mês de setembro"**, conta o diretor de ar-condicionado.

Composta por 12 modelos de diferentes capacidades e ciclos, tanto nas versões só frio quanto quente e frio, ela será lançada com classificação A e selo Procel, já com base na nova certificação energética. "Além do design elegante, os principais diferenciais da linha são o filtro Hi-Nano, Wi-Fi integrado, controle de voz e fácil instalação", destaca Lucio.

The new energy regulation, expected to come into force in January 2026, is one of the reasons why Hisense is betting on a busy season for the air conditioner market. ***"Our highlight is the Split HW Hi-Efficiency line, which will be launched next September,"*** *says the air conditioning director.*

Composed of 12 models of different capacities and cycles, both in cold-only and hot and cold versions, it will be launched with A classification and Procel seal, already based on the new energy certification. *"In addition to elegant design, the main differentials of the line are the Hi-Nano filter, integrated Wi-Fi, voice control, and easy installation," highlights Lucio.*



Linha Split HW Hi-Efficiency
Split HW Hi-Efficiency Line
Preço sugerido em 16/07/2025: de R$ 2.499,00 (9.000 BTU frio) a R$ 8.999,00 (36.000 BTU quente/frio).
Suggested price on 07/16/2025: from R$ 2,499.00 (9,000 BTUs cold) to R$ 8,999.00 (36,000 BTUs hot/cold).



Lucio Bacha,
diretor comercial de ar-condicionado da Hisense
commercial director of air conditioning at Hisense

HQ

De olho no crescimento do mercado de ar-condicionado nos últimos anos, a HQ tem expectativas elevadas para este semestre. **"Temos o objetivo de aproveitar esse movimento e ampliar nossa presença no mercado, oferecendo produtos com ótimo custo-benefício.** Queremos estar cada vez mais presentes na vida dos brasileiros entregando soluções acessíveis e confiáveis", diz a head de compras.

O modelo que a empresa destaca é o **split Hi Wall HQ 9.000 BTU, com design discreto, operação silenciosa, facilidade de instalação e de manutenção, e gás ecológico R-410A, que não agride a camada de ozônio.** "Esse modelo vem se consolidando como líder de vendas na categoria, especialmente por aliar qualidade, eficiência e preço competitivo", conta Marcela.

With an eye on the growth of the air conditioner market in recent years, HQ has high expectations for this semester. ***"We aim to take advantage of this movement and expand our market presence, offering products with great cost-benefit.*** *We want to be increasingly present in Brazilians' lives by delivering accessible and reliable solutions," says the head of purchasing.*

The model that the company highlights is the ***split Hi Wall HQ 9,000 BTU, with discreet design, quiet operation, ease of installation and maintenance, and ecological R-410A gas, which does not harm the ozone layer.*** *"This model has been consolidating itself as a sales leader in the category, especially for combining quality, efficiency, and competitive price," says Marcela.*



Split Hi Wall HQ 9.000 BTU (VOHT9KCO4S2S13)
Split Hi Wall HQ 9.000 BTU (VOHT9KCO4S2S13)
Preço sugerido em 22/07/2025: R$ 1.559,00.
Suggested price on 07/22/2025: R$ 1,559.00.



Marcela Alencar,
head de compras da HQ
head of purchasing at HQ

LG

A LG pretende aproveitar o cenário atual, que ela vê como bastante positivo aos consumidores, para fortalecer sua presença no segmento. **"Comparado com a tendência do ano passado, o preço atual está menor, indicando uma boa oportunidade de adquirir um ar-condicionado",** ressalta o gerente de produto de ar-condicionado residencial da LG Brasil.

O **AI Dual Inverter Uniq, modelo de destaque da empresa, traz ajuste automático de temperatura, direção e intensidade do fluxo de vento com inteligência artificial. Também conta com sensores de presença e de janela aberta, e com tecnologia Freeze Cleaning, que esteriliza o interior do aparelho**. Sua eficiência energética é outro diferencial, segundo Lucas. "Seu IDRS (Índice de Desempenho de Refrigeração Sazonal) é de 9,1, o maior da categoria segundo o novo padrão do Inmetro."

LG intends to take advantage of the current scenario, which it sees as quite positive for consumers, to strengthen its presence in the segment. ***"Compared to last year's trend, the current price is lower, indicating a good opportunity to purchase an air conditioner,"*** *emphasizes the residential air conditioning product manager at LG Brazil.*

The ***AI Dual Inverter Uniq, the company's highlight model, brings automatic adjustment of temperature, direction, and airflow intensity with artificial intelligence. It also has presence and open window sensors, and Freeze Cleaning technology, which sterilizes the device interior.*** *Its energy efficiency is another differential, according to Lucas. "Its IDRS (Seasonal Cooling Performance Index) is 9.1, the highest in the category according to the new Inmetro standard."*



AI Dual Inverter Uniq
Preço informado em 15/07: a partir de R$ 7.760,55 à vista para a versão 12.000 BTU quente e frio.
Price reported on 07/15: from R$ 7,760.55 cash for the 12,000 BTU hot and cold version.



Lucas Nogueira,
gerente de produto de ar-condicionado residencial da LG Brasil
residential air conditioning product manager at LG Brazil

SAMSUNG

Para a Samsung, a venda de aparelhos de ar-condicionado tem se mostrado relativamente consistente ao longo do ano. A empresa se aproxima com confiança da próxima temporada de calor. **"Estamos muito otimistas com o portfólio atual, que traz soluções para as necessidades variadas dos brasileiros"**, afirma o diretor da divisão de Digital Appliances.

"A linha de ar-condicionado Samsung WindFree™ AI se destaca por uma combinação de tecnologias inovadoras e recursos que priorizam conforto, economia e conectividade", conta Thiago. **Os modelos da linha têm tecnologia que dispersa o ar por milhares de microfuros, eliminando as correntes de vento direto, e inteligência artificial embarcada, que aprende as preferências do usuário. Oferece, também, alta eficiência energética, operação silenciosa (16 dB) e função de autolimpeza.**

For Samsung, the sale of air conditioners has proven relatively consistent throughout the year. The company approaches the next hot season with confidence. ***"We are very optimistic about the current portfolio, which brings solutions for the varied needs of Brazilians,"*** *says the director of the Digital Appliances division.*

"The Samsung WindFree™ AI air conditioner line *stands out for a combination of innovative technologies and features that prioritize comfort, savings, and connectivity," says Thiago.* ***The line models have technology that disperses air through thousands of microholes, eliminating direct wind currents, and embedded artificial intelligence, which learns user preferences. It also offers high energy efficiency, quiet operation (16 dB), and self-cleaning function.***



Linha Samsung WindFree™ AI
Samsung WindFree™ AI Line

Preço consultado em 22/07: de R$ 2.899,00 (9.000 BTU, só frio) a R$ 4.999,00 (24.000 BTU, quente e frio).
Price checked on 07/22: from R$ 2,899.00 (9,000 BTU, cold only) to R$ 4,999.00 (24,000 BTU, hot and cold).



Thiago Dias,
diretor da divisão de Digital Appliances da Samsung
director of the Digital Appliances division at Samsung

TCL SEMP

"Esperamos continuar o crescimento de 2024, em que as vendas de aparelhos split cresceram 38%, alcançando quase 5,9 milhões de unidades, impulsionadas por ondas de calor mais intensas e preços mais acessíveis." É assim que o gerente de produto de ar-condicionado da TCL SEMP descreve as expectativas da empresa para este semestre.

O **lançamento do modelo FreshIN 3.0 durante o período deve contribuir para bons resultados. A empresa ressalta que a linha é a única com sistema de renovação que capta o ar do ambiente externo, filtra e ajuda a reequilibrar os níveis de oxigênio e de umidade do ambiente. "O modelo 3.0 trará também inteligência artificial e controle de umidade otimizados, conectividade Wi-Fi e sistema de autolimpeza.** "É uma evolução que reforça nosso propósito de entregar soluções que vão além do conforto térmico", conta Álvaro. ■■

"We expect to continue the growth of 2024, in which split device sales grew 38%, reaching almost 5.9 million units, driven by more intense heat waves and more affordable prices." *That is how TCL SEMP's air conditioning product manager describes the company's expectations for this semester.*

The ***launch of the FreshIN 3.0 model during the period should contribute to good results. The company emphasizes that the line is the only one with a renewal system that captures outside air, filters it, and helps rebalance oxygen and humidity levels in the environment. "The 3.0 model will also bring optimized artificial intelligence and humidity control, Wi-Fi connectivity, and self-cleaning system.*** *It is an evolution that reinforces our purpose of delivering solutions that go beyond thermal comfort," says Álvaro.* ■■



FreshIN 3.0
Preço sugerido em 14/07/2025: R$ 2.999,00 (12.000 BTU, frio).
Suggested price on 07/14/2025: R$ 2,999.00 (12,000 BTU, cold).



Álvaro Ruoso,
gerente de produto em ar-condicionado da TCL SEMP
air conditioning product manager at TCL SEMP

EXPO FERRETERA BRASIL

Inovação, soluções técnicas e negócios para a construção, manutenção e climatização

22 a 25 de junho de 2026
das 13h às 21h
www.expoferretera.com.br

O NOVO PONTO DE ENCONTRO B2B DA AMÉRICA LATINA PARA FERRAMENTAS, CONSTRUÇÃO, MANUTENÇÃO, CLIMATIZAÇÃO, REFRIGERAÇÃO E INOVAÇÃO INDUSTRIAL.

A EXPO FERRETERA BRASIL FOI FEITA PARA QUEM QUER VENDER MAIS, MELHOR E PARA QUEM REALMENTE COMPRA.

RESULTADOS ESPERADOS

- **+300** marcas expositoras nacionais e internacionais.
- **+12.000** visitantes qualificados do Brasil e da América Latina.
- **Networking estratégico** com compradores corporativos e decisores de alto nível.
- **Cobertura especializada** em mídias técnicas, portais do Grupo Eletrolar e veículos parceiros.

POR QUE PARTICIPAR DA EXPO FERRETERA BRASIL?

Plataforma para lançar produtos e expandir presença no mercado latino-americano.

Sinergia com outros eventos simultâneos, ampliando o alcance para novos públicos e segmentos.

Conexão com compradores qualificados, distribuidores e redes varejistas.

Apoio do Grupo Eletrolar, referência em promover negócios no Brasil e na América Latina.

SETOR DE EXPOSIÇÃO

- Ferramentas manuais, elétricas e industriais.
- Equipamentos para construção leve e manutenção predial.
- Soluções de climatização e refrigeração: Ar-condicionado, sistemas de ventilação e tecnologias integradas.
- EPIs e soluções para segurança do trabalho.
- Produtos para energia e automação industrial.
- Materiais e componentes técnicos para manutenção e retrofit.

PÚBLICO VISITANTE

- Compradores de home centers, depósitos, atacado e e-commerce.
- Engenheiros, arquitetos e gestores de obras.
- Incorporadoras, construtoras e empresas de facilities.
- Distribuidores e representantes comerciais.
- Operadores de manutenção predial e industrial.
- Investidores e tomadores de decisão de projetos corporativos e governamentais.

LOCAL E DATA

22 a 25 de junho de 2026
das 13h às 21h
Novo Distrito Anhembi

Infraestrutura moderna e versátil para grandes eventos.

Acesso facilitado por diversas opções de transporte.

Ambiente reformulado com foco em conforto e eficiência para visitantes e expositores.

RESERVE SEU ESPAÇO

+55 11 3197-4949

comercial@expoferretera.com.br

R. Luigi Galvani, 42 - 5º andar, Itaim Bibi - São Paulo - SP

ORGANIZAÇÃO: Grupo eletrolar ALL CONNECTED
REALIZAÇÃO: azuloplay Feiras e Eventos
FEIRAS PARALELAS: #ES26 eletrolarshow ALL CONNECTED | interiorlifestyle SOUTH AMERICA | aircon. | MAQUINÁRIOS & COMPONENTES | FUTUREMOBILITY eletrocar show AUTOPARTS show | global supplier



CONGRESS BRAZIL MOBILE

SERÁ REALIZADO DE 20 A 22 DE MARÇO DE 2026

CONGRESS BRAZIL MOBILE WILL BE HELD FROM MARCH 20 TO 22, 2026





Parceria com o Grupo Eletrolar All Connected permitiu ampliar o espaço de 1.000 m² para 10 mil m² neste ano.

Partnership with the Grupo Eletrolar All Connected allowed the expansion of the space from 1,000 m² to 10,000 m² this year.

Criador do Congress Brazil Mobile (CBM), Cadu Oliveira adiantou, durante a feira Eletrolar Show deste ano, sua expectativa para a próxima edição do evento de tecnologia móvel, que será realizada no período de 20 a 22 de março de 2026, no Distrito Anhembi.

"Como a cada ano que passa conseguimos aumentar, e muito, o Congress Brazil Mobile, esperamos o mesmo em 2026. Queremos mais visitantes no CBM, com certeza, mas nosso objetivo é aumentar a quantidade de expositores qualificados", contou Cadu.

Creator of the Congress Brazil Mobile (CBM), Cadu Oliveira *anticipated, during this year's Eletrolar Show, his expectation for the next edition of the mobile technology event, which will be held from March 20 to 22, 2026, at the Anhembi District.*

"As every year we manage to increase, and a lot, the Congress Brazil Mobile, we expect the same in 2026. We want more visitors at CBM, for sure, but our goal is to increase the number of qualified exhibitors," said Cadu.



O evento de tecnologia móvel nasceu em 2023 com o objetivo de profissionalizar empresas e assistências, e de trazer soluções para que o lojista consiga lucrar mais. Hoje, faz parte do Grupo Eletrolar. "Expomos tudo para celulares, e o ideal é irmos mais longe na próxima edição", explicou Cadu.

Em dois anos muita coisa mudou, disse o criador do CBM. "O evento começou com espaço de 1.000 m², e na edição de 2025, devido à parceria com o Grupo Eletrolar, alcançou 10 mil m². Apresentou desde softwares até acessórios, como

The mobile technology event was born in 2023 with the objective of professionalizing companies and assistances, and of bringing solutions so that the retailer can profit more. Today, it is part of Grupo Eletrolar. "We exhibit everything for cell phones, and the ideal is for us to go further in the next edition," explained Cadu.

In two years many things have changed, said the creator of CBM. "The event began with a space of 1,000 m², and in the 2025 edition, due to the partnership with Grupo Eletrolar, it reached 10,000 m². It presented from software to accessories, such

A próxima edição do evento de tecnologia móvel será realizada no período de 20 a 22 de março de 2026, no Distrito Anhembi.

The next edition of the mobile technology event will be held from March 20 to 22, 2026, at the Anhembi District.

“Queremos mais visitantes no CBM, com certeza, mas nosso objetivo é aumentar a quantidade de expositores qualificados.”

“We want more visitors at CBM, for sure, but our goal is to increase the number of qualified exhibitors.”

capinhas para celular, e teve três dias de palestras com especialistas do mercado de mobile.”

A internacionalização de empresas, assim como ocorreu com o Grupo Eletrolar, também faz parte dos objetivos do fundador do CBM. “Na edição deste ano, dos 80 expositores que tivemos, cerca de 10% eram internacionais. Entre eles, havia empresas dos Estados Unidos, Paraguai, China e Colômbia. Queremos aumentar esse número, e quem se interessar já pode se inscrever no nosso site”, informou Cadu. ■■

as cell phone cases, and had three days of lectures with specialists from the mobile market.”

The internationalization of companies, just as it happened with Grupo Eletrolar, is also part of the goals of the founder of CBM. “In this year’s edition, of the 80 exhibitors we had, about 10% were international. Among them, there were companies from the United States, Paraguay, China, and Colombia. We want to increase this number and those interested can already register on our website,” said Cadu. ■■



ELECTRONICS HOME • Argentina

A FEIRA B2B MAIS IMPORTANTE DE ELETRODOMÉSTICOS, ARTIGOS PARA O LAR, CELULARES, INFORMÁTICA, MÓVEIS, COLCHÕES E DESIGN DO PAÍS



6ª EDIÇÃO

30 DE JUNHO A 02 DE JULHO DE 2026

LA RURAL, PAVILHÃO AMARELO
BUENOS AIRES, ARGENTINA

TODOS EM UM MESMO LUGAR

ORGANIZAÇÃO Grupo eletrolar azuloplay MEDIA OFICIAL: INTEGRACION





ELETROLAR SHOW: 20 ANOS COM RECORDES E NOVOS HORIZONTES

COBERTURA ES 2025
COVERAGE ES 2025

ELETROLAR SHOW: 20 YEARS WITH RECORDS AND NEW HORIZONS

FEIRA MAIS QUE DOBROU DE TAMANHO E REAFIRMOU SEU PAPEL COMO MOTOR DE INOVAÇÕES E NEGÓCIOS.

THE FAIR MORE THAN DOUBLED IN SIZE AND REAFFIRMED ITS ROLE AS AN ENGINE OF INNOVATIONS AND BUSINESS.



Em área superior a 60 mil m² no Distrito Anhembi, em São Paulo, a Eletrolar Show de 2025 registrou números superlativos: foram 1.500 expositores, 5.000 marcas e mais de 40.000 visitantes profissionais, o que resultou na movimentação de cerca de R$ 2 bilhões em negócios. **"Os contratos fechados durante o evento, somados aos que seguem em negociação, devem contribuir de forma significativa para o crescimento do varejo nos próximos meses", afirmou Carlos Clur, CEO do Grupo Eletrolar All Connected, organizador do evento.**

In an area over 60,000 m² at the Anhembi District, in São Paulo, the 2025 Eletrolar Show recorded superlative numbers: there were 1,500 exhibitors, 5,000 brands and more than 40,000 professional visitors, which resulted in about R$ 2 billion in business. ***"The contracts closed during the event, added to those still under negotiation, should contribute significantly to the growth of retail in the coming months," said Carlos Clur, CEO of Grupo Eletrolar All Connected, organizer of the event.***

Cobertura / Coverage: por / by **Bruno Oliveira, Dilnara Titara, Gisele Achkar, Gustavo Sumares, Leda Cavalcanti, Margareth Vicente, Mauricio Chiotti, Rebecca Vettore, Talis Mauricio, Tatiana Sasaki** e / and **Ylka de Amorim Teixeira**

Juan Pablo De Vera, presidente Eletrocar; Luciano Neto, head do projeto Xiaomi no Brasil; Marcelo Godoy, presidente da Abeifa; Jorge Nascimento, presidente da Eletros; Giovanni Martins Cardoso, fundador da Mondial; Mariano Botindari, CFO do Grupo Eletrolar; Carlos Clur, CEO do Grupo Eletrolar; Celso Portiolli, apresentador e embaixador da Eletrolar Show; Stephan Kurzawski, sênior vice-presidente consumer good, automotive and textile shows and sales da Messe Frankfurt Exhibition GmbH; Bosco Saraiva, superintendente da Suframa; Waldenir Vieira superintendente-adjunto de desenvolvimento e inovação tecnológica da Suframa.



O **novo posicionamento estratégico da feira, o B2B2C**, que incorporou o consumidor final ao seu ecossistema por meio de criadores de conteúdo e influenciadores digitais, foi apresentado em um brunch antes da abertura oficial. Teve a presença de influenciadores das áreas de tecnologia, lifestyle, decoração e casa conectada. **"A Eletrolar Show sempre foi o local onde os varejistas identificam as melhores oportunidades para abastecer suas lojas. Agora, os influenciadores entram em cena, mostrando novidades e despertando desejo nos que estão em casa", disse Celso Portiolli, embaixador do grupo.**

A dinâmica foi impulsionada pelo **Studio Live All Connected by Influcom**, espaço interativo voltado a

The new strategic positioning of the fair, B2B2C**, which incorporated the end consumer into its ecosystem through content creators and digital influencers, was presented at a brunch before the official opening. It had the presence of influencers in the areas of technology, lifestyle, decoration and connected home. **"The Eletrolar Show has always been the place where retailers identify the best opportunities to stock their stores. Now, influencers come on stage, showing new products and awakening desire in those at home," said Celso Portiolli, ambassador of the group.

*The dynamic was driven by the **Studio Live All Connected by Influcom**, an interactive space dedicated to*



bate-papos sobre inovação, lançamentos e tendências. A ativação fortaleceu a presença digital da feira, gerando conteúdos exclusivos e colaborações nas redes sociais. A aposta no formato multiplataforma aumentou o engajamento do público e garantiu ainda mais visibilidade para as empresas expositoras.

NÚMEROS DO SETOR

Na entrevista concedida após a abertura da feira, **José Jorge do Nascimento Jr., presidente da Associação Nacional de Fabricantes de Produtos Eletroeletrônicos (ELETROS),** lembrou que as vendas de eletroeletrônicos cresceram 29% em 2024 em relação a 2023. "Foi o melhor resultado dos últimos cinco anos, com destaque para o ar-condicionado, que tem no Brasil o segundo maior produtor mundial", afirmou. Ressaltou, também, a presença crescente da tecnologia e da inteligência artificial nos produtos.

chats about innovation, launches and trends. The activation strengthened the digital presence of the fair, generating exclusive content and collaborations on social networks. The bet on the multiplatform format increased audience engagement and ensured even more visibility for the exhibiting companies.

SECTOR NUMBERS

In the interview given after the opening of the fair, ***José Jorge do Nascimento Jr., president of the National Association of Manufacturers of Electro-electronic Products (ELETROS),*** *recalled that sales of electro-electronics grew 29% in 2024 compared to 2023. "It was the best result of the last five years, with emphasis on air conditioning, with Brazil being the second largest producer in the world," he said. He also highlighted the growing presence of technology and artificial intelligence in products.*

Mateus Rabelo, gerente sênior da NielsenIQ, apresentou dados da pesquisa realizada com exclusividade para o Grupo Eletrolar All Connected. Os dados mostraram que, no primeiro quadrimestre de 2025, o volume de unidades vendidas aumentou em 4% e o faturamento teve expansão de 8%, na comparação com o mesmo período do ano passado. "Observamos um crescimento expressivo, especialmente na linha branca, que teve aumento de 4% em unidades vendidas."

Mais que um termômetro do setor, a Eletrolar Show é uma vitrine para marcas nacionais e internacionais que buscam acelerar sua expansão no mercado. Foi o caso da Honor, fabricante chinesa de smartphones, que chegou ao País neste ano. **"O Brasil é um mercado-chave, não só por ser o maior da América Latina,** mas porque tem consumidores sofisticados, com fome de inovação", disse **David Moheno, diretor de comunicação e relações públicas da marca na América Latina. "A Eletrolar Show é um evento de classe mundial, comparável a gigantes como CES, MWC e IFA",** acrescentou.

Essa percepção se alinha ao reconhecimento oficial. Em sua edição comemorativa de 20 anos, a **Eletrolar**

Mateus Rabelo, senior manager at NielsenIQ, *presented data from a survey carried out exclusively for Grupo Eletrolar All Connected. The data showed that, in the first four months of 2025, the volume of units sold increased by 4% and revenue expanded by 8%, compared to the same period last year. "We observed significant growth, especially in white goods, which increased by 4% in units sold."*

More than a thermometer of the sector, the Eletrolar Show is a showcase for national and international brands seeking to accelerate their expansion in the market. This was the case of Honor, a Chinese smartphone manufacturer, which arrived in the country this year. ***"Brazil is a key market, not only because it is the largest in Latin America,*** *but because it has sophisticated consumers, hungry for innovation," said* ***David Moheno, director of communications and public relations for the brand in Latin America. "The Eletrolar Show is a world-class event, comparable to giants such as CES, MWC and IFA,"*** *he added.*

This perception aligns with official recognition. In its 20th anniversary edition, the Eletrolar Show underwent an audit and obtained international certification from



Show passou por auditoria e conquistou a certificação internacional da UFI – The Global Association of the Exhibition Industry, principal entidade mundial do setor. O selo atesta o alinhamento do evento às melhores práticas internacionais da indústria de feiras.

FEIRA MAIS ROBUSTA

A Eletrolar Show cresceu neste ano e ficou ainda mais forte. Incorporou três feiras paralelas, ampliando seu alcance e relevância. A estreia da Interior Lifestyle South America (ILSA), marca internacional da Messe Frankfurt, marcou a entrada oficial da feira de design, utilidades domésticas e decoração no Brasil.

"A ILSA é uma grande feira internacional que acaba de chegar ao Brasil, e esta edição foi apenas o começo", afirmou Stephan Kurzawski, senior vice-president consumer goods, automotive and textile shows and sales da Messe Frankfurt Exhibition GmbH. Destacou que a vinda da feira ao País conecta a criatividade das marcas locais e o mercado global, respondendo à demanda por produtos que aliam funcionalidade e estética. "O design sempre foi e sempre será essencial. É ele que agrega valor e tem o poder de nos fazer felizes", disse.

UFI – The Global Association of the Exhibition Industry, the main global entity in the sector. The seal attests the alignment of the event with the best international practices of the exhibition industry.

MORE ROBUST FAIR

The Eletrolar Show grew this year and became even stronger. It incorporated three parallel fairs, expanding its reach and relevance. The debut of the Interior Lifestyle South America (ILSA), an international brand of Messe Frankfurt, marked the official entry of the fair of design, household goods and decoration in Brazil.

"ILSA is a great international fair that has just arrived in Brazil, and this edition was just the beginning," said Stephan Kurzawski, senior vice-president consumer goods, automotive and textile shows and sales of Messe Frankfurt Exhibition GmbH. *He highlighted that the coming of the fair to the country connects the creativity of local brands and the global market, responding to the demand for products that combine functionality and aesthetics. "Design has always been and always will be essential. It is what adds value and has the power to make us happy," he said.*





A Eletrocar Show, também em sua primeira edição, reuniu a cadeia de mobilidade elétrica, com montadoras, fabricantes de eletropostos e fornecedores de componentes. Apresentou tecnologias e veículos elétricos e promoveu test drives, palestras e lançamentos. E o pavilhão internacional, com a **Global Supplier International Trade Show**, conectou fornecedores globais ao mercado latino-americano, promovendo oportunidades na cadeia de suprimentos nas áreas de eletrônicos, eletrodomésticos, iluminação, brinquedos, automação e mobilidade.

Os preparativos para a edição de 2026, que será realizada de 22 a 25 de junho, no Distrito Anhembi, já começaram. A expectativa é que os setores de mobilidade elétrica e casa conectada ganhem ainda mais protagonismo. Além disso, três novos eventos já estão confirmados: Ferretera, dedicada a ferramentas e equipamentos; Máquinas e Componentes, com foco em insumos, infraestrutura e soluções para veículos elétricos; e AirCon, para o segmento de climatização. Veja, a seguir, os produtos e as opiniões dos expositores. ■■

The Eletrocar Show, also in its first edition, brought together the electric mobility chain, with automakers, manufacturers of charging stations and component suppliers. *It presented technologies and electric vehicles and promoted test drives, lectures and launches. And the international pavilion, with the* ***Global Supplier International Trade Show****, connected global suppliers to the Latin American market, promoting opportunities in the supply chain in the areas of electronics, household appliances, lighting, toys, automation and mobility.*

Preparations for the 2026 edition, which will be held from June 22 to 25, at the Anhembi District, have already begun. *The expectation is that the sectors of electric mobility and connected home will gain even more prominence. In addition, three new events are already confirmed: Ferretera, dedicated to tools and equipment; Machinery and Components, focusing on inputs, infrastructure and solutions for electric vehicles; and AirCon, for the air conditioning segment. See below the products and opinions of the exhibitors.* ■■

A'GOLD: PORTFÓLIO DIVERSIFICADO DE ELETRÔNICOS

A'GOLD: DIVERSIFIED PORTFOLIO OF ELECTRONICS

Caixa de som portátil resistente à água foi o grande destaque.

Water-resistant portable speaker was the main highlight.





THAIS GOMES,
DO DEPARTAMENTO DE VENDAS
FROM THE SALES DEPARTMENT

Após os bons resultados conquistados em sua estreia na Eletrolar Show no ano passado, a **A'Gold** voltou à feira com o objetivo de ampliar a visibilidade da marca e consolidar sua presença no mercado nacional de eletrônicos e acessórios para celular.

Com um portfólio diversificado, a empresa expôs carregadores, fones de ouvido, caixas de som, cabos e microfones, entre outros produtos. Entre as novidades, chamou atenção a **caixa de som SM-36, com certificação IPX6 que garante resistência à água. "É um modelo portátil de 80 W com conexão Bluetooth, design moderno e um laranja vibrante, que destaca nossa marca", explicou Thais Gomes, do departamento de vendas.**

Participar da Eletrolar Show foi uma oportunidade estratégica para fortalecer o relacionamento com lojistas e alcançar novos públicos. "Viemos com a expectativa de fechar negócios e conhecer varejistas que possam se tornar grandes parceiros", contou Thais. ■■

After the successful results achieved in its debut at Eletrolar Show last year, A'Gold returned to the fair aiming to increase brand visibility and consolidate its presence in the national market for electronics and mobile accessories.

With a diversified portfolio, the company exhibited chargers, headphones, speakers, cables, microphones, among other products. *Among the novelties, the* ***SM-36 speaker stood out, with IPX6 certification that ensures water resistance. "It's a portable 80 W model with Bluetooth connection, modern design, and a vibrant orange color that highlights our brand," explained Thais Gomes, from the sales department.***

Participating in the Eletrolar Show was a strategic opportunity to strengthen relationships with retailers and reach new audiences. *"We came with the expectation of closing deals and meeting retailers who can become great partners," said Thais.* ■■





LUIZA MENGHINI,
GERENTE DE MARKETING
MARKETING MANAGER

AGRATTO / VENTISOL: NOVIDADES EM ELETROPORTÁTEIS E CLIMATIZAÇÃO

NEW PRODUCTS IN SMALL APPLIANCES AND AIR CONDITIONING

Lançamentos, simulador de corrida e presença de embaixadores atraíram visitantes.

Product launches, racing simulator, and presence of ambassadors attracted visitors.

Com 28 anos de mercado, a **Ventisol** apresentou o **ventilador Turbo 10, que se diferencia pelas dez pás e alta performance**, além de **modelos de parede com controle remoto. "Trouxemos diversos produtos inovadores em parceria com o nosso embaixador, o piloto da Stock Car Nelson Piquet Jr., que simboliza velocidade, desempenho e performance – características que também definem os nossos ventiladores", destacou Luiza Menghini, gerente de marketing.**

A **Agratto**, marca nacional de eletroportáteis, apresentou uma linha diversificada de lançamentos. Entre os destaques estavam o **liquidificador single, as novas air fryers e o aspirador robô**. Para aproximar o público da marca, a empresa preparou ativações especiais e contou com a presença de seu embaixador, o ator e apresentador André Marques.

Há mais de uma década participando da Eletrolar Show, as marcas apostam na feira como uma oportunidade de relacionamento com parceiros e ampliação da rede de distribuição em diferentes regiões do País. **Segundo a gerente de marketing, a expectativa é conquistar novos revendedores, fortalecer parcerias consolidadas e impulsionar as vendas neste semestre.** ■■

With 28 years in the market, ***Ventisol*** *presented the* ***Turbo 10 fan, which stands out for its ten blades and high performance,*** *as well* ***as wall-mounted models with remote control. "We brought several innovative products in partnership with our ambassador, Stock Car driver Nelson Piquet Jr., who symbolizes speed, performance, and power – characteristics that also define our fans," highlighted Luiza Menghini, marketing manager.***

Agratto*, a national brand of small appliances, presented a diversified line of launches. Highlights included the* ***single blender, new air fryers, and the robot vacuum cleaner.*** *To bring the public closer to the brand, the company prepared special activations and featured its ambassador, actor and presenter André Marques.*

Participating in Eletrolar Show for over a decade, the brands see the fair as an opportunity to build relationships with partners and expand their distribution network in different regions of the country. ***According to the marketing manager, the expectation is to gain new resellers, strengthen established partnerships, and boost sales this semester.*** ■■

AIWA: ESTREIA NO SEGMENTO DE CLIMATIZAÇÃO

AIWA: DEBUT IN THE AIR CONDITIONING SEGMENT

Nova linha de ar-condicionado reforça expansão.

New air conditioning line reinforces expansion.





GIOVANNI M. CARDOSO, COFUNDADOR DO GRUPO MK, DETENTOR DAS MARCAS AIWA E MONDIAL
CO-FOUNDER OF GRUPO MK, HOLDER OF THE AIWA AND MONDIAL BRANDS

A **Aiwa** anunciou sua **entrada no segmento de ar-condicionado. Lançou na feira 12 modelos equipados com tecnologia Inverter, capacidades entre 9.000 BTU e 30.000 BTU, Wi-Fi integrado e comando por voz. "O Brasil tem enorme potencial no mercado de climatização, e contamos com tecnologia para oferecer soluções de alta performance", destacou Giovanni M. Cardoso, cofundador do Grupo MK, detentor das marcas Aiwa e Mondial.**

Os aparelhos serão produzidos na fábrica de Manaus e chegam ao varejo em setembro. "Buscamos diversificar nossa atuação, além de consolidar a reputação como uma marca robusta, confiável e alinhada aos diferentes momentos dos consumidores do segmento premium", disse Giovanni.

Complementando o portfólio, a companhia também apresentou na Eletrolar Show novidades em suas já consolidadas linhas de áudio e vídeo, incluindo **novas smart TVs, modelos de caixas de som portáteis, microfone e fones de ouvido.** ■■

*A **Aiwa** announced its **entry into the air conditioning segment. At the fair, it launched 12 models equipped with Inverter technology, capacities ranging from 9,000 BTU to 30,000 BTU, integrated Wi-Fi, and voice control. "Brazil has enormous potential in the air conditioning market, and we have the technology to offer high-performance solutions," highlighted Giovanni M. Cardoso, co-founder of Grupo MK, holder of the Aiwa and Mondial brands.***

***The units will be produced at the Manaus factory and will arrive in retail in September.** "We aim to diversify our operations, in addition to consolidating our reputation as a robust, reliable brand aligned with the different moments of premium segment consumers," said Giovanni.*

*Complementing the portfolio, the company also presented at the Eletrolar Show innovations in its already established audio and video lines, including **new smart TVs, portable speaker models, microphone, and headphones.** ■■*

AMARINE: PORTFÓLIO AMPLO PARA O 2º SEMESTRE

WIDE PORTFOLIO FOR THE SECOND SEMESTER

Importadora comercializa produtos de marcas consagradas.

Importer sells products from renowned brands.





KARIM FAHS,
COFUNDADOR
CO-FOUNDER

Com um portfólio de mais de 200 produtos, a **Amarine** apresentou na feira mais novidades ao mercado. **"Queremos lançar alguns itens que já temos com certificação da Anatel, como as caixas de som da Marshall, e continuar o trabalho que temos feito com marcas como Kodak e Canon",** contou Karim Fahs, cofundador da empresa.

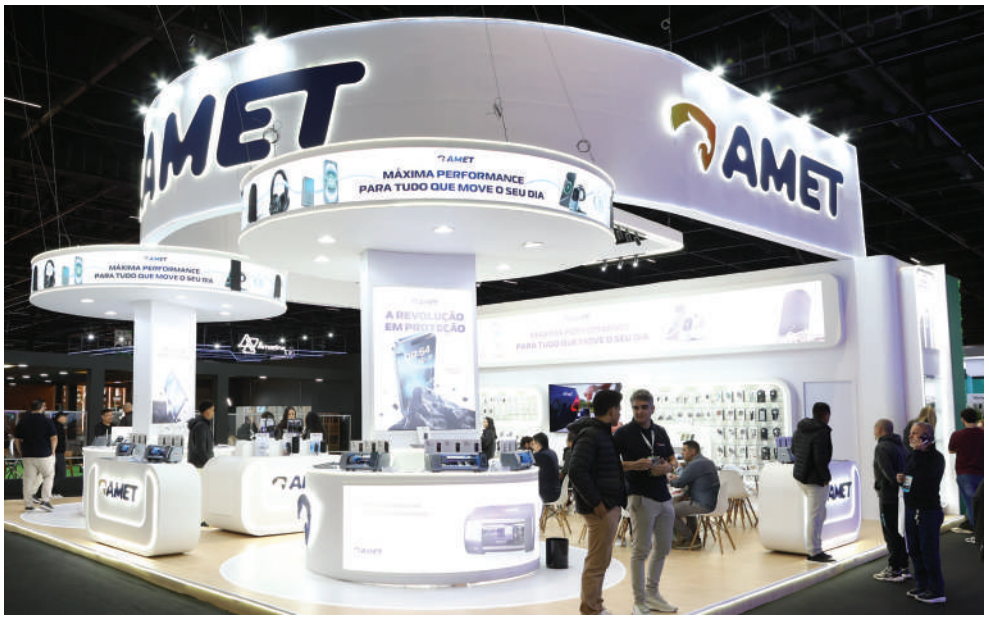
Além de câmeras analógicas, que há dois anos vêm fazendo bastante sucesso, a empresa destacou a **câmera S33 da Sieco**. É um **dispositivo voltado para a vigilância de áreas internas com capacidade de movimentação em 360°, com áudio bidirecional, resolução Full HD e sensor de movimento.** A câmera subaquática WPC-2 e a linha de alto-falantes da Marshall ficaram entre os favoritos do público.

De acordo com o cofundador, o feedback recebido pela Amarine de seus parceiros no varejo indica que 2025 será seu melhor ano. Karim confia que os próximos meses trarão bons resultados. **"Nunca tivemos um portfólio tão grande para começar o segundo semestre e aproveitar datas como a Black Friday e o Prime Day da Amazon", afirmou Karim.**

With a portfolio of over 200 products, ***Amarine*** *presented more novelties to the market at the fair.* ***"We want to launch some items we already have with Anatel certification, such as Marshall speakers, and continue the work we've been doing with brands like Kodak and Canon,"*** *said Karim Fahs, co-founder of the company.*

In addition to analog cameras, which have been quite successful for two years now, the company highlighted the ***Sieco S33 camera****. It is a* ***device aimed at indoor surveillance with 360° movement capacity, two-way audio, Full HD resolution, and motion sensor.*** *The WPC-2 underwater camera and the line of Marshall speakers were among the audience favorites.*

*According to the co-founder, the feedback received by Amarine from its retail partners indicates that 2025 will be its best year. Karim is confident that the coming months will bring good results. "****We've never had such a large portfolio to start the second semester and take advantage of dates like Black Friday and Amazon's Prime Day," stated Karim.***





CLIFORD OLIVEIRA, CEO

AMET: MÁQUINA DE PELÍCULA COM TECNOLOGIA INOVADORA

AMET: FILM CUTTING MACHINE WITH INNOVATIVE TECHNOLOGY

Com parcerias conquistadas na feira, empresa espera dobrar receita em 2025.

With partnerships gained at the fair, company expects to double revenue in 2025.

A Eletrolar Show parece promover uma distorção no tempo e no espaço, tamanha é a sua capacidade de gerar novos negócios e parcerias, afirmou **Cliford Oliveira, CEO da AMET. "São compradores do Brasil inteiro na feira e conseguimos gerar o resultado de um ano nos seus quatro dias de duração. É um evento disruptivo."**

Na feira, a empresa apresentou sua **nova linha de películas de titânio, com tecnologia nanovidro e apenas 0,73 milímetros de espessura, e também a máquina que produz as películas. Com tamanho semelhante ao de uma impressora de escritório, ela faz o recorte na hora, de acordo com o modelo do cliente, reduzindo custos e trabalho de estocagem para os lojistas.** "Fizemos esse lançamento no Brasil com exclusividade, e foi o grande produto da feira", celebrou Cliford.

Do começo de 2025 até a feira, a AMET já tinha conquistado crescimento de 60% no faturamento na comparação com o ano passado, de acordo com seu CEO. **"Com as novas parcerias que construímos na Eletrolar Show, acreditamos que dobraremos o número em relação a 2024. A feira tem muita participação nesse resultado", contou.** ■■

Eletrolar Show seems to distort time and space, such is its capacity to generate new business and partnerships, said ***Cliford Oliveira, CEO of AMET. "Buyers from all over Brazil attend the fair, and we managed to achieve the result of a whole year in its four-day duration. It's a disruptive event."***

At the fair, the company presented its ***new line of titanium films, with nano-glass technology and just 0.73 millimeters thick, as well as the machine that produces the films. Similar in size to an office printer, it cuts on the spot according to the client's model, reducing storage costs and work for retailers.*** *"We launched this exclusively in Brazil, and it was the highlight of the fair," celebrated Cliford.*

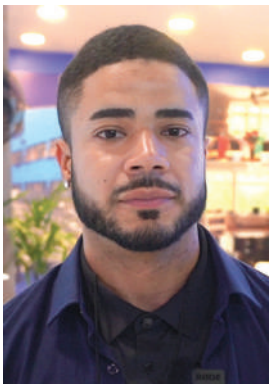
From the beginning of 2025 until the fair, AMET had already achieved a 60% revenue increase compared to the previous year, according to its CEO. ***"With the new partnerships we built at Eletrolar Show, we believe we will double the number compared to 2024. The fair plays a big role in this result," he said.*** ■■

ANXIN: DIVERSIDADE DE PRODUTOS

ANXIN: PRODUCT DIVERSITY

Foco em ventiladores de fabricação nacional e itens importados.

Focus on nationally manufactured fans and imported items.



JULIO CÉSAR SOUZA RAMOS, GERENTE DE VENDAS
SALES MANAGER



Expositora pela terceira vez da Eletrolar Show, a Anxin ampliou a presença para destacar a variedade do seu portfólio. "Essa feira é uma das maiores da América Latina. Estar aqui é uma forma de ampliar ainda mais a visibilidade da nossa marca", afirmou Julio César Souza Ramos, gerente de vendas.

Entre os produtos apresentados estavam **ventiladores de coluna, pedestal e teto fabricados pela empresa** em Diadema (SP). A Anxin também expôs **utensílios de cozinha, copos e garrafas térmicas importados da China, além de kits de ferramentas, malas e acessórios**, mostrando sua linha de soluções para o lar.

Segundo Julio, a participação na Eletrolar Show é estratégica para estreitar relacionamentos comerciais e consolidar a marca no mercado nacional. **"Nosso foco é atrair clientes de diferentes Estados e apresentar toda a diversidade de produtos que oferecemos", destacou.** ■■

Exhibiting for the third time at Eletrolar Show, Anxin expanded its presence to highlight the variety of its portfolio. "This fair is one of the largest in Latin America. Being here is a way to further increase the visibility of our brand," said Julio César Souza Ramos, sales manager.

Among the products presented were ***column, pedestal, and ceiling fans manufactured by the company*** *in Diadema (SP). Anxin also showcased* ***kitchen utensils, cups, and thermal bottles imported from China, as well as tool kits, suitcases, and accessories****, demonstrating its line of home solutions.*

According to Julio, participating in Eletrolar Show is strategic for strengthening business relationships and consolidating the brand in the national market. ***"Our focus is to attract clients from different states and present all the diversity of products we offer," he emphasized.*** ■■

ÁTOMO: ESTREIA COM PORTFÓLIO DIVERSIFICADO

ÁTOMO: DEBUT WITH A DIVERSIFIED PORTFOLIO

Distribuidora focou em rádios com design retrô.

Distributor focused on retro-style radios.





ÂNGELO MELO,
GERENTE FISCAL E DE MARKETING
TAX AND MARKETING MANAGER

A **Átomo** estreou com uma vitrine diversificada de produtos. Entre os destaques estava **a linha de rádios de design retrô, unindo visual antigo e recursos modernos**, como Bluetooth, cartão de memória, entrada para pen drive e bateria recarregável. **"Alguns modelos contam também com carregamento solar, o que facilita o uso em qualquer lugar", destacou Ângelo Melo, gerente fiscal e de marketing.**

Importadora e distribuidora, a empresa expôs **câmeras de segurança** com sensor de movimento, visão noturna e comunicação bidirecional, além de **caixas de som à prova d'água, carregadores turbo certificados e câmeras fotográficas infantis**. "Temos um portfólio que abrange casa, cozinha e eletrônicos. A proposta é oferecer soluções práticas com qualidade e variedade", disse Ângelo.

Para a Átomo, a presença na Eletrolar Show representou um passo importante na estratégia de crescimento. **"Nosso objetivo foi ampliar mercado, fazer networking e mostrar que nossos produtos têm garantia e qualidade. Já dominamos todo o Nordeste, estamos expandindo no Sul e queremos atingir todo o Brasil."** ■■

Átomo debuted with a diverse showcase of products. Highlights included ***a line of retro-designed radios, combining a vintage look with modern features such*** as Bluetooth, memory card, USB input, and rechargeable battery. ***"Some models also feature solar charging, which makes them easier to use anywhere," highlighted Ângelo Melo, tax and marketing manager.***

As an importer and distributor, the company also exhibited motion sensor ***security cameras*** with night vision and two-way communication, ***waterproof speakers, certified turbo chargers, and children's digital cameras***. "We have a portfolio that includes home, kitchen, and electronics. The idea is to offer practical solutions with quality and variety," said Ângelo.

For Átomo, participating in Eletrolar Show marked an important step in its growth strategy. ***"Our goal was to expand our market, do networking, and show that our products come with warranty and quality. We already dominate the Northeast, are expanding in the South, and aim to reach all of Brazil."*** ■■



AULA: FOCO EM TECLADOS MAGNÉTICOS

AULA: FOCUS ON MAGNETIC KEYBOARDS

Marca apostou em linha Premium de acessórios gamer.

Brand bet on Premium line of gamer accessories.



VINICIUS MARTINS, REPRESENTANTE COMERCIAL
SALES REPRESENTATIVE

Depois da estreia no ano passado, a **Aula** investiu em um estande mais amplo para apresentar maior variedade de **acessórios gamer** na Eletrolar Show. **"Aumentamos nosso espaço por perceber que a feira proporciona uma visibilidade excelente para a marca", contou Vinicius Martins, representante comercial.**

O foco da empresa foi a **linha Premium**, sobretudo os **teclados magnéticos voltados para jogadores profissionais e entusiastas**. Diferentemente do teclado mecânico, o modelo magnético conta com ímãs em seu sistema de acionamento, oferecendo resposta mais rápida. **"É um produto de nicho, com bastante procura em e-commerces. Nossa proposta é oferecer qualidade e melhor custo-benefício", explicou Vinicius.**

O portfólio inclui **headphones, teclados e mouses com e sem fio** de alta performance. Segundo Vinicius, participar da Eletrolar Show tem gerado resultados positivos, ampliando a rede de contatos e aproximando a marca de novos públicos. "O networking foi muito positivo, e vários influenciadores que já conheciam nossos produtos vieram nos procurar." ■■

After its debut last year, ***Aula*** *invested in a larger stand to present a greater variety of gamer accessories at Eletrolar Show.* ***"We increased our space because we realized that the fair provides excellent visibility for the brand," said Vinicius Martins, sales representative.***

The company's focus was the ***Premium line****, especially* ***magnetic keyboards aimed at professional players and enthusiasts****. Unlike the mechanical keyboard, the magnetic model has magnets in its actuation system, offering faster response.* ***"It is a niche product, with a lot of demand in e-commerces. Our proposal is to offer quality and better cost-benefit," explained Vinicius.***

The portfolio includes ***headphones, keyboards and high-performance wired and wireless mice****. According to Vinicius, participating in Eletrolar Show has generated positive results, expanding the network of contacts and bringing the brand closer to new audiences. "The networking was very positive, and several influencers who already knew our products came to look for us."* ■■

B-MAX BUSCOU NOVOS CLIENTES E FORNECEDORES

B-MAX SOUGHT NEW CLIENTS AND SUPPLIERS

Empresa superou em 30% sua expectativa de receita no primeiro semestre.

Company exceeded revenue expectations by 30% in the first semester.





SIMON ZHANG,
DIRETOR DE VENDAS
SALES DIRECTOR

Em uma palavra, **o diretor de vendas da B-MAX, Simon Zhang,** descreveu a **participação da empresa na Eletrolar Show: "maravilhosa".** Essa foi a terceira vez que a companhia expôs. **"Em todos os anos, conseguimos captar muitos clientes novos, ver no que os nossos concorrentes estão trabalhando e, também, conhecer novos fornecedores", ressaltou.**

A B-MAX trabalha com cinco catálogos diferentes. De seu portfólio, que inclui desde umidificadores até acessórios para games, destacou na feira a sua linha de garrafas. **"Trouxemos muitos modelos novos, inclusive garrafas térmicas, e são todos modelos de venda muito alta no e-commerce",** comentou Simon. Outros produtos que têm bom desempenho são as ferramentas e máquinas de corte de cabelo.

De acordo com o gerente de vendas, a empresa superou suas expectativas de vendas no primeiro semestre e fechou o período com uma receita 30% acima do esperado. **"Este semestre tende só a melhorar, porque é no final do ano que o mercado esquenta mais."**

In one word, ***B-MAX sales director Simon Zhang*** *described* ***the company's participation in Eletrolar Show: "wonderful."*** *It was the third time the company exhibited.* ***"Every year, we gain many new clients, see what our competitors are working on, and meet new suppliers," he noted.***

B-MAX works with five different catalogs. From its portfolio, which includes humidifiers to gaming accessories, it highlighted its line of bottles. ***"We brought many new models, including thermal bottles, and they're all top sellers in e-commerce,"*** *said Simon. Other strong-selling products include tools and hair clippers.*

According to the sales director, the company exceeded its sales expectations for the first semester, closing the period with revenue 30% above forecast. ***"This semester tends to improve even more since the year-end is when the market heats up the most."***

BRINOX: COZINHA INTELIGENTE COM DESIGN E PRATICIDADE

BRINOX: SMART KITCHEN WITH DESIGN AND PRACTICALITY

Linha Fit e potes herméticos com bambu foram os destaques.

Fit line and bamboo-lidded containers were the highlights.





CHRISTIAN HARTENSTEIN, CEO

O **Grupo Brinox** fez vários lançamentos, entre eles a **linha de panelas Ceramic Life Fit**, com cabos removíveis e revestimento cerâmico, para apartamentos compactos e consumidores que buscam praticidade. A **linha Suprema**, com revestimento cerâmico, é pioneira no País nesse quesito. **"Entregamos qualidade, beleza e saúde em produtos nacionais, com preço acessível e tecnologia que antes só vinha de fora", disse Christian Hartenstein, CEO do Grupo Brinox.**

Da marca Coza, apresentou a linha de potes herméticos moduláveis, que se conectam entre si, e uma nova versão, com tampas de bambu. Também expôs a lixeira **Borboleta**, com tampa articulada, que abre e fecha pelas laterais. "Esses lançamentos respeitam as necessidades atuais do consumidor e reforçam nosso compromisso com o uso inteligente do espaço", destacou Christian.

A presença do Grupo na feira pelo quinto ano consecutivo reflete a estratégia de expandir o contato com os varejistas, além de fortalecer o relacionamento com novos e antigos parceiros. "A Eletrolar Show é uma vitrine essencial para mostrarmos o que estamos desenvolvendo. Apostamos em inovação acessível para atender os 70 milhões de lares brasileiros que precisam de produtos eficientes e bonitos no dia a dia", concluiu Christian. ■■

*G**rupo Brinox** made several launches, including **the Ceramic Life Fit cookware line**, with removable handles and ceramic coating, ideal for compact apartments and consumers seeking practicality. **The Suprema line**, also with ceramic coating, is a pioneer in the country in this aspect. **"We deliver quality, beauty, and health in national products, with affordable prices and technology that used to only come from abroad," said Christian Hartenstein, CEO of Grupo Brinox.***

*From the Coza brand, they showcased the modular airtight container line, which connects to each other, and a new version with bamboo lids. They also presented the **Borboleta** trash can with a side-opening hinged lid. "These launches meet current consumer needs and reinforce our commitment to intelligent space usage," highlighted Christian.*

The group's presence at the fair for the fifth consecutive year reflects its strategy to expand contact with retailers and strengthen relationships with new and existing partners. "Eletrolar Show is an essential showcase to present what we're developing. We bet on accessible innovation to serve the 70 million Brazilian homes that need efficient and beautiful products for everyday life," concluded Christian. ■■





ALESSANDRO KNEUBE,
DIRETOR DE MARKETING E VENDAS
MARKETING AND SALES DIRECTOR

BRX: FONES E MONITORES

BRX: POWER SUPPLIES AND MONITORS

Empresa buscou novos clientes para seu ecossistema.

Company sought to bring new clients into its ecosystem.

Participante diversas vezes da Eletrolar Show, a **BRX** buscou, na edição de 2025, atrair novos clientes para seu ecossistema de produtos e serviços. **"Quem veio para visitar e não para expor ficou com a sensação de arrependimento, porque a feira foi muito boa, e todos com interesse em novos negócios", comentou Alessandro Kneube, diretor de marketing e vendas.**

Com um portfólio que engloba desde eletroeletrônicos até artigos para pets, a empresa destacou a sua **nova marca**, a **BRX Extreme, com a linha de fontes ATX para a montagem de desktops de alta performance.** Outros campeões de vendas da empresa são os **monitores**, tanto da linha gamer quanto os voltados para uso em escritórios. "São produtos que o grande varejista pede muito", disse o diretor.

De acordo com Alessandro, **a BRX cresceu 93% de 2023 para 2024, e a expectativa para 2025 é atingir crescimento semelhante, efetivamente dobrando seu faturamento.** Com essa finalidade, pretende continuar ampliando seu portfólio. **"Está sendo um ano de muitos desafios, muito trabalho, mas também estamos agregando muitos clientes novos à nossa operação", contou.** ■■

*A frequent participant at Eletrolar Show, **BRX** aimed in the 2025 edition to attract new clients to its ecosystem of products and services.* ***"Those who came to visit but not to exhibit ended up regretting it because the fair was excellent, and everyone was interested in new business," said Alessandro Kneube, marketing and sales director.***

With a portfolio that includes electronics and even pet products, the company highlighted its new brand, ***BRX Extreme, with a line of ATX power supplies for assembling high-performance desktops.*** *Other best-sellers are* ***monitors****, both for gaming and office use. "These are products that big retailers demand a lot," said the director.*

According to Alessandro, ***BRX grew 93% from 2023 to 2024, and the expectation for 2025 is to achieve a similar increase, effectively doubling its revenue.*** *To this end, it intends to continue expanding its portfolio.* ***"It's been a year full of challenges and hard work, but we are also bringing many new clients into our operations," he said.*** ■■

CAIRU BICICLETAS: LINHA DE ENTRADA MUITO COMPLETA

CAIRU BICICLETAS: VERY COMPLETE ENTRY-LEVEL BICYCLE LINE

Empresa celebrou na feira seus 40 anos e os resultados do primeiro semestre.

Company celebrated its 40th anniversary and first semester results at the fair.





MARLON FURLAN,
GERENTE DE VENDAS
SALES MANAGER

A participação da **Cairu Bicicletas** na Eletrolar Show teve ares de comemoração, pois a empresa celebra seus 40 anos neste ano. Presente em outras edições da feira, a fabricante retornou pela confiança que tem no evento para promover seus produtos. **"Viemos porque é um local onde muitos dos nossos clientes se reúnem, e encontramos oportunidades de negócios", contou Marlon Furlan, gerente de vendas.**

O destaque da empresa foi a **linha Nitro de bicicletas**, produtos de entrada que têm ótimo desempenho de vendas em magazines, disse o gerente. **"São bicicletas muito completas, vêm com toda a linha Shimano, incluindo alavancas e câmbio, o que é muito favorável ao cliente, porque evita devoluções."** Outro destaque foi a **linha de capacetes para motociclistas**, que também registra boas vendas.

Na perspectiva de Marlon, a economia brasileira tem dado alguns sinais de instabilidade. Mesmo assim, o desempenho da empresa durante os primeiros seis meses do ano foi muito bom, e não mostra sinais de desaceleração. "No ramo de bicicletas não tivemos problemas. **"O primeiro semestre foi um show de vendas, e a expectativa para esses meses finais do ano é de superação."**

Cairu Bicicletas' *participation in Eletrolar Show had a festive air, as the company is celebrating its 40th anniversary this year. Present at previous editions of the fair, the manufacturer returned due to its trust in the event to promote its products.* ***"We came because it's a place where many of our clients gather, and we found business opportunities," said Marlon Furlan, sales manager.***

The company's highlight was the ***Nitro bicycle line****, entry-level products with great sales performance in department stores.* ***"They are very complete bikes, come fully equipped with Shimano components, including levers and gear systems, which is great for customers as it reduces returns."*** *Another highlight was the* ***line of motorcycle helmets****, which also sells well.*

Marlon said Brazil's economy has shown some instability, but the company's performance in the first six months was excellent and shows no signs of slowing down. ***"In the bike sector, we had no issues. The first semester was a sales show, and we expect even better results by year-end."***

COLORMAQ: NOVAS LAVADORAS E PURIFICADORES DE ÁGUA

COLORMAQ: NEW WASHERS AND WATER PURIFIERS

Modelos com novo design e tanquinho preto sob medida para o mercado.

Models with new design and black semi-automatic washer tailored to the market.





VALTER CARVALHO,
GERENTE NACIONAL DE VENDAS
NATIONAL SALES MANAGER

A **Colormaq** ampliou seu portfólio com o lançamento das **lavadoras automáticas de 14 kg e 18 kg**, que oferecem 16 ciclos de lavagem, sistema antimanchas e eficiência energética. **A marca também apresentou a linha Pro, de bebedouros e purificadores de água, disponíveis em branco e grafite.**

Também chamou atenção a **lavadora semiautomática na cor preta, nas versões de 15 kg e 20 kg**, novidade que atende a uma demanda do varejo. **"O mercado pediu, e acreditamos que ela possa representar de 20% a 25% do nosso volume total", disse Valter Carvalho, gerente nacional de vendas da Colormaq.** Segundo ele, os lançamentos foram bem recebidos pelos visitantes, que elogiaram o design e as funcionalidades.

Mesmo com a feira acontecendo na última semana de junho, em meio às festas de São João, especialmente importantes no Nordeste, Valter contou que o estande recebeu compradores de todas as regiões do País. **"Havia receio, mas não houve problema. Recebemos clientes do Nordeste, do Sul, Sudeste, de várias partes do Brasil."** ■■

Colormaq** expanded its portfolio with the launch of the **14 kg and 18 kg automatic washers**, which offer 16 washing cycles, anti-stain system, and energy efficiency. **The brand also presented the Pro line, of water dispensers and purifiers, available in white and graphite.

*Also drawing attention was the **black semi-automatic washer, in 15 kg and 20 kg versions**, a novelty that meets a demand from retail. **"The market asked, and we believe it can represent 20% to 25% of our total volume," said Valter Carvalho, national sales manager at Colormaq.** According to him, the launches were well received by visitors, who praised the design and features.*

*Even with the fair taking place in the last week of June, during the São João festivities – especially important in the Northeast – Valter said the booth received buyers from all regions of the country. **"There was fear, but there was no problem. We received clients from the Northeast, South, Southeast, from various parts of Brazil."** ■■*

CONAIR: LANÇAMENTO GLOBAL DA LINHA DE CUIDADOS PESSOAIS

CONAIR: GLOBAL LAUNCH OF PERSONAL CARE LINE

Objetivo da empresa foi firmar novas parcerias.

Company's goal was to establish new partnerships.





ANTONIO CARVALHO,
HEAD COMERCIAL

A **Conair** operava no Brasil exclusivamente por meio da revendedora Polishop, mas agora atua de forma independente e foi à feira para firmar novas parcerias. **"Para nós, a Eletrolar Show é muito importante porque em quatro dias conversamos com praticamente 90% dos revendedores brasileiros", contou Antonio Carvalho, head comercial da marca,** que já participou de oito edições da feira com outras marcas e estava otimista com os primeiros resultados.

Durante o evento, a marca realizou o lançamento mundial de uma **nova linha de equipamentos de beleza com infusão de ácido hialurônico, que inclui escova rotativa, secadores de cabelo e pranchas para cabelo.** Também destacou seus **steamers** – vaporizadores cuja função é semelhante à de um ferro de passar, mas que são usados com as roupas penduradas em cabides.

Nos Estados Unidos, a Conair já detém mais de 70% de market share e lidera em países como Itália e Alemanha. No mercado brasileiro vê alto potencial para crescer nos próximos meses. **"Estamos, cada vez mais, captando grandes marcas. Nossa estratégia é estarmos presentes em um grande revendedor de cada região do Brasil. Temos certeza de que a feira será, para nós, um grande divisor de águas", avaliou Antonio.** ■■

Conair *operated in Brazil exclusively through reseller Polishop but now acts independently and went to the fair to establish new partnerships.* ***"For us, Eletrolar Show is very important because in four days we talked to practically 90% of Brazilian resellers," said Antonio Carvalho, commercial head of the brand,*** *who has already participated in eight editions of the fair with other brands and was optimistic with the initial results.*

During the event, the brand carried out the world launch of a ***new line of beauty equipment with hyaluronic acid infusion, which includes rotating brush, hair dryers, and flat irons.*** *It also highlighted its* ***steamers*** *– vaporizers whose function is similar to that of an iron but used with clothes hanging on hangers.*

In the United States, Conair already holds over 70% market share and leads in countries like Italy and Germany. In the Brazilian market, it sees high potential for growth in the coming months. ***"We are increasingly attracting major brands. Our strategy is to be present with a major reseller in each region of Brazil. We are sure the fair will be a great turning point for us," assessed Antonio.*** ■■



CUSTOMIC: CELULAR JUNTO AO CORPO

CUSTOMIC: CELL PHONE ATTACHED TO THE BODY



ANDERSON PULZ, DIRETOR
DIRECTOR

Alças ajustáveis podem se transformar em acessório fashion.

Adjustable straps can turn into a fashion accessory.

Sucesso na Ásia, Estados Unidos e Europa, em pouco tempo deve conquistar os brasileiros. Essa é a aposta da **Customic**, que apresentou na Eletrolar Show as alças que prendem o celular ao corpo. **"É um item de muita qualidade, tanto o tecido quanto a parte de alumínio e as cores. É um produto muito diferente do que existe hoje no mercado brasileiro", contou Anderson Pulz, diretor da Customic.**

A confiança nas vendas se explica pelo trabalho de curadoria feito pela empresa. **"Participamos de feiras no continente asiático, na Europa e nos Estados Unidos. Vimos que lá fora a receptividade está muito forte e acreditamos que, pela qualidade do produto, ele se transforme em um acessório fashion, que pode ser usado em eventos, shows e shoppings, por exemplo, dando um incremento ao visual do cliente", explicou Anderson.**

Para atingir a meta de vendas e crescimento, a empresa conta com uma estratégia definida, disse Anderson. **"Temos parcerias com os grandes players do Brasil, com os principais varejistas. São empresas que acreditam nos nossos produtos há muitos anos. Estamos trazendo linhas muito diferentes, muito legais, que vale a pena o público conhecer."** ■■

A success in Asia, the United States, and Europe, it should soon win over Brazilians. This is the bet of ***Customic****, which presented at Eletrolar Show the straps that attach the cell phone to the body.* ***"It is a very high-quality item, both the fabric and the aluminum part and the colors. It is a very different product from what exists today in the Brazilian market," said Anderson Pulz, director of Customic.***

The confidence in sales is explained by the curatorship work done by the company. ***"We participate in fairs in the Asian continent, in Europe, and in the United States. We saw that the receptivity abroad is very strong, and we believe that, because of the quality of the product, it becomes a fashion accessory that can be used at events, concerts, and shopping malls, for example, enhancing the customer's look," explained Anderson.***

To reach the sales and growth goal, the company relies on a defined strategy, said Anderson. ***"We have partnerships with the big players in Brazil, with the main retailers. These are companies that have believed in our products for many years. We are bringing very different, very cool lines that are worth the public getting to know."*** ■■

DEVIA: APOSTA EM PELÍCULA 7H

DEVIA: BETTING ON 7H SCREEN PROTECTOR

Marca levou à feira acessórios e soluções para o universo mobile.

Brand brought accessories and solutions for the mobile universe.





BRUNO MENDES, DIRETOR-EXECUTIVO DO GRUPO AYRES
EXECUTIVE DIRECTOR AT GRUPO AYRES

Em sua quinta participação, a **Devia** apresentou uma **nova película com tecnologia 7H**, que oferece alta resistência a riscos e proteção reforçada para telas de smartphones. **"É uma verdadeira blindagem para a tela, com um índice de proteção maior", explicou Bruno Mendes, diretor-executivo do Grupo Ayres.**

Também foram expostos **smartwatches da HiFuture**, outra marca do grupo, e a nova linha de **máquinas e ferramentas da Forward**, referência em equipamentos para manutenção de celulares. Segundo Bruno, o portfólio reflete o compromisso de oferecer soluções completas. **"Dentro do Grupo Ayres, temos um ecossistema voltado 100% para o segmento mobile, desde acessórios até soluções de reparo", afirmou.**

A Eletrolar Show gerou resultados positivos. **"Nesta edição, começamos a ter conversões no estande, não apenas no pós-feira", disse Bruno**. Ele destacou que, no ano passado, a Forward registrou faturamento recorde após o evento. Para este semestre, a expectativa é repetir o crescimento, impulsionado também pela **Oficina do Smartphone**, franqueadora voltada para quem deseja empreender na área. ■■

In its fifth participation, ***Devia*** *presented a* ***new screen protector with 7H technology****, which offers high scratch resistance and reinforced protection for smartphone screens.* ***"It's true shielding for the screen, with a higher protection index," explained Bruno Mendes, executive director of Grupo Ayres.***

Also displayed were ***smartwatches from HiFuture****, another brand of the group, and the new line of* ***machines and tools from Forward****, a reference in equipment for cell phone maintenance. According to Bruno, the portfolio reflects the commitment to offering complete solutions.* ***"Within Grupo Ayres, we have an ecosystem 100% focused on the mobile segment, from accessories to repair solutions," he stated.***

Eletrolar Show generated positive results. ***"In this edition, we started getting conversions at the booth, not just after the fair," said Bruno****. He noted that last year Forward recorded record revenue after the event. For this semester, the expectation is to repeat the growth, also driven by* ***Oficina do Smartphone****, a franchise network aimed at those who want to undertake in the area.* ■■

DIAMONDS PARTS: QUALIDADE EM TELAS LCD

DIAMONDS PARTS: QUALITY IN LCD SCREENS

Produtos têm alto desempenho e suporte técnico.

Products have high performance and technical support.





XU SHUN,
GERENTE
MANAGER

Estreante na Eletrolar Show, a **Diamonds Parts** destacou sua **tela de LCD. "Nossos diferenciais são o custo-benefício, a qualidade e a importação. Importamos da própria marca na China e vendemos para todo o Brasil graças à nossa grande rede de franquias", explicou Xu Shun, gerente da empresa, que também atua com assistência técnica.**

Seu estande foi bastante visitado, como provam os números obtidos pela empresa na feira. **"Tivemos um ótimo resultado. Já temos muitos clientes que compram conosco ou com os nossos terceiros e que visitaram nosso espaço. Achamos que, graças à Eletrolar Show, os clientes que compravam com os nossos terceiros agora o farão direto conosco", disse Xu.**

A empresa, cujos clientes são atacadistas e distribuidores de todas as regiões do Brasil, espera que as vendas cresçam cerca de 30% ante o mesmo período de 2024, contou o gerente. **"Somos muito fortes no Nordeste, e um dos motivos para isso é que a nossa tela de LCD é vendida praticamente montada, com todas as peças, e tem brilho e sensibilidade muito melhores que os da concorrência."** ■■

A first-time exhibitor at Eletrolar Show, ***Diamonds Parts*** *highlighted* ***its LCD screen. "Our differentials are cost-effectiveness, quality, and importation. We import directly from the brand in China and sell throughout Brazil thanks to our large franchise network," explained Xu Shun, the company manager, who also works with technical assistance.***

Their booth was heavily visited, as proven by the figures obtained at the fair. ***"We had a great result. We already have many customers who buy from us or from our third parties and who visited our space. We believe that thanks to Eletrolar Show, customers who used to buy from our third parties will now buy directly from us," said Xu.***

The company, whose clients are wholesalers and distributors from all over Brazil, expects sales to grow about 30% compared to the same period in 2024, said the manager. ***"We are very strong in the Northeast, and one of the reasons for that is that our LCD screen is sold practically assembled, with all the parts, and has much better brightness and sensitivity than the competition."*** ■■





FERNANDO BASTOS, CEO

DT3: LINHA VOLTADA PARA O LAR

DT3: LINE FOCUSED ON THE HOME

Novos produtos complementam os itens gamer e office da empresa.

New products complement the company's gamer and office items.

A **DT3,** que já tem tradição em cadeiras voltadas para gamers e escritórios, apresentou na feira uma nova linha para casas. **"Tínhamos dois objetivos: primeiro, um aumento de capilaridade envolvendo diferentes tipos de clientes, e o outro, expor os nossos lançamentos para o público", contou Fernando Bastos, CEO da empresa.**

Mais uma novidade foi a **linha Home**, com destaque para as **cadeiras Giorgio e Dolly**, a primeira para um público mais exigente e a segunda mais acessível. A **Giorgio tem estrutura 100% em aço, espuma injetada de alta densidade e garantia de dois anos.** A Dolly tem design sem braços, acolchoamento em espuma de alta resiliência e um ano de garantia. "Cada uma tem seu nicho e seu tipo de cliente", comentou o CEO.

A empresa chegou à feira após um primeiro semestre positivo e acredita que essa nova linha ajudará a fazer com que os resultados dos próximos meses sejam ainda melhores. **"Para o segundo semestre, estamos com uma expectativa ainda melhor, não só pela economia, mas também pelas nossas próprias iniciativas e trabalho dentro da DT3",** afirmou Fernando. ■■

DT3, already known for its chairs aimed at gamers and offices, presented at the fair a new line for homes. ***"We had two goals: first, an increase in capillarity involving different types of clients, and the other, to showcase our launches to the public," said Fernando Bastos, CEO of the company.***

Another novelty was the ***Home line****, with highlights being the* ***Giorgio and Dolly chairs****, the first for a more demanding audience and the second more accessible.* ***Giorgio has a 100% steel structure, high-density injected foam, and a two-year warranty.*** *Dolly has an armless design, padding in high-resilience foam, and one-year warranty. "Each one has its niche and its type of client," commented the CEO.*

The company arrived at the fair after a positive first half and believes this new line will help deliver even better results in the coming months. ***"For the second half, we have even better expectations, not only because of the economy but also because of our own initiatives and work within DT3," said Fernando.*** ■■

DURAWELL: BOM PREÇO E QUALIDADE EM PRODUTOS

DURAWELL: GOOD PRICE AND QUALITY IN PRODUCTS

Participação da empresa na feira integrou estratégia de divulgação de sua marca.

Company's participation in the fair was part of its brand awareness strategy.





LETÍCIA LI, CEO

Após alguns anos revendendo outras marcas, a **Durawell** sentiu necessidade de ampliar sua presença no mercado. Decidiu, então, reforçar o reconhecimento de sua marca própria, motivo que a levou para a Eletrolar Show. **"Conquistamos muitos clientes novos, que ficaram satisfeitos com o nosso atendimento. Fechamos vários negócios, o resultado foi muito bom", contou Letícia Li, CEO da empresa.**

No estande, destacou a **máquina de cortar cabelo da marca chinesa Kemei, que a Durawell comercializa no Brasil**, voltada para profissionais que trabalham em salões. **"O preço e a qualidade são muito bons, é um produto que já ficou famoso",** disse Letícia. A **linha de câmeras de segurança doméstica da Durawell** foi outro destaque de vendas.

Esses produtos, junto com a **linha de ferramentas** e **soluções elétricas**, colaboraram com o desempenho positivo no primeiro semestre, e a CEO acredita que os resultados podem ser ainda melhores no futuro graças aos esforços e investimentos da marca em divulgação. **"Temos que ficar mais famosos para que as pessoas conheçam nossos produtos e nossa qualidade"**, considerou. ■■

After some years of reselling other brands, ***Durawell*** *felt the need to increase its market presence. It decided, then, to strengthen the recognition of its own brand, which led it to the Eletrolar Show.* ***"We gained many new clients, who were satisfied with our service. We closed several deals, the result was very good," said Letícia Li, the company's CEO.***

*At the booth, the highlight was t****he hair clipper from the Chinese brand Kemei, which Durawell sells in Brazil****, aimed at professionals working in salons.* ***"The price and quality are very good, it's a product that has already become famous," said Letícia. Durawell's line of home security cameras was*** *another sales highlight.*

These products, along with the ***line of tools and electrical solutions****, contributed to the positive performance in the first semester, and the CEO believes the results can be even better in the future thanks to the brand's efforts and investments in promotion.* ***"We have to become more famous so that people know our products and our quality," she considered.*** ■■





MARIA KALIANE DA SILVA, GERENTE-GERAL
GENERAL MANAGER

DXPRO: BIKES E MOTOS ELÉTRICAS

DXPRO: ELECTRIC BIKES AND MOTORCYCLES

Modelo de destaque da distribuidora tem trava ativada por cartão NFC.

Distributor's highlight model has NFC card-activated lock.

A distribuidora de veículos elétricos **DXPRO** marcou presença na Eletrolar Show 2025 com diversas marcas, como a **INOW** e a **CosWheel**, e modelos de **bicicletas** e **motocicletas elétricas** disponíveis para test drive. **A iniciativa deu bons resultados, disse Maria Kaliane da Silva, gerente-geral da INOW. "Foi o maior sucesso, muitas pessoas fizeram testes e conheceram a nossa marca."**

O maior destaque do estande foi a bicicleta elétrica V20 Brake Pro, com motor de 750 W de potência e 60 km de autonomia. "É o modelo mais vendido em todo o País. Tem banco extensor, é possível ir na garupa, tem apoio para os pés e vem com trava NFC: a pessoa não consegue acelerar a bicicleta sem validar com um cartão-chave", explicou a gerente.

Na visão de Kaliane, os veículos leves elétricos, como bicicletas e motocicletas, tiveram um excelente primeiro semestre em 2025. Parte disso é resultado de sua popularização: por circularem pelas ruas, eles acabam divulgando a si mesmos. **"As bikes estão tendo muita visibilidade, e esperamos que o ano continue assim, com esse sucesso."**

*Electric vehicle distributor **DXPRO** was present at Eletrolar Show 2025 with several brands, such as **INOW** and **CosWheel**, and models **of electric bicycles and motorcycles** available for test drive. **The initiative delivered good results, said Maria Kaliane da Silva, INOW's general manager. "It was a huge success, many people did tests and got to know our brand."***

The booth's main highlight was the V20 Brake Pro electric bike, with a 750 W motor and 60 km range. "It's the best-selling model in the entire country. It has an extender seat, allows a passenger, has footrests, and comes with NFC lock: the person cannot accelerate the bike without validating it with a key card," explained the manager.

In Kaliane's view, light electric vehicles, such as bikes and motorcycles, had an excellent first semester in 2025. Part of this is due to their growing popularity: by circulating on the streets, they end up advertising themselves. ***"Bikes are getting a lot of visibility, and we hope the year continues like this, with this success."***

ELEMENTS: CADEIRAS COM DESIGN EXCLUSIVO

ELEMENTS: CHAIRS WITH EXCLUSIVE DESIGN

Portfólio tem produtos para o lar e para o escritório.

Portfolio includes products for home and office.





BRUNA DIAS, FUNDADORA E CEO
FOUNDER AND CEO

A **Elements** expôs na feira Eletrolar Show pela terceira vez consecutiva. **"Assim como a feira, a cada ano também dobramos de tamanho", disse Bruna Dias, fundadora e CEO da empresa.** A Elements buscou mais parceiros comerciais para chegar a um número maior de consumidores finais e manter seu ritmo acelerado de crescimento.

Com essa finalidade, expôs uma série de novidades, com destaque para a **cadeira movida a eletricidade, que ajusta a posição da pessoa por meio de botões. Tem braços com design exclusivo da empresa e articulações que acompanham o movimento dos membros. Destacou, também, a coleção Etérea de cadeiras** majoritariamente monocromáticas, que trazem um "essencialismo sem ausência", nas palavras da CEO.

O portfólio inclui, ainda, **mesas de elevação, cadeiras com função de massagem shiatsu e cadeira com pedal de bicicleta ergonômica**, que permite unir saúde e produtividade. São produtos que devem ajudar a empresa a atingir resultados tão expressivos quanto os de anos passados. **"A Elements cresce na média de 120% ao ano, se posicionando sempre entre as top 3 do mercado", afirmou Bruna.** ■■

***Elements** exhibited at the Eletrolar Show for the third consecutive time. **"Just like the fair, we double in size every year," said Bruna Dias, founder and CEO of the company.** Elements sought more business partners to reach a larger number of end consumers and maintain its accelerated growth pace.*

*With this goal, it showcased a series of new products, highlighting the **electricity-powered chair that adjusts the person's position via buttons. It has armrests with exclusive design from the company and joints that follow the movement of the limbs. Also featured was the Etérea collection of mostly monochromatic chairs**, which bring an "essentialism without absence," in the CEO's words.*

*The portfolio also includes **lifting desks, chairs with shiatsu massage function, and a chair with an ergonomic bicycle pedal**, allowing health and productivity to unite. These products should help the company achieve results as impressive as in past years. **"Elements grows on average 120% per year, always positioning itself among the top 3 in the market," stated Bruna.*** ■■

ELSYS: FECHADURAS DIGITAIS COLORIDAS, INÉDITAS NO BRASIL

ELSYS: COLORED DIGITAL LOCKS: UNPRECEDENTED IN BRAZIL

Linha tem acabamento em vidro e funções inteligentes.

Line has glass finish and smart functions.





MICHEL MARCELINO, CEO

A **Elsys** lançou na feira a **Linha Blues de fechaduras digitais coloridas, com acabamento em vidro, funções inteligentes, como acesso por aplicativo, biometria ou senha, e travamento automático, o que resulta em mais praticidade e segurança. Os produtos são inéditos no mercado brasileiro. Lançou, também, a fechadura digital Samba, de embutir. É fechadura e puxador ao mesmo tempo. Tem design exclusivo, bateria de lítio, acesso liberado com senhas numéricas, leitor biométrico, tags ou aplicativo.**

Há 36 anos no mercado de tecnologia, a Elsys opera em quatro verticais de negócios: fabricação de placas eletrônicas, serviços logísticos, produtos profissionais e corporativos e serviços de banda larga e IA. **"Desenvolvemos produtos adaptados ao mercado brasileiro, considerando a legislação local e a necessidade de segurança e durabilidade", disse Michel Marcelino, CEO da empresa.**

Com amplo portfólio, a Elsys está confiante, conta Michel. **"Apostamos que o mercado continuará em expansão no nosso segmento e vai impulsionar o crescimento da empresa. Com uma equipe experiente e presença forte no mercado brasileiro, estamos preparados para enfrentar os desafios e oportunidades do setor."** ■■

Elsys** launched at the fair the **Blues Line of colored digital locks, with glass finish, smart functions such as access via app, biometrics, or password, and automatic locking, which results in more convenience and security. These products are unprecedented in the Brazilian market. It also launched the Samba digital lock, a built-in model. It is both a lock and a handle. It has exclusive design, lithium battery, access by numeric passwords, biometric reader, tags, or app.

*With 36 years in the technology market, Elsys operates in four business verticals: electronic board manufacturing, logistics services, professional and corporate products, and broadband and AI services. **"We develop products adapted to the Brazilian market, considering local legislation and the need for security and durability," said Michel Marcelino, CEO of the company.***

*With a broad portfolio, Elsys is confident, says Michel. **"We bet that the market will continue to expand in our segment to drive the company's growth. With an experienced team and strong presence in the Brazilian market, we are prepared to face the sector's challenges and opportunities."*** ■■

EUROP ASSISTANCE: SUPORTE PARA CASAS INTELIGENTES

EUROP ASSISTANCE: REMOTE AND IN-PERSON SUPPORT FOR SMART HOMES

Atendimento personalizado para a configuração dos dispositivos.

Personalized service for device configuration.





EDMARA PINHO,
GERENTE DE MARKETING
MARKETING MANAGER

Em um mundo cada vez mais conectado, a **Europ Assistance** destacou na feira o serviço **Casa Conectada**, que oferece **atendimento para quem não tem tanta familiaridade com a inteligência artificial. "Damos suporte remoto e, se mesmo assim o cliente tiver dificuldade de configurar o equipamento, podemos direcionar um técnico para ir à casa dele e fazer todo o trabalho para tornar a casa inteligente", explicou Edmara Pinho, gerente de marketing da Europ Assistance.**

Para se destacar da concorrência, a empresa confia na tradição. **"São 60 anos de presença no mundo, é uma marca global, uma empresa francesa que está no Brasil há 30 anos. Nosso maior diferencial é a rede, a capilaridade, temos mais de 13 mil profissionais espalhados em todos os estados para prestar um serviço de qualidade e segurança", disse Edmara.**

Uma das apostas da Europ Assistance para continuar crescendo é diversificar o atendimento, contou a gerente de marketing. **"Somos muito conhecidos no mercado segurador e vemos o varejo como uma potencial fonte de receita para ampliar nossa oferta de serviços. As pessoas, hoje, compram diversos produtos, mas às vezes falta um serviço de suporte de qualidade para adaptação, manutenção ou conserto."**

In an increasingly connected world, ***Europ Assistance*** *highlighted at the fair the* ***Smart Home*** *service, which offers* ***support for those who are not very familiar with artificial intelligence. "We provide remote support and, if the customer still has difficulty configuring the equipment, we can send a technician to their home to do all the work to make the house smart," explained Edmara Pinho, marketing manager at Europ Assistance.***

To stand out from the competition, the company relies on tradition. ***"We have 60 years of presence in the world. It's a global brand, a French company that has been in Brazil for 30 years. Our biggest differential is the network, the reach. We have more than 13,000 professionals spread across all states to provide quality and safe service," said Edmara.***

One of Europ Assistance's bets to continue growing is to diversify service, said the marketing manager. ***"We are very well known in the insurance market and we see retail as a potential source of revenue to expand our service offering. Today, people buy various products, but sometimes lack quality support service for adaptation, maintenance, or repair."***

FARIZON: ESTREIA NO BRASIL COM VANS E CAMINHÕES ELÉTRICOS

FARIZON: DEBUT IN BRAZIL WITH ELECTRIC VANS AND TRUCKS

Marca aposta em eficiência e já superou a meta de vendas no País.

Brand bets on efficiency and has already surpassed the sales target in the country.





THIAGO MONTEIRO, GESTOR DE MARCAS
BRAND MANAGER

A **Farizon**, divisão de veículos comerciais do grupo chinês Geely, fez sua estreia no Brasil com foco em mobilidade elétrica para o setor logístico. Com 10 anos de atuação global, a empresa escolheu o País como ponto de partida na América do Sul, trazendo **vans e caminhões elétricos voltados à logística. "Antes de vender o produto, entendemos o negócio do cliente para oferecer a melhor solução de transporte", destacou Thiago Monteiro, gestor de marcas da empresa.**

Os modelos apresentados foram as **vans V6E e SuperVAN, de 8 m³ e 11 m³,** respectivamente. Os veículos contam com baterias de até 100 kW e autonomia de até 380 km, além de itens como câmeras 360°, alerta de colisão, sensor de fadiga e estrutura sem coluna B, que amplia o espaço interno. **"Nosso objetivo é reduzir custos operacionais com soluções de alta autonomia, segurança e eficiência energética", explicou Thiago.**

A marca superou a meta inicial na Eletrolar Show 2025, e metade do primeiro lote de veículos foi comercializada, contou o gestor de marcas. "A receptividade foi excelente. **Acreditamos que o mercado brasileiro está pronto para soluções mais inteligentes e sustentáveis."**

Farison**, the commercial vehicle division of the Chinese group Geely, made its debut in Brazil focusing on electric mobility for the logistics sector. With 10 years of global activity, the company chose the country as a starting point in South America, bringing electric **vans and trucks aimed at logistics. "Before selling the product, we understand the customer's business to offer the best transportation solution," highlighted Thiago Monteiro, brand manager of the company.

*The models presented were the **vans V6E and SuperVAN, with 8 m³ and 11 m³** respectively. The vehicles feature batteries of up to 100 kW and range of up to 380 km, in addition to items such as 360° cameras, collision alert, fatigue sensor, and B-pillarless structure, which increase internal space. **"Our goal is to reduce operational costs with solutions of high autonomy, safety, and energy efficiency," explained Thiago.***

*The brand surpassed its initial target at Eletrolar Show 2025, and half of the first batch of vehicles was sold, said the brand manager. "The reception was excellent. **We believe the Brazilian market is ready for smarter and more sustainable solutions."***

FISCHER: VERSATILIDADE E INOVAÇÃO

FISCHER: VERSATILITY AND INNOVATION

Cervejeira multiúso e air fryer dual grill entre os lançamentos.

Multipurpose beer cooler and dual grill air fryer among the launches.





KARIN FISCHER,
DIRETORA COMERCIAL E DE MARKETING
COMMERCIAL AND MARKETING DIRECTOR

A Fischer apresentou soluções em eletrodomésticos que se adaptam a diferentes ambientes e estilos de vida. **"A ideia é mostrar como o consumidor pode usar em sua casa as opções dos nossos produtos, tanto em cores quanto em aplicabilidade", explicou Karin Fischer, diretora comercial e de marketing da empresa.** No estande, chefs convidados prepararam receitas de diversas regiões brasileiras, demonstrando na prática a eficiência de **fornos, fogões de indução, air fryers e churrasqueiras elétricas**.

Entre os lançamentos, dois produtos atraíram olhares: a **air fryer Dual Grill, com resistências superior e inferior que garantem cozimento uniforme,** e a **cervejeira Infinity Multi, com capacidade para 84 latas**. Com temperatura ajustável, o produto também funciona como adega, comportando até 29 garrafas de vinho, ou como frigobar. **"Um exemplo da multifuncionalidade dos nossos produtos é nossa nova cervejeira, que reúne diferentes funções em um único equipamento", comentou Karin.**

Segundo a diretora, a Eletrolar Show tem papel estratégico no relacionamento com parceiros e no planejamento do segundo semestre. **"Participar desse universo onde todo o público B2B se encontra é fundamental para compartilhar experiências e colher insights do mercado.** Teremos um segundo semestre desafiador, mas com oportunidades. Esse é o principal sentido da feira: sair daqui olhando para os próximos meses." ■■

Fischer presented solutions in appliances that adapt to different environments and lifestyles. ***"The idea is to show how the consumer can use the options of our products in their home, both in colors and applicability," explained Karin Fischer, commercial and marketing director of the company.*** *At the booth, guest chefs prepared recipes from various Brazilian regions, demonstrating in practice the efficiency of ovens,* ***induction cooktops, air fryers, and electric grills.***

Among the launches, two products drew attention: the ***Dual Grill air fryer, with upper and lower heating elements that ensure even cooking****, and the* ***Infinity Multi beer cooler, with a capacity for 84 cans.*** *With adjustable temperature, the product also works as a wine cellar, holding up to 29 bottles of wine, or as a minibar.* ***"An example of the multifunctionality of our products is our new beer cooler, which brings together different functions in a single piece of equipment," commented Karin.***

According to the director, the Eletrolar Show has a strategic role in the relationship with partners and in planning for the second semester. ***"Participating in this universe where all the B2B public meets is essential to share experiences and gather market insights.*** *We will have a challenging second semester, but with opportunities. This is the main purpose of the fair: to leave here looking towards the next months."* ■■

FRAMEO: PORTA-RETRATO DIGITAL COM CONEXÃO WI-FI

FRAMEO: DIGITAL PHOTO FRAME WITH INTERNATIONAL CONNECTION

Empresa dinamarquesa quer ampliar seu mercado na América do Sul.

Danish company wants to expand its market in South America.





TORBEN ULRICH,
COFUNDADOR
CO-FOUNDER

A **Frameo apresentou seu software para porta-retratos digitais com conexão Wi-Fi**, que permite o envio de fotos diretamente do celular por meio do aplicativo próprio. **Segundo o cofundador Torben Ulrich, o objetivo da empresa dinamarquesa na Eletrolar Show foi conectar fabricantes chineses de hardware a marcas locais interessadas em comercializar o produto.** "Buscamos conhecer empresas brasileiras que tenham suas marcas próprias e queiram vender nosso porta-retrato eletrônico", afirmou.

O diferencial do produto, popular nos Estados Unidos e na Europa, é a praticidade de uso e a segurança do backup em nuvem. **Torben destacou que a aceitação tem sido positiva, apesar da necessidade de apresentar o conceito ao público. "Aqui na América do Sul é algo novo, então faz parte do trabalho mostrar como funciona."**

De olho no mercado sul-americano, a Frameo participa do circuito completo de feiras promovido pelo Grupo Eletrolar All Connected, incluindo a Electronics Home México e a Electronics Home Argentina. "Esperamos encontrar empresas-chave na região para iniciar as vendas e expandir nosso alcance", concluiu. ■■

Frameo presented its software for digital photo frames with Wi-Fi connection*, which allows sending photos directly from the cell phone through its own application.* ***According to co-founder Torben Ulrich, the Danish company's objective at the Eletrolar Show was to connect Chinese hardware manufacturers to local brands interested in marketing the product.*** *"We are looking to meet Brazilian companies that have their own brands and want to sell our electronic photo frame," he stated.*

The product's differential, popular in the United States and Europe, is the ease of use and the security of cloud backup. ***Torben highlighted that acceptance has been positive, despite the need to introduce the concept to the public. "Here in South America it is something new, so part of the job is to show how it works."***

With an eye on the South American market, Frameo participates in the full circuit of fairs promoted by Grupo Eletrolar All Connected, including Electronics Home Mexico and Electronics Home Argentina. *"We hope to find key companies in the region to start sales and expand our reach," he concluded.* ■■

FSOUND: RÁDIOS E CAIXAS DE SOM COM CARREGAMENTO SOLAR

FSOUND: RADIOS AND SPEAKERS WITH SOLAR CHARGING

Empresa uniu tradição e inovação.

Company combined tradition and innovation.





RENATO CONTIERI,
DIRETOR
DIRECTOR

A **Fsound** lançou a **Linha Solar**, que alia o charme retrô dos rádios às soluções tecnológicas mais atuais. **"A linha inclui modelos com sintonização AM, FM e ondas curtas, além de conectividade Bluetooth, entradas USB e para cartão SD. Todos os produtos têm autonomia de bateria para até 24 horas de uso ininterrupto e são carregados por energia solar", contou Renato Contieri, diretor da empresa.**

Outro destaque na estreia da Fsound na Eletrolar Show foi a **primeira caixa de som do País com carregamento solar** e lanterna integrada. O produto foi pensado especialmente para quem pratica esportes ao ar livre ou gosta de se aventurar em trilhas e acampamentos.

A importância da feira para ampliar a visibilidade da marca foi destacada por Renato. **"A Eletrolar Show é uma vitrine estratégica, onde o cliente conhece de perto nossa qualidade e tecnologia. Todos os produtos têm garantia de um ano e política de troca garantida, o que resulta em mais segurança ao consumidor e força para o varejo."**

Fsound** launched the **Solar Line**, which combines the retro charm of radios with the most current technological solutions. **"The line includes models with AM, FM, and shortwave tuning, in addition to Bluetooth connectivity, USB inputs, and SD card slots. All products have battery autonomy for up to 24 hours of uninterrupted use and are charged by solar energy," said Renato Contieri, the company's director.

Another highlight in Fsound's debut at the Eletrolar Show was the country's first speaker with solar charging and an integrated flashlight. The product was designed especially for those who practice outdoor sports or enjoy venturing into trails and camping.

*The importance of the fair to increase brand visibility was emphasized by Renato. **"The Eletrolar Show is a strategic showcase, where the client can experience our quality and technology up close. All products have a one-year warranty and guaranteed exchange policy, which results in more security for the consumer and strength for retail."***

GOAR: SOLUÇÕES DE CLIMATIZAÇÃO PARA NOVO SEGMENTO

GOAR: CLIMATE CONTROL SOLUTIONS FOR A NEW SEGMENT

Empresa prevê crescimento de 15% a 20% em relação a 2024.

Company foresees growth of 15% to 20% compared to 2024.





MATEUS MISTURINI, COORDENADOR COMERCIAL
COMMERCIAL COORDINATOR

A Goar mostrou um portfólio diversificado de ventiladores, climatizadores e soluções térmicas para ambientes. O foco da feira no público B2B representou um mercado novo para a empresa. **"É o cliente de home center e do magazine, com o qual não tínhamos, até então, uma proximidade tão grande. Recentemente, lançamos uma linha específica para ele, e a perspectiva daqui em diante é grande com esse mercado", disse Mateus Misturini, coordenador comercial da empresa.**

O produto de destaque da empresa foi um climatizador de 15 litros, que funciona também como ventilador. **"Ele tem um reservatório de água na parte de baixo, e essa água circula internamente, evaporando e liberando um ar mais gelado para o ambiente",** explicou Mateus. Ele destacou, também, o ventilador de um metro móvel, para áreas de grande movimentação.

Com a chegada do inverno, a Goar viu redução no seu volume de vendas, o que é normal, e está bastante otimista para este trimestre **"A perspectiva para a próxima temporada, que começa em setembro e vai até outubro, é de crescimento de 15% a 20% nas vendas em relação ao último ano", contou Mateus.** ■■

*Goar showcased a diversified portfolio of fans, air coolers, and thermal solutions for the environment. The fair's focus on the B2B audience representing a new market for the company. "**It is the home center and department store customer, with whom we did not have such close contact until now. Recently, we launched a specific line for them, and the outlook from now on is great with this market," said Mateus Misturini, the company's commercial coordinator.***

*The company's standout product was a 15-liter air cooler that also works as a fan. **"It has a water reservoir at the bottom, and this water circulates internally, evaporating and releasing cooler air into the environment,"** explained Mateus. He also highlighted the one-meter mobile fan, for areas with high traffic.*

*With the arrival of winter, Goar saw a reduction in its sales volume, which is normal, and is quite optimistic for this quarter. **"The outlook for the next season, which begins in September and goes until October, is for growth of 15% to 20% in sales compared to last year," said Mateus.*** ■■

GPJ INFORMÁTICA: DESTAQUE PARA AS MARCAS BRASIL PC E TRONOS

GPJ INFORMÁTICA: HIGHLIGHT FOR THE BRANDS BRASIL PC AND TRONOS

Há 26 anos no mercado, empresa tem portfólio variado.

26 years in the market, company has a varied portfolio.





FILIPE OLIVEIRA,
GERENTE DE MARKETING
MARKETING MANAGER

A **GPJ Informática** mostrou duas marcas: **Brasil PC** e **Tronos.** Destacou a **TV Smart de 43" a 55",** com alta definição de imagem, sistema Android prático e aplicativos de streaming. **"É campeã de vendas, principalmente entre empresários que atendem via marketplace", disse Filipe Oliveira, gerente de marketing da empresa**. Outro destaque foi **o cooktop de indução Flex Zone, que permite colocar a panela em qualquer lugar da superfície, o que facilita o uso e a limpeza.**

"Temos itens inovadores e com preços competitivos, o que nos torna uma opção atraente", contou o gerente de marketing. Com sua primeira participação na Eletrolar Show, a empresa tem boas expectativas para este semestre, espera potencializar ainda mais seus negócios e alcançar resultados positivos até o final de 2025.

Em 2024, a GPJ Informática teve faturamento R$ 330 milhões e acredita em resultado ainda melhor neste ano. **"Com uma fábrica que monta 450 computadores por dia e uma equipe experiente, a empresa está bem posicionada para alcançar seus objetivos", afirmou Filipe.** ■■

GPJ Informática *showcased two brands:* ***Brasil PC and Tronos.*** *It highlighted the* ***43" to 55" Smart TV****, with high-definition image, practical Android system, and streaming apps.* ***"It is a sales champion, especially among entrepreneurs who sell via marketplace," said Filipe Oliveira, the company's marketing manager. Another highlight was the Flex Zone induction cooktop, which allows placing the pan anywhere on the surface, making it easier to use and clean.***

"We have innovative items at competitive prices, which makes us an attractive option," *said the marketing manager. With its first participation in the Eletrolar Show, the company has good expectations for this semester, hopes to further boost its business, and achieve positive results by the end of 2025.*

In 2024, GPJ Informática had a turnover of BRL 330 million and believes in an even better result this year. ***"With a factory assembling 450 computers per day and an experienced team, the company is well-positioned to achieve its goals," stated Filipe.*** ■■





BRUNA BRAGA,
GERENTE DE MARKETING
MARKETING MANAGER

GRUPO GALAXY: NOVA FASE, NOVOS NICHOS

GRUPO GALAXY: NEW PHASE, NEW NICHES

Importadora oficial da marca Awei lançou fone de ouvido com IA.

Official importer of the Awei brand launched headphones with AI.

Com 14 anos de atuação no mercado de iluminação, a Galaxy Led ampliou seu portfólio e passou a atuar nos segmentos de tecnologia e eletroportáteis, consolidando-se como **Grupo Galaxy. "Como abrimos novos nichos neste ano, criamos as divisões Galaxy Tech e Galaxy Eletro, unificando tudo dentro de um grupo", explicou Bruna Braga, gerente de marketing.**

A participação na Eletrolar Show foi planejada como um marco dessa nova fase, com o objetivo de posicionar a marca nos novos mercados. **"A feira proporcionou um lançamento grandioso, à altura da nossa parceria com a Awei, uma multinacional reconhecida mundialmente, cuja importação exclusiva é feita pela Galaxy", contou Bruna.**

O destaque foi o **fone de ouvido Bluetooth da Awei, com inteligência artificial**, que traduz automaticamente qualquer idioma durante uma chamada. Tem a tecnologia ENC, que elimina ruídos externos. "Fizemos muitos contatos, inclusive com varejistas que já conheciam a marca Awei e agora têm acesso aos produtos. O estande esteve cheio o tempo todo. Acredito em grandes resultados", disse Bruna. **Também foram expostos caixas de som, carregadores, dispositivos vestíveis, secadores, pranchas e escovas da linha de eletroportáteis.** ■■

With 14 years in the lighting market, Galaxy Led expanded its portfolio and began operating in the technology and small appliances segments, consolidating itself as ***Grupo Galaxy. "As we opened new niches this year, we created the Galaxy Tech and Galaxy Eletro divisions, unifying everything within one group," explained Bruna Braga, marketing manager.***

Participation in the Eletrolar Show was planned as a milestone of this new phase, with the goal of positioning the brand in new markets. ***"The fair provided a grand launch, worthy of our partnership with Awei, a multinational recognized worldwide, whose exclusive import is done by Galaxy," said Bruna.***

The highlight was ***Awei's Bluetooth headset with artificial intelligence****, which automatically translates any language during a call. It has ENC technology, which eliminates external noise. "We made many contacts, including with retailers who already knew the Awei brand and now have access to the products. The booth was full all the time. I believe in great results," said Bruna.* ***Also on display were speakers, chargers, wearable devices, hair dryers, straighteners, and brushes from the small appliance line.*** ■■

GSHIELD: FONE DE OUVIDO COM FUNCIONALIDADE EXCLUSIVA

GSHIELD: HEADPHONES WITH EXCLUSIVE FUNCTIONALITY

Conexão simultânea via Bluetooth e adaptador tipo USB-C.

Simultaneous connection via Bluetooth and USB-C adapter.





FREDERICO IRRTHUM, DIRETOR
DIRECTOR

Em sua quinta participação na Eletrolar Show, a **Gshield** visou mostrar lançamentos e estreitar os laços com parceiros de negócios. **"Hoje, a gente atua muito na parte digital, então a feira é o nosso momento de entender as dores do cliente e mostrar nosso catálogo. É a oportunidade de nosso time de vendas fazer contato mais próximo com os compradores", disse Frederico Irrthum, diretor da empresa.**

O destaque foi o **fone de ouvido Hybrid. Além de ter tecnologia de cancelamento ativo de ruído, é o primeiro do Brasil que se conecta simultaneamente via Bluetooth e adaptador tipo USB-C.** "Por exemplo, eu que faço muitas reuniões no computador, ligo o adaptador tipo C no aparelho e o Bluetooth no celular. Assim, consigo fazer reuniões e atender ligações sem ficar trocando de dispositivo", explicou Frederico.

Ao longo do primeiro semestre, a empresa teve crescimento de 50% no faturamento em relação ao ano passado. Embora reconheça que o cenário macroeconômico não está favorável para o varejo, Frederico tem expectativas bastante positivas. **"Para nós, o ano começou aquecido e esperamos que a Black Friday e as vendas no final do ano representem um crescimento ainda maior", afirmou.** ■■

In its fifth participation at the Eletrolar Show, ***Gshield*** aimed to showcase launches and strengthen ties with business partners. ***"Today, we operate a lot in the digital sphere, so the fair is our moment to understand the customer's pain points and show our catalog. It is the opportunity for our sales team to make closer contact with buyers," said Frederico Irrthum, company director.***

The highlight was the ***Hybrid headset. In addition to having active noise cancellation technology, it is the first in Brazil to connect simultaneously via Bluetooth and USB-C adapter.*** "For example, I, who attend many meetings on the computer, plug the type-C adapter into the device and the Bluetooth into the cell phone. That way, I can hold meetings and answer calls without switching devices," explained Frederico.

During the first semester, the company saw a 50% increase in revenue compared to last year. Although he recognizes that the macroeconomic scenario is not favorable for retail, Frederico has very positive expectations. ***"For us, the year started hot, and we hope that Black Friday and end-of-year sales will represent even greater growth," he stated.*** ■■



GUZZINI: MESA POSTA À ITALIANA

GUZZINI: ITALIAN-STYLE TABLE SETTING

Marca centenária apresentou tendências.

Centennial brand presented trends.



FERNANDO PERFEITO, DIRETOR COMERCIAL E DE MARKETING
COMMERCIAL AND MARKETING DIRECTOR

Com mais de um século de história, a italiana Guzzini estreou na primeira edição da Interior Lifestyle South America. Representada pela Brazil Electronics, expôs uma seleção de utensílios e acessórios de mesa posta com foco em inovação e sustentabilidade.

Entre as novidades, ganharam evidência a **linha Vanity, feita de acrílico cristal bio-based, e a linha Riviera, com inspiração náutica**. Já a coleção **Josephine aposta em candy colors** e inspiração romântica. **"É uma oportunidade de levar ao cliente novas propostas de design e mostrar que sustentabilidade e beleza andam juntas", explicou Fernando Perfeito, diretor comercial e de marketing.**

A Guzzini também lançou a **linha Cookware, de panelas italianas produzidas com alumínio sustentável e compatíveis com todos os tipos de fogão**, além de faqueiros em aço cirúrgico. "Uma mesa posta caprichada é tendência não só para quando há visitas, mas para o dia a dia", destacou Fernando. ■■

With more than a century of history, Italian Guzzini debuted in the first edition of Interior Lifestyle South America. *Represented by Brazil Electronics, it displayed a selection of tableware and accessories focused on innovation and sustainability.*

Among the novelties, the ***Vanity line, made of bio-based crystal acrylic, and the Riviera line, with nautical inspiration, stood out. The Josephine collection features candy colors*** *and romantic inspiration.* ***"It is an opportunity to bring new design proposals to the customer and show that sustainability and beauty go hand in hand," explained Fernando Perfeito, commercial and marketing director.***

Guzzini also launched the ***Cookware line, Italian pans made with sustainable aluminum and compatible with all types of stoves****, as well as cutlery in surgical steel. "A well-set table is a trend not only for when there are visitors, but also for everyday life," Fernando emphasized.* ■■

GWM: TANK 300 HÍBRIDO MARCA NOVA ERA OFF-ROAD

GWM: TANK 300 HYBRID MARKS NEW OFF-ROAD ERA

SUV elétrico une tecnologia avançada e respeito ao meio ambiente.

Electric SUV combines advanced technology and environmental respect.





SAMIR SAIHG,
EMBAIXADOR DE VENDAS
SALES AMBASSADOR

No estande da **GWM,** o destaque foi o **Tank 300 Hi4-T**, um **SUV híbrido plug in, que combina motor a combustão e elétrico**, além de nove modos de condução, adaptando-se a qualquer tipo de terreno, dentro ou fora da cidade. **"Seu conjunto oferece saída de potência forte, gerenciamento preciso de energia e um sistema inteligente de tração nas quatro rodas, aliando potência e autonomia", explicou Samir Saihg, embaixador de vendas da GWM Dahruj.**

A marca GWM participou do evento representada pelo Grupo Dahruj, que percebeu na Eletrolar Show o palco ideal para mostrar sua linha de SUVs híbridos, que lideram as vendas no Brasil. **"Apostamos nesse lançamento durante e feira para reforçar nosso compromisso com o meio ambiente e tecnologia avançada para crescimento no mercado brasileiro", afirmou o embaixador de vendas da empresa.**

Durante a feira, a empresa recebeu alta adesão do público visitante. **"Houve, muita curiosidade e interesse, pois a marca já é bastante fidelizada aqui. Nosso objetivo é expandir ainda mais nossa presença e lançar novidades nos próximos meses", adiantou Samir.** ■■

*At the **GWM** booth, the highlight was the **Tank 300 Hi4-T**, a **plug-in hybrid SUV that combines combustion and electric engines**, as well as nine driving modes, adapting to any type of terrain, on or off the road. **"Its setup offers strong power output, precise energy management, and an intelligent four-wheel-drive system, combining power and autonomy," explained Samir Saihg, sales ambassador for GWM Dahruj.***

*The GWM brand participated in the event represented by Grupo Dahruj, which saw the Eletrolar Show as the ideal stage to showcase its line of hybrid SUVs, which lead sales in Brazil. **"We bet on this launch during the fair to reinforce our commitment to the environment and advanced technology for growth in the Brazilian market," said the company's sales ambassador.***

*During the fair, the company received high engagement from visitors. **"There was a lot of curiosity and interest, as the brand is already very loyal here. Our goal is to further expand our presence and launch new products in the coming months," anticipated Samir.*** ■■

HKC: TVS E MONITORES INTERATIVOS DE ALTA TECNOLOGIA

HKC: HIGH-TECH INTERACTIVE TVS AND MONITORS

Modelo com tela de 65" é ideal para ambientes educacionais e empresariais.

65" screen model is ideal for educational and corporate environments.





ALAN CARVALHO,
REPRESENTANTE COMERCIAL
COMMERCIAL REPRESENTATIVE

A **HKC**, empresa chinesa considerada uma das maiores fabricantes de telas do mundo, estreou na Eletrolar Show apresentando **televisores e monitores gamer interativos de alta tecnologia. O destaque foi a TV 4K de 65", modelo IFPD, com função touch screen. Com design elegante e bordas ultrafinas, oferece tela ampla e características variadas de uso, em residências, ambientes educacionais ou empresariais.**

Outras características incluem **sensores de luz frontais e portas multifuncionais, que permitem fácil conexão de dispositivos e compartilhamento de conteúdos; tecnologia de toque infravermelho de alta precisão, tornando a interação mais responsiva; e função de escrita Smart Stroke, capaz de aprimorar o ensino e a aprendizagem com traços suaves na tela.**

Alan Carvalho, representante comercial da HKC, contou que esse e outros modelos a partir de 32" serão produzidos no Brasil. "Futuramente teremos uma planta em Manaus (AM). Viemos para mostrar que estamos chegando, com muitos projetos pela frente." Além da fábrica em Manaus, a empresa planeja abrir um escritório em São Paulo. A expectativa para entrada no mercado brasileiro é positiva, principalmente por causa da Copa do Mundo a ser realizada em 2026. ■■

HKC**, a Chinese company considered one of the largest screen manufacturers in the world, debuted at the Eletrolar Show presenting **televisions and high-tech interactive gaming monitors. The highlight was the 65" 4K TV, IFPD model, with touch screen function. With elegant design and ultra-thin edges, it offers a large screen and various usage features in homes, educational, or corporate environments.

*Other features include **front light sensors and multifunction ports, allowing easy device connection and content sharing; high-precision infrared touch technology, making interaction more responsive; and Smart Stroke writing function, capable of enhancing teaching and learning with smooth strokes on the screen.***

***Alan Carvalho, HKC's commercial representative, said that this and other models starting from 32" will be produced in Brazil. "In the future, we will have a plant in Manaus (AM). We came to show that we are arriving, with many projects ahead."** In addition to the factory in Manaus, the company plans to open an office in São Paulo. The expectation for entry into the Brazilian market is positive, especially because of the World Cup to be held in 2026. ■■*

HOME BRANDS: DESTAQUE PARA OS COOKTOPS DE INDUÇÃO

HOME BRANDS: HIGHLIGHT ON INDUCTION COOKTOPS

Distribuidora expôs produtos das marcas Oster, Black+Decker e NeuHaus.

Distributor exhibited products from the brands Oster, Black+Decker, and NeuHaus.





ANDRÉ FELDMAN, CEO

A **Home Brands** participou da feira com um estande moderno, que simulava uma cozinha brasileira com produtos das marcas **Oster**, **Black+Decker** e **NeuHaus** de utensílios domésticos e eletroportáteis. O destaque foi a **nova linha de cooktops de indução da Black+Decker, que inclui fornos de embutir com função air fryer, coifas e cervejeiras. "São os primeiros produtos da linha branca que trouxemos, e todos já foram vendidos", disse André Feldman, CEO da empresa.**

Destaque, também, para os conjuntos de panelas, com design refinado. "Enquanto a **Oster** mantém um posicionamento aspiracional, com forte apelo nas classes A e B, **a Black+Decker** chega com força para competir na linha branca com qualidade técnica e preço competitivo. E a **NeuHaus** tem proposta premium, acabamento durável e preço acessível, contou André. **"Estamos investindo pesado nesse segmento, com quase 30 produtos previstos até o fim do ano."**

A distribuidora, que está há cinco anos no mercado, se mostra otimista, fator reforçado pelo desempenho comercial logo no início da feira e por uma trajetória consistente de crescimento. **"Temos avançado cerca de 100% ao ano e, com essas novas linhas, devemos superar esse número em 2025", contou André.** ■■

*Home Brands participated in the fair with a modern booth simulating a Brazilian kitchen with products from **Oster**, **Black+Decker**, and **NeuHaus** brands of household utensils and small appliances. The highlight was the **new line of induction cooktops from Black+Decker, which includes built-in ovens with air fryer function, range hoods, and beer coolers. "These are the first white goods we brought, and all have already been sold," said André Feldman, the company's CEO.***

*Also noteworthy were the cookware sets, with refined design. "While **Oster** maintains an aspirational positioning with strong appeal to classes A and B, **Black+Decker** arrives strong to compete in the white goods line with technical quality and competitive price. And **NeuHaus** has a premium proposal, durable finish, and affordable price," said André. **"We are investing heavily in this segment, with almost 30 products expected by the end of the year."***

*The distributor, which has been in the market for five years, is optimistic, a factor reinforced by commercial performance early in the fair and by a consistent growth trajectory. **"We have been growing about 100% per year and, with these new lines, we should exceed this number in 2025," said André.*** ■■

HONOR: LANÇAMENTOS DE ÚLTIMA GERAÇÃO

HONOR: LAUNCHES OF LATEST GENERATION

Com inovações e produtos inéditos, marca estreante atraiu a atenção.

With innovations and unprecedented products, the debuting brand attracted attention.





DAVID MOHENO, DIRETOR DE COMUNICAÇÃO E RELAÇÕES PÚBLICAS
COMMUNICATION AND PUBLIC RELATIONS DIRECTOR

Novo player no mercado de smartphones, a **Honor** chegou oficialmente ao Brasil em janeiro deste ano e escolheu a Eletrolar Show como vitrine estratégica para ampliar sua visibilidade no País. **"Participar deste evento de classe mundial é uma oportunidade para nos conectarmos com o consumidor brasileiro", afirmou David Moheno, diretor de comunicação e relações públicas da Honor na América Latina.**

Em parceria com a DL, expôs suas três linhas: Honor X, Honor N e Honor Magic Series. O destaque foi o **dobrável Honor Magic V3, um dos smartphones mais finos da categoria, com apenas 9,2 mm de espessura fechado**. Também chamou atenção o **Honor Magic7 Lite, equipado com uma bateria de silício-carbono de 6.600 mAh, a mais durável da marca**. Além de altamente resistentes a impacto, ambos contam com recursos avançados de IA.

Lançados recentemente na Europa e Ásia, os modelos **Honor 400 e 400 Pro, com câmeras de superzoom de até 50 vezes, foram apresentados pela primeira vez na América Latina.** Completando o portfólio, a companhia exibiu seus **smartwatches e fones de ouvido. "Acreditamos na criação de um ecossistema de valor compartilhado, que ofereça experiências premium em todas as categorias", completou David.** ■■

A new player in the smartphone market, ***Honor*** *officially arrived in Brazil in January this year and chose the Eletrolar Show as a strategic showcase to increase its visibility in the country.* ***"Participating in this world-class event is an opportunity to connect with the Brazilian consumer," said David Moheno, Honor's communication and public relations director in Latin America.***

In partnership with DL, it showcased its three lines: Honor X, Honor N, and Honor Magic Series. *The highlight was the* ***foldable Honor Magic V3, one of the thinnest smartphones in its category, at only 9.2 mm thick when closed.*** *Also noteworthy was the* ***Honor Magic7 Lite, equipped with a 6,600 mAh silicon-carbon battery, the most durable of the brand.*** *In addition to being highly impact-resistant, both feature advanced AI capabilities.*

Recently launched in Europe and Asia, the ***Honor 400 and 400 Pro models, with superzoom cameras of up to 50 times, were presented for the first time in Latin America.*** *Completing the portfolio, the company displayed its* ***smartwatches and headphones. "We believe in creating a shared value ecosystem that offers premium experiences in all categories," added David.*** ■■

HONYAN | GUO JIE: SOLUÇÕES PARA ASSISTÊNCIAS TÉCNICAS

HONYAN | GUO JIE: SOLUTIONS FOR TECHNICAL ASSISTANCES

Empresas reforçaram presença com estande maior.

Companies reinforced presence with larger stand.





YAO BIN, CEO DA GUO JIE, E HUIHONG CHEN, DIRETOR DA HONYAN E SÓCIO DA GUO JIE
YAO BIN, CEO OF GUO JIE, AND HUIHONG CHEN, DIRECTOR OF HONYAN AND PARTNER OF GUO JIE

A Honyan e a Guo Jie Communication participaram da feira com um estande significativamente maior, consolidando sua trajetória de crescimento no Brasil. Especializadas em **equipamentos, ferramentas e insumos multimarcas para assistências técnicas de celulares**, as empresas expuseram **microscópios, estações de solda, estações de retrabalho e outros maquinários de marcas reconhecidas.**

A participação conjunta não é novidade. No ano passado, as empresas realizaram uma colaboração estratégica na Eletrolar Show, que gerou resultados tão positivos que impulsionaram a Guo Jie a iniciar sua operação localmente. A companhia chinesa, também presente em Dubai, abriu uma loja própria no Shopping Oriental, em São Paulo, onde profissionais de todo o Brasil encontram soluções para aprimorar seus serviços.

"Trazemos o que há de mais inovador para o mercado de assistência mobile, incluindo insumos, programadores, maquinários e acessórios", afirmou Huihong Chen, diretor da Honyan e sócio da Guo Jie. "Nossa parceria proporciona uma gama de produtos inovadores, provenientes de marcas mundialmente reconhecidas, como JCID, Aixun, RF4, Maimi, Ma Annt, 2UUL, Mijing e Heiston." ■■

***Honyan and Guo Jie Communication participated in the fair with a significantly larger stand**, consolidating their growth trajectory in Brazil. Specialized in **equipment, tools and multi-brand supplies for cell phone technical assistance**, the companies exhibited **microscopes, soldering stations, rework stations and other machinery from recognized brands**.*

The joint participation is not new. Last year, the companies carried out a strategic collaboration at Eletrolar Show, which generated such positive results that it drove Guo Jie to start its local operation. The Chinese company, also present in Dubai, opened its own store at Shopping Oriental, in São Paulo, where professionals from all over Brazil find solutions to improve their services.

***"We bring what is most innovative to the mobile assistance market, including supplies, programmers, machinery and accessories," said Huihong Chen, director of Honyan and partner of Guo Jie.** "Our partnership provides a range of innovative products from globally recognized brands, such as JCID, Aixun, RF4, Maimi, Ma Annt, 2UUL, Mijing and Heiston." ■■*

HPRIME: PROTEÇÃO DE TELA COM PRECISÃO E ALTA QUALIDADE

HPRIME: SCREEN PROTECTION WITH PRECISION AND HIGH QUALITY

Máquina de recorte de películas faz cortes com maior espessura.

The film cutting machine makes thicker cuts.





FELIPE ALMEIDA, CSO

Dentre as muitas novidades que a **HPrime** apresentou na feira, um destaque foi o **dispositivo de rastreamento HPrime Tag para o sistema Android. Agora, a empresa oferece parceria tanto com Apple quanto com o Google.** Outro destaque foi a **máquina de recorte de películas. Ela faz um corte de películas com espessura maior, de até 0,38 mm.**

"O público conhece os nossos produtos e películas. As pessoas já esperam que a empresa apresente opções da melhor qualidade possível. Nosso maior diferencial é a marca, somos muito reconhecidos pelo nosso consumidor final. Além de um ótimo pós-atendimento, a marca está em mais de 2 mil pontos de venda no Brasil. Temos mais de 12 anos de mercado, e nosso relacionamento com os clientes vem até hoje", explicou Felipe Almeida, CSO da HPrime.

Um dos objetivos da empresa é tornar outros produtos tão populares quanto as películas. **"Queremos que o consumidor conheça nossa linha de energia, como carregadores e cabos. Temos uma gama de produtos disponíveis nas lojas. Esperamos que neste segundo semestre esses produtos possam fazer muito sucesso", disse Felipe.** ■■

Among the many new products ***HPrime*** *presented at the fair, a highlight was the* ***HPrime Tag tracking device for the Android system. Now, the company offers partnership with both Apple and Google.*** *Another highlight was the* ***film cutting machine, which makes cuts with greater thickness, up to 0.38 mm.***

"The public knows our products and films. People already expect the company to present the highest quality options possible. Our greatest differential is the brand; we are very recognized by our end consumer. In addition to great after-sales service, the brand is in more than 2,000 points of sale in Brazil. We have been in the market for over 12 years, and our relationship with customers continues to this day," explained Felipe Almeida, HPrime's CSO.

One of the company's goals is to make other products as popular as its films. ***"We want consumers to know our energy line, such as chargers and cables. We have a range of products available in stores. We hope that in this second semester these products can be very successful," said Felipe.*** ■■

HQ: REFORÇO NO PORTFÓLIO DIVERSIFICADO

HQ: STRENGTHENING THE DIVERSIFIED PORTFOLIO

Marca ofereceu condições especiais para parceiros.

Brand offered special conditions to partners.





AROLDO KER,
DIRETOR COMERCIAL
COMMERCIAL DIRECTOR

Em sua terceira participação na Eletrolar Show, a **HQ** reafirmou a importância da feira como plataforma de negócios e relacionamento com o varejo. **"A Eletrolar foi um divisor de águas", afirmou Aroldo Ker, diretor comercial. "Desde que começamos a participar, a HQ ganhou visibilidade e se consolidou no mercado nacional de eletrodomésticos."**

No estande bem estruturado, a empresa exibiu um **portfólio diversificado com smart TVs, soluções em climatização, cooktops de indução e ampla linha de eletroportáteis**. O destaque ficou para a **família de geladeiras, que tem desde modelos compactos até side by side e multidoor, e vem registrando forte crescimento em vendas**. "Neste ano, trouxemos a linha completa para fortalecer nossa presença no segmento", explicou Aroldo. Adegas, cervejeiras e air fryers também integraram os lançamentos.

Fundada em Belo Horizonte, a HQ conta com fábrica em Manaus e escritório na China. **"A feira é uma oportunidade única de networking e de mostrar a qualidade dos nossos produtos", destacou o executivo.** Com foco no público B2B, a empresa ofereceu condições comerciais especiais aos parceiros, visando superar os resultados da edição anterior. ■■

In its third participation at the Eletrolar Show, ***HQ*** *reaffirmed the importance of the fair as a business and retail relationship platform.* ***"Eletrolar was a turning point," said Aroldo Ker, commercial director. "Since we started participating, HQ has gained visibility and consolidated itself in the national home appliance market."***

In a well-structured booth, the company displayed a ***diversified portfolio with smart TVs, climate control solutions, induction cooktops, and a wide range of small appliances.*** *The highlight was* ***the refrigerator line****, ranging from* ***compact models to side-by-side and multi-door units, which has been showing strong sales growth.*** *"This year, we brought the full line to strengthen our presence in the segment," explained Aroldo. Wine coolers, beer coolers, and air fryers were also part of the launches.*

Founded in Belo Horizonte, HQ has a factory in Manaus and an office in China. ***"The fair is a unique opportunity for networking and showcasing the quality of our products," emphasized the executive.*** *With a focus on the B2B audience, the company offered special commercial conditions to partners, aiming to surpass the results of the previous edition.* ■■



HREBOS: FOCO NA DIFERENCIAÇÃO

HREBOS: FOCUS ON DIFFERENTIATION

Power bank de 60.000 mAh foi destaque na linha Premium.

60,000 mAh power bank stood out in the Premium line.



MARCELO DE PAOLA, DIRETOR COMERCIAL
COMMERCIAL DIRECTOR

Com o objetivo de estreitar o relacionamento com parceiros e ampliar a base de contatos com varejistas, a **Hrebos** marcou presença na Eletrolar Show com sua linha Premium de acessórios eletrônicos. **"Além de reencontrar clientes, estamos conhecendo novos revendedores, que buscam produtos de qualidade e diferenciação", disse Marcelo de Paola, diretor comercial.**

Chamou atenção o **Premium Power Bank Titan, com 60.000 mAh**, ideal para quem precisa de autonomia prolongada. **"O modelo carrega praticamente todos os notebooks, além de celulares e tablets, graças à potência de saída de 100 W. É o acessório perfeito para viagens, pois atende todas as necessidades energéticas do usuário"**, explicou Marcelo. A marca também apresentou **power banks compactos**, com capacidade entre 20 mil e 30 mil mAh, e **modelos magnéticos com tecnologia MagSafe** para carregamento de dispositivos Apple.

O estande trouxe a identidade visual minimalista da Hrebos, com produtos e embalagens que buscam agregar valor ao ponto de venda. **"Esse visual deixa claro nosso compromisso com qualidade, performance e design. Quem revende nossos produtos tem a segurança de oferecer itens premium, com garantia de um ano e excelente custo-benefício", afirmou o executivo.** ■■

With the objective of strengthening relationships with partners and expanding the retailer contact base, ***Hrebos*** *was present at the Eletrolar Show with its Premium line of electronic accessories.* ***"In addition to reconnecting with clients, we are meeting new resellers who are looking for quality and differentiated products," said Marcelo de Paola, commercial director.***

The Premium Power Bank Titan, with 60,000 mAh, *ideal for those needing extended autonomy, stood out.* ***"The model charges practically all notebooks, as well as cell phones and tablets, thanks to its 100 W output power. It is the perfect accessory for travel, meeting all the user's energy needs,"*** *explained Marcelo. The brand also presented* ***compact power banks****, with capacities between 20,000 and 30,000 mAh, and* ***magnetic models with MagSafe technology*** *for charging Apple devices.*

The booth reflected Hrebos's minimalist visual identity, with products and packaging designed to add value to the point of sale. ***"This visual clearly shows our commitment to quality, performance, and design. Resellers of our products have the assurance of offering premium items, with a one-year warranty and excellent cost-benefit," stated the executive.*** ■■

ICHENDORF | NUDE GLASS | MASTERCHEF: MARCAS INTERNACIONAIS CHEGAM AO MERCADO

ICHENDORF | NUDE GLASS | MASTERCHEF: INTERNATIONAL BRANDS ENTER THE MARKET

Design e inovação em utensílios de cozinha e mesa posta.

Design and innovation in kitchen and tableware.





FERNANDO PERFEITO, DIRETOR COMERCIAL E DE MARKETING
COMMERCIAL AND MARKETING DIRECTOR

Na primeira edição da Interior Lifestyle South America, a **Brazil Electronics apresentou três novas marcas de prestígio global,** que passaram a compor o seu portfólio no Brasil.

A **Nude Glass**, marca turca reconhecida pela tecnologia de cristal ultraflexível, encantou o público com as taças Stem Zero, flexíveis a até 13 graus e resistentes a impacto. A **Ichendorf** chamou atenção por seus copos, taças e jarras com elementos botânicos e animais esculpidos manualmente no vidro. Já a **MasterChef**, do reality show culinário, levou utensílios de uso profissional, como facas de alta performance, bowls e panelas robustas.

"A casa moderna virou sinônimo de bem-estar e de mesa posta com estilo. Oferecemos produtos selecionados, alinhados ao consumidor que valoriza momentos especiais no dia a dia", destacou **Fernando Perfeito, diretor comercial e de marketing.** ■■

At the first edition of the Interior Lifestyle South America, ***Brazil Electronics presented three new globally prestigious*** *brands that are now part of its portfolio in Brazil.*

Nude Glass*, a Turkish brand recognized for its ultra-flexible crystal technology, impressed visitors with Stem Zero glasses, flexible up to 13 degrees and impact resistant.* ***Ichendorf*** *caught attention with its glasses, goblets, and jugs featuring botanical and animal elements hand-sculpted into the glass.* ***MasterChef****, from the culinary reality show, showcased professional-use utensils such as high-performance knives, bowls, and sturdy pans.*

"The modern home has become synonymous with well-being and stylish table settings. We offer selected products aligned with consumers who value special moments in everyday life," highlighted ***Fernando Perfeito, commercial and marketing director.*** ■■

IMENSO: APOSTA EM FONE COM TRADUÇÃO POR IA

IMENSO: BET ON HEADPHONE WITH AI TRANSLATION

Marca focou em inovação para ampliar presença no mercado de áudio.

Brand focused on innovation to expand presence in the audio market.





GUSTAVO GIL,
GERENTE DE VENDAS B2B
B2B SALES MANAGER

A **Imenso** apresentou sua **linha de caixas de som** e destacou um lançamento inovador: o **fone com tradução simultânea por IA. "É um fone Bluetooth de condução óssea, que converte idiomas em tempo real e oferece alta qualidade sonora para músicas", explicou Gustavo Gil, gerente de vendas B2B da empresa.**

Essa foi a segunda participação da Imenso na Eletrolar Show. Segundo Gustavo, no ano de estreia, a marca, ainda pouco conhecida pelo público, conquistou credibilidade ao se posicionar ao lado de outras grandes e demonstrar, na prática, a qualidade de sua linha de áudio. **"Mostramos nossos produtos funcionando e, agora, trazemos novidades que nos consolidam no mercado."**

Para o segundo semestre, a expectativa é de crescimento, impulsionado pelos contatos estabelecidos na feira. **"Projetamos um ganho tanto em vendas quanto em visibilidade, principalmente no setor B2B. A Eletrolar Show é um canhão de visibilidade e, para nós, uma oportunidade de estabelecer novas parcerias", afirmou Gustavo.** ■■

Imenso** presented its **line of speakers** and highlighted an innovative launch: the **headphone with simultaneous AI translation. "It is a Bluetooth bone conduction headphone, which converts languages in real time and offers high sound quality for music," explained Gustavo Gil, B2B sales manager of the company.

This was Imenso's second participation in Eletrolar Show. According to Gustavo, in the debut year, the brand, still little known to the public, gained credibility by positioning itself alongside other big ones and demonstrating, in practice, the quality of its audio line. ***"We showed our products working and now we bring novelties that consolidate us in the market."***

For the second semester, the expectation is for growth, driven by contacts established at the fair. ***"We project a gain both in sales and visibility, mainly in the B2B sector. Eletrolar Show is a cannon of visibility and, for us, an opportunity to establish new partnerships," said Gustavo.*** ■■

ITATIAIA: AMPLIAÇÃO DO PORTFÓLIO MULTICATEGORIA

ITATIAIA: EXPANSION OF THE MULTI-CATEGORY PORTFOLIO

Fogão premium e eletroportáteis reforçaram estratégia de expansão.

Premium stove and small appliances reinforced expansion strategy.





VICTOR BALBI,
GERENTE DE MARKETING
MARKETING MANAGER

Com atuação multicategoria, a **Itatiaia** vem ampliando seu portfólio para além dos móveis de cozinha que a tornaram referência há seis décadas. **"A participação na Eletrolar Show, um de nossos maiores projetos, está totalmente alinhada à estratégia de crescer de forma sustentável e diversificar nosso mix de eletrodomésticos", disse Victor Balbi, gerente de marketing da companhia.**

O novo **fogão Itachef chamou atenção pelo design premium, capacidade de 101 litros, mesa alinhada ao painel, prateleira autodeslizante, puxador de alumínio e acabamento full glass**. Além de reforçar a linha de cozinha com **grills, fritadeiras e panelas elétricas**, a marca expandiu a **linha Lar com climatizadores, aspiradores de pó e ferros de passar.**

"Nosso objetivo é fortalecer o relacionamento com os clientes tradicionais e, ao mesmo tempo, conquistar novos públicos. Durante o evento, recebemos supermercadistas e lojistas de segmentos que antes não faziam parte da nossa base", disse Victor. **Com perspectivas otimistas, a Itatiaia projeta repetir em 2025 o desempenho histórico registrado no ano passado.** ■■

With multi-category operations, ***Itatiaia*** *has been expanding its portfolio beyond the kitchen furniture that made it a reference for six decades.* ***"Participation in Eletrolar Show, one of our biggest projects, is fully aligned with the strategy to grow sustainably and diversify our mix of appliances," said Victor Balbi, the company's marketing manager.***

The new ***Itachef stove attracted attention for its premium design, 101-liter capacity, flush-mounted cooktop and panel, self-sliding shelf, aluminum handle, and full-glass finish.*** *In addition to strengthening the kitchen line with* ***grills, fryers, and electric pans,*** *the brand expanded the* ***Home line with air coolers, vacuum cleaners, and irons.***

"Our goal is to strengthen relationships with traditional clients while at the same time reaching new audiences. During the event, we welcomed supermarket owners and store owners from segments that were previously not part of our base," said Victor. ***With optimistic prospects, Itatiaia expects to repeat in 2025 the historic performance achieved last year.*** ■■

IWILL BRASIL: LINHA INSPIRADA EM HARRY POTTER

IWILL BRASIL: EXCLUSIVE LINE INSPIRED BY THE HARRY POTTER UNIVERSE

Empresa também lançou acessórios para iPhone e MacBook.

The company also launched accessories for iPhone and MacBook.





JEAN LENZI,
DO TIME COMERCIAL DA IWILL
COMMERCIAL TEAM OF IWILL

Veterana na Eletrolar Show, a **Iwill Brasil** apostou mais uma vez na maior feira de eletroeletrônicos da América Latina para estreitar o relacionamento com clientes e impulsionar novos negócios. **"Somos fãs e entusiastas da Eletrolar Show. É aqui que fazemos nossos principais lançamentos e fortalecemos a presença da marca no mercado brasileiro", destacou Jean Lenzi, do time comercial da empresa.**

Em sua nona participação no evento, a Iwill surpreendeu com o lançamento de uma linha exclusiva de acessórios colecionáveis inspirados no universo mágico de **Harry Potter. "A linha inclui fones de ouvido, cabos, caixas de som e carregadores personalizados com elementos icônicos da saga. São produtos funcionais e estilosos, que também ganham destaque como peças decorativas e itens de colecionadores", disse Jean.**

Outros destaques no estande foram os **acessórios para iPhone e MacBook, agora com design exclusivo e os logos da Coca-Cola – uma parceria que une tecnologia e lifestyle em produtos que encantam pelo visual e qualidade**. "Com inovações que combinam praticidade e apelo emocional, a Iwill reafirma seu compromisso com tendências, experiência do consumidor e excelência em design." ■■

A veteran at the Eletrolar Show, ***Iwill Brasil*** *once again relied on the largest electronics fair in Latin America to strengthen relationships with clients and drive new business.* ***"We are fans and enthusiasts of Eletrolar Show. It's here that we make our main launches and strengthen the brand's presence in the Brazilian market," highlighted Jean Lenzi from the company's commercial team.***

In its ninth participation in the event, *Iwill surprised with the launch of an exclusive line of collectible accessories inspired by the magical* ***Harry Potter universe. "The line includes headphones, cables, speakers, and chargers customized with iconic elements from the saga. They are functional and stylish products that also stand out as decorative pieces and collector's items," said Jean.***

Other highlights at the booth were ***accessories for iPhone and MacBook, now with exclusive design and Coca-Cola logos a partnership that combines technology and lifestyle in products that captivate through their appearance and quality.*** *"With innovations that combine practicality and emotional appeal, Iwill reaffirms its commitment to trends, consumer experience, and excellence in design."* ■■

JOOG: CAIXAS DE SOM COM TABLET INCORPORADO

JOOG: SPEAKERS WITH BUILT-IN TABLET

Empresa expôs produtos com sua marca própria.

The company exhibited products under its own brand.





JORBEL GRIEBELER, CEO

Há dois anos, a **Joog** comercializa seus produtos e, agora, aterrissou no Brasil para expor na Eletrolar Show. **"Viemos para mostrar a todo o varejo que temos produtos de qualidade", disse Jorbel Griebeler, CEO da empresa.** Esta foi a sexta vez que ele participou do evento, mas a primeira com sua marca própria. No estande, apresentou mais de 200 produtos.

O destaque ficou com as caixas de som com tablet incorporado, únicas no mercado, segundo Jorbel. **O tablet acoplado a elas tem sistema Android e permite buscar músicas com facilidade. A caixa vem com dois microfones, armazenados dentro dela, que carregam por indução, e oferece efeitos e controles para a voz.** Estão disponíveis nas potências de 80 W a 600 W. "Aquele amigo que você convida para o churrasco não vai mais querer ir embora", brincou Jorbel.

Na visão do CEO, apesar das instabilidades globais quanto às tarifas, o Brasil vive uma situação de estabilidade com relação ao preço do dólar. "Isso é importantíssimo para a gente ter saúde, e para o consumidor brasileiro poder comprar um produto com bom custo-benefício. **Acho que teremos um segundo semestre fantástico."** ■■

*For two years, **Joog** has been marketing its products and now has landed in Brazil to exhibit at Eletrolar Show.* ***"We came to show the entire retail sector that we have quality products," said Jorbel Griebeler, the company's CEO.*** *This was his sixth time participating in the event but the first with his own brand. At the booth, he presented more than 200 products.*

The highlight was the speakers with built-in tablets, unique in the market according to Jorbel. ***The tablet attached to them has the Android system and allows easy music search. The speaker comes with two microphones, stored inside it, which charge by induction, and offers voice effects and controls.*** *They are available in power outputs from 80 W to 600 W. "That friend you invite to the barbecue won't want to leave anymore," joked Jorbel.*

In the CEO's view, despite global instabilities regarding tariffs, Brazil enjoys a stable situation concerning the dollar exchange rate. "This is very important for us to have financial health and for the Brazilian consumer to be able to buy a product with good cost-benefit. ***I think we will have a fantastic second semester."*** ■■





VANESSA SIQUEIRA,
COORDENADORA DE MARKETING
MARKETING COORDINATOR

KIAN: LINHA COMPLETA DE ELETROPORTÁTEIS

KIAN: COMPLETE LINE OF SMALL APPLIANCES

Empresa entrou no segmento há 18 meses.

The company entered the segment 18 months ago.

Expositora pela primeira vez, a **Kian** levou à feira uma linha completa de eletroportáteis, incluindo panelas e chaleiras elétricas, air fryers e soluções de iluminação e climatização. **"Nós gostamos bastante da movimentação de clientes e fornecedores, ficamos muito satisfeitos com a feira", afirmou Vanessa Siqueira, coordenadora de marketing da empresa.**

No estande, um destaque foi o **mixer 3 em 1 da marca, com corpo em inox, potência de 1.000 W. Acompanha processador de 1 litro de capacidade, batedor e copo graduado de 700 ml.** "É um produto que traz praticidade no dia a dia dos consumidores", ressaltou Vanessa.

A Kian entrou no segmento de eletroportáteis há cerca de um ano e meio e vivenciou um crescimento expressivo no período, contou Vanessa. Ela espera que esses bons resultados continuem em 2025 e que os ganhos dos últimos meses se consolidem. **"Estamos colocando nosso portfólio no mercado e esperamos crescimento e estabilidade."** ■■

Exhibiting for the first time, ***Kian*** *brought to the fair a complete line of small appliances, including electric pans and kettles, air fryers, and lighting and air conditioning solutions.* ***"We really liked the movement of customers and suppliers; we were very satisfied with the fair," said Vanessa Siqueira, the company's marketing coordinator.***

At the booth, one highlight was the brand's ***3-in-1 mixer, with a stainless-steel body and 1,000 W power. It comes with a 1-liter capacity processor, a whisk, and a 700 ml graduated cup.*** *"It is a product that brings practicality to consumers' daily lives," emphasized Vanessa.*

Kian entered the small appliances segment about a year and a half ago and experienced significant growth during this period, Vanessa reported. She hopes that these good results will continue in 2025 and that the gains of recent months will consolidate. ***"We are placing our portfolio in the market and expect growth and stability."*** ■■

KNUP: CENTRAL MULTIMÍDIA PARA CARROS

KNUP: CAR MULTIMEDIA CENTER

Empresa também destacou a linha de nobreaks, luminárias solares e utensílios domésticos.

The company also highlighted its line of uninterruptible power supplies (UPS), solar lamps, and household utensils.





ADILSON LUIZ,
GERENTE DE PRODUTOS
PRODUCT MANAGER

A **Knup**, importadora com 20 anos de experiência no segmento de eletroeletrônicos, apresentou como um de seus destaques a **central multimídia para automóveis. O modelo RA938, de 13" e tela touch, promete transformar o ambiente interno do veículo em um completo e moderno centro de entretenimento. "Está fazendo sucesso. Temos muitas parcerias com lojistas, instaladores e concessionários", disse Adilson Luiz, gerente de produtos da empresa.**

Com 60 W de potência e frequência de resposta 20 Hz – 20 KHZ, a central multimídia tem duas entradas USB e compatibilidade com Apple CarPlay e Android Auto. Também oferece aos usuários desempenho e armazenamento, com 6 GB de RAM e 128 GB de ROM. **"A cada ano, percebemos que a Eletrolar Show faz bastante diferença nos negócios. As parcerias existentes são fortalecidas e novos clientes chegam através da feira", afirmou Adilson.**

A Knup destacou, ainda, a nova **linha de nobreaks robustos de marca própria** e com saída senoidal pura, e **luminárias**, especialmente as solares, para residências e áreas externas de chácaras e sítios, além de **utensílios domésticos**, como umidificadores de ar. No estande expôs, também, **produtos de informática, gamer e câmeras de segurança.** ■■

Knup, an importer with 20 years of experience in the electronics segment, presented as one of its highlights the ***multimedia center for automobiles. The RA938 model, with a 13" touch screen, promises to transform the interior environment of the vehicle into a complete and modern entertainment center. "It is a success. We have many partnerships with retailers, installers, and dealerships," said Adilson Luiz, the company's product manager.***

With 60 W of power and a frequency response of 20 Hz – 20 KHz, the multimedia center has two USB inputs and compatibility with Apple CarPlay and Android Auto. It also offers users performance and storage, with 6 GB of RAM and 128 GB of ROM. ***"Each year, we notice that Eletrolar Show makes a big difference in business. Existing partnerships are strengthened and new customers arrive through the fair," said Adilson.***

Knup also highlighted its new ***line of robust, proprietary brand*** *UPS devices with pure sine wave output, as well* ***as lamps*** *especially solar ones for homes and outdoor areas of farms and country houses, in addition* ***to household utensils*** *such as air humidifiers. At the booth, it also exhibited* ***IT, gaming, and security camera products.*** ■■



KODAK FOCA NA BARBIE

KODAK FOCUSES ON BARBIE

Câmeras instantâneas em edição especial.

Instant cameras in special edition.



FERNANDO PERFEITO, DIRETOR COMERCIAL E DE MARKETING
COMMERCIAL AND MARKETING DIRECTOR.

Com um estande interativo repleto de acessórios e óculos coloridos, a **Kodak expôs a câmera instantânea Printomatic Barbie, criada em parceria com a Mattel.** Disponível em duas variações de rosa, o modelo combina visual retrô com a tecnologia Zink, que imprime **fotos instantâneas resistentes a manchas e ao desbotamento.**

A câmera tem visor ótico, flash e foco automáticos, bateria de lítio recarregável via micro USB e slot para cartão micro SD, facilitando o armazenamento e o compartilhamento digital. **Kits especiais incluem case e álbum de fotos.**

"A fotografia instantânea tem espaço no mercado brasileiro, principalmente entre o público jovem", destacou Fernando Perfeito, diretor comercial e de marketing da Brazil Electronics, distribuidora oficial da Kodak no Brasil. Também foram expostas outras versões da Printomatic em amarelo, azul, cinza, rosa e verde. ■■

With an interactive booth full of accessories and colorful glasses, ***Kodak showcased the Printomatic Barbie instant camera, created in partnership with Mattel.*** *Available in two shades of pink, the model combines a retro look with Zink technology, which* ***prints instant photos resistant to smudges and fading.***

The camera has an optical viewfinder, automatic flash and focus, rechargeable lithium battery via micro-USB, and a slot for a micro-SD card, making storage and digital sharing easier. ***Special kits include a case and photo album.***

"Instant photography has a place in the Brazilian market, especially among the young audience," said Fernando Perfeito, commercial and marketing director of Brazil Electronics, Kodak's official distributor in Brazil. *Other versions of Printomatic in yellow, blue, gray, pink, and green were also exhibited.* ■■

LECAR: HÍBRIDO FLEX 100% NACIONAL

LECAR: 100% NATIONAL FLEX HYBRID

Fabricante brasileira apresentou o protótipo do esportivo Lecar 459.

Brazilian manufacturer presented the prototype of the Lecar 459 sports car.





FLÁVIO FIGUEIREDO,
CVO E FUNDADOR DA LECAR
CVO AND FOUNDER OF LECAR

Primeira montadora brasileira de veículos híbridos flex, a **Lecar** escolheu a Eletrocar Show para lançar o **Lecar 459. "É um palco incrível, com apoio do público desde o primeiro dia", afirmou Flávio Figueiredo, CVO e fundador da marca.**

O modelo combina tração 100% elétrica a um gerador desenvolvido pela WEG. O sistema Range Extender garante autonomia de 1.000 km com 30 litros de etanol. Com design esportivo, traz inovações como para-choques de DCPD, material altamente resistente, e uma plataforma modular que servirá de base para futuros lançamentos, incluindo picape e SUV. **"Priorizamos parcerias e o desenvolvimento de tecnologias com empresas brasileiras para componentes como freios, suspensão e amortecedores, garantindo já na largada a maior estrutura de pós-venda do mercado"**, disse Flávio. A produção está prevista para começar em agosto de 2026, no Espírito Santo.

O etanol é parte central da proposta da Lecar, que defende o biocombustível como solução sustentável para a mobilidade global. **"Temos a ambição de levar para o mundo o etanol brasileiro, que completa 50 anos. Fala-se muito no carro 100% elétrico, mas acreditamos no híbrido com uma fonte renovável. O etanol vem da planta e pode tornar o Brasil uma nova potência energética",** destacou o executivo. Segundo a empresa, mais de 4 mil pessoas já integram a lista de espera do modelo, que terá preço inicial de R$ 159 mil. ■■

The first Brazilian manufacturer of flex hybrid vehicles, ***Lecar*** *chose the Eletrocar Show to launch the* ***Lecar 459. "It is an incredible stage, with public support since the first day," said Flávio Figueiredo, CVO and founder of the brand.***

The model combines 100% electric traction with a generator developed by WEG. The Range Extender system guarantees a range of 1,000 km with 30 liters of ethanol. With a sporty design, it brings innovations such as DCPD bumpers, highly resistant material, and a modular platform that will serve as the basis for future launches, including a pickup and SUV. ***"We prioritize partnerships and the development of technologies with Brazilian companies for components such as brakes, suspension, and shock absorbers, ensuring from the start the largest after-sales structure in the market,"*** *said Flávio. Production is scheduled to start in August 2026, in Espírito Santo.*

Ethanol is a central part of Lecar's proposal, which advocates biofuel as a sustainable solution for global mobility. ***"We have the ambition to take Brazilian ethanol, which is turning 50 years old, to the world. Much is said about the 100% electric car, but we believe in the hybrid with a renewable source. Ethanol comes from plants and can make Brazil a new energy power,"*** *the executive highlighted. According to the company, more than 4,000 people are already on the waiting list for the model, which will have an initial price of R$ 159,000.* ■■

LOF-V: MARCAS COM POTENCIAL NO BRASIL

LOF-V: BRANDS WITH POTENTIAL IN BRAZIL

Variedade de produtos foi destaque.

The variety of products was the highlight.





WENJING SUN,
GERENTE DE EVENTOS
EVENTS MANAGER

Empresa nacional que atua com eletroeletrônicos, cosméticos e câmeras, a **Lof-V** participou da Eletrolar Show ao lado de outras marcas chinesas de grande porte que são vendidas no Brasil pela Shadowhawk. **Ela comercializa ferramentas, iluminação externa e produtos de cuidados pessoais como barbeadores e secadores. "É o nosso quarto ano na feira, e sempre conquistamos novos negócios", contou Wenjing Sun, gerente de eventos.**

Dentre a diversidade de produtos expostos, os **destaques foram as máquinas de barbear e os aparadores de pelos para os públicos masculino e feminino. São produtos da Hatteker que combinam qualidade com acessibilidade e que têm potencial no mercado brasileiro. "Essa marca já é vendida na Europa e na América do Norte", contou Wenjing.**

Ao longo do primeiro semestre, a Lof-V teve um desempenho bom, ainda que levemente abaixo do esperado. "Há uma baixa demanda nesse momento", comentou Wenjing. **Ela espera que a feira ajude a trazer novos clientes e parceiros comerciais, e a aquecer o mercado neste semestre.** ■■

A national company that operates with electronics, cosmetics, and cameras, ***Lof-V*** *participated in Eletrolar Show alongside other large Chinese brands sold in Brazil by Shadowhawk.* ***It sells tools, outdoor lighting, and personal care products such as shavers and hair dryers. "This is our fourth year at the fair, and we always gain new business," said Wenjing Sun, events manager.***

Among the variety of products exhibited, the ***highlights were shavers and trimmers for both male and female audiences. These are Hatteker products that combine quality with affordability and have potential in the Brazilian market. "This brand is already sold in Europe and North America," said Wenjing.***

During the first semester, Lof-V had a good performance, although slightly below expectations. ***"There is low demand at the moment," commented Wenjing. She hopes the fair will help bring in new customers and business partners and heat up the market this semester.*** ■■





ALICE YANG,
GERENTE DE VENDAS
SALES MANAGER

MIETUBL: MÁQUINAS DE CORTE E IMPRESSÃO PARA PELÍCULAS

MIETUBL: CUTTING AND PRINTING MACHINES FOR PROTECTIVE FILMS

Modelo MTB-CUT 180T permite personalizar as partes frontal e traseira de smartphones.

Model MTB-CUT 180T allows customization of the front and back of smartphones.

A **Mietubl**, que tem atuação global no segmento de equipamentos e acessórios para dispositivos móveis, expôs uma **linha de máquinas de corte e impressão para películas protetoras de celular.** Destaque para o **modelo MTB-CUT 180T, projetado para produzir, com precisão e simplicidade, materiais personalizados para smartphones, tablets, smartwatches e câmeras. "No caso do celular, dá para fazer protetores de tela e películas traseiras com fotos de familiares, por exemplo", explicou Alice Yang, gerente de vendas da empresa.**

A máquina possui **interface amigável,** permitindo que os usuários escolham o modelo de protetor de tela no sistema de nuvem. O **tempo de produção é de apenas 20 segundos. O equipamento suporta uma variedade de materiais protetores de tela: TPU (poliuretano termoplástico), PET (polietileno tereftalato) e outros filmes avançados.** Como diferencial no mercado, a Mietubl aponta o seu pós-venda. "Se o lojista tiver algum problema, basta abrir um chamado e vamos resolver em até 24 horas", afirmou Alice.

Pela terceira vez na Eletrolar Show, a empresa também comercializa acessórios e baterias para smartphones. Sua atuação ocorre, principalmente, em países como China, Rússia e Índia. "Esperamos crescer e substituir outras marcas que saíram do mercado brasileiro", contou a gerente de vendas. ■■

Mietubl, which operates globally in the mobile device equipment and accessories segment, exhibited a ***line of cutting and printing machines for cell phone protective films.*** *Highlight for the* ***MTB-CUT 180T model, designed to produce customized materials for smartphones, tablets, smartwatches, and cameras with precision and simplicity. "In the case of the cell phone, it is possible to make screen protectors and back films with family photos, for example," explained Alice Yang, the company's sales manager.***

The machine has a ***user-friendly interface****, allowing users to choose the screen protector model from the cloud system. Production* ***time is only 20 seconds. The equipment supports a variety of screen protector materials: TPU (thermoplastic polyurethane), PET (polyethylene terephthalate), and other advanced films. As a market differential, Mietubl points to its after-sales. "If the shopkeeper has any problem, just open a ticket and we will solve it within 24 hours," said Alice.***

For the third time at Eletrolar Show, the company also sells accessories and batteries for smartphones. It operates mainly in countries such as China, Russia, and India. "We hope to grow and replace other brands that have left the Brazilian market," said the sales manager. ■■

MIMO STYLE E ZIPPY: PORTFÓLIO DIVERSIFICADO E NOVOS PRODUTOS

MIMO STYLE E ZIPPY: DIVERSIFIED PORTFOLIO AND NEW PRODUCTS

Marcas dividiram espaço na busca de novos parceiros de negócios.

Brands shared space in search of new business partners.





LUCIANA DE CAMARGO, GERENTE DE MARKETING
MARKETING MANAGER

A **Mimo Style e a Zippy** são duas marcas comercializadas pela mesma empresa brasileira. Segundo **Luciana de Camargo, gerente de marketing da Mimo Style**, a feira é um momento de aproximação com os parceiros de negócios e de informações sobre o movimento do segmento. **"A gente sempre vem para ver como está o mercado, mostrar aos nossos clientes que estamos aqui e, claro, prospectar novos."**

Entre os lançamentos, destaque para a **linha de panelas de cerâmica, em diversos modelos, incluindo frigideiras e até molheiras, com tampa de vidro temperado com saída para vapor e compatíveis com fogões a gás e elétricos. "Trouxemos design inovador e cores novas que são tendência de mercado",** contou Luciana.

A empresa apresentou também produtos para pets da Jambo, nova marca que será comercializada por ela. Essa diversificação do portfólio é uma estratégia para manter os resultados positivos mesmo em um cenário macroeconômico mais restritivo. **"Está sendo um ano desafiador, mas, em relação aos anteriores, temos crescimento", disse.** ■■

Mimo Style and Zippy *are two brands marketed by the same Brazilian company. According to* ***Luciana de Camargo, Mimo Style's marketing manager,*** *the fair is a moment to connect with business partners and gain insight into the segment's movement.* ***"We always come to see how the market is, to show our clients that we are here and, of course, to prospect new ones."***

Among the launches, highlight for the ***line of ceramic pans, in various models, including frying pans and even saucepans, with tempered glass lids with steam vents and compatible with gas and electric stoves. "We brought innovative design and new colors that are market trends,"*** *said Luciana.*

The company also presented pet products from Jambo, a new brand that will be marketed by it. This portfolio diversification is a strategy to maintain positive results even in a more restrictive macroeconomic scenario. ***"It has been a challenging year, but compared to previous ones, we have growth," she said.*** ■■

MONDIAL: INOVAÇÃO E FORÇA DE MERCADO

MONDIAL: INNOVATION AND MARKET STRENGTH

Ampliação de portfólio em diversas linhas marcou participação.

Portfolio expansion in various lines marked participation.





GIOVANNI M. CARDOSO, COFUNDADOR DO GRUPO MK, DETENTOR DAS MARCAS MONDIAL E AIWA
CO-FOUNDER OF GRUPO MK, OWNER OF THE MONDIAL AND AIWA BRANDS

Com dois estandes que somavam 528 m², a Mondial reforçou seu protagonismo com 66 lançamentos. Na linha de cozinha, chamaram a atenção a **air fryer French Door**, com capacidade de 25 litros e abertura horizontal da porta, e a **cafeteira Espresso Dolce Latte**. No segmento de climatização, apresentou **climatizadores digitais** com reservatórios de até 65 litros.

A empresa celebrou o crescimento contínuo na feira, da qual participa desde a primeira edição. **"A Eletrolar Show tem dois impactos relevantes: recebemos em poucos dias a maior parte do varejo nacional e movimentamos todos os nossos times internamente, acelerando lançamentos e estratégias", destacou Giovanni M. Cardoso, cofundador do Grupo MK, detentor das marcas Mondial e Aiwa.**

Segundo ele, com a confiança do consumidor em recuperação e a previsão de condições climáticas estáveis nos próximos meses, sem fenômenos como El Niño ou La Niña, as perspectivas para este semestre são favoráveis. **"O ambiente de consumo tende a se tornar mais interessante, e estamos preparados para acompanhar esse movimento", concluiu Giovanni.** ■■

With two booths totaling 528 m², Mondial reinforced its leadership with 66 launches. In the kitchen line, the highlights were the ***French Door air fryer****, with a capacity of 25 liters and horizontal door opening, and the* ***Espresso Dolce Latte coffee maker****. In the climate control segment, it presented digital air coolers with reservoirs of up to 65 liters.*

The company celebrated continuous growth at the fair, in which it has participated since the first edition. ***"Eletrolar Show has two relevant impacts: in a few days we receive most of the national retail, and we move all our teams internally, accelerating launches and strategies," highlighted Giovanni M. Cardoso, co-founder of Grupo MK, owner of the Mondial and Aiwa brands.***

According to him, with consumer confidence recovering and the forecast of stable weather conditions in the coming months, without phenomena such as El Niño or La Niña, the prospects for this semester are favorable. ***"The consumer environment tends to become more interesting, and we are prepared to follow this movement," concluded Giovanni.*** ■■

MOX, DOTCELL E PATCHI: MAIS DE 900 SKUS

MOX, DOTCELL E PATCHI: OVER 900 SKUS

Com estande ampliado, grupo lançou nova marca Premium.

With an expanded booth, the group launched a new premium brand.





HASSAN ABDALLAH, CEO

Além das tradicionais **Mox e Dotcell**, conhecidas no mercado de eletrônicos e acessórios para celular, a **novidade do grupo liderado por Hassan Abdallah, CEO**, foi o **lançamento da Patchi, marca premium voltada a quiosques de shopping centers e lojas especializadas. "A Patchi chega trazendo qualidade ao consumidor final e garantindo lucratividade para o lojista", explicou Hassan. A estratégia inclui tabelamento de preços, evitando a guerra entre pontos de venda e preservando a margem de lucro.**

Em sua 14ª participação na Eletrolar Show, a empresa apresentou cerca de 900 SKUs de eletrônicos e acessórios para celulares. O destaque da Patchi foi a **película com kit de instalação**, que contempla um molde que facilita a aplicação. **"É uma novidade no mercado, somos os únicos com esse produto", afirmou o CEO.**

Mesmo com os desafios do primeiro semestre, Hassan aposta em um desempenho mais aquecido nesses meses finais do ano. **"A Eletrolar Show é sempre uma oportunidade de conversar 'olho no olho' com clientes, fazer bons negócios e gerar novas parcerias", concluiu o CEO.** ■■

In addition to the traditional ***Mox and Dotcell****, known in the electronics and cell phone accessories market, the* ***novelty from the group led by Hassan Abdallah, CEO, was the launch of Patchi, a premium brand aimed at shopping mall kiosks and specialty stores. "Patchi arrives bringing quality to the end consumer and ensuring profitability for the retailer," explained Hassan. The strategy includes price standardization, avoiding competition between points of sale and preserving profit margins.***

In its 14th participation at Eletrolar Show, the company presented about 900 SKUs of electronics and cell phone accessories. The highlight of Patchi was the ***screen protector with an installation kit,*** *which includes a mold that facilitates application.* ***"It is new in the market; we are the only ones with this product," stated the CEO.***

Despite the challenges of the first semester, Hassan bets on a hotter performance in the final months of the year. ***"Eletrolar Show is always an opportunity to talk 'eye to eye' with clients, make good deals, and generate new partnerships," concluded the CEO.*** ■■

NIELSENIQ: VISÃO COMPLETA DO MERCADO

NIELSENIQ: COMPLETE MARKET VIEW

Empresa apresentou sua plataforma de inteligência para decisões estratégicas.

Company presented its intelligence platform for strategic decisions.





HENRIQUE RIBEIRO MASCARENHAS,
DIRETOR COMERCIAL
COMMERCIAL DIRECTOR

Na Eletrolar Show 2025, a **NIQ** reforçou seu posicionamento como referência em soluções de inteligência de mercado. **"Oferecemos aos nossos clientes uma visão completa do mercado e do comportamento do consumidor, a NIQ Full View, permitindo decisões mais assertivas, seja para ganhar market share, seja para atuar em novos segmentos", explicou Henrique Ribeiro Mascarenhas, diretor comercial T&D – NIQ LATAM.**

Durante o evento, os visitantes puderam interagir com a plataforma gfknewon por meio de uma tela touch screen de 65", com o apoio da equipe de Client Success. "Todos tiveram a oportunidade de conhecer, na prática, as infinitas possibilidades de análises disponíveis para diferentes necessidades de negócios, desde comportamento do consumidor até precificação e previsão de vendas", completou Henrique.

A NIQ avaliou positivamente sua participação na feira, disse o executivo. "Conseguimos cumprir nossos objetivos comerciais, nos conectar com varejistas e reforçar nossa marca corporativa. Saímos confiantes com o potencial do segundo semestre, especialmente com os dados promissores do setor de Tech & Durables, que mostram crescimento e oportunidades para nossos clientes captarem mais valor em cada ponto da jornada do consumidor." ■■

At Eletrolar Show 2025, ***NIQ*** *reinforced its positioning as a reference in market intelligence solutions.* ***"We offer our clients a complete view of the market and consumer behavior, NIQ Full View, allowing more assertive decisions, whether to gain market share or to operate in new segments," explained Henrique Ribeiro Mascarenhas, commercial director T&D – NIQ LATAM.***

During the event, visitors were able to interact with the gfknewon platform through a 65" touch screen, with the support of the Client Success team. "Everyone had the opportunity to see, in practice, the infinite possibilities of analyses available for different business needs, from consumer behavior to pricing and sales forecasting," added Henrique.

NIQ evaluated its participation in the fair positively, said the executive. "We managed to meet our commercial objectives, connect with retailers and reinforce our corporate brand. We left confident with the potential of the second semester, especially with the promising data of the Tech & Durables sector, which show growth and opportunities for our clients to capture more value at each point of the consumer journey." ■■





DANILO GOES,
DIRETOR COMERCIAL
COMMERCIAL DIRECTOR

PEINING: SMARTWATCH DE MARCA PRÓPRIA

PEINING: OWN-BRAND SMARTWATCH

Empresa quer ampliar presença nacional.

Company wants to expand national presence.

Na quarta participação na Eletrolar Show, a **Peining** investiu no contato direto com o varejo para fortalecer a marca e ampliar a base de revendedores em todo o País. **"Alguns varejistas acham que não temos distribuição local, mas fazemos a importação e a entrega nacionalmente, a partir de São Paulo", explicou Danilo Goes, diretor comercial.**

A empresa lançou sua **linha de smartwatches próprios** e apresentou **capas de iPhone com aros de titânio reforçado**. Além dessas novidades, exibiu o portfólio consolidado de **cabos, carregadores, fones de ouvido e uma linha gamer com teclados e headsets**.

Com 23 anos de atuação na China e nove no Brasil, a Peining foi uma das pioneiras na comercialização de **power banks** no País. **"Somos conhecidos principalmente pela qualidade e alta potência dos nossos carregadores e power banks, todos com funções anticurto para garantir segurança e performance", destacou**. Segundo ele, a feira também serviu para sentir a receptividade do público. **"Foi gratificante receber elogios que confirmam a confiança dos clientes em nossos produtos."** ■■

In its fourth participation at Eletrolar Show, ***Peining*** *invested in direct contact with retail to strengthen the brand and expand its base of resellers throughout the country.* ***"Some retailers think we do not have local distribution, but we handle import and delivery nationally, from São Paulo," explained Danilo Goes, commercial director.***

The company launched its ***own line of smartwatches*** *and presented* ***iPhone cases with reinforced titanium frames****. In addition to these novelties, it showcased its consolidated portfolio of* ***cables, chargers, headphones, and a gamer line with keyboards and headsets.***

With 23 years of operation in China and nine in Brazil, Peining was one of the pioneers in the commercialization of ***power banks*** *in the country. "****We are known mainly for the quality and high power of our chargers and power banks, all with short-circuit prevention functions to ensure safety and performance," he highlighted****. According to him, the fair also served to gauge public receptivity.* ***"It was gratifying to receive compliments that confirm clients' trust in our products."*** ■■

PLAUD: GRAVADORES COM INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

PLAUD: RECORDERS EQUIPPED WITH ARTIFICIAL INTELLIGENCE

Dispositivos da empresa oferecem transcrição, resumo e tradução dos áudios.

Company's devices offer transcription, summary and translation of audios.





MOHAMED RAHALL,
DIRETOR
DIRECTOR

A **Plaud** aproveitou a crescente empolgação em torno da inteligência artificial para levar seus produtos à Eletrolar Show. **"Acreditamos muito que o mercado brasileiro está cheio de oportunidades", comentou Mohamed Rahall, diretor da empresa.** Seus dois produtos, o **Plaud Note** e o **Plaud Pin**, utilizam a IA para oferecer recursos adicionais a seus usuários.

São dois **gravadores de áudio que, após a conclusão das gravações, podem gerar transcrições, resumos e mapas mentais sobre o conteúdo gravado, e traduzir esses materiais para 112 idiomas diferentes.** O **Plaud Note, com espessura comparável à de um cartão de crédito e disponível em três cores, foi o destaque da empresa.** "Nossos produtos têm certificação da Anatel, e oferecemos um ano de garantia no território nacional", acrescentou Mohamed.

Dentro de dois a três meses, a empresa espera lançar um produto voltado para o segmento enterprise. A ampliação do portfólio, segundo Mohamed, deve se somar à boa aceitação do produto para gerar um cenário favorável à Plaud. **"A ferramenta é aplicável em qualquer área, então isso vai abrindo um leque cada vez maior para o nosso mercado aqui no Brasil."** ■■

Plaud took advantage of the growing excitement around artificial intelligence to bring its products to Eletrolar Show. ***"We strongly believe that the Brazilian market is full of opportunities," said Mohamed Rahall, company director***. Its two products, ***Plaud Note*** and ***Plaud Pin***, use AI to offer additional features to their users.

They are two ***audio recorders that, after the conclusion of recordings, can generate transcriptions, summaries and mind maps about the recorded content, and translate these materials into 112 different languages. The Plaud Note, with thickness comparable to that of a credit card and available in three colors, was the company's highlight.*** "Our products have Anatel certification, and we offer a one-year warranty in the national territory," added Mohamed.

Within two to three months, the company expects to launch a product aimed at the enterprise segment. The expansion of the portfolio, according to Mohamed, should add to the good acceptance of the product to generate a favorable scenario for Plaud. ***"The tool is applicable in any area, so this will open an increasingly wider range for our market here in Brazil."*** ■■

POTENCIAL SUPRIMENTOS: FOCO EM PERIFÉRICOS

POTENCIAL SUPRIMENTOS: FOCUS ON PERIPHERALS

Produtos atendem setups gamer e linha office.

Products serve gamer setups and office line.





WILLIAM KOJIMA,
CONSULTOR DE VENDAS
SALES CONSULTANT

Em sua segunda participação na Eletrolar Show, a **Potencial Suprimentos** quase triplicou o tamanho do estande. O investimento reforçou o posicionamento no mercado de informática e ampliou a visibilidade dos lançamentos. **"Nosso propósito é atender o máximo de clientes, divulgar a marca e estabelecer novas parcerias", afirmou William Kojima, consultor de vendas.**

O carro-chefe da empresa continua sendo a linha de suprimentos para impressoras – cartuchos, toners e insumos – que responde pela maior fatia das vendas. Mas os periféricos de informática também vêm ganhando força. "Lançamos novas opções de memória, SSD e M.2, que têm uma procura expressiva tanto para setups gamer quanto para a linha office", explicou William.

Destaque para os **gabinetes, teclados, mouses e suportes da marca Clanm**, que tem como mascote o gorila Cadu, as **impressoras Pantum** e os **monitores Monocron**. "Os monitores foram um sucesso na primeira importação e continuam com ótima aceitação no mercado", ressaltou. **Atualmente, a Potencial Suprimentos atende mais de 2 mil clientes mensalmente em todo o Brasil.** ■■

In its second participation at Eletrolar Show, ***Potencial Suprimentos*** *almost tripled the size of its booth. The investment reinforced its positioning in the computer market and increased the visibility of the launches.* ***"Our purpose is to serve the maximum number of clients, promote the brand, and establish new partnerships," said William Kojima, sales consultant.***

The company's flagship continues to be the line of printer supplies – cartridges, toners, and inputs – which accounts for the largest share of sales. But computer peripherals are also gaining strength. *"We launched new options of memory, SSD, and M.2, which have significant demand both for gamer setups and for the office line," explained William.*

Highlights include ***cases, keyboards, mice, and stands of the Clanm brand****, which has the gorilla Cadu as mascot,* ***Pantum printers****, and* ***Monocron monitors****. "The monitors were a success in the first import and continue with great acceptance in the market," he emphasized.* ***Currently, Potencial Suprimentos serves more than 2,000 clients monthly throughout Brazil.*** ■■

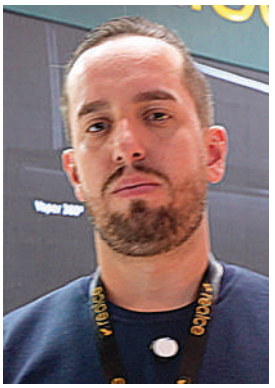
REALCE: NOVA LINHA DE FOGÕES PROFISSIONAIS

REALCE: NEW LINE OF PROFESSIONAL STOVES

Produtos trazem nova função, como airfryer no forno.

Products bring new function, such as air fryer in the oven.





DANIMAR MICHELS,
GERENTE COMERCIAL NACIONAL
NATIONAL COMMERCIAL MANAGER

Em sua terceira participação na Eletrolar Show, a **Realce** buscou atrair mais negócios e apresentar lançamentos com potencial para colocar a empresa à frente da concorrência. **"Para nós, é muito importante estar aqui, pela força que a Eletrolar Show tem. Buscamos sempre novos clientes e mercados para fortalecer ainda mais a marca", disse Danimar Michels, gerente comercial nacional.**

A empresa lançou na feira a **AlPro, sua nova linha de fogões profissionais. Os produtos trazem inovações, como função air fryer e vaporização 360° no forno, além de pedra para assar pizza.** "Com essa linha, estamos saindo na frente e nos expondo mais", contou Danimar.

Para o gerente comercial, o mercado respondeu lentamente aos esforços da empresa de se diferenciar da concorrência durante o primeiro semestre, e a expectativa é que os próximos seis meses tragam resultados melhores, tendência que ele observou nos anos passados. **"Neste semestre, temos muitos movimentos, como a Black Friday, por exemplo, e condições especiais de fim de ano, lembrando que vendemos para todo o Brasil e exportamos para muitos países", afirmou.** ■■

In its third participation at Eletrolar Show, ***Realce*** *sought to attract more business and present launches with potential to place the company ahead of the competition.* ***"For us, it is very important to be here, due to the strength that Eletrolar Show has. We always seek new clients and markets to further strengthen the brand," said Danimar Michels, national commercial manager.***

The company launched at the fair ***AlPro, its new line of professional stoves. The products bring innovations such as air fryer function and 360° steaming in the oven, in addition to a stone for baking pizza.*** *"With this line, we are moving ahead and exposing ourselves more," said Danimar.*

For the commercial manager, the market responded slowly to the company's efforts to differentiate itself from the competition during the first semester, and the expectation is that the next six months will bring better results, a trend he observed in past years. ***"In this semester, we have many movements, such as Black Friday, for example, and special year-end conditions, remembering that we sell throughout Brazil and export to many countries," he stated.*** ■■





JUNIOR FAVARO,
DIRETOR COMERCIAL
COMMERCIAL DIRECTOR

REALME: OPERAÇÃO FORTALECIDA

REALME: STRENGTHENED OPERATION

Fabricante investe em produção local e mira expansão.

Manufacturer invests in local production and aims for expansion.

A **Realme** evidenciou sua estratégia de crescimento no Brasil, mercado em que atua há quatro anos. Entre os destaques, o **Realme C75 5G**, smartphone com certificação IP69 de resistência à água e poeira, proteção contra quedas e bateria com carregamento rápido. **"O aparelho passa a ser produzido em Manaus a partir de julho, tornando-se o primeiro smartphone 5G da Realme fabricado no País", destacou Junior Favaro, diretor comercial.** Segundo ele, esse marco reforça o compromisso da companhia chinesa com o mercado brasileiro.

Também chamou atenção a linha **Realme Series 14 5G**, com modelos equipados com tela AMOLED de 120 Hz, processador Snapdragon 6 Gen 4 e bateria de 6.000 mAh com carregamento de 45 W. **"Trouxemos novidades em todo o portfólio, desde as linhas de entrada e intermediárias até a GT7, nossa linha premium", afirmou Junior.**

O objetivo da participação na Eletrolar Show foi fortalecer os relacionamentos comerciais e ampliar a distribuição dos produtos no varejo, por meio da parceira Rcell. **"Queremos gerar novos negócios e aumentar nossa capilaridade. Com a produção local, vamos acelerar ainda mais nosso crescimento no Brasil", completou o executivo.** ■■

Realme highlighted its growth strategy in Brazil, a market in which it has been operating for four years. Among the highlights, the ***Realme C75 5G****, a smartphone with IP69 certification for resistance to water and dust, protection against drops and battery with fast charging.* ***"The device will start being produced in Manaus from July, becoming the first 5G smartphone of Realme manufactured in the Country," highlighted Junior Favaro, commercial director.*** *According to him, this milestone reinforces the commitment of the Chinese company to the Brazilian market.*

Also noteworthy was the ***Realme Series 14 5G*** *line, with models equipped with 120 Hz AMOLED screen, Snapdragon 6 Gen 4 processor and 6,000 mAh battery with 45 W charging.* ***"We brought novelties across the portfolio, from entry-level and mid-range lines to the GT7, our premium line," said Junior.***

The objective of participating in Eletrolar Show was to strengthen commercial relationships and expand product distribution in retail, through partner Rcell. ***"We want to generate new business and increase our capillarity. With local production, we will accelerate even more our growth in Brazil," added the executive.*** ■■

RISEON: ESTAÇÕES PARA RECARGA DE ALTO DESEMPENHO

RISEON: HIGH-PERFORMANCE CHARGING STATIONS

Tecnologia de refrigeração líquida é o diferencial da marca.

Liquid cooling technology is the brand's differential.





LUCAS BORQUEZAN,
GERENTE DE MARKETING
MARKETING MANAGER

A **Riseon** participou pela primeira vez como expositora da Eletrolar Show, atraída pelo segmento de mobilidade B2B. **"Somos uma empresa brasileira especializada em carregadores AC e DC para veículos elétricos e híbridos, e a Eletrocar Show é uma oportunidade de expandir negócios e fortalecer o relacionamento com nossos clientes", afirmou Lucas Borquezan, gerente de marketing da empresa.**

Os destaques do estande foram **duas estações de carregadores DC elétricos** com refrigeração líquida **HydroCooling**, comercializadas com a subestação com 480 kW. **"Ela é um diferencial no mercado porque atende às necessidades de recarga de alto desempenho, como postos, eletropostos e infraestrutura para veículos de transporte, como ônibus e caminhões.** Nossos carregadores foram desenvolvidos para distribuir mais energia, com maior velocidade, e carregar mais carros pesados", explicou Lucas.

Com o crescimento do mercado de eletromobilidade, a Riseon tem se concentrado em atender à necessidade de mercado por mais eletropostos, disse Lucas. **"Estamos quase dobrando o crescimento a cada mês. São boas oportunidades. Os nossos produtos apresentam qualidade, preço competitivo, garantia de estoque e reposição de peças."** ■■

Riseon** participated for the first time as an exhibitor at Eletrolar Show, attracted by the B2B mobility segment. **"We are a Brazilian company specialized in AC and DC chargers for electric and hybrid vehicles, and Eletrocar Show is an opportunity to expand business and strengthen the relationship with our clients," said Lucas Borquezan, marketing manager of the company.

*The highlights of the booth were **two DC electric charger stations with HydroCooling liquid cooling,** marketed with the substation with 480 kW. **"It is a differential in the market because it meets the needs of high-performance charging, such as stations, charging hubs, and infrastructure for transport vehicles, such as buses and trucks.** Our chargers were developed to distribute more energy, with higher speed, and to charge more heavy vehicles," explained Lucas.*

*With the growth of the electromobility market, Riseon has been focusing on meeting the market's need for more charging hubs, said Lucas. **"We are almost doubling growth every month. These are good opportunities. Our products present quality, competitive price, stock guarantee, and replacement parts."** ■■*

ROADSTAR: NOVIDADES EM SOM AUTOMOTIVO

ROADSTAR: NEWS IN AUTOMOTIVE SOUND

Força do mercado de automóveis usados beneficiou resultados da empresa.

Strength of the used car market benefited the company's results.





SUZAN ISMAIL,
REPRESENTANTE COMERCIAL
SALES REPRESENTATIVE

Gigante dos aparelhos de som para veículos, a **Roadstar** realizou em 2025 um desejo de longa data: participar da Eletrolar Show. É o que conta **Suzan Ismail, representante comercial da empresa. "Sempre quisemos participar, porque é um mercado muito legal, e neste ano viemos apresentar lançamentos."**

Expôs rádios automotivos e até mesmo equipamentos marítimos de comunicação. Destacou a sua **linha de kits inteligentes. Eles contêm rádio, alto-falantes e estações multimídia, compondo uma solução completa de som para carros. "São voltados para clientes que buscam praticidade e bom custo-benefício,** porque o kit pronto já vem numa caixinha", explicou.

A Roadstar passa por uma boa fase, parcialmente em razão da natureza de reposição dos produtos que ela comercializa. **"Se a pessoa compra um carro usado, precisa adquirir os acessórios para ele, por isso buscamos trazer produtos modernos e tecnológicos para equipar esses veículos",** afirmou. ■■

A giant in car audio devices, ***Roadstar*** *fulfilled in 2025 a long-time desire: to participate in Eletrolar Show. That is what* ***Suzan Ismail, the company's sales representative, says. "We always wanted to participate because it is a very cool market, and this year we came to present launches."***

It exhibited car radios and even marine communication equipment. It highlighted its ***line of smart kits. They contain radio, speakers, and multimedia stations, composing a complete car sound solution. "They are aimed at clients who seek practicality and good cost-benefit****, because the ready kit already comes in a box," she explained.*

Roadstar is going through a good phase, partly due to the replacement nature of the products it sells. ***"If someone buys a used car, they need to acquire the accessories for it, which is why we seek to bring modern and technological products to equip these vehicles," she said.*** ■■

ROCK SPACE: NOVIDADE EM PROTEÇÃO DE TELAS

ROCK SPACE: NEW IN SCREEN PROTECTION

Película 9H e soluções em personalização mobile foram destaques.

9H film and mobile personalization solutions were highlights.





HICHAM HAMZE, DIRETOR
DIRECTOR

Com ampla linha de acessórios para o segmento mobile, a **Rock Space destacou a Hybrid Glass 9H, película que combina vidro e polímero** em uma camada de 24 milímetros de espessura, oferecendo proteção superior para as telas dos celulares. **"O vidro híbrido torna essa película resistente e flexível, evitando riscos e trincas", explicou Hicham Hamze, diretor da empresa.**

A marca apresentou cabos, carregadores e soluções de personalização para capas e skins. Destaque para a **máquina de recorte de película com software embarcado**, que permite atender qualquer modelo de smartphone. "Isso facilita o trabalho dos nossos parceiros em todo o Brasil", destacou Hamze.

Veterana na Eletrolar Show, a empresa apostou na proximidade com o varejo. **"Buscamos promover a marca, receber nossos clientes e fazer novos contatos. Apesar de um ano desafiador, seguimos cooperando com nossos parceiros com oportunidades que ajudem seus negócios a prosperar", concluiu o executivo.** ■■

With a wide line of accessories for the mobile segment, ***Rock Space highlighted the Hybrid Glass 9H, a film that combines glass and polymer*** *in a 24-millimeter-thick layer, offering superior protection for cell phone screens.* ***"The hybrid glass makes this film resistant and flexible, preventing scratches and cracks," explained Hicham Hamze, the company's director.***

The brand presented cables, chargers, and personalization solutions for cases and skins. Highlight for ***the film-cutting machine with embedded software****, which allows serving any smartphone model. "This facilitates the work of our partners throughout Brazil," highlighted Hamze.*

Veteran at Eletrolar Show, the company invested in proximity with retail. ***"We seek to promote the brand, receive our clients, and make new contacts. Despite a challenging year, we continue cooperating with our partners with opportunities that help their businesses prosper," concluded the executive.*** ■■



SANTANDER: SOLUÇÕES DE CRÉDITO PARA O SETOR DE TECNOLOGIA

SANTANDER: CREDIT SOLUTIONS FOR THE TECHNOLOGY SECTOR

Banco apresentou modelo voltado ao segmento B2B.

Bank presented model aimed at the B2B segment.

Presente na Eletrolar Show 2025, o Santander destacou sua **plataforma de financiamento e parcelamento com foco no segmento de tecnologia B2B. "Através da cessão de crédito, oferecemos aos parceiros uma gestão mais eficiente do fluxo de caixa, mitigando riscos e otimizando os recebíveis",** afirmou Alvaro Sergio Enes do Vale Junior, líder comercial do segmento. Para o cliente final, o parcelamento pode chegar a 36 vezes, enquanto os parceiros recebem os valores à vista.

Com o objetivo de conhecer melhor o mercado e o perfil das empresas participantes, a presença do Santander na feira também teve um caráter estratégico. "Queríamos entender as oportunidades do evento para propor um modelo de negócio sustentável aos credenciados da Eletrolar Show", disse Alvaro. A participação foi considerada positiva. **"O movimento superou as expectativas, mesmo com a nossa solução ainda sendo nova para grande parte dos expositores."**

As expectativas para o segundo semestre são de consolidação. **"Agora, com o credenciamento oficializado com a Eletrolar Show, vamos iniciar um trabalho para apresentar nossa proposta às empresas pré-selecionadas",** contou Alvaro. Diante do cenário econômico, o banco acredita ser o momento ideal para oferecer alternativas de crédito seguras e flexíveis. "O mercado busca solidez, e o Santander, com mais de 60 anos de experiência, vem apoiando os segmentos de veículos, tecnologia, saúde, turismo, móveis e placas solares." ■■

Present at Eletrolar Show 2025, Santander highlighted its ***financing and installment platform with a focus on the B2B technology segment. "Through the assignment of credit, we offer partners a more efficient management of cash flow, mitigating risks and optimizing receivables,"*** *said Alvaro Sergio Enes do Vale Junior, commercial leader of the segment. For the final client, the installment can reach up to 36 times, while partners receive the amounts in cash.*

With the objective of better understanding the market and the profile of the participating companies, Santander's presence at the fair also had a strategic character. "We wanted to understand the opportunities of the event to propose a sustainable business model to the accredited of Eletrolar Show," said Alvaro. The participation was considered positive. ***"The movement exceeded expectations, even with our solution still being new to a large part of the exhibitors."***

The expectations for the second semester are of consolidation. ***"Now, with the accreditation formalized with Eletrolar Show, we will start a work to present our proposal to the pre-selected companies,"*** *said Alvaro. Given the economic scenario, the bank believes it is the ideal moment to offer secure and flexible credit alternatives. "The market seeks solidity, and Santander, with more than 60 years of experience, has been supporting the segments of vehicles, technology, health, tourism, furniture and solar panels."* ■■

SKYWORTH: APOSTA EM TELAS E INOVAÇÃO

SKYWORTH: BETTING ON SCREENS AND INNOVATION

Marca estreou com tablets robustos e telas inteligentes.

Brand debuted with robust tablets and smart screens.





SARAH SHEN,
SENIOR SALES MANAGER
SENIOR SALES MANAGER

A **Skyworth** apresentou uma gama diversificada de dispositivos tecnológicos em sua primeira participação na feira. **"Em nosso estande, trouxemos sete linhas diferentes, incluindo tablets robustos, monitores para bebês, soluções de varejo inteligente e porta-retratos digitais", disse Sarah Shen, senior sales manager da marca.** Entre os destaques, o **tablet ultrarresistente**, projetado para atuação profissional em ambientes extremos.

O portfólio também tem **tablets educacionais com inteligência artificial**, que permitem interação direta das crianças com conteúdos de aprendizagem. "Os tablets de aprendizado ajudam os estudantes a acessar informações de forma interativa, tornando o processo mais dinâmico", disse Sarah. E o **porta-retratos digital** permite compartilhar momentos com familiares ao exibir fotos de maneira prática e decorativa.

A expectativa da empresa com a participação na Eletrolar Show foi ampliar a presença no Brasil por meio de novas parcerias comerciais. **"Nosso objetivo é explorar o mercado brasileiro e conquistar mais vendas", afirmou Sarah.** ■■

***Skyworth** presented a diversified range of technological devices in its first participation in the fair. **"At our booth, we brought seven different lines, including robust tablets, baby monitors, smart retail solutions, and digital photo frames," said Sarah Shen, senior sales manager of the brand.** Among the highlights, the **ultra-resistant tablet**, designed for professional work in extreme environments.*

*The portfolio also includes educational **tablets with artificial intelligence**, which allow children to interact directly with learning content. "Learning tablets help students access information interactively, making the process more dynamic," said Sarah. And the **digital photo frame** allows sharing moments with family members by displaying photos in a practical and decorative way.*

*The company's expectation with its participation in Eletrolar Show was to expand its presence in Brazil through new commercial partnerships. **"Our goal is to explore the Brazilian market and achieve more sales," said Sarah.*** ■■





MICHELLE UEMURA,
GERENTE DE MARKETING
MARKETING MANAGER

SOLID: LINHA GAMER DO HARRY POTTER

SOLID: BETTING ON THE HARRY POTTER GAMER LINE

Lançamento amplia portfólio exclusivo da empresa.

Launch expands the company's exclusive portfolio.

A Solid lançou a aguardada linha gamer licenciada do Harry Potter, desenvolvida pela Redragon. "Nosso maior destaque é essa coleção, que deve chegar ao mercado em agosto. É uma grande aposta e reforça nosso compromisso em trazer produtos exclusivos para o Brasil", afirmou Michelle Uemura, gerente de marketing da Solid.

A linha Harry Potter inclui teclado, mouse, mousepad, headset e gabinete temáticos, pensados para fãs da saga e do universo gamer. O headset é acompanhado de tampas laterais intercambiáveis com os emblemas de cada casa de Hogwarts.

Com sede em Santa Catarina e 13 anos de atuação, a Solid importa e distribui diversas marcas reconhecidas no segmento de informática e games, entre elas Redragon, Maono, Kalkan, Keytime, Akko, DeepCool, Gandias e Lian Li. Presente na Eletrolar Show desde 2021, a empresa vê o evento como uma vitrine estratégica. **"A feira é essencial para fortalecer relacionamentos e expandir nossa base de clientes. Estar em São Paulo facilita o contato direto com o mercado", destacou Michelle.** ■■

Solid launched the long-awaited Harry Potter licensed gamer line, developed by Redragon. *"Our biggest highlight is this collection, which should arrive on the market in August. It is a big bet and reinforces our commitment to bringing exclusive products to Brazil," said Michelle Uemura, Solid's marketing manager.*

***The Harry Potter line includes themed keyboard, mouse, mousepad, headset, and case**, designed for fans of the saga and the gamer universe. The headset comes with interchangeable side covers with the emblems of each Hogwarts house.*

Headquartered in Santa Catarina and with 13 years of operation, Solid imports and distributes several recognized brands in the IT and gaming segment, among them Redragon, Maono, Kalkan, Keytime, Akko, DeepCool, Gandias, and Lian Li. Present at Eletrolar Show since 2021, the company sees the event as a strategic showcase. ***"The fair is essential to strengthen relationships and expand our client base. Being in São Paulo facilitates direct contact with the market," highlighted Michelle.*** ■■

TS SHARA: INOVAÇÃO E CONEXÕES INTELIGENTES

TS SHARA: INNOVATION AND SMART CONNECTIONS

Nobreak voltado às PMEs atende à demanda atual.

UPS aimed at SMEs meets current demand.





JAMIL MOUALLEM,
DIRETOR FINANCEIRO
CFO

Referência nacional em soluções críticas para energia, a **TS Shara** marcou presença na 18ª edição da Eletrolar Show e reforçou sua aposta em inovação e proximidade com o mercado. **"A feira passou a absorver todos os segmentos e nos proporciona a chance de fechar negócios, prospectar oportunidades e estreitar laços com nossos clientes", afirmou Jamil Mouallem, diretor financeiro da companhia.**

Com 34 anos de mercado, a TS Shara investe continuamente em pesquisa e desenvolvimento, **apoiada por um dos maiores centros de tecnologia da América Latina. Na feira, lançou o nobreak TS Universal, voltado para pequenas e médias empresas, que oferece proteção eficiente para dispositivos eletrônicos, com preços competitivos.**

Apresentou, também, uma nova tecnologia IoT que permite o gerenciamento remoto por meio de comandos de voz, levando mais praticidade, conectividade e inteligência às empresas. **"Reforçamos nosso compromisso com a inovação e a entrega de soluções robustas alinhadas às novas demandas do mercado corporativo", disse Jamil.** ■■

A national reference in critical energy solutions, ***TS Shara*** *marked its presence at the 18th edition of Eletrolar Show and reinforced its bet on innovation and closeness with the market.* ***"The fair started to absorb all segments and provides us with the chance to close deals, prospect opportunities, and strengthen ties with our clients," said Jamil Mouallem, CFO of the company.***

With 34 years in the market, TS Shara continuously invests in research and development, ***supported by one of the largest technology centers in Latin America. At the fair, it launched the TS Universal UPS, aimed at small and medium-sized companies, which offers efficient protection for electronic devices, with competitive prices.***

It also presented a new IoT technology that allows remote management through voice commands, bringing more practicality, connectivity, and intelligence to companies. ***"We reinforced our commitment to innovation and the delivery of robust solutions aligned with the new demands of the corporate market," said Jamil.*** ■■

ULEFONE: TECNOLOGIA À PROVA DE CENÁRIOS EXTREMOS

ULEFONE: TECHNOLOGY RESISTANT TO EXTREME SCENARIOS

Fabricante de smartphones robustos ampliou presença na feira.

Robust smartphone manufacturer expanded presence at the fair.





WILL LU,
GERENTE DE MARKETING
MARKETING MANAGER

A **Ulefone** voltou à Eletrolar Show em 2025 com um estande maior. **Isso porque a experiência na estreia valeu a pena, abriu portas para a fabricante chinesa de smartphones robustos conquistar novos parceiros e consolidar sua entrada no mercado brasileiro. "A feira nos ajudou a crescer tanto em clientes quanto em negócios", afirmou Will Lu, gerente de marketing.**

Com espaço para mostrar uma gama variada de produtos, **a marca expôs seus "rugged smartphones" – aparelhos projetados para resistir aos cenários mais extremos.** "Rugged significa que eles são à prova d'água e resistentes à poeira e ao impacto. São smartphones feitos para entusiastas de atividades outdoor e trabalhadores que atuam em ambientes desafiadores", explicou Will.

O Armor 34 Pro conta com 25.500 mAh de bateria, câmera infravermelha de visão noturna, luz de emergência e um projetor embutido, contou o gerente de marketing. **"São recursos úteis para quem precisa de equipamentos confiáveis e com grande autonomia. Nosso objetivo é sermos reconhecidos como a marca número 1 em smartphones robustos."**

Ulefone** returned to Eletrolar Show in 2025 with a larger booth. **That is because the debut experience was worth it, opening doors for the Chinese manufacturer of robust smartphones to gain new partners and consolidate its entry into the Brazilian market. "The fair helped us grow both in clients and in business," said Will Lu, marketing manager.

*With space to show a varied range of products, **the brand exhibited its rugged smartphones – devices designed to withstand the most extreme scenarios.** "Rugged means that they are waterproof and resistant to dust and impact. They are smartphones made for outdoor activity enthusiasts and workers who operate in challenging environments," explained Will.*

The Armor 34 Pro has a 25,500 mAh battery, infrared night vision camera,** emergency light, and a built-in projector, said the marketing manager. **"They are useful features for those who need reliable equipment with great autonomy. Our goal is to be recognized as the number 1 brand in rugged smartphones."

WEBGLOBAL: DECISÕES ESTRATÉGICAS GUIADAS POR DADOS

WEBGLOBAL: STRATEGIC DECISIONS GUIDED BY DATA

Análise de mercado com números precisos é ajuda valiosa às empresas.

Market analysis with precise numbers is valuable help to companies.





VANESSA DUARTE, GERENTE DE MARKETING
MARKETING MANAGER

Pensar nos dados e avaliá-los de forma inteligente para agir com muito mais assertividade é um dos lemas da **WebGlobal**, empresa de tecnologia que participou pela primeira vez da Eletrolar Show. **"Para nós, foi uma grande aposta estar aqui como expositor. Somos uma empresa de dados, trabalhamos com informações e métricas", disse Vanessa Duarte, gerente de marketing da WebGlobal.**

A WebGlobal teve como destaques o **WebPrice, um sistema de inteligência que faz uma varredura em todo o mercado online e entrega dados dele à indústria e ao varejo, e o e-consulting, uma consultoria que se baseia em dados do mercado online para fazer diagnósticos e ter insights para as empresas.**

"Quando uma marca contrata a WebGlobal, contrata a WebPrice, e ela pode ter monitoramento do mercado online pela categoria que quiser. Diferentemente da grande maioria dos players do mercado, oferecemos dados por categoria e subcategoria, o que facilita muito a inteligência e a leitura dessas informações por parte dos nossos clientes", explicou Vanessa. ■■

Thinking about data and evaluating them intelligently to act much more assertively is one of the mottos of ***WebGlobal****, a technology company that participated for the first time in Eletrolar Show.* ***"For us, it was a big bet to be here as an exhibitor. We are a data company, we work with information and metrics," said Vanessa Duarte, WebGlobal's marketing manager.***

WebGlobal's highlights were ***WebPrice, an intelligence system that scans the entire online market and delivers its data to industry and retail, and e-consulting, a consultancy based on online market data to make diagnostics and have insights for companies.***

"When a brand hires WebGlobal, it hires WebPrice, and it can monitor the online market by the category it wants. Unlike the vast majority of market players, we offer data by category and subcategory, which greatly facilitates the intelligence and reading of this information by our clients," explained Vanessa. ■■





FERNANDA BENCKE,
CHEFE DE VENDAS EV-CHARGER
EV-CHARGER SALES HEAD

WEG: CARREGADOR VEICULAR MAIS POTENTE DO PAÍS

WEG: THE MOST POWERFUL VEHICLE CHARGER IN THE COUNTRY

Com fabricação nacional, empresa exporta para América Latina, Europa e Estados Unidos.

With national manufacturing, company exports to Latin America and Europe.

A **WEG**, empresa nacional de soluções elétricas, apresentou na Eletrocar Show seu lançamento, o **WeMob WEG Electric Mobility**. É um carregador ultrarrápido de 640 kW, considerado o mais potente do Brasil, com capacidade para carregar até quatro veículos simultaneamente. **"Seu diferencial é a entrega inteligente de energia, um sistema dinâmico que identifica quanto cada veículo precisa e otimiza a carga entre os quatro plugues, garantindo agilidade e eficiência", contou Fernanda Bencke, chefe de vendas ev-charger da WEG.**

Com fabricação nacional, o equipamento é um marco na estratégia da WEG de fortalecer sua atuação no setor de eletromobilidade, destacou Fernanda. "Estamos preparados para esse crescimento acelerado. Fabricamos aqui no Brasil, com tecnologia nacional, e já estamos exportando para países da América Latina, Europa e Estados Unidos."

Em seu estande, a empresa apresentou também os **sistemas de tração elétrica compostos por inversores, motores e baterias voltados para veículos leves, utilitários e pesados.** "Viemos especialmente por ser a primeira edição da Eletrocar Show. Nosso foco foi mostrar o quanto estamos avançando em mobilidade elétrica, com soluções completas e prontas", disse Fernanda. ■■

*WEG, a national company of electrical solutions, presented at Eletrocar Show its launch, the **WeMob WEG Electric Mobility**. It is an ultra-fast charger of 640 kW, considered the most powerful in Brazil, with the capacity to charge up to four vehicles simultaneously.* ***"Its differential is the intelligent delivery of energy, a dynamic system that identifies how much each vehicle needs and optimizes the charge among the four plugs, ensuring agility and efficiency," said Fernanda Bencke, WEG's ev-charger sales head.***

With national manufacturing, the equipment is a milestone in WEG's strategy to strengthen its performance in the electromobility sector, highlighted Fernanda. "We are prepared for this accelerated growth. We manufacture here in Brazil, with national technology, and we are already exporting to countries in Latin America, Europe, and the United States."

*At its booth, the company also presented **electric traction systems composed of inverters, motors, and batteries aimed at light, utility, and heavy vehicles.** "We came especially because it is the first edition of Eletrocar Show. Our focus was to show how far we have advanced in electric mobility, with complete and ready solutions," said Fernanda.* ■■

WEI IMPORT: BICICLETAS ERGOMÉTRICAS E FERRAMENTAS PORTÁTEIS

WEI IMPORT: EXERCISE BIKES AND PORTABLE TOOLS

Empresa também apresentou utensílios para a casa.

Company also presented household utensils.





LUIS YOU LEI, GERENTE-GERAL
GENERAL MANAGER

A **Wei Import**, importadora e distribuidora de amplo mix de produtos, **destacou sua linha fitness de bicicletas ergométricas e ferramentas portáteis para uso doméstico. Seu estande, próximo à entrada principal da feira, foi um dos mais cheios e animados, com brincadeiras e desafios para os visitantes. "Esse é o segredo, envolver nosso público e gerar interação para que nos conheçam e se sintam confortáveis", disse Luis You Lei, gerente-geral da empresa.**

Entre as ferramentas, expôs **itens para jardinagem, como cortadores de grama, serras e tesouras elétricas para corte de galhos e colheita de frutas, máquinas lava-jato para automóveis e motocicletas, e parafusadeiras com chave de impacto**. Entre os aparelhos de ginástica, destaque para as **bicicletas ergométricas com ajuste de peso, garrafa térmica, painel de dados, monitoramento de batimentos cardíacos e suporte para dispositivos móveis.**

Pela segunda vez na Eletrolar Show, a Wei Import expôs, ainda, utensílios em geral para casa e até canetas hidrográficas para colorir, uma febre do momento: Bobbie Goods. **"É um dos maiores eventos de que participamos.** Encaixa muito bem com o nosso público a apresentação dos produtos. Pretendemos continuar participando nos próximos anos", afirmou Luis. ■■

Wei Import**, an importer and distributor with a wide mix of products, **highlighted its fitness line of exercise bikes and portable tools for home use. Its booth, near the main entrance of the fair, was one of the busiest and liveliest, with games and challenges for visitors. "This is the secret, to involve our public and generate interaction so they know us and feel comfortable," said Luis You Lei, the company's general manager.

*Among the tools, it exhibited **items for gardening, such as lawnmowers, saws, and electric scissors for branch cutting and fruit harvesting, car and motorcycle pressure washers, and screwdrivers with impact wrench.** Among the gym equipment, highlights were the **exercise bikes with weight adjustment, thermal bottle, data panel, heart rate monitoring, and support for mobile devices.***

*For the second time at Eletrolar Show, Wei Import also exhibited general household utensils and even felt-tip pens for coloring, a current craze: Bobbie Goods. **"It is one of the biggest events we participate in.** The presentation of products fits very well with our audience. We intend to continue participating in the coming years," said Luis.* ■■

WIWU: ACESSÓRIOS PARA O NOVO IPHONE

WIWU: ACCESSORIES FOR THE NEW IPHONE

Empresa triplicou sua capilaridade no primeiro semestre de 2025.

Company tripled its capillarity during the first semester of 2025.





RAFAEL MARTINEZ,
DIRETOR DE OPERAÇÕES
OPERATIONS DIRECTOR

A **Wiwu** foi efetivamente apresentada na Eletrolar Show de 2024, contou Rafael Martinez, diretor de operações. Um ano depois, a empresa voltou à feira para encontrar seus clientes e comemorar os resultados positivos que o último ano trouxe. **"Estamos em ascensão no mercado brasileiro e em mais de 60 países", celebrou.**

Com mais de 900 produtos em seu catálogo, a empresa trouxe ampla gama de **acessórios para celulares e notebooks, com destaque para as capinhas voltadas à linha de iPhones 17. Elas incluem proteção para o novo botão disparador da câmera que os próximos iPhones trarão e são feitas de kevlar, material usado em alguns coletes à prova de balas. "Trouxemos alguns protótipos para nossos clientes verem e experimentarem", contou Rafael.**

A empresa, hoje, tem uma loja física em São Paulo, que representa boa parte de seu faturamento. Também conseguiu triplicar o número de lojistas com seus produtos nos seis primeiros meses do ano, aumentando a capilaridade. Mas o melhor está por vir, disse Rafael. **"O primeiro semestre foi bem produtivo para nós, e o segundo, com o lançamento do novo iPhone, deve ser o ponto alto do ano."** ■■

Wiwu was effectively introduced at Eletrolar Show 2024, said Rafael Martinez, operations director. A year later, the company returned to the fair to meet its clients and celebrate the positive results that the last year brought. ***"We are on the rise in the Brazilian market and in more than 60 countries," he celebrated.***

With more than 900 products in its catalog, the company brought a wide range of ***accessories for cell phones and notebooks, highlighting cases aimed at the iPhone 17 line. They include protection for the new camera shutter button that the next iPhones will bring and are made of kevlar, material used in some bulletproof vests. "We brought some prototypes for our clients to see and try," said Rafael.***

The company today has a physical store in São Paulo, which represents a good part of its revenue. It also managed to triple the number of retailers with its products in the first six months of the year, increasing capillarity. But the best is yet to come, said Rafael. ***"The first semester was very productive for us, and the second, with the launch of the new iPhone, should be the highlight of the year."*** ■■

WYLIE TOOLS: TELESCÓPIO PARA PROFISSIONAIS

WYLIE TOOLS: TELESCOPE FOR PROFESSIONALS

Equipamento tem maior distanciamento entre a manta e a lente.

Equipment has greater distance between the mirror and the lens.





VINICIUS LU,
CEO

Em sua segunda participação na Eletrolar Show, a **Wylie Tools** chamou atenção ao apresentar, em seu estande, uma bancada com o inovador **telescópio X25. "Com alcance superior e maior distanciamento entre a manta e a lente, o equipamento oferece mais conforto ocular e precisão para os profissionais que exigem alta performance", afirmou Vinicius Lu, CEO da empresa no Brasil.**

O portfólio da Wylie, que está no Brasil desde 2019, é amplo e inclui **microscópios, estações de trabalho, ferros de solda e insumos de alta precisão voltados a profissionais que atuam com microssoldagem,** entre outros produtos, reconhecidos por sua tecnologia.

Na feira, a empresa comemorou o aumento de 50% nas vendas, obtido em 2024, o que impulsionou o retorno ao evento deste ano para reforçar seu posicionamento no mercado e ampliar a visibilidade entre grandes marcas, contou Vinicius. **"Estamos aqui pela segunda vez e trouxemos nossos equipamentos para apresentar aos potenciais clientes a qualidade que faz da Wylie Tolls uma referência no setor."** ■■

In its second participation at Eletrolar Show, ***Wylie Tools*** drew attention by presenting, at its booth, the innovative ***X25 telescope. "With superior reach and greater distance between the mirror and the lens, the equipment offers more eye comfort and precision for professionals who demand high performance," said Vinicius Lu, CEO of the company in Brazil.***

Wylie's portfolio, present in Brazil since 2019, is wide and includes ***microscopes, workstations, soldering irons, and high-precision supplies aimed at professionals working with micro soldering***, among other products recognized for their technology.

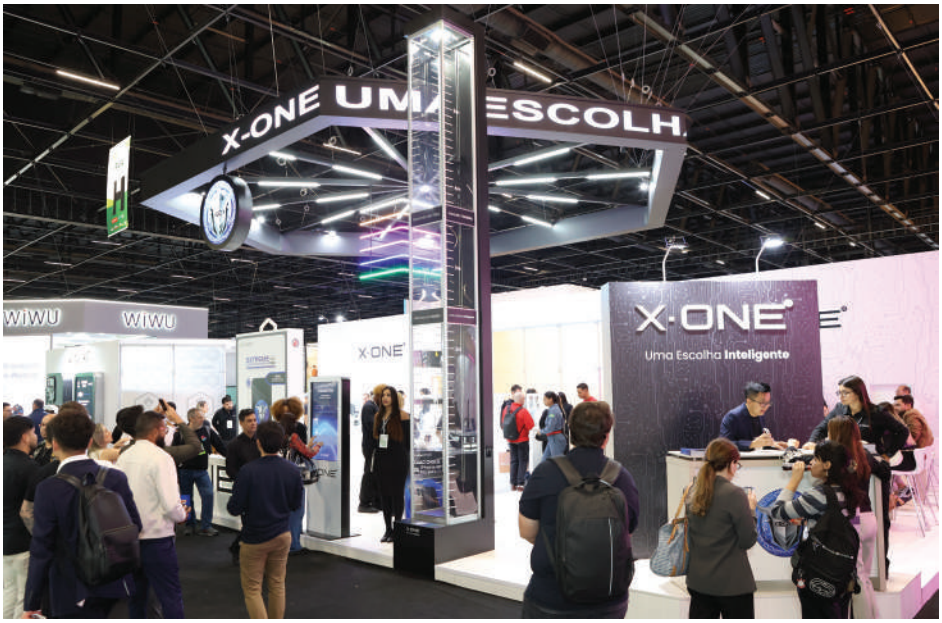
At the fair, the company celebrated the 50% increase in sales obtained in 2024, which boosted its return to this year's event to reinforce its positioning in the market and increase visibility among major brands, said Vinicius. ***"We are here for the second time and brought our equipment to present to potential clients the quality that makes Wylie Tools a reference in the sector."*** ■■

X-ONE: APOSTA EM ACESSÓRIOS PARA A PRÓXIMA GERAÇÃO DE IPHONES

X-ONE: BETTING ON ACCESSORIES FOR THE NEXT GENERATION OF IPHONES

Capas, películas e novo power bank de tamanho reduzido foram destaques.

Cases, films, and new reduced-size power bank were highlights.





BRENO FRANÇA, CEO

Expositora da feira desde 2019, a **X-One** vê, a cada ano, a sua participação trazer resultados mais expressivos. **"No primeiro dia da feira, já superamos o ano passado em nível de faturamento. Foi muito positivo para nós", comentou Breno França, CEO da empresa**, sobre a importância do evento para o desempenho da companhia.

Neste ano, a X-One destacou o modelo de power bank chamado Nano Go. **"Ele entrega a mesma velocidade de carregamento que uma tomada e cabe na palma da mão."** A empresa também lançou sua **sexta geração de películas**, desenvolvidas com tecnologia própria, que será comercializada em mais de 75 países.

Para o CEO, o primeiro semestre trouxe desafios ligados à economia brasileira, como a elevada taxa de endividamento das famílias. Mesmo assim, ele vê com otimismo este período com o lançamento do iPhone 17, para o qual a empresa já comercializa **acessórios como capas e películas. "Temos uma expectativa muito boa para o segundo semestre, mas dependemos, obviamente, que a economia nos ajude."** ■■

An exhibitor at the fair since 2019, ***X-One*** *sees its participation each year bringing more expressive results.* ***"On the first day of the fair, we already surpassed last year in revenue level. It was very positive for us," commented Breno França, the company's CEO****, on the importance of the event for the company's performance.*

This year, X-One highlighted the power bank model called Nano Go. ***"It delivers the same charging speed as a wall socket and fits in the palm of your hand."*** *The company also launched its* ***sixth generation of films****, developed with its own technology, which will be marketed in more than 75 countries.*

For the CEO, the first semester brought challenges related to the Brazilian economy, such as the high family indebtedness rate. Even so, he views this period with optimism with the launch of iPhone 17, for which the company already sells accessories such as cases and films. ***"We have very good expectations for the second semester, but we depend, obviously, on the economy to help us."*** ■■





LUCIANO BARBOSA,
DIRETOR DE PRODUTOS DA DL, DISTRIBUIDORA OFICIAL DA XIAOMI
PRODUCT DIRECTOR OF DL, XIAOMI'S OFFICIAL DISTRIBUTOR

XIAOMI: CONECTIVIDADE ENTRE HUMANO, CASA E CARRO

XIAOMI: CONNECTIVITY BETWEEN HUMAN, HOME, AND CAR

Cão robô interativo demonstrou capacidade tecnológica da marca.

Interactive robot dog demonstrated the brand's technological capacity.

Apresentado pela primeira vez no Brasil, o **CyberDog 2 foi a estrela da Xiaomi** na Eletrolar Show. O cão robô, que interage por comandos de voz e gestos, simboliza a proposta da marca de integrar tecnologia a todos os aspectos do cotidiano. Expôs, também, **smartphones com recursos avançados de IA, notebooks e linha de wearables**, incluindo fones de ouvido, relógios e pulseiras. Destaque para o robô aspirador, para a linha de itens de cozinha e a estreia de soluções inteligentes para pets, como bebedouro e alimentador.

"Nesses seis anos no Brasil, lançamos mais de 600 produtos que conectam dispositivos pessoais, casas inteligentes e veículos", disse Luciano Barbosa, diretor de produtos da DL, distribuidora oficial da Xiaomi. E a feira tem papel estratégico ao aproximar a marca do varejo. **"É o momento em que encontramos grandes, médios e pequenos varejistas de todo o Brasil, interessados em conhecer nossos lançamentos e entender como levar os produtos Xiaomi aos seus mercados", explicou**.

A empresa também levou à feira mesas expositoras com materiais de ponto de venda que ajudam os parceiros a potencializar a experiência do consumidor. O objetivo, em 2025, foi repetir **o desempenho de anos anteriores, quando a feira impulsionou negócios com redes regionais, contou Luciano.** "A meta é expandir ainda mais a presença da Xiaomi e consolidar parcerias que reforcem nosso alcance em todo o País." ■■

Presented for the first time in Brazil, ***CyberDog 2 was Xiaomi's star*** *at Eletrolar Show. The robot dog, which interacts through voice commands and gestures, symbolizes the brand's proposal to integrate technology into all aspects of daily life. It also exhibited* ***smartphones with advanced AI features, notebooks, and a line of wearables****, including headphones, watches, and wristbands. Highlights included the robot vacuum, the line of kitchen items, and the debut of smart solutions for pets, such as a drinking fountain and feeder.*

"In these six years in Brazil, we have launched more than 600 products that connect personal devices, smart homes, and vehicles," said Luciano Barbosa, product director of DL, Xiaomi's official distributor. *And the fair has a strategic role in bringing the brand closer to retail.* ***"It is the moment when we meet large, medium, and small retailers from all over Brazil, interested in learning about our launches and understanding how to bring Xiaomi products to their markets," he explained.***

The company also brought to the fair exhibitor tables with point-of-sale materials that help partners enhance consumer experience. The goal in 2025 was to repeat ***the performance of previous years, when the fair boosted business with regional chains, said Luciano.*** *"The goal is to further expand Xiaomi's presence and consolidate partnerships that strengthen our reach throughout the country."* ■■

9H BRASIL: VARIEDADE DE PRODUTOS FOI DESTAQUE

9H BRASIL: VARIETY OF PRODUCTS WAS A HIGHLIGHT

Pelo quarto ano consecutivo na Eletrolar Show, a **9H Brasil Importação e Exportação** reforçou sua presença com um mix variado de produtos. **"Expusemos câmeras de segurança com foco no segmento residencial, videogames, ring lights e etiquetas térmicas de alta qualidade", contou He Qiu, diretora da empresa.**

Fundada em 2019, com atuação no Brasil e no Paraguai, a 9H buscou atrair maior número de clientes durante o evento. **"Nosso objetivo foi ampliar parcerias com importadores e distribuidores, oferecendo soluções confiáveis e com ampla variedade de produtos", disse He,** destacando que a marca é referência por aliar tecnologia de ponta, preços competitivos e agilidade na entrega. ■■



HE QIU, DIRETORA
DIRECTOR

For the fourth consecutive year at Eletrolar Show, ***9H Brasil Import and Export*** *reinforced its presence with a varied mix of products.* ***"We showcased security cameras focusing on the residential segment, video games, ring lights, and high-quality thermal labels," said He Qiu, the company's director.***

Founded in 2019, operating in Brazil and Paraguay, 9H aimed to attract a greater number of clients during the event. ***"Our goal was to expand partnerships with importers and distributors, offering reliable solutions with a wide variety of products," said He****, highlighting that the brand is a reference for combining cutting-edge technology, competitive prices, and fast delivery.* ■■

AAO: EXPERIÊNCIA DE UMA DÉCADA NA PRODUÇÃO DE PROJETORES

AAO: A DECADE OF EXPERIENCE IN PROJECTOR PRODUCTION

Os projetores apresentados pela **AAO** na Eletrolar Show unem qualidade e versatilidade. **"Nós queremos que nossos produtos sejam utilizados não apenas nas empresas, mas também como home theater pelas famílias nas residências e por amigos em festas ao ar livre", explicou Guihua Hu, diretor de vendas da empresa.**

Um destaque foi o **projetor YG 571**, disponível nas cores branca e preta. **O equipamento, Full HD, tem resolução de 1920 x 1080 pixels, modo de foco automático, duas entradas USB, duas entradas HDMI, tela de projeção de 43-180' e saída de áudio com conector estéreo de 3,5 mm, entre outras funcionalidades.** "A resolução dos nossos projetores é melhor que a dos televisores", acrescentou Guihua. ■■



GUIHUA HU, DIRETOR DE VENDAS
SALES DIRECTOR

The projectors presented by ***AAO*** *at Eletrolar Show combine quality and versatility.* ***"We want our products to be used not only in companies but also as home theaters by families at home and by friends at outdoor parties," explained Guihua Hu, the company's sales director.***

A highlight was the ***YG 571 projector****, available in white and black.* ***The Full HD equipment has a resolution of 1920 x 1080 pixels, automatic focus mode, two USB inputs, two HDMI inputs, a projection screen of 43-180", and a 3.5 mm stereo audio output connector, among other features.*** *"The resolution of our projectors is better than that of televisions," added Guihua.* ■■

AAWIRELESS: ADAPTADOR SEM FIO PARA CARROS

AAWIRELESS: WIRELESS ADAPTER FOR CARS

O **AAWireless Two+ foi projetado para eliminar cabos e trazer conectividade sem fio ao Android Auto ou Apple CarPlay.** Com design e tamanho 30% menor que outros modelos, é equipado com um botão multifuncional, que permite pareamento rápido, alternância entre aparelhos, modo standby e reset de fábrica. **"Nosso adaptador plug and play leva segundos para instalar e proporciona a liberdade de não usar fios para curtas ou longas distâncias", explicou Emil Borconi Szedressy, CEO da AAWireless.**

A empresa foi fundada em 2018 por Emil Borconi Szedressy, que começou criando um app, e em 2019 contou com apoio de Chiel Prins para transformar o projeto em hardware. **A marca virou sinônimo de confiabilidade e inovação, com o primeiro adaptador wireless para Android Auto do mundo. "Participar da feira pela primeira vez foi uma experiência importante, nos deixou otimistas", disse Emil.** ■■

The ***AAWireless Two+ was designed to eliminate cables and bring wireless connectivity to Android Auto or Apple CarPlay.*** *With a design and size 30% smaller than other models, it is equipped with a multifunction button that allows quick pairing, switching between devices, standby mode, and factory reset.* ***"Our plug and play adapter takes seconds to install and provides the freedom of no wires for short or long distances," explained Emil Borconi Szedressy, CEO of AAWireless.***

The company was founded in 2018 by Emil Borconi Szedressy, who started by creating an app, and in 2019 received support from Chiel Prins to turn the project into hardware. ***The brand became synonymous with reliability and innovation, with the world's first wireless adapter for Android Auto. "Participating in the fair for the first time was an important experience, it made us optimistic," said Emil.*** ■■

ABAD: ALTERNATIVAS PARA EMPRESAS ASSOCIADAS

ABAD: ALTERNATIVES FOR MEMBER COMPANIES

A **Associação Brasileira de Atacadistas e Distribuidores (ABAD)** participou da feira para prestar serviço aos seus associados, que abastecem mais de 1 milhão de pontos de venda no Brasil. **"Eles nos pediam muito que levássemos alternativas de negócios, novos nichos, segmentos e fornecedores. Então fizemos a parceria", contou Marcos Monaco, executivo de relacionamento da associação.**

O segmento atacadista, no qual ele atua há 25 anos, está sempre em crescimento devido à capilaridade e ao trabalho com diferentes categorias de produtos e mercados regionais, de acordo com a demanda. Em 2024, o **faturamento do setor cresceu 9% na comparação com 2023 e deve seguir nessa trajetória em 2025. "A situação econômica global sempre gera apreensão, mas a nossa expectativa é positiva", disse.** ■■



MARCOS MONACO, EXECUTIVO DE RELACIONAMENTO
RELATIONSHIP EXECUTIVE

The Brazilian Association of Wholesalers and Distributors (ABAD) *participated in the fair to provide service to its members, who supply more than 1 million points of sale in Brazil.* ***"They often asked us to bring business alternatives, new niches, segments, and suppliers. So we formed the partnership," said Marcos Monaco, relationship executive at the association.***

The wholesale segment, in which he has worked for 25 years, is always growing due to its reach and the work with different product categories and regional markets, according to demand. In 2024, the sector's ***revenue grew 9% compared to 2023 and is expected to continue on this trajectory in 2025. "The global economic situation always causes apprehension, but our outlook is positive," he said.*** ■■

ABRADISTI: CONEXÃO DE ASSOCIADOS ÀS NOVIDADES TECNOLÓGICAS

ABRADISTI: CONNECTING MEMBERS TO TECHNOLOGICAL INNOVATIONS

A **Associação Brasileira da Distribuição de Tecnologia da Informação (ABRADISTI)** participou da feira para conectar seus associados às novas tecnologias, fortalecendo o mercado. Na visão do **presidente-executivo, Mariano Gordinho**, a feira consegue fazer a ponte entre tecnologias já amplamente disponíveis e novidades disruptivas. **"A Eletrolar Show tornou-se uma vitrine das grandes revoluções tecnológicas que estão acontecendo", afirmou.**

Mariano lembrou que o mercado da distribuição de tecnologia da informação vivenciou um ano difícil em 2023, com incertezas na área política. Porém 2024 trouxe uma recuperação, e 2025 deve apresentar resultados ainda melhores para o faturamento do setor. **"A nossa expectativa é de crescimento acima de dois dígitos neste ano", disse.** ■■



MARIANO GORDINHO, PRESIDENTE-EXECUTIVO
EXECUTIVE PRESIDENT

The Brazilian Association of Information Technology Distribution (ABRADISTI) *participated in the fair to connect its members to new technologies, strengthening the market. According to the* ***executive president, Mariano Gordinho,*** *the fair builds a bridge between widely available technologies and disruptive innovations.* ***"Eletrolar Show has become a showcase for the major technological revolutions that are happening," he stated.***

Mariano recalled that the information technology distribution market faced a difficult year in 2023, with political uncertainties. However, 2024 brought a recovery, and 2025 should deliver even better results for the sector's revenue. ***"Our expectation is for double-digit growth this year," he said.*** ■■

ABRASA: EM BUSCA DE NOVAS TECNOLOGIAS

ABRASA: IN SEARCH OF NEW TECHNOLOGIES

Com mais de 4.600 associados no Brasil, a **Associação Brasileira de Pós-Vendas em Eletroeletrônicos (ABRASA)** participou da feira para estreitar relacionamentos e auxiliar empresas que querem entrar no mercado brasileiro, mas que não têm uma estrutura de pós-vendas local. **"Buscamos tecnologia para toda a nossa rede de pós-vendas, temos crescido muito", disse o diretor-executivo da ABRASA, Wagner Gatto.**

A instabilidade econômica brasileira, segundo Wagner, tem levado mais consumidores a repararem seus produtos em vez de substituí-los. Por isso,ele acredita que um pós-vendas de qualidade é mais importante do que nunca. **"Hoje o que vale é a experiência. Fabricantes e revendedores que oferecem isso terão sucesso."** ■■



WAGNER GATTO, DIRETOR-EXECUTIVO
EXECUTIVE DIRECTOR

With more than 4,600 members in Brazil, the Brazilian ***Association of After-Sales in Electronics (ABRASA)*** *participated in the fair to strengthen relationships and assist companies that want to enter the Brazilian market but do not have a local after-sales structure.* ***"We seek technology for our entire after-sales network; we have grown a lot," said ABRASA's executive director, Wagner Gatto.***

Brazil's economic instability, according to Wagner, has led more consumers to repair their products instead of replacing them. Therefore, he believes that quality after-sales service is more important than ever. ***"Today, what matters is the experience. Manufacturers and resellers who offer that will succeed."*** ■■

ABREE: CONSCIENTIZAÇÃO SOBRE LOGÍSTICA REVERSA

ABREE: AWARENESS ABOUT REVERSE LOGISTICS

A **Associação Brasileira de Reciclagem de Eletroeletrônicos e Eletrodomésticos (ABREE)** buscou conscientizar o mercado sobre a importância de sua atividade. **"Nosso objetivo foi mostrar o trabalho que fazemos e de que forma os consumidores e as marcas podem se envolver com a logística reversa", contou Fernando Rodrigues, gerente de relações institucionais.**

A associação, que tem mais de 3.500 pontos de recebimento de materiais em mais de 1.200 municípios brasileiros, constata que a conscientização sobre a importância da logística reversa vem crescendo desde 2020, tendência que deve se acelerar nos próximos anos. **"É importante que as empresas se atentem ao seu papel na sociedade, tanto para colocar produtos no mercado quanto contribuindo para a sua retirada", afirmou.** ■■



FERNANDO RODRIGUES, GERENTE DE RELAÇÕES INSTITUCIONAIS
INSTITUTIONAL RELATIONS MANAGER

The Brazilian Association for the Recycling of Electronics and Home Appliances (ABREE) *sought to raise market awareness about the importance of its activity.* ***"Our goal was to show the work we do and how consumers and brands can get involved with reverse logistics," said Fernando Rodrigues, institutional relations manager.***

The association, which has more than 3,500 collection points in over 1,200 Brazilian municipalities, finds that awareness about the importance of reverse logistics has been growing since 2020, a trend expected to accelerate in the coming years. ***"It is important that companies pay attention to their role in society, both in placing products on the market and contributing to their removal," he stated.*** ■■

ACSP: SERVIÇOS PARA EMPREENDEDORES

ACSP: SERVICES FOR ENTREPRENEURS

A **Associação Comercial de São Paulo (ACSP)** apresentou na feira os benefícios que pode trazer para empreendedores. "Viemos mostrar a nossa importância para as empresas, porque **temos ampla gama de serviços que podemos oferecer para dar o apoio de que o empreendedor precisa", contou Telma Aguiar, consultora de eventos.**

Dentre os serviços, destaque para o registro de marca, processo importante para proteger a identidade das empresas, e os eventos de networking que promove. O primeiro semestre trouxe muitos novos associados à ACSP, e a expectativa é que assim se mantenha até o fim do ano. "Estamos confiantes em que **iremos fazer ainda mais para os empreendedores", comentou Telma.** ■■



TELMA AGUIAR, CONSULTORA DE EVENTOS
EVENT CONSULTANT

The São Paulo Commercial Association (ACSP) *presented at the fair the benefits it can bring to entrepreneurs. "We came to show our importance to companies because* ***we have a wide range of services to offer, providing the support that entrepreneurs need," said Telma Aguiar, event consultant.***

Among the services, trademark registration stood out, an important process to protect the identity of companies, as well as the networking events it promotes. *The first semester brought many new members to ACSP, and the expectation is that this trend will continue until the end of the year.* ***"We are confident that we will do even more for entrepreneurs," commented Telma.*** ■■

ALLINE TECH: INOVAÇÃO NO MERCADO DE CABOS

ALLINE TECH: INNOVATION IN THE CABLE MARKET

A **Alline Tech** participou da feira pela segunda vez e destacou o **cabo HDMI 2.1 premium 8K 60 Hz. "Ele é feito de concha de alumínio, tem largura de banda de 48 Gbps e diferentes opções de comprimento, como 1 m, 2 m, 3 m, 5 m, 7,62 m, 10 m e 15 m", disse Tommy Yan, diretor de vendas da empresa, que representa os produtos da Cabletime.**

Os cabos HDMI se tornaram, praticamente, um item de primeira necessidade para quem convive com tecnologia, afirmou Tommy. **"O mercado precisa de modelos inovadores, especialmente nos escritórios e nas residências."** A meta da empresa é conquistar espaço no Brasil e na América do Sul. ■■



TOMMY YAN, DIRETOR DE VENDAS
SALES DIRECTOR

Alline Tech** participated in the fair for the second time and highlighted the premium **8K 60 Hz HDMI 2.1 cable. "It is made of aluminum shell, has a bandwidth of 48 Gbps and different length options, such as 1 m, 2 m, 3 m, 5 m, 7.62 m, 10 m, and 15 m," said Tommy Yan, the company's sales director, who represents Cabletime products.

*HDMI cables have become practically a necessity for anyone living with technology, said Tommy. **"The market needs innovative models, especially in offices and homes."** The company's goal is to gain ground in Brazil and South America.* ■■

AMBIENTE: CURADORIA SOLUTIONS

AMBIENTE: SOLUTIONS CURATION

A **Ambiente, renomada feira de decoração e bens de consumo promovida pela Messe Frankfurt, trouxe à Interior Lifestyle South America a curadoria Solutions,** mostra especial de produtos inteligentes pensados para facilitar o dia a dia.

Selecionados pelo designer industrial Sebastian Bergne, os itens combinam funcionalidade e design diferenciado. O público pôde conhecer inovações como a embalagem reutilizável para alimentos, o removedor de migalhas, o mini liquidificador portátil, o gerador de vapor para forno doméstico e a escova para limpeza de rejuntes, entre outros utensílios para casa e cozinha que tornam a rotina mais prática. ■■

ambiente

***Ambiente, the renowned decoration and consumer goods fair promoted by Messe Frankfurt,** brought to Interior Lifestyle South America the "Solutions" curation, a special exhibition of smart products designed to make everyday life easier.*

***Selected by industrial designer Sebastian Bergne, the items combine functionality with distinctive design. The public had the opportunity to discover innovations such as reusable food packaging, a crumb remover,** a portable mini blender, a steam generator for home ovens, and a grout cleaning brush, among other household and kitchen utensils that make daily routines more practical.* ■■

ASL: TABLETS INFANTIS, SMARTWATCHES E PATINETES ELÉTRICOS

ASL: KIDS' TABLETS, SMARTWATCHES, AND ELECTRIC SCOOTERS

Pela segunda vez na feira, a **ASL** apresentou a linha de acessórios e lançou produtos que ampliam sua atuação. **"Trouxemos como novidade os patinetes elétricos e os tablets infantis, que se tornaram quase uma necessidade para as crianças, além de smartwatches com preços bastante acessíveis", explicou Emanuel Rodrigues Pinho, diretor comercial da empresa.** Ele contou, também, que todos os itens têm um ano de garantia. Os produtos de telecomunicações possuem homologação da Anatel.

Com operação própria de importação, a empresa busca ampliar a rede de clientes em todo o País e consolidar o crescimento conquistado nos últimos quatro anos. **"Na Eletrolar Show, em poucos dias, conseguimos alcançar praticamente o Brasil todo. O diferencial da feira é o legado que ela deixa – passamos o ano inteiro colhendo frutos dos contatos feitos aqui", disse Emanuel.** Segundo ele, vários parceiros que iniciaram relacionamento com a empresa na edição anterior se tornaram clientes recorrentes. ■■



EMANUEL RODRIGUES PINHO, DIRETOR COMERCIAL
COMMERCIAL DIRECTOR

For the second time at the fair, ***ASL*** *presented its line of accessories and launched products that expand its operations.* ***"We brought as new features the electric scooters and kids' tablets, which have become almost a necessity for children, as well as smartwatches with very affordable prices," explained Emanuel Rodrigues Pinho, the company's commercial director.*** *He also noted that all items come with a one-year warranty. The telecommunications products are certified by Anatel.*

With its own import operation, the company seeks to expand its customer network throughout the country and consolidate the growth achieved over the last four years. ***"At Eletrolar Show, in just a few days, we managed to reach almost all of Brazil. The fair's differential is the legacy it leaves – we spend the whole year reaping the benefits of the contacts made here," said Emanuel.*** *According to him, several partners who began relationships with the company in the previous edition have become regular clients.* ■■

ASSISTÊNCIAS LUCRATIVAS: MARKETING É ESSENCIAL PARA ASSISTÊNCIAS TÉCNICAS

ASSISTÊNCIAS LUCRATIVAS: MARKETING IS ESSENTIAL FOR TECHNICAL ASSISTANCE SERVICES

Com a meta de levar os clientes a ampliarem seu faturamento mensal, a **Assistências Lucrativas** apresentou sua estratégia na feira. **"O diferencial do nosso produto é o acompanhamento que oferecemos. Ficamos ao lado dos nossos parceiros para potencializar o faturamento deles. Atendemos 250 clientes no Brasil todo, e mais de 60 já atingiram seus objetivos", disse Thiago Noronha, sócio-proprietário da empresa.**

Para as assistências técnicas serem eficientes, a empresa tem um plano de ação bem definido. **"Resolvemos dois problemas crônicos dos clientes: marketing que traz faturamento e parte educacional. Ensinamos gestão, liderança, processos, estrutura, contratação de time e pós-venda. É o que o mercado precisa, e é o que a gente oferece", explicou Thiago.** ■■



THIAGO NORONHA, SÓCIO-PROPRIETÁRIO
CO-OWNER

With the goal of helping clients increase their monthly revenue, ***Assistências Lucrativas*** *presented its strategy at the fair.* ***"Our product's differential is the follow-up we offer. We stay alongside our partners to boost their revenue. We serve 250 clients across Brazil, and more than 60 have already achieved their goals," said Thiago Noronha, the company's co-owner.***

To make technical assistance services efficient, the company has a well-defined action plan. ***"We solve two chronic client problems: marketing that generates revenue and the educational part. We teach management, leadership, processes, structure, team hiring, and after-sales. It's what the market needs, and it's what we provide," explained Thiago.*** ■■

ATENA ÉGIDE: LANÇAMENTO DA CORTADORA DE PELÍCULA NANO

ATENA ÉGIDE: LAUNCH: NANO FILM CUTTER

Em sua primeira participação na Eletrolar Show, a **Atena Égide** apresentou novidades como **carregadores, capas de celular, películas e cabos com novas tecnologias. "Somos de vanguarda: lançamos produtos à frente dos concorrentes, como a Atena Nano Express, a primeira máquina de cortar película nano do Brasil, quatro vezes mais resistente do que a convencional película TPU", disse Vitor Rosa Vasconcellos, diretor da empresa.**

O produto é pioneiro, destacou o diretor. **"Ele vai resolver problemas de lojistas, como estoque, por exemplo, e atender às demandas dos consumidores."** Em relação ao mercado, há confiança no segundo semestre. "Para o nosso setor, temos uma visão bem otimista com a chegada dos novos iPhones, que sempre aquecem a demanda de produtos de tecnologia." ■■



VITOR ROSA VASCONCELLOS, DIRETOR
DIRECTOR

In its first participation at Eletrolar Show, ***Atena Égide*** *presented new items such* ***as chargers, cell phone cases, films, and cables with new technologies. "We are at the forefront: we launch products ahead of competitors, like the Atena Nano Express, the first nano film cutting machine in Brazil, four times more resistant than the conventional TPU film," said Vitor Rosa Vasconcellos, the company's director.***

The product is a pioneer, the director emphasized. ***"It will solve store owners' problems, such as inventory, for example, and meet consumer demands."*** *Regarding the market, there is confidence for the second semester. "For our sector, we have a very optimistic view with the arrival of new iPhones, which always drive demand for technology products."* ■■

ATLAS SISTEMAS ANTIFURTO: NOVO SISTEMA DE ETIQUETAGEM DIGITAL

ATLAS SISTEMAS ANTIFURTO: NEW DIGITAL TAGGING SYSTEM

Especialista em segurança, a **Atlas Sistemas Antifurto** apresentou na feira seu **novo sistema de etiquetagem digital. "Ele permite alterações de preços, disparo de vídeos e a tomada de outras ações de forma instantânea e remota para qualquer localidade, tudo isso por meio de um programa instalado no aparelho", explicou Enori Emmert, diretor comercial da empresa.**

A Atlas também oferece **alarmes para celulares que funcionam como cadeados eletrônicos, além de antenas com tags que ativam e desativam etiquetas de segurança para lojistas.** Com pronta entrega, atendimento em até 48h em todo o Brasil, suporte técnico nacional e pós-venda acessível, a marca se destaca pela eficiência e agilidade. **"É fundamental participar da feira para reencontrar nossos clientes e fechar novos negócios. Por isso voltamos há 11 anos", afirmou Enori.** ■■



ENORI EMMERT, DIRETOR COMERCIAL
COMMERCIAL DIRECTOR

A security specialist, ***Atlas Sistemas Antifurto*** *presented its* ***new digital tagging system at the fair. "It allows for price changes, video triggering, and the execution of other actions instantly and remotely for any location, all through software installed on the device," explained Enori Emmert, the company's commercial director.***

Atlas also offers cell phone ***alarms that work like electronic locks, as well as antennas with tags that activate and deactivate security labels for retailers.*** *With ready delivery, service within 48 hours throughout Brazil, national technical support, and accessible after-sales service, the brand stands out for its efficiency and agility.* ***"It is essential to participate in the fair to reconnect with our clients and close new deals. That's why we've been returning for 11 years," stated Enori.*** ■■

AURAFIT: EM DESTAQUE, SÉRIE ESPORTIVA DE SMARTWATCHES

AURAFIT: SPORTS SMARTWATCH SERIES IN THE SPOTLIGHT

Expositora da feira pela terceira vez, a **Aurafit** destacou sua **série esportiva de smartwatches. Os modelos TREK 1 e 2 foram projetados para resistir a condições adversas, com características como GPS, à prova d›água, carregamento magnético e bateria com autonomia de até 45 dias (450 mAh). Os dispositivos também oferecem navegação com múltiplos modos e bússola integrada, ideal para entusiastas de atividades ao ar livre. "É nosso principal produto. Estamos há 11 anos neste ramo. Fabricamos em Shenzhen, na China", contou Hellen Huang, diretora comercial da empresa.**

Neste ano, a localização da Aurafit na feira trouxe vantagens significativas para o fechamento de parcerias. "Nosso estande estava maior e bastante cheio desde o primeiro dia, o que foi ótimo para os negócios", celebrou Hellen. A empresa tem como missão oferecer tecnologia inovadora e design funcional a consumidores ativos. ■■



HELLEN HUANG, DIRETORA COMERCIAL
COMMERCIAL DIRECTOR

Exhibiting at the fair for the third time, ***Aurafit*** *highlighted its* ***sports smartwatch series. The TREK 1 and 2 models are designed to withstand harsh conditions, with features like GPS, water resistance, magnetic charging, and battery life of up to 45 days (450 mAh). The devices also offer navigation with multiple modes and built-in compass, ideal for outdoor activity enthusiasts. "It's our flagship product. We've been in this business for 11 years. We manufacture in Shenzhen, China," said Hellen Huang, commercial director of the company.***

This year, Aurafit's booth location at the fair brought significant advantages for closing partnerships. "Our booth was bigger and very busy from day one, which was great for business," celebrated Hellen. The company's mission is to offer innovative technology and functional design to active consumers. ■■

AUTARCIA: TECNOLOGIA CONTRA INCÊNDIOS EM CARROS ELÉTRICOS

AUTARCIA: FIRE SAFETY TECHNOLOGY FOR ELECTRIC CARS

A **Autarcia apresentou uma tecnologia holandesa especializada em combate a incêndios em veículos elétricos.** O **Fire Isolator** atua em três etapas: isolamento do fogo com manta especial, resfriamento com névoa d'água nebulizada e supressão final com aerossol à base de nitrato de potássio. **"O conceito da Fire Isolator é o controle de incêndio. Esta tecnologia é capaz de reduzir a temperatura de focos de incêndio de até 1.600 °C para cerca de 200 °C", explicou Marcos Espindola, CEO da empresa.**

Na feira, o objetivo da Autarcia foi receber empresas, apresentar a tecnologia, expandir a atuação do Sudeste para regiões mais ao Norte e mostrar que continua levando novidades em segurança para esse tipo de veículo, contou Marcos. **"Mesmo sendo um risco raro, o incêndio em veículos elétricos precisa de um protocolo eficaz, e a Fire Isolator entrega exatamente isso: segurança, controle e rapidez na resposta."** ■■



MARCOS ESPINDOLA, CEO

Autarcia presented a Dutch technology specialized in fire control for electric vehicles. *The* ***Fire Isolator*** *acts in three stages: fire isolation with a special blanket, cooling with water mist spray, and final suppression with potassium nitrate-based aerosol.* ***"The concept of the Fire Isolator is fire control. This technology can reduce fire temperatures from up to 1,600 °C to around 200 °C," explained Marcos Espindola, CEO of the company.***

At the fair, Autarcia's goal was to receive companies, showcase the technology, expand operations from the Southeast to more northern regions, and show that it continues to bring safety innovations for this type of vehicle, Marcos said. ***"Even though it's a rare risk, fire in electric vehicles needs an effective protocol, and the Fire Isolator delivers exactly that: safety, control, and quick response."*** ■■

B2CASE: CAPAS DE CELULAR PERSONALIZADAS

B2CASE: CUSTOMIZED CELL PHONE CASES

A **B2CASE** participou da feira com a proposta inédita de uma **experiência sensorial, que permite ao usuário escolher uma foto da sua galeria de imagens para imprimir na hora uma capinha personalizada. Trata-se da Vending Machine Inteligente. "Estamos falando de um dos itens mais procurados no País. No primeiro dia de evento, já vendemos 54 máquinas. Nossa meta era vender cerca de 10", contou Andrei Vargas, CEO da empresa.**

O produto foi desenvolvido na China, em outubro do ano passado, e a empresa fez o lançamento durante a Eletrolar Show, quando apresentou o potencial de retorno real da máquina. **"É um retorno diário, ou seja, por dia você ganha mais que a poupança", completou Andrei.** ■■



ANDREI VARGAS, CEO

B2CASE participated in the fair with the unique proposal of a ***sensory experience, allowing the user to choose a photo from their image gallery to instantly print a personalized case. This is made possible by the Smart Vending Machine. "We're talking about one of the most sought-after items in the country. On the first day of the event alone, we sold 54 machines. Our goal was to sell about 10," said Andrei Vargas, CEO of the company.***

The product was developed in China in October last year, and the company launched it during Eletrolar Show, showcasing the machine's real return potential. ***"It generates daily returns—meaning you earn more per day than a savings account," added Andrei.*** ■■

BEATBOT: ROBÔ DE LIMPEZA DE PISCINAS 5 EM 1

BEATBOT: 5-IN-1 POOL CLEANING ROBOT

A **BeatBot**, fundada em 2020, estreou na Eletrolar Show neste ano com a expectativa de atrair a atenção dos participantes e prospectar clientes. Seu objetivo foi atingido, disse **Benshu Tan, gerente de vendas da empresa. "Recebemos muitas visitas no estande, e o interesse pelo nosso robô AquaSense 2 Ultra foi grande. Trata-se do primeiro robô limpador de piscina 5 em 1 do mundo, alimentado por inteligência artificial."**

O AquaSense pesa cerca de 11 quilos, vem com uma câmera e realiza a limpeza completa da piscina, incluindo o fundo, as paredes e a superfície da água. Está disponível em cinco modelos diferentes e é alimentado por carregamento magnético. "O robô já está disponível no Brasil e pode ser encontrado online e em lojas físicas de São Paulo", informou Benshu. ■■



BENSHU TAN, GERENTE DE VENDAS
SALES MANAGER

Founded in 2020, ***BeatBot*** *debuted at Eletrolar Show this year with the expectation of attracting attention and prospecting clients. Its goal was achieved, said* ***Benshu Tan, the company's sales manager. "We had many visits to our booth, and interest in our AquaSense 2 Ultra robot was high. It's the world's first 5-in-1 pool cleaning robot powered by artificial intelligence."***

The AquaSense weighs about 11 kilograms, includes a camera, and performs complete pool cleaning, including the bottom, walls, and water surface. *It is available in five different models and is powered by magnetic charging. "The robot is already available in Brazil and can be found online and in physical stores in São Paulo," said Benshu.* ■■

BEM ESTAR CLIMA: CLIMATIZADOR COM RESERVATÓRIO EXTRA FOI O DESTAQUE

BEM ESTAR CLIMA: AIR COOLER WITH EXTRA RESERVOIR WAS THE HIGHLIGHT

A **Bem Estar Clima** apresentou seu principal lançamento, o **climatizador portátil de 70 litros BE 70.000, com reservatório extra, cujo tamanho é ideal para equilibrar a umidade de ambientes médios secos. "O equipamento filtra o ar, purifica, umidifica e é mais econômico em comparação com o ar-condicionado", explicou Evilásio de Martin, gerente comercial da empresa. Devido à sazonalidade do produto, ele espera aumento de 80% nas vendas em relação ao mesmo período do ano passado.**

Pela segunda vez, a **Bem Estar Clima** foi expositora na feira. **"O primeiro ano em que participamos foi uma nova experiência para networking e captação de clientes, e isso nos incentivou a estar no evento novamente, com o mesmo objetivo", contou Evilásio.** Há sete anos no mercado, a empresa atua hoje com climatizadores portáteis de 30 litros a 100 litros e mais uma linha industrial de climatização. No médio e longo prazo, lançará linhas de ar-condicionado e ventiladores. ■■



EVILÁSIO DE MARTIN, GERENTE COMERCIAL
COMMERCIAL MANAGER

Bem Estar Clima** presented its main launch, **the portable air cooler of 70 liters BE 70.000, with extra reservoir, whose size is ideal for balancing the humidity of medium dry environments. "The equipment filters the air, purifies, humidifies and is more economical compared to the air conditioner," explained Evilásio de Martin, commercial manager of the company. Due to the seasonality of the product, he expects an 80% increase in sales compared to the same period last year.

*For the second time, **Bem Estar Clima** was an exhibitor at the fair. **"The first year we participated was a new experience for networking and attracting customers, and this encouraged us to be at the event again, with the same objective," said Evilásio.** For seven years in the market, the company currently operates with portable air coolers from 30 liters to 100 liters and also an industrial line of air cooling. In the medium and long term, it will launch lines of air conditioners and fans.* ■■

BENKS: NATUREZA INSPIRA DESIGN DE CAPA PARA CELULAR

BENKS: NATURE INSPIRES CELL PHONE CASE DESIGN

Há 17 anos no mercado, a **Benks** se mostra pronta para conquistar o mercado brasileiro. Para isso, aposta na proteção oferecida pelo produto. **"Nosso diferencial é a capa de celular feita com material kevlar, utilizado em aeronaves e carros de corrida. Somos a única marca chinesa que tem licença para fabricar usando a tecnologia necessária para garantir o selo de qualidade", explicou Karen Liu, diretora da Benks.**

Além de suportar alto impacto, **o modelo Prestige ArmorPro se destaca pelo design inspirado nos elementos da natureza. "Combina marrom intenso para o calor da terra, preto profundo para uma força inabalável, verde vibrante para a energia da vida e detalhes em azul-acinzentado para um toque de calma refinada", contou Karen.** ■■



KAREN LIU, DIRETORA
DIRECTOR

*With 17 years in the market, **Benks** is ready to conquer the Brazilian market. To achieve this, it focuses on product protection. **"Our differential is the cell phone case made of Kevlar, a material used in aircraft and race cars. We are the only Chinese brand licensed to manufacture with the technology required to guarantee the quality seal," explained Karen Liu, Benks' director.***

*Besides high impact resistance, **the Prestige ArmorPro model stands out with a design inspired by nature's elements. "It combines deep brown for the earth's warmth, deep black for unshakable strength, vibrant green for life's energy, and blue-gray accents for a touch of refined calm," said Karen.** ■■*

BLACK ROOK: ESTREIA COM MARCA GAMER PRÓPRIA

BLACK ROOK: DEBUT WITH OWN GAMING BRAND

Em sua primeira participação na Eletrolar Show, a **Black Rook**, que tem diversas parcerias, mostrou sua marca própria **Round Five. "Focada no universo gamer, a linha traz gabinetes, sistemas de refrigeração, aquários e fontes de alimentação", contou Jorge Destro, diretor da empresa.**

A presença na feira foi um passo importante no processo de expansão da companhia, que tem galpão em Santa Catarina, com mais de 2 mil m², capaz de atender a uma grande demanda, disse Jorge. **"Nossos projetos são pensados minuciosamente e com materiais cuidadosamente escolhidos para oferecer a melhor experiência ao cliente", afirmou.** ■■



JORGE DESTRO, DIRETOR
DIRECTOR

En its first participation at Eletrolar Show, ***Black Rook****, which has several partnerships, showcased its own brand,* ***Round Five. "Focused on the gaming universe, the line includes cases, cooling systems, aquariums, and power supplies," said Jorge Destro, the company's director.***

Presence at the fair was an important step in the company's expansion process, which has a warehouse in Santa Catarina with more than 2,000 m², capable of meeting high demand, said Jorge. ***"Our projects are meticulously thought out with carefully chosen materials to offer the best experience to the customer," he stated.*** ■■

BLACKVIEW: SMARTPHONE VIA SATÉLITE

BLACKVIEW: SATELLITE SMARTPHONE

Pela primeira vez na feira, a **Blackview** chamou atenção com o lançamento do **Xplore 2, primeiro smartphone da marca com funcionamento via satélite. "É ideal para quem enfrenta condições extremas ou atua em áreas remotas, como montanhas, desertos ou regiões sem cobertura convencional. Equipado com aplicativos de inteligência artificial, o aparelho é resistente a impactos, água, poeira e pressão", disse Mao Linling, gerente de vendas da marca.**

Com 12 anos de atuação global, a empresa exporta para mercados como Estados Unidos, Europa e Ásia. Agora, quer ampliar sua presença na América Latina. **"Queremos fazer novas parcerias também no Brasil e acreditamos que a Eletrolar Show é o lugar ideal para isso", contou Mao.** Além de smartphones, a Blackview fabrica **notebooks, tablets e relógios inteligentes.** ■■



MAO LINGLING, GERENTE DE VENDAS
SALES MANAGER

For the first time at the fair, ***Blackview*** *attracted attention with the launch of the* ***Xplore 2, the brand's first smartphone with satellite connectivity. "It's ideal for those facing extreme conditions or working in remote areas, such as mountains, deserts, or regions without conventional coverage. Equipped with artificial intelligence apps, the device is resistant to impacts, water, dust, and pressure," said Mao Linling, the brand's sales manager.***

*With 12 years of global operations, the company exports to markets like the United States, Europe, and Asia. Now, it wants to expand its presence in Latin America. "****We want to make new partnerships in Brazil, and we believe Eletrolar Show is the ideal place for that," said Mao.*** *In addition to smartphones, Blackview also manufactures* ***notebooks, tablets, and smartwatches.*** ■■

BLUETTI: ENERGIA LIMPA E ALTERNATIVA INTELIGENTE

BLUETTI: CLEAN ENERGY AND SMART ALTERNATIVE

Com menos de dois anos no Brasil, a **Bluetti** aproveitou a Eletrolar Show para mirar os clientes das redes brasileiras de varejo. **"Tivemos resultados exponenciais. Nossa empresa é uma multinacional chinesa, estamos há pouco tempo no Brasil e já tendo um crescimento meteórico. Nossas expectativas são muito boas", disse Niko Lee, gerente da Bluetti.**

O gerador da empresa tem vantagens na comparação com **um convencional,** que usa óleo diesel e combustíveis fósseis, destacou Niko. **"O nosso equipamento se alimenta de energia solar. É um produto que não emite ruído nem poluição. É totalmente sustentável e ecologicamente correto. Esse é o grande diferencial dos nossos geradores."** ■■



NIKO LEE, GERENTE
MANAGER

With less than two years in Brazil, ***Bluetti*** *took advantage of Eletrolar Show to target Brazilian retail clients.* ***"We had exponential results. Our company is a Chinese multinational, we've been in Brazil for a short time and already experiencing meteoric growth. Our expectations are very positive," said Niko Lee, Bluetti's manager.***

The company's generator offers advantages ***over conventional*** *ones that use diesel and fossil fuels, Niko emphasized.* ***"Our equipment runs on solar energy. It's a product that produces no noise or pollution. It's fully sustainable and environmentally friendly. That's the major differential of our generators."*** ■■

BOTMAKER: AGENTES DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL PARA CONVERSAS

BOTMAKER: AI CONVERSATIONAL AGENTS

A **Botmaker**, que oferece um **serviço digital de criação de agentes de inteligência artificial conversacionais**, mostrou a outras empresas as vantagens de suas soluções, que têm bastante sinergia com o público da feira, disse **Erick Buzzi, country manager para o Brasil. "Podemos ajudar nas jornadas de vendas via WhatsApp ou qualquer plataforma conversacional, no disparo de promoções para clientes, ou mesmo em jornadas de atendimento",** destacou.

O serviço é compatível com mais de 20 canais de atendimento (incluindo Mercado Livre e WhatsApp). Erick **também destacou que os agentes da Botmaker conseguem entender comunicações em áudio.** Graças a esses diferenciais, a empresa espera manter seu ritmo rápido de crescimento. "Como já temos milhares de clientes com resultados palpáveis, acreditamos que este semestre será melhor que o primeiro", contou. ■■



ERICK BUZZI, COUNTRY MANAGER PARA O BRASIL
COUNTRY MANAGER FOR BRAZIL

Botmaker, *which offers a digital* ***service to create AI conversational agents****, showcased the advantages of its solutions to other businesses at the fair, said* ***Erick Buzzi, country manager for Brazil. "We can assist in sales journeys via WhatsApp or any conversational platform, send promotions to clients, and even support customer service processes,"*** *he highlighted.*

The service is compatible with over 20 communication channels (including Mercado Livre and WhatsApp). *Erick* ***also pointed out that Botmaker agents can understand audio communication.*** *Thanks to these features, the company expects to maintain its fast growth pace. "We already have thousands of clients with tangible results, so we believe this semester will outperform the first," he said.* ■■

BRICS CERTIFICAÇÕES: SUPORTE TÉCNICO EM TODAS AS ETAPAS

BRICS CERTIFICAÇÕES: TECHNICAL SUPPORT IN ALL STAGES

Design e alta tecnologia são essenciais nos produtos, mas, além dessas características, é fundamental que as empresas se atentem à segurança de cada item. Nesse ponto, está a importância das certificações de conformidade de produtos e sistemas. Esse é o ramo de atuação da **BRICS Certificações**, que soma mais de 10 anos no mercado.

"Percebemos um aumento no número de lançamentos e importações, especialmente com a estabilização da taxa de câmbio e uma retomada do consumo em alguns segmentos. A demanda por dispositivos conectados e eletrodomésticos com tecnologias mais eficientes segue em alta, o que impulsiona diretamente a procura por nossos serviços de certificação. Nosso foco é continuar oferecendo soluções rápidas, confiáveis e alinhadas às exigências regulatórias do País", disse Ricardo Cusnir, diretor da BRICS Certificações. ■■



RICARDO CUSNIR, DIRETOR
DIRECTOR

Design and high technology are essential in products, but beyond those features, it is crucial that companies pay attention to the safety of each item. That's where product and systems compliance certifications become essential. This is the field in which ***BRICS Certificações*** *operates, with over 10 years in the market.*

"We have noticed an increase in the number of launches and imports, especially with the stabilization of the exchange rate and a recovery in consumption in some segments. The demand for connected devices and more efficient home appliances remains high, which directly drives the demand for our certification services. Our focus is to continue providing fast, reliable solutions aligned with the country's regulatory requirements," said Ricardo Cusnir, director of BRICS Certificações. ■■

CE-LINK: CÂMERAS RESIDENCIAIS DE QUALIDADE

CE-LINK: QUALITY HOME CAMERAS

A **CE-LINK** aproveitou sua primeira participação na **Eletrolar Show** para apresentar um portfólio diversificado de produtos de consumo eletrônico, incluindo **carregadores, cabos, switches, roteadores, câmeras residenciais e aspiradores domésticos. "Os destaques foram as câmeras residenciais, de altíssima qualidade", afirmou Benjemin Liu, gerente de vendas da empresa.**

Além de vendas diretas, a CE-LINK buscou parcerias para lançar linhas com marca própria de distribuidores brasileiros. Sua expectativa era fechar de 10 a 15 contratos durante e após o evento. **"Desejamos ampliar as vendas no segundo semestre utilizando este modelo de marca própria", contou Benjemin.** ■■



BENJEMIN LIU, GERENTE DE VENDAS.
SALES MANAGER.

CE-LINK *used its first appearance at* ***Eletrolar Show*** *to present a diversified portfolio of consumer electronics,* ***including chargers, cables, switches, routers, home cameras, and domestic vacuum cleaners. "The highlights were the home cameras, of the highest quality," said Benjemin Liu, the company's sales manager.***

In addition to direct sales, CE-LINK sought partnerships to launch private label lines for Brazilian distributors. *Its goal was to close 10 to 15 contracts during and after the event.* ***"We want to expand sales in the second semester using this private label model," added Benjemin.*** ■■

CHINA LINK: FOCO NA EXPANSÃO DE PARCERIAS

CHINA LINK: FOCUS ON PARTNERSHIP EXPANSION

Atuando no Brasil desde 2015, a **China Link** já atendeu mais de 6 mil clientes, oferecendo soluções completas para lojistas, distribuidores e revendedores. **"A empresa cuida de todo o processo de importação, desde a pesquisa de produtos e fornecedores até auditorias em fábricas, testes de qualidade e logística porta a porta", disse João Andrade, analista comercial da companhia.**

Em mais uma participação na Eletrolar Show, a China Link apostou no evento como vitrine para novos negócios e reforçou seu posicionamento estratégico no mercado. **"Aqui encontramos novos lojistas e revendedores, além de reencontrar parceiros com os quais já fazemos negócios"**, contou João. A expectativa da empresa é ampliar a rede de contatos e consolidar sua atuação em diferentes regiões do País. ■■



JOÃO ANDRADE, ANALISTA COMERCIAL
COMMERCIAL ANALYST

Operating in Brazil since 2015, ***China Link*** *has served over 6,000 clients, offering complete solutions for retailers, distributors, and resellers.* ***"The company handles the entire import process, from product and supplier research to factory audits, quality tests, and door-to-door logistics," said João Andrade, the company's commercial analyst.***

In another participation at Eletrolar Show, China Link used the event as a showcase for new business and to reinforce its strategic market position. ***"Here we meet new retailers and resellers, as well as reconnect with partners we already do business with,"*** *João added. The company's goal is to expand its network and consolidate operations in different regions of the country.* ■■

CHOETECH: NOVA TENDÊNCIA É A ESTAÇÃO DE ENERGIA PORTÁTIL

CHOETECH: NEW TREND: PORTABLE POWER STATION

A **Choetech**, especializada em energia verde e inovação inteligente, apresentou uma série de produtos que oferecem carregamento sem fio, armazenamento de energia e controle por inteligência artificial. **Destaque para o Power Station 1.800 W, estação de energia portátil capaz de alimentar equipamentos eletrônicos em viagens, acampamentos, quedas de energia e situações de emergência. "É uma nova tendência de mercado. As pessoas precisam de energia de diferentes maneiras", afirmou Kelly Chan, vice-presidente da empresa.**

Outro destaque foi o **Solid State power bank, com segurança de nível militar (sem explosão, incêndio ou vazamentos) e capacidade de 10.000 mAh (2 a 3 cargas para smartphones).** "Para a América Latina, não tínhamos mercado algum, mas agora conhecemos muitos parceiros, que demonstraram grande interesse em nossos produtos", disse Kelly. A Choetech, chinesa com atuação global em mais de 80 países, participou pela primeira vez da Eletrolar Show. ■■



KELLY CHAN, VICE-PRESIDENTE
VICE PRESIDENT

Choetech, *specialized in green energy and smart innovation, presented a series of products offering wireless charging, energy storage, and AI control.* ***The highlight was the Power Station 1800w, a portable power station capable of powering electronic equipment during travel, camping, power outages, and emergencies. "It's a new market trend. People need energy in different ways," said Kelly Chan, the company's vice president.***

Another highlight was the ***Solid State power bank, with military-grade safety (no explosion, fire, or leakage) and 10,000 mAh capacity (2 to 3 charges for smartphones).*** *"We had no market in Latin America, but now we've met many partners, who showed great interest in our products," said Kelly. Choetech, a Chinese company with global operations in over 80 countries, participated in Eletrolar Show for the first time.* ■■

CIRCULAR BRAIN: TECNOLOGIA A FAVOR DO MEIO AMBIENTE

CIRCULAR BRAIN: TECHNOLOGY IN FAVOR OF THE ENVIRONMENT

Em um cenário de crescente preocupação com as mudanças climáticas, a **Circular Brain**, empresa brasileira especializada em **tecnologia para logística reversa**, vem se consolidando como referência no setor ao oferecer soluções completas para o descarte adequado de eletroeletrônicos de pequeno e médio porte, inclusive no ambiente corporativo. **"Temos mais de 17 mil pontos de coleta ativos em todo o Brasil e facilitamos o acesso da população às alternativas de descarte consciente, reduzindo o impacto ambiental do lixo eletrônico", contou Suellen Sabino, gerente de novos negócios.**

Presente nas últimas edições da Eletrolar Show, a Circular Brain valoriza a feira como um espaço estratégico **para firmar novas parcerias, ampliar sua rede de contatos e apresentar novidades. "Esse evento é muito importante para marcar nossa presença no mercado, criar networking e lançar novos projetos", afirma Suellen.** ■■



SUELEN SABINO, GERENTE DE NOVOS NEGÓCIOS
NEW BUSINESS MANAGER

Amid growing concern about climate change, ***Circular Brain****, a Brazilian company specialized* ***in reverse logistics technology****, has been establishing itself as a reference in the sector by offering complete solutions for proper disposal of small and medium-sized electronics, including in corporate environments.* ***"We have more than 17,000 active collection points throughout Brazil and facilitate public access to conscious disposal options, reducing the environmental impact of electronic waste," said Suellen Sabino, new business manager.***

Present in the last editions of Eletrolar Show, Circular Brain values the fair as a strategic space ***to establish new partnerships, expand its network, and showcase innovations. "This event is very important to mark our presence in the market, create networking, and launch new projects," Suellen stated.*** ■■

COLETEK: LINHA PRÓPRIA COM ENTREGA IMEDIATA

COLETEK: PRIVATE LABLE WITH IMMEDIATE DELIVERY

A **Coletek** lançou oficialmente a linha de **carregadores veiculares AC e DC**, marcando sua entrada no segmento de mobilidade elétrica para uso desde residencial até grandes operações. O principal diferencial é a disponibilidade imediata dos produtos e a agilidade na instalação. **"Enquanto outros fornecedores ainda precisam fabricar ou importar, nós temos o equipamento em estoque e instalamos em questão de dias. Isso reduz tempo, custo e acelera a operação do cliente", explicou Alexandre Oliveira, diretor comercial da empresa.**

Com fabricação nacional, os **modelos vão de 7 kW a 180 kW, além da possibilidade de entrega sob encomenda de até 240 kW**. Há mais de 20 anos no setor de informática, a empresa está otimista com a nova frente em mobilidade e confirmou isso na feira. "O público gostou, nossos clientes elogiaram muito. Então, acredito que vamos ter um sucesso até maior que nos anos anteriores. **Nossa meta, neste ano, é crescer 20% sobre 2024 e, nesse sentido, a Eletrolar Show nos ajudou muito", afirmou Alexandre.** ■■



ALEXANDRE OLIVEIRA, DIRETOR COMERCIAL
COMMERCIAL DIRECTOR

Coletek *officially launched its line of* ***AC and DC vehicle chargers****, marking its entry into the electric mobility segment for use from residential to large-scale operations. The main differential is the immediate availability of products and fast installation.* ***"While other suppliers still need to manufacture or import, we have the equipment in stock and install it within days. This reduces time, cost, and speeds up the client's operation," explained Alexandre Oliveira, the company's commercial director.***

With national manufacturing, the models range from 7 kW to 180 kW, with the option of custom orders up to 240 kW. *With over 20 years in the IT sector, the company is optimistic about this new mobility trend, confirmed by the fair. "The public liked it, our clients praised it a lot. I believe we'll have even greater success than in previous years.* ***Our goal this year is to grow 20% over 2024, and Eletrolar Show helped us a lot in that regard," said Alexandre.*** ■■

CUBOT: SMARTPHONE KINGKONG POWER 5

CUBOT: LAUNCH: KINGKONG POWER 5 SMARTPHONE

A **Cubot** lançou na feira o modelo **Power 5, da linha KingKong de smartphones**, com duas lanternas LED, bateria de 15.300 mAh e alto-falante externo de 5 W **"O produto tem design arrojado, certificação da Anatel, é robusto e resistente a quedas e à água", explicou Richard Meng, CEO da empresa.** Além de smartphones, a Cubot comercializa tablets, smartwatches e fones.

Neste semestre, a companhia quer expandir a presença da marca no Brasil. Para tanto, ampliará a disponibilidade dos produtos, que são fabricados na China, contou Richard. **"A participação na Eletrolar Show foi fundamental para alcançarmos esse objetivo."** ■■



RICHARD MENG, CEO

***Cubot** launched at the fair the **Power 5 model, from the KingKong smartphone line**, with two LED flashlights, 15,300 mAh battery, and 5 W external speaker. **"The product has bold design, Anatel certification, is robust and resistant to drops and water," explained Richard Meng, CEO of the company.** In addition to smartphones, Cubot sells tablets, smartwatches, and earphones.*

*This semester, the company wants to expand the brand's presence in Brazil. To do this, it will increase product availability, which are manufactured in China, said Richard. **"Participation in Eletrolar Show was fundamental for us to achieve this goal."** ■■*

DAPON: POWER BANKS PORTÁTEIS, MAGNÉTICOS E VELOZES

DAPON: PORTABLE, MAGNETIC, AND FAST POWER BANKS

A **nova linha de power banks portáteis e magnéticos** da marca **Baseus** foi o destaque da **Dapon** na Eletrolar Show. Com novo design, o **modelo PicoGo AM41, de 10.000 mAh e 27 W de potência**, tem **rápido carregamento e duas cargas completas** no aparelho celular. A **versão de 5.000 mAh, ultrafina**, foi desenvolvida para ser um sucesso em breve. **"É voltada ao novo lançamento da Apple, o iPhone 17 Air, que será o mais fino já produzido e não terá mais entrada para cabo", explicou Marcelo Tavares, diretor-geral da Dapon.**

A **linha de joysticks para vídeogame**, da marca **GameSir**, também foi destaque no estande. Especialmente o **modelo G7 Pro**, homologado pela Microsoft, compatível com diversos consoles. Com amplo estoque de acessórios eletrônicos e periféricos no Brasil, a Dapon prevê crescimento das vendas. **"Com todas as taxas e impostos nas compras internacionais, muita gente prefere, agora, comprar localmente. Isso se reflete no nosso volume de vendas", disse Marcelo.** ■■



MARCELO TAVARES, DIRETOR-GERAL
GENERAL DIRECTOR

The new line of portable and magnetic power banks** from the **Baseus** brand was the highlight of **Dapon** at Eletrolar Show. With a new design, the **PicoGo AM41 model, with 10,000 mAh and 27 W power**, has **fast charging and two full charges** on the cell phone. **The 5,000 mAh version, ultra-slim**, was developed to be a success soon. **"It is aimed at the new Apple launch, the iPhone 17 Air, which will be the thinnest ever produced and will no longer have a cable port," explained Marcelo Tavares, general director of Dapon.

*The **line of video game joysticks**, from the **GameSir** brand, was also a highlight at the stand especially the **G7 Pro model**, approved by Microsoft, compatible with several consoles. With a large stock of electronic accessories and peripherals in Brazil, Dapon foresees sales growth. **"With all the fees and taxes on international purchases, many people now prefer to buy locally. This is reflected in our sales volume," said Marcelo.** ■■*

DAREU: ESTREIA COM ÊXITO

DAREU: SUCCESSFUL DEBUT

A **Dareu** expôs produtos da sua **linha de teclados**. O **Scissor Switch LK150** tem interruptores ultrafinos, que proporcionam digitação precisa, sem esforço. Os teclados **Music Box Gaming A68 e Report Rate RT A75** têm sensores magnéticos que configuram e personalizam o toque, dando rapidez à ação indicada. "Consolidamos nossa marca graças ao desenvolvimento de produtos de última geração, com qualidade e estilo", disse **Ken Pan, gerente de vendas da empresa**, que também apresentou periféricos para gamers.

O estande da Dareu na feira foi bem movimentado, contou Ken. **"O objetivo da empresa era fazer contatos e encontrar representantes no Brasil que distribuíssem seus produtos com as marcas locais. Tivemos êxito com novos clientes."** ■■



KEN PAN,
GERENTE DE VENDAS
SALES MANAGER

***D**areu exhibited products from its **keyboard line. The Scissor Switch LK150** has ultra-thin switches that provide precise typing without effort. The keyboards **Music Box Gaming A68** and **Report Rate RT A75** have magnetic sensors that configure and personalize the touch, giving speed to the indicated action. "We consolidated our brand thanks to the development of state-of-the-art products, with quality and style," said **Ken Pan, sales manager of the company,** which also presented peripherals for gamers.*

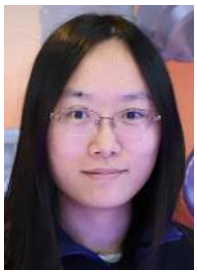
*The Dareu booth at the fair was very busy, said Ken. **"The company's goal was to make contacts and find representatives in Brazil who would distribute its products with local brands. We succeeded with new clients."** ■■*

DAYSBRASIL: ESTABILIZADOR M7 COM IA E CONTROLE REMOTO FOI DESTAQUE

DAYSBRASIL: M7 STABILIZER WITH AI AND REMOTE CONTROL WAS HIGHLIGHT

Em sua quinta participação na feira, a **DaysBrasil** expôs uma série de acessórios eletrônicos, incluindo fones de ouvido, carregadores e power banks. **O lançamento de destaque foi o estabilizador iSteady M7, da marca Hohem, com funções avançadas, como câmera adaptada à inteligência artificial, controle remoto removível e tela LED touch screen. "Também ressaltamos nossos novos microfones e caixas de som da marca BYZ, que têm excelente qualidade e design inovador", disse Simone Ying Xiang, gerente comercial da empresa.**

Outro produto em evidência no estande foi a **câmera modelo SJ20**, da marca **SJcam**, que oferece tela dupla, estabilizador, visão noturna e resolução em 4K. "Nossa empresa importa produtos e os vende aqui no Brasil. A feira é excelente, pois traz novos clientes e dá visibilidade para a nossa marca", avaliou Simone. ■■



SIMONE YING XIANG,
GERENTE COMERCIAL
COMMERCIAL MANAGER

*In its fifth participation in the fair, **DaysBrasil** displayed a series of electronic accessories, including headphones, chargers, and power banks. **The featured launch was the iSteady M7 stabilizer, from the Hohem brand, with advanced functions such as a camera adapted to artificial intelligence, removable remote control, and LED touchscreen. "We also highlighted our new microphones and speakers from the BYZ brand, which have excellent quality and innovative design," said Simone Ying Xiang, commercial manager of the company.***

*Another product in evidence at the stand was the **SJ20 camera**, from the **SJcam** brand, which offers a dual screen, stabilizer, night vision, and 4K resolution. "Our company imports products and sells them here in Brazil. The fair is excellent because it brings new customers and gives visibility to our brand," evaluated Simone. ■■*

DELLAMED: SOLUÇÕES PARA CUIDADOS PESSOAIS E HOME CARE

DELLAMED: SOLUTIONS FOR PERSONAL CARE AND HOME CARE

Referência nacional em mobilidade, a **Dellamed** marcou presença pela primeira vez na Eletrolar Show com um portfólio completo de produtos voltados ao bem-estar e home care. Entre os destaques estavam as **cadeiras de rodas manuais e elétricas, cadeiras de banho, balanças digitais e umidificadores. "Lançamos, também, a linha Beauty Care, com massageadores para pés e ombros, e pistola massageadora, pensada para proporcionar alívio e relaxamento no dia a dia", disse Lucas Gregol, gerente comercial da empresa.**

Outra inovação que chamou a atenção, na feira, foi a **poltrona Eleva Med**, equipada com assento que se eleva em 25 graus, reduzindo em até 80% o impacto nos joelhos. **"Sempre tivemos a expectativa de participar da Eletrolar Show. Viemos com o objetivo de ampliar nossa presença no mercado e colhemos bons resultados", contou Lucas.** A Dellamed já soma 15 anos de atuação no Brasil. ■■



LUCAS GREGOL, GERENTE COMERCIAL
COMMERCIAL MANAGER

*A national reference in mobility, **Dellamed** marked its first presence at Eletrolar Show with a complete portfolio of products aimed at well-being and home care. Highlights included **manual and electric wheelchairs, bath chairs, digital scales, and humidifiers. "We also launched the Beauty Care line, with foot and shoulder massagers, and a massage gun, designed to provide relief and relaxation in everyday life," said Lucas Gregol, commercial manager of the company.***

*Another innovation that drew attention at the fair was the **Eleva Med armchair**, equipped with a seat that elevates by 25 degrees, reducing knee impact by up to 80%. "We always had the expectation of participating in Eletrolar Show. **"We came with the goal of expanding our market presence and achieved good results,"** said Lucas. Dellamed already has 15 years of activity in Brazil.* ■■

DOOGEE: META É A EXPANSÃO NO BRASIL

DOOGEE: GOAL IS EXPANSION IN BRAZIL

A **Doogee** apostou na Eletrolar Show para divulgar sua linha de produtos no País. **"Viemos em busca de representantes no Brasil e acreditamos que o evento nos deu a visibilidade de que precisamos", afirmou Lu Geqin, gerente de vendas da companhia** que já atua na Europa e nos Estados Unidos.

Na feira, além de **tablets e smartwatches**, lançou seu **smartphone Blade GT, leve e fino, destacou Lu. "Ele é resistente a temperaturas que variam de menos 30 °C a 80 °C, à poeira, à água e a fortes impactos."** Conta com carregamento rápido, câmera 4K, entrada para dois chips e função power bank, permitindo carregar outros dispositivos – tudo isso em um modelo leve e fino. ■■



LU GEQIN, GERENTE DE VENDAS
SALES MANAGER

***Doogee** bet on Eletrolar Show to promote its product line in the country. "**We came in search of representatives in Brazil and believe the event gave us the visibility we needed," said Lu Geqin, sales manager of the company**, which already operates in Europe and the United States.*

*At the fair, besides **tablets and smartwatches**, it launched its **Blade GT smartphone, light and thin, highlighted Lu. "It is resistant to temperatures ranging from minus 30 °C to 80 °C, to dust, water, and strong impacts."** It features fast charging, 4K camera, dual SIM slot, and power bank function, allowing it to charge other devices — all in a light and thin model.* ■■

DUOS BIKES: TRICICLO PARA PESSOAS COM MOBILIDADE REDUZIDA

DUOS BIKES: TRICYCLE FOR PEOPLE WITH REDUCED MOBILITY

Mobilidade, acessibilidade e crescimento marcaram a primeira participação da empresa **Duos Bikes** na Eletrolar Show. O destaque foi o **E-Mobi, triciclo elétrico** voltado a pessoas com mobilidade reduzida. O modelo conta com freio magnético automático e bateria de lítio, que oferece uma experiência segura e eficiente. **"Assim que o condutor solta o acelerador, o veículo já começa a reduzir sozinho a velocidade, sem necessidade de acionar o freio, mesmo em ladeiras. É uma tecnologia que ainda não existe no mercado nacional", disse Dicionir Borges, CEO da Duos Bikes.**

Há dez anos no segmento de mobilidade elétrica, a Duos Bikes apresentou 14 produtos, incluindo **scooters, bicicletas e quadriciclos**. Parceira da fabricante chinesa **Vigrous**, a empresa buscou conquistar novos clientes no evento. **"Nosso objetivo foi apresentar novidades e crescer. Dobramos o volume de vendas no último ano e, para 2025, nossa meta é aumentar o faturamento em 30%", contou Dicionir**. Com atuação em todo o território nacional, com exceção do Nordeste, a empresa planeja expandir ainda mais sua presença no mercado. ■■



DICIONIR BORGES, CEO

Mobility, accessibility, and growth marked ***Duos Bikes'*** *first participation at Eletrolar Show. The highlight was the* ***E-Mobi, an electric tricycle*** *aimed at people with reduced mobility. The model features an automatic magnetic brake and lithium battery, offering safe and efficient experience.* ***"As soon as the rider releases the throttle, the vehicle already starts to reduce speed on its own, without needing to activate the brake, even on slopes. It's a technology that still doesn't exist in the national market," said Dicionir Borges, CEO of Duos Bikes.***

With ten years in the electric mobility segment, Duos Bikes presented 14 products, including ***scooters, bicycles, and quadricycles.*** *Partnered with Chinese manufacturer* ***Vigrous,*** *the company sought to win new customers at the event****. "Our goal was to present novelties and grow. We doubled sales volume last year and, for 2025, our goal is to increase revenue by 30%," said Dicionir****. Operating throughout the national territory — except in the Northeast — the company plans to further expand its market presence.* ■■

DUX DUCIS: CAPAS COM TECLADO FORAM DESTAQUE

DUX DUCIS: CASES WITH KEYBOARD WERE THE HIGHLIGHT

Capas de iPad e tablet com teclado tiveram alta procura no estande da **Dux Ducis. "Elas são recarregáveis e se conectam via Bluetooth, permitindo que os usuários utilizem o teclado com seus dispositivos. Há variedade de tamanhos e modelos para diferentes tipos de iPads e tablets", disse Li Lianfei, gerente de vendas da empresa.**

Em sua opinião, o retorno da empresa à feira foi importante. "Comprovou que o Brasil é um ótimo mercado para nossos produtos e deve ser fortalecido", contou Li, cuja empresa espera que as vendas sejam melhores neste semestre. **"Acreditamos que a participação na feira foi fundamental para reafirmar e estabelecer parcerias importantes. Ofertamos produtos de alta qualidade a preços acessíveis"**, acrescentou. ■■



LI LIANFEI, GERENTE DE VENDAS
SALES MANAGER

¡ ***Pad and tablet cases with keyboard*** *had high demand at the* ***Dux Ducis*** *booth. "****They are rechargeable and connect via Bluetooth, allowing users to use the keyboard with their devices. There are various sizes and models for different types of iPads and tablets," said Li Lianfei, the company's sales manager.***

In his opinion, the company's return to the fair was important. "It proved that Brazil is a great market for our products and must be strengthened," said Li, whose company expects better sales this semester. ***"We believe that participating in the fair was essential to reaffirm and establish important partnerships. We offer high-quality products at affordable prices," he added.*** ■■

ECLER: SOM DE ALTA PERFOMANCE

ECLER: HIGH-PERFORMANCE SOUND

A **Ecler**, marca europeia representada pela **Pro Áudio Elite**, apresentou sua tecnologia de som e vídeo na Eletrolar Show 2025. Os destaques foram a **série NIMBO, caixas de som de alto desempenho, e a série EMOTUS**, caixas de **som versáteis para ambientes internos. "Viemos mostrar que som de qualidade é um investimento de longo prazo", afirmou Luís Fernando Parada, diretor-geral da Ecler.**

A marca **Ecler** completou 60 anos de fabricação exclusiva em Barcelona, na Espanha, fornecendo soluções audiovisuais e sistemas para redes nos segmentos corporativo, hoteleiro e lojas de grife. **"A Ecler é considerada uma provedora completa, que entrega o ecossistema audiovisual para espaços sofisticados e exigentes", explicou Luís Fernando.** ■■



LUÍS FERNANDO PARADA, DIRETOR-GERAL
GENERAL DIRECTOR

Ecler**, a European brand represented by **Pro Áudio Elite**, presented its sound and video technology at Eletrolar Show 2025. The highlights were the **NIMBO series, high-performance speakers, and the EMOTUS series, versatile speakers for indoor environments. "We came to show that quality sound is a long-term investment," said Luís Fernando Parada, general director of Ecler.

*The **Ecler** brand completed 60 years of exclusive manufacturing in Barcelona, Spain, providing audiovisual solutions and network systems for corporate, hospitality, and high-end retail segments. **"Ecler is considered a complete provider, delivering the audiovisual ecosystem for sophisticated and demanding spaces," explained Luís Fernando.*** ■■

ECOFLOW/TIMBER BRASIL: ESTAÇÕES DE ENERGIA PORTÁTEIS

ECOFLOW / TIMBER BRASIL: PORTABLE ENERGY STATIONS

Com meta de crescimento das vendas em 40% no segundo semestre deste ano ante o mesmo período de 2024, a **Ecoflow/Timber Brasil** destacou em seu estande as estações de energia portáteis, em especial os **geradores, como o modelo EcoFlow E980, com potência de 500/650 Wh, capacidade de 980 Wh, saídas 4x CA + 8x CC e entrada solar de 500 W. "Queremos levar energia onde há carência, seja em ambientes ao ar livre ou em residências que sofrem com blecaute", disse o coordenador comercial, Carlos Bertoni.**

Para conquistar o objetivo traçado, a empresa confia na história construída ao longo dos anos. **"Tradição é algo que nos caracteriza. Estamos há bastante tempo no mercado, em mais de 100 países, com número superior a três milhões de usuários. Lincada a isso, a distribuição, que é do grupo Timber, é muito positiva. Nós atendemos clientes do Brasil todo, não só na venda, mas também no pós-venda. Nossa assistência é muito benéfica ao consumidor", explicou Carlos.** ■■



CARLOS BERTONI, COORDENADOR COMERCIAL
COMMERCIAL COORDINATOR

*With a goal to increase sales by 40% in the second half of this year compared to the same period in 2024, **Ecoflow/Timber Brasil** highlighted at its booth the portable energy stations, especially the **generators, such as the EcoFlow E980 model, with power of 500/650 Wh, 980 Wh capacity, 4x AC + 8x DC outputs, and 500 W solar input. "We want to bring energy where there is scarcity, whether in outdoor environments or in homes that suffer from blackouts," said commercial coordinator Carlos Bertoni.***

*To achieve this goal, the company relies on the history built over the years. **"Tradition is something that characterizes us. We've been in the market for a long time, in over 100 countries, with more than three million users. Linked to this is the distribution, which belongs to the Timber group, and it's very positive. We serve clients all over Brazil, not only in sales but also in after-sales. Our service is very beneficial to the consumer," explained Carlos.*** ■■

EFL: NOVA SMART TV COM QUALIDADE E DURABILIDADE

EFL: NEW SMART TV WITH QUALITY AND DURABILITY

A **EFL (Electric Force Line)**, nova empresa brasileira, apresentou **a linha de smart TVs totalmente desenvolvida e fabricada em território nacional.** Expôs televisores de até 43", com tela ultranítida, design 10% mais fino que a média dos concorrentes e sistema operacional Whale, considerado eficiente e sem travamentos, contou **Emerson Lima, fundador da companhia. "Estamos trabalhando nesse novo projeto há quase dois anos. O grande desafio foi desenvolver um produto durável e acessível."**

O sistema operacional Whale permite que os usuários naveguem por diversos conteúdos e aplicativos de forma intuitiva. A plataforma oferece acesso a aplicativos de streaming, como Netflix, YouTube e Prime Video, além de outras funcionalidades. **"Estamos muito felizes, metade do nosso estoque já foi vendido", comemorou Emerson.** Até 2026, a EFL planeja expandir as operações para outros países, entre eles Argentina, Paraguai, Colômbia e Uruguai. ■■



EMERSON LIMA, FUNDADOR
FOUNDER

EFL (Electric Force Line), *a new Brazilian company, presented its* ***line of smart TVs entirely developed and manufactured in national territory.*** *It showcased televisions up to 43", with ultra-clear screens, design 10% thinner than the average of competitors, and the Whale operating system, considered efficient and lag-free, said* ***Emerson Lima, founder of the company. "We have been working on this new project for almost two years. The big challenge was to develop a durable and affordable product."***

The Whale operating system allows users to navigate various content and apps intuitively. The platform provides access to streaming apps like Netflix, YouTube, and Prime Video, among other features. ***"We are very happy, half of our stock has already been sold," Emerson celebrated.*** *By 2026, EFL plans to expand operations to other countries, including Argentina, Paraguay, Colombia, and Uruguay.* ■■

ENSSU: BARBEADORES E MÁQUINAS DE CORTAR CABELO PRECISAS E SEGURAS

ENSSU: PRECISE AND SAFE SHAVERS AND HAIR CLIPPERS

A **Enssu, fabricante global de equipamentos de beleza e cuidados pessoais**, marcou presença pela primeira vez na Eletrolar Show. Entre os destaques do estande estavam **barbeadores, máquinas de cortar cabelo e aparadores de pelos corporais de alta precisão. Equipados com lâminas de cerâmica IPX7, tecnologia antirruído, iluminação LED e carregadores USB, os produtos entregam qualidade e segurança, sem prender no cabelo ou machucar a pele.**

"Vendemos em mais de 30 países. Atendemos o público masculino, feminino, bebês e até animais", explicou Jackie Zhang, gerente-geral da marca. A Enssu comercializa produtos próprios em vários países, incluindo China, Alemanha, Estados Unidos, Japão e Brasil. "A feira superou nossas expectativas. Recebemos vários pedidos do mercado local e penso que iremos voltar no próximo ano", contou Jackie. ■■



JACKIE ZHANG, GERENTE-GERAL
GENERAL MANAGER

Enssu, a global manufacturer of beauty and personal care equipment, *was present for the first time at the Eletrolar Show. Among the highlights at the booth were* ***high-precision shavers, hair clippers, and body hair trimmers. Equipped with IPX7 ceramic blades, noise-reduction technology, LED lighting, and USB chargers, the products deliver quality and safety, without pulling hair or hurting the skin.***

*"****We sell in more than 30 countries. We serve the male, female, baby, and even pet audiences," explained Jackie Zhang, general manager of the brand.*** *Enssu markets its own products in various countries, including China, Germany, the United States, Japan, and Brazil. "The fair exceeded our expectations. We received several orders from the local market and I think we will return next year," said Jackie.* ■■

EXPOMÓVEL: UNIÃO ENTRE ELETROELETRÔNICOS E MÓVEIS

EXPOMÓVEL: UNION BETWEEN HOME APPLLIANCES AND FURNITURE

Promotora do circuito de **feiras moveleiras B2B do Nordeste**, a **Expomóvel** participou pela primeira vez como parceira da Eletrolar Show. **"Pretendemos levar empresas de eletroeletrônicos para os eventos no Nordeste e trazer o setor moveleiro para o Sudeste. A expectativa é que, na próxima edição da feira, já exista uma área dedicada a móveis, com a participação de 30 a 40 expositores", explicou Priscila Costa, diretora comercial da Expomóvel.**

A Expomóvel está presente em quatro estados do Nordeste com suas feiras moveleiras: Pernambuco, Maranhão, Ceará e Paraíba, e agora avança para Goiás. "A nossa última feira, em maio, em Fortaleza, movimentou entre R$ 30 e R$ 40 milhões. **Neste ano, superamos essa marca, atingindo entre R$ 130 milhões e R$ 140 milhões de vendas", comemorou Priscila.** ■■



PRISCILA COSTA, DIRETORA COMERCIAL
COMMERCIAL DIRECTOR

Organizer of the B2B ***furniture fair circuit in the Northeast, Expomóvel*** *participated for the first time as a partner of Eletrolar Show.* ***"We intend to take home appliancess companies to the events in the Northeast and bring the furniture sector to the Southeast. The expectation is that, in the next edition of the fair, there will already be an area dedicated to furniture, with the participation of 30 to 40 exhibitors," explained Priscila Costa, commercial director of Expomóvel.***

Expomóvel is present in four states in the Northeast with its furniture fairs: Pernambuco, Maranhão, Ceará, and Paraíba, and now moves into Goiás. ***"Our last fair, in May, in Fortaleza, generated between BRL 30 and BRL 40 million. This year, we surpassed that mark, reaching between BRL 130 million and BRL 140 million in sales," celebrated Priscila.*** ■■

EYESUN CAM: FOTOGRAFIA REINVENTADA, IMPRESSÃO DIGITAL COM IA

EYESUN CAM: PHOTOGRAPHY REINVENTED, DIGITAL PRINTING WITH AI

De olho no Dia das Crianças e no Natal, datas importantes do segundo semestre, a **Eyesun Cam** expôs na feira. O objetivo foi, principalmente, contatar os importadores brasileiros antes dessas datas. **"O mercado do Brasil é bom. Acredito que futuramente os produtos chineses terão ainda mais espaço aqui", disse Michael Zou, CEO da empresa.**

No estande, apresentou a **câmera fotográfica instantânea 001 T1C, modelo que oferece filtros divertidos e temas lúdicos que podem ser aplicados de forma inteligente. "Nosso produto se destaca pela tecnologia avançada de inteligência artificial voltada para crianças. É um equipamento fácil de usar. Queremos conseguir mais espaço no mercado de atacado e varejo do Brasil e da América Latina", contou Michael.** ■■



MICHAEL ZOU, CEO

Looking at Children's Day and Christmas, important dates in the second semester, ***Eyesun Cam*** *exhibited at the fair. The goal was mainly to contact Brazilian importers before these dates.* ***"The market in Brazil is good. I believe that in the future Chinese products will have even more space here," said Michael Zou, CEO of the company.***

At the booth, they presented the ***instant photo camera 001 T1C, a model that offers fun filters and playful themes that can be intelligently applied. "Our product stands out for its advanced artificial intelligence technology aimed at children. It's an easy-to-use device. We want to gain more space in the wholesale and retail market of Brazil and Latin America," said Michael.*** ■■

EZVIZ: CÂMERAS DE SEGURANÇA COM FUNÇÃO PANORÂMICA

EZVIZ: SECURITY CAMERAS WITH PANORAMIC FUNCTION

Dentre as dezenas de câmeras de segurança que expôs, a **EZVIZ** destacou duas. **"A H80x Dual é uma câmera externa com lente dupla, visão noturna colorida 4K, funções de inclinação e panorâmica de 360°. Já a H9c Dual tem lentes duplas 2K que podem se posicionar de forma independente, capturando imagens de pontos diferentes, e tem funções de inclinação e panorâmica de 360°", explicou Wagner Gomes, gerente-geral da empresa.**

No estande, a EZVIZ também apresentou soluções que permitem monitorar idosos e bebês, inclusive com recebimento de alertas em caso de emergência, além de câmeras portáteis, câmeras de carregamento ecológico e fechaduras de reconhecimento facial. **"A Eletrolar Show é o melhor caminho para atingir o objetivo de fazer o nosso produto chegar à casa das pessoas", afirmou Wagner.** ■■



WAGNER GOMES, GERENTE-GERAL
GENERAL MANAGER

Among dozens of securities cameras it exhibited, ***EZVIZ*** *highlighted two.* ***"The H80x Dual is an outdoor camera with dual lens, 4K color night vision, and 360° tilt and panoramic functions. The H9c Dual has dual 2K lenses that can position independently, capturing images from different points, and also features 360° tilt and panoramic functions," explained Wagner Gomes, general manager of the company.***

*At the booth, EZVIZ also presented solutions that allow monitoring of the elderly and babies, including emergency alert reception, as well as portable cameras, eco-charging cameras, and facial recognition locks. "****Eletrolar Show is the best way to achieve the goal of getting our product into people's homes," said Wagner.*** ■■

FÁBRICA DE PELÍCULAS: INOVAÇÕES NA CATEGORIA

FÁBRICA DE PELÍCULAS: INNOVATIVE FILM SOLUTION

A **Fábrica de Películas** levou uma novidade à feira, contou **João Nogueira, diretor comercial da empresa. "A película Fiberglass (fibra de vidro) tem três camadas, com o diferencial do nanopolímero, que não quebra, não trinca e não esfarela, garantindo maior vida útil, com ótimo custo-benefício. É uma solução inovadora para o mercado."** A empresa também faz produtos com a marca do cliente.

Neste semestre, a companhia está confiante, especialmente com o lançamento dos novos iPhones, em setembro próximo. **"Com nossa capacidade de produção, podemos nos antecipar, oferecendo ao mercado películas para os modelos novos, de forma rápida e eficiente. Somos a única fábrica nacional de películas, não dependemos de produtos importados", disse João.** ■■



JOÃO NOGUEIRA, DIRETOR COMERCIAL
COMMERCIAL DIRECTOR

Fábrica de Películas *brought something new to the fair, said* ***João Nogueira, commercial director of the company. "The Fiberglass film has three layers, with the differential of the nanopolymer, which doesn't break, crack, or crumble, ensuring greater durability, with excellent cost-benefit. It's an innovative solution for the market."*** *The company also makes custom-branded products for clients.*

This semester, the company is confident, especially with the launch of the new iPhones, coming next September. ***"With our production capacity, we can be ahead, offering the market films for the new models quickly and efficiently. We are the only national film factory, we are not dependent on imported products," said João.*** ■■

FAM: NOVA LINHA DE FONES DE OUVIDO PREMIUM

FAM: NEW LINE OF PREMIUM HEADPHONES

A **FAM**, empresa brasileira com foco no mercado B2B, apresentou como destaque na Eletrolar Show sua **nova linha de fones de ouvido premium**. Equipados com tecnologia de cancelamento de ruído (-35 dB) e bateria de longa duração (100 horas), os produtos chamaram a atenção dos visitantes. **"Nosso estande esteve cheio desde o início da feira. Viemos com o objetivo de criar relacionamentos, conquistar novos clientes e nos aproximar ainda mais dos que já são nossos parceiros", explicou Toni Kuhn, CEO da companhia.**



TONI KUHN, CEO

Além dos fones, a FAM, que vem marcando presença na feira nos últimos anos, lançou uma **caixa de som com design exclusivo da empresa** e tem boas perspectivas, contou Toni. "Esses dois produtos são os nossos destaques em 2025. Estamos com 35% de crescimento até agora e pretendemos chegar a 50% até o final do ano, adicionando novos produtos." ■■

FAM**, a Brazilian company focused on the B2B market, presented as a highlight at Eletrolar Show its **new line of premium headphones.** Equipped with noise-canceling technology (-35 dB) and long battery life (100 hours), the products attracted the attention of visitors. **"Our booth was full since the beginning of the fair. We came with the objective of building relationships, winning new customers, and getting even closer to those who are already our partners," explained Toni Kuhn, CEO of the company.

*In addition to the headphones, FAM, which has been present at the fair in recent years, launched a **speaker with exclusive design by the company** and has good prospects, said Toni. "These two products are our highlights for 2025. We are at 35% growth so far and intend to reach 50% by the end of the year by adding new products." ■■*

FETACA: SOLUÇÕES DE SEGURANÇA E GEOLOCALIZAÇÃO

FETACA: SECURITY AND GEOLOCATION SOLUTIONS

"Temos GPS para tudo que se mexe." É assim que Falak Agarwal, sócio-gerente da Fetaca, descreve a linha de produtos da empresa. **"São rastreadores e travas inteligentes que podem ser utilizados para garantir a segurança e a fácil localização de objetos, pessoas, animais de estimação, veículos e muito mais", disse.**



FALAK AGARWAL, SÓCIO-GERENTE
MANAGING PARTNER

O executivo destacou que as soluções da empresa são particularmente interessantes para pessoas que querem se precaver contra furtos ou roubos de automóveis ou veículos de serviço. Ele quer divulgar a marca no Brasil e acredita que há boas perspectivas. "Nosso mercado está crescendo a cada dia, porque, infelizmente, a criminalidade não tem diminuído", comentou Falak. ■■

"We have GPS for everything that moves."** That is how **Falak Agarwal, managing partner of Fetaca**, describes the company's product line. **"They are trackers and smart locks that can be used to ensure the safety and easy location of objects, people, pets, vehicles, and much more," he said.

***The executive highlighted that the company's solutions are particularly interesting for people who want to guard against theft or robbery of cars or service vehicles.** He wants to promote the brand in Brazil and believes there are good prospects. "Our market is growing every day, because unfortunately crime has not decreased," commented Falak. ■■*

FLY SONIC: SOM E DESIGN

FLY SONIC: SOUND AND DESIGN

Com mais de 10 anos de história, a **Fly Sonic** tem um objetivo ousado. **"O potencial dos fones de ouvido no Brasil é muito grande, a população é enorme, é um mercado que pode ser muito explorado. Queremos encontrar muitos clientes e, no futuro, produzir nossos fones no Brasil", disse Sam Deng, gerente de vendas da empresa.**

No estande, apresentou o **fone de ouvido sem fio Le11, que oferece tempo de espera da bateria de aproximadamente 100 horas, carregamento da bateria de cerca de três horas, alcance do Bluetooth de 10 m, alto-falante de 40 mm e taxa de cancelamento de ruído de 95%. "Nossos produtos são personalizados, somos únicos em design", disse Sam.**



SAM DENG, GERENTE DE VENDAS
SALES MANAGER

With more than 10 years of history, ***Fly Sonic*** *has an ambitious goal.* ***"The potential of the headphone market in Brazil is very large, the population is huge, it is a market that can be much explored. We want to find many clients and, in the future, produce our headphones in Brazil," said Sam Deng, sales manager of the company.***

At the booth, he presented the ***Le11 wireless headphone, which offers battery standby time of approximately 100 hours, battery charging time of about three hours, Bluetooth range of 10 m, 40 mm speaker, and 95% noise cancellation rate. "Our products are customized, we are unique in design," said Sam.***

FOSSIBOT: CELULAR COM CÂMERA NOTURNA E ALTA RESOLUÇÃO

FOSSIBOT: CELL PHONE WITH NIGHT CAMERA AND HIGH RESOLUTION

Empresa especializada em smartphones, a **Fossibot** apresentou o **celular F107 Pro**, que se destaca pela qualidade das fotos e vídeos. "O aparelho tem **câmera principal de 200 megapixels e câmera frontal de 32 MP, além da Starlight Vision de 2 MP e da câmera macro de 50 MP, tecnologia que proporciona imagens mais claras e mais nítidas", contou Zeng Furong, gerente de vendas no exterior da empresa.**

Alguns dos produtos da marca já são comercializados no Brasil, disse Zeng. **Recebemos um feedback muito bom das vendas no País. Atualmente, vendemos cerca de 4.000 celulares por mês no Brasil. Queremos aumentar esse número e divulgar ainda mais a nossa marca."**



ZENG FURONG, GERENTE DE VENDAS NO EXTERIOR
OVERSEAS SALES MANAGER

A company specialized in smartphones, ***Fossibot*** *presented the* ***F107 Pro phone,*** *which stands out for the quality of its photos and videos. "The device has a main* ***camera of 200 megapixels and a front camera of 32 MP, in addition to the 2 MP Starlight Vision and the 50 MP macro camera, technology that provides clearer and sharper images," said Zeng Furong, overseas sales manager of the company.***

*Some of the brand's products are already marketed in Brazil, said Zeng. "****We received very good feedback from sales in the country. Currently, we sell about 4,000 cell phones per month in Brazil. We want to increase this number and promote our brand even more."***

FP IMPORTS: CENTRAL MULTIMÍDIA DE ÚLTIMA GERAÇÃO

FP IMPORTS: LATEST GENERATION MULTIMEDIA CENTER

A **FP Imports** destacou a **Central Multimídia Maximus, que oferece sistema Android Octa-Core, 4 RAM de memória, que pode ser ampliada com mais 64, tela de QLed, Bluetooth 5.0, entrada para chip 4G, microfone externo, espelhamento para smartphone, GPS integrado, rádio FM, entrada para câmera frontal e de ré, iluminação RGB e TV digital opcional. "O diferencial desse super produto é a tela. Ela proporciona uma imagem nítida, mesmo para quem está assistindo de longe", explicou Adriana Guedes, gerente comercial da empresa.**

Neste semestre, a FP Imports espera crescer cerca de 15% nas vendas em relação ao mesmo período do ano passado, disse Adriana. **"A Eletrolar Show é sempre um bom investimento. Nosso objetivo comercial na feira foi divulgar a marca. Há muitos novos e-commerces no mercado querendo ampliar as áreas de crescimento, sair de uma para outra. Na parte de linha automotiva, fomos muito procurados."** ■■



ADRIANA GUEDES, GERENTE COMERCIAL
COMMERCIAL MANAGER

FP Imports** highlighted the **Maximus Multimedia Center, which offers an Android Octa-Core system, 4 GB of RAM, which can be expanded with 64 more, QLed screen, Bluetooth 5.0, slot for 4G chip, external microphone, smartphone mirroring, integrated GPS, FM radio, input for front and rear cameras, RGB lighting, and optional digital TV. "The differential of this super product is the screen. It provides a sharp image, even for those watching from afar," explained Adriana Guedes, commercial manager of the company.

*This semester, FP Imports expects to grow about 15% in sales compared to the same period last year, said Adriana. **"The Eletrolar Show is always a good investment. Our commercial objective at the fair was to promote the brand. There are many new e-commerce in the market wanting to expand growth areas, move from one to another, so in the automotive line sector, we were much sought after."** ■■*

GD SHINE ELECTRIC APPLIANCES: VENTILADORES ELÉTRICOS SILENCIOSOS E VERSÁTEIS

GD SHINE ELECTRIC APPLIANCES: SILENT AND VERSATILE ELECTRIC FANS

A **GD Shine Electric Appliances**, fabricante chinesa de eletrodomésticos, apresentou sua diversificada linha de produtos. Em destaque estavam **os ventiladores elétricos de circulação e resfriamento, de torre e de suporte, ventiladores de parede e miniventiladores de mesa. A versatilidade, o silêncio e o design compacto são os diferenciais dos produtos, afirmou Bu Zhiming, gerente-geral de marketing. "Possuem ótimo desempenho, com ruído muito baixo, e podem ser utilizados no verão ou no inverno, pois também circulam o ar."**

Especializada no desenvolvimento e produção desses itens há mais de 20 anos, a empresa participou pela primeira vez da Eletrolar Show. **"Encontramos muitos parceiros e também oportunidades de aproximação com representantes do mercado local. Talvez, no futuro, tenhamos um negócio no mercado brasileiro", disse Bu.** A empresa comercializa em todo o mundo, sendo 90% de seus produtos exportados para o Japão, Coreia do Sul, Europa e alguns países da América. ■■



BU ZHIMING, GERENTE-GERAL DE MARKETING
GENERAL MARKETING MANAGER

***GD Shine Electric Appliances,** a Chinese home appliance manufacturer, presented its diversified product line. In the spotlight were **circulation and cooling electric fans, tower and pedestal fans, wall fans, and mini table fans. Versatility, silence, and compact design are the differentials of the products, stated Bu Zhiming, general marketing manager. "They have great performance, with very low** noise, and can be used in summer or winter, as they also circulate the air."*

*Specialized in developing and producing these items for over 20 years, the company participated in the Eletrolar Show for the first time. **"We found many partners and also opportunities to connect with representatives of the local market. Perhaps, in the future, we will have a business in the Brazilian market," said Bu.** The company sells worldwide, with 90% of its products exported to Japan, South Korea, Europe, and some American countries. ■■*

GLOBAL HIGHTECH: HARDWARES DE ALTA PERFORMANCE E DURABILIDADE

GLOBAL HIGHTECH: HIGH-PERFORMANCE AND DURABLE HARDWARES

A **Global Hightech**, fornecedora de hardwares para computadores, apresentou uma linha de produtos que inclui **placas-mãe, memórias RAM e Solid State Drives (SSD). O modelo SATA 3.0 SSD de 2TB, por exemplo, é um disco rígido que entrega eficiência e amplo armazenamento de dados. Já a Memory DDR4 (RGB DDR4 3200 MHz U-DIMM 16 GB), memória gaming para desktop com suporte Intel XMP e AMD EXPO, fornece agressiva velocidade, baixa latência e capacidades extremas de desempenho. "Somos uma indústria com experiência de 20 anos nesse ramo", afirmou Kevin Chen, CEO da empresa.**

O modelo em destaque para placas-mãe é o Motherboard H61, reconhecido por oferecer estabilidade, durabilidade e desempenho consistente para o sistema do computador. "Já estive na Eletrolar Show mais de oito vezes. Sinto que a feira está crescendo e ficando cada vez melhor, com muitos compradores profissionais", salientou Kevin. ■■



KEVIN CHEN, CEO

Global Hightech,** a supplier of computer hardware, presented a product line that includes **motherboards, RAM memories, and Solid State Drives (SSD). The 2TB SATA 3.0 SSD model, for example, is a hard drive that delivers efficiency and ample data storage. The Memory DDR4 (RGB DDR4 3200 MHz U-DIMM 16 GB), a gaming memory for desktops with Intel XMP and AMD EXPO support, provides aggressive speed, low latency, and extreme performance capabilities. "We are an industry with 20 years of experience in this field," stated Kevin Chen, the company's CEO.

***The highlighted model for motherboards is the H61 Motherboard, recognized for offering stability, durability, and consistent performance for the computer system.** "I have been to the Eletrolar Show more than eight times. I feel that the fair is growing and getting better and better, with many professional buyers," emphasized Kevin. ■■*

GRASEP: COMPUTADORES VERSÁTEIS ALL-IN-ONE

GRASEP: PRACTICAL AND VERSATILE ALL-IN-ONE COMPUTERS

A **Grasep**, importadora chinesa de acessórios para informática e aparelhos de áudio, **participou pela primeira vez com estande próprio da Eletrolar Show.** O investimento se deve ao retorno que a feira oferece. **"Ela traz muitas oportunidades. Participamos há vários anos, mas este é o primeiro em um espaço independente", disse Nedja Sampaio, gerente de vendas da empresa.**

O destaque foi a linha de computadores All-In-One, que combina CPU, monitor e outros componentes em um único dispositivo, ideal para quem busca economia de espaço e praticidade. Os modelos oferecem configurações com **processador Intel Core i3 e i5, memória RAM (4 GB ou 8 GB), armazenamento SSD (128 GB ou 512 GB) e telas de 21,5" ou 23,8"**. Alguns modelos incluem, ainda, **webcam, Bluetooth, Wi-Fi e portas USB**. "Trouxemos os itens que mais vendem, tanto no e-commerce quanto na loja física", afirmou Nedja. ■■



NEDJA SAMPAIO, GERENTE DE VENDAS
SALES MANAGER

Grasep**, a Chinese importer of computer accessories and audio devices, **participated for the first time with its own booth at the Eletrolar Show.** The investment is due to the return that the fair offers. **"It brings many opportunities. We have participated for several years, but this is the first in an independent space," said Nedja Sampaio, the company's sales manager.

***The highlight was the line of All-In-One computers,** which combine CPU, monitor, and other components in a single device, ideal for those seeking space savings and practicality. The models offer configurations with **Intel Core i3 and i5 processors, RAM memory (4 GB or 8 GB), SSD storage (128 GB or 512 GB), and screens of 21.5" or 23.8".** Some models also include webcam, **Bluetooth, Wi-Fi, and USB ports.** "We brought the best-selling items, both in e-commerce and in physical stores," said Nedja. ■■*

GREEN ELETRON: AUXÍLIO PARA CUMPRIMENTO DE OBRIGAÇÕES LEGAIS

GREEN ELETRON: ASSISTANCE FOR COMPLIANCE WITH LEGAL OBLIGATIONS

Entidade gestora de logística reversa sem fins lucrativos, a **Green Eletron** foi à feira para auxiliar as empresas a cumprirem suas obrigações legais quanto à logística reversa. Consegue oferecer a elas uma economia considerável para ajudar nessa gestão. **"O grande benefício é que as empresas, por meio de uma mensalidade, rateiam esses custos, e nós cumprimos as metas e obrigações legais em nome delas", disse o gerente-executivo, Ademir Brescansin.**

Na visão de Ademir, o fortalecimento da fiscalização no segundo semestre deve levar mais empresas a aderiram à legislação. Para o executivo, trata-se de um processo que trará maior isonomia ao mercado, além de permitir a transformação de mais materiais reciclados em matérias-primas. **"É uma obrigação legal, e o meio ambiente agradece. Se todos cumprirem com essa obrigação, não fica caro para ninguém", ressaltou.** ■■



ADEMIR BRESCANSIN, GERENTE-EXECUTIVO
EXECUTIVE MANAGER

A non-profit reverse logistics management entity, ***Green Eletron*** *attended the fair to help companies comply with their legal obligations regarding reverse logistics. It can offer them considerable savings to assist in this management.* ***"The great benefit is that companies, through a monthly fee, share these costs, and we meet the goals and legal obligations on their behalf," said the executive manager, Ademir Brescansin.***

In Ademir's view, the strengthening of inspections in the second semester should lead more companies to adhere to the legislation. For the executive, it is a process that will bring greater fairness to the market, in addition to allowing the transformation of more recycled materials into raw materials. ***"It is a legal obligation, and the environment thanks you. If everyone complies with this obligation, it is not expensive for anyone," he emphasized.*** ■■

GROUP WS: TRANSFORMAÇÃO NO MERCADO IMOBILIÁRIO

GRUPO WS: TRANSFORMATION IN THE REAL ESTATE MARKET

Com nove anos de atuação nacional, o **Group WS** participou pela primeira vez da feira e trouxe sua expertise em obras completas com entrega em até 90 dias. **"A empresa é referência na criação de experiências únicas, que vão desde o projeto arquitetônico até a decoração e o enxoval dos ambientes", disse Isabelle Lattaro, representante do grupo.**

O grande diferencial da empresa é a capacidade de atender em alta escala. **Em 2024, realizou mais de 100 obras em todo o País, inclusive prédios inteiros, entregando todas as unidades prontas para morar, por meio da proposta TKWS.** "Estamos empolgadíssimos com os contatos que fizemos. A feira foi uma excelente vitrine para quem, como nós, está arquitetando a revolução imobiliária", destacou Isabelle. ■■



ISABELLE LATTARO, REPRESENTANTE DO GRUPO
GROUP REPRESENTATIVE

With nine years of national operation, ***Grupo WS*** *participated in the fair for the first time and brought its expertise in complete works with delivery in up to 90 days.* ***"The company is a reference in creating unique experiences, ranging from the architectural project to the decoration and outfitting of the environments," said Isabelle Lattaro, representative of the group.***

The company's great differential is its ability to serve on a large scale. ***In 2024, it carried out more than 100 projects throughout the country, including entire buildings, delivering all units ready to live in, through the TKWS proposal.*** *"We are very excited about the contacts we made. The fair was an excellent showcase for those, like us, who are designing the real estate revolution," Isabelle highlighted.* ■■

HANSUO: DESTAQUE PARA OS ALTO-FALANTES

HANSUO: HIGHLIGHT ON SPEAKERS

A **Hansuo**, empresa de produtos de áudio, participou da feira pela primeira vez. Apresentou alto-falantes, com destaque para o modelo **HS TD0666,** de 6,5", seu mais recente lançamento em 2025. **"Esse modelo tem alto-falante portátil de 40 W, equalizador, Bluetooth e bateria com autonomia de três horas, sendo indicado para ambientes internos e reduzidos", detalhou Cavey Li, CEO da companhia.**

Na opinião de Cavey, o fato de estar presente na Eletrolar Show já traz visibilidade para a empresa. **"Estamos otimistas em relação ao mercado brasileiro nos próximos meses e esperamos que os contatos realizados na feira se transformem efetivamente em negócios antes das festas de final de ano",** disse Cavey, ■■



CAVEY LI, CEO

*Hansuo, an audio products company, participated in the fair for the first time. It presented speakers, with emphasis on the **HS TD0666 model**, 6.5", its most recent 2025 launch. **"This model has a 40 W portable speaker, equalizer, Bluetooth, and battery with a three-hour autonomy, being suitable for indoor and small environments," detailed Cavey Li, the company's CEO.***

*In Cavey's opinion, being present at the Eletrolar Show already brings visibility to the company. **"We are optimistic about the Brazilian market in the coming months and hope that the contacts made at the fair will effectively turn into business before the year-end holidays,"** said Cavey.* ■■

HENGJI: DE ERGONOMIA NO ESCRITÓRIO A MOUSEPAD GAMER

HENGJI: FROM OFFICE ERGONOMICS TO GAMER MOUSEPAD

Fabricante chinesa especializada em mousepads, apoios para punho e tapetes de mesa, a **Hengji** participou pela primeira vez da Eletrolar Show em 2025, buscando entrar no mercado brasileiro. **"Como fabricante, gostaria de ter mais clientes no Brasil e fazer com que mais pessoas conheçam a nossa marca", contou Lian Jin Ma, proprietário da empresa.**

Como destaque, Lian **mostrou tapetes de mesa aquecidos, que oferecem conforto térmico às mãos e punhos do usuário enquanto ele trabalha. Expôs, também, mousepads com iluminação e RGB**. A empresa oferece a possibilidade de customizar os designs dos produtos segundo as necessidades dos clientes. **"É um mercado que tem bastante futuro, espero crescer bastante neste semestre."** ■■



LIAN JIN MA, PROPRIETÁRIO
OWNER

*A **Chinese manufacturer specialized in mousepads**, wrist rests, and desk mats, **Hengji** participated in the Eletrolar Show for the first time in 2025, aiming to enter the Brazilian market. **"As a manufacturer, I would like to have more clients in Brazil and make more people aware of our brand," said Lian Jin Ma, the company owner.***

*As a highlight, Lian **showed heated desk mats, which provide thermal comfort to the user's hands and wrists while working.** He also displayed **mousepads with lighting and RGB.** The company offers the possibility to customize product designs according to customer needs. **"It is a market with a lot of future, I hope to grow a lot this semester."** ■■*

HEYLI: CAIXAS DE SOM PARA FESTAS E SHOWS

HEYLI: SPEAKER WITH POWER AND QUALITY FOR PARTIES AND CONCERTS

A **Heyli**, importadora de acessórios eletrônicos, **apresentou uma variedade de produtos, incluindo caixas de som, controles remotos, relógios de parede e lâmpadas recarregáveis de emergência. O destaque foi a linha de alto-falantes (speakers), especialmente o modelo HY 1097, com 5 kW de potência, ideal para eventos e shows ao ar livre. "Além de design arrojado, com laterais emborrachadas, entrega um som natural, com grande clareza e precisão", disse Li Yan, diretor-geral da empresa.**

O aparelho é **compatível com microfones sem fio e oferece, ainda, conectividade Bluetooth, luzes LED, função karaokê integrada e bateria recarregável**. Foi a segunda participação da Heyli na Eletrolar Show, desta vez em um estande maior e com mais investimento. "Nosso objetivo é continuar crescendo e participando da feira nos próximos anos", contou Li. ■■



LI YAN, DIRETOR-GERAL
GENERAL DIRECTOR

Heyli,** an importer of electronic accessories**, presented a variety of products, including speakers, remote controls, wall clocks, and rechargeable emergency lamps. The highlight was the speaker line, especially the HY 1097 model, with 5 kW power, ideal for outdoor events and concerts. "In addition to bold design, with rubberized sides, it delivers natural sound with great clarity and precision," said Li Yan, the company's general director.

*The device is **compatible with wireless microphones and also offers Bluetooth connectivity, LED lights, integrated karaoke function, and rechargeable battery.** This was Heyli's second participation in the Eletrolar Show, this time in a larger booth and with more investment. "Our goal is to continue growing and participating in the fair in the coming years," said Li.* ■■

HPRT: TECNOLOGIA A SERVIÇO DA COMODIDADE

HPRT: TECHNOLOGY AT THE SERVICE OF CONVENIENCE

Investindo na praticidade e na tecnologia de ponta, a **HPRT** apresentou alguns produtos de destaque na Eletrolar Show, entre eles as **impressoras de fotografia e as de etiqueta domiciliar, que são equipamentos pequenos para usar pelo celular. "Nossa grande aposta, porém, ficou com as câmeras que tiram foto e imprimem na hora", contou William Oliveira, gerente de produto da empresa.**

Atualmente, a HPRT tem dois modelos de câmeras fotográficas, explicou William. "Uma imprime diretamente na foto e ela já sai colorida. O modelo novo imprime com ribbon, que é uma fita colorida. Com essa tecnologia, a foto fica muito mais brilhosa e pode durar por até 20 anos." Na feira, o objetivo da empresa foi encontrar novos parceiros do segmento de varejo e de e-commerce para poder comercializar as impressoras de fotografia. ■■



WILLIAM OLIVEIRA, GERENTE DE PRODUTO
PRODUCT MANAGER

*Investing in practicality and cutting-edge technology, **HPRT** presented some standout products at the Eletrolar Show, among them **photo printers and home label printers, which are small devices for use via cell phone. "Our big bet, however, was on cameras that take photos and print instantly," said William Oliveira, the company's product manager.***

***Currently, HPRT has two photographic camera models, explained William. "One prints directly on the photo, and it already comes out in color. The new model prints with ribbon, which is a color tape. With this technology, the photo becomes much shinier and can last up to 20 years."** At the fair, the company's goal was to find new partners in the retail and e-commerce segments to market the photo printers.* ■■

HUABANG: PANELAS DE FERRO FUNDIDO

HUABANG: CAST IRON PANS

Especializada em utensílios de cozinha de ferro fundido, a **Huabang** expôs pela primeira vez na feira visando expandir sua presença na América Latina. Apresentou uma linha completa de frigideiras, caçarolas e panelas. O destaque foi a **Honeycomb Cast Iron**, linha de frigideiras com design patenteado, textura exclusiva e desempenho superior no preparo dos alimentos. **"É o nosso produto mais vendido, somos a única empresa que desenvolveu as frigideiras com essa textura única. É um item muito durável, eficiente e com visual diferenciado", disse Wang Mengmeng, gerente de vendas da Huabang.**

Fundada em 1994, na China, a empresa tem forte atuação na Europa e nos Estados Unidos. A participação na feira focou na busca de parceiros comerciais brasileiros para distribuição dos itens. **"Este é o nosso primeiro ano no Brasil. Nossos produtos têm se saído muito bem na Europa. Acreditamos que há uma grande oportunidade também no mercado brasileiro", completou Wang.** ■■



WANG MENGMENG, GERENTE DE VENDAS
SALES MANAGER

Specialized in cast iron kitchen utensils, ***Huabang*** *exhibited for the first time at the fair aiming to expand its presence in Latin America. It presented a complete line of frying pans, casseroles, and pots. The highlight was the* ***Honeycomb Cast Iron line****, a series of frying pans with patented design, exclusive texture, and superior performance in food preparation.* ***"It is our best-selling product; we are the only company that developed frying pans with this unique texture. It is a very durable, efficient item with a distinctive look," said Wang Mengmeng, Huabang's sales manager.***

Founded in 1994 in China, the company has strong operations in Europe and the United States. Participation in the fair focused on seeking Brazilian business partners for item distribution. ***"This is our first year in Brazil. Our products have performed very well in Europe, so we believe there is a great opportunity in the Brazilian market as well," Wang added.*** ■■

ICOOLAX: MEMÓRIA RAM DE 32 GB

ICOOLAX: 32 GB RAM MEMORY

O destaque da **iCoolax** na feira foi o **dispositivo de memória RAM DDR5 5.600 MHz de 32 GB. "Ele otimiza o desempenho da máquina com tecnologia DDR5 e alcança velocidade de 5,6 GHz. Acredito que vamos aumentar as vendas no Brasil no segundo semestre também pelos contatos realizados na Eletrolar Show", disse Carson Liu, gerente-geral da empresa.**

Essa foi a quarta vez que o executivo participou da feira. Neste ano, ele representou a marca iCoolax, focada em memórias de computador de alta qualidade. **"O forte da marca são as memórias RAM e o armazenamento como DRAM e SSD", contou Carson.** ■■



CARSON LIU, GERENTE-GERAL
GENERAL MANAGER

The highlight of ***iCoolax*** *at the fair was the* ***32 GB DDR5 5,600 MHz RAM memory device. "It optimizes the machine's performance with DDR5 technology and reaches speeds of 5.6 GHz. I believe we will increase sales in Brazil in the second semester, also due to the contacts made at the Eletrolar Show," said Carson Liu, the company's general manager.***

This was the executive's fourth time participating in the fair. This year, he represented the iCoolax brand, focused on high-quality computer memory. ***"The brand's strength is in RAM memories and storage such as DRAM and SSD," said Carson.*** ■■

IKASE: VISIBILIDADE DA MARCA E BONS NEGÓCIOS NA ES

1KASE: BRAND VISIBILITY AND GOOD BUSINESS AT ES

Expositora pela terceira vez da Eletrolar Show, a **IKase** destacou a **linha de cases New Crystal, translúcida, com 100% de policarbonato**, que não deixa o produto amarelar. Outro destaque surgiu a partir de demanda do mercado, segundo **Malu Yanes, head de marketing da empresa. "O consumidor pediu, e lançamos a linha Leather Case, mais discreta e sofisticada, em couro ecológico, revestimento interno em microfibra e acabamento metalizado nos botões."** Ambas as linhas são apresentadas nas cores preto, titânio e new desert.

Participar da feira é muito importante para dar visibilidade à marca e estar junto aos fornecedores, parceiros e concorrentes, bem como conquistar novos clientes e iniciar bons negócios, diz a head, que espera um semestre mais produtivo do que foi o primeiro deste ano. **"Estamos com grande expectativa de que as vendas melhorem nos próximos meses para todo o mercado de tecnologia", contou Malu.** ■■



MALU YANES, HEAD DE MARKETING
HEAD OF MARKETING

Exhibiting for the third time at Eletrolar Show, ***1Kase*** *highlighted the* ***New Crystal case line, translucent, made of 100% polycarbonate,*** *which prevents the product from yellowing. Another highlight emerged from market demand, according to* ***Malu Yanes, the company's head of marketing. "The consumer asked, and we launched the Leather Case line, more discreet and sophisticated, made of eco-leather, internal microfiber lining, and metallic finish on the buttons."*** *Both lines are presented in black, titanium, and new desert colors.*

Participating in the fair is very important to give visibility to the brand and to be together with suppliers, partners, and competitors, as well as to attract new clients and start good business, says the head, who expects a more productive semester than the first one of this year. ***"We have high expectations that sales will improve in the coming months for the entire technology market," said Malu.*** ■■

IMPLASTEC: INSUMOS DE MANUTENÇÃO PARA INFORMÁTICA E CELULAR

IMPLASTEC: MAINTENANCE SUPPLIES FOR IT AND CELL PHONES

Estreante na feira, a **Implastec** apresentou dois produtos exclusivos: o **MFlux-39i** – fluxo para microssoldagem e BGA, que faz a fusão da solda mais rápido, com alta precisão e baixa fumaça – e o **Flux Remover**, que retira resíduos de fluxo com agilidade, sem danificar os componentes. **"São inovadores e produzidos em nossa fábrica no interior de São Paulo", contou Carlos Toledo, gerente comercial da empresa.**

A Implastec considerou muito boa a sua participação na Eletrolar Show. **"Recebemos clientes e interessados de todas as partes do Brasil e firmamos parcerias", relatou Carlos.** Quanto às perspectivas para o segundo semestre, ele afirmou que o ano começou muito bem, mas depois o mercado deu uma desacelerada. **"Ainda está difícil fazer uma previsão realista, mas esperamos colher frutos após a Eletrolar Show."** ■■



CARLOS TOLEDO, GERENTE COMERCIAL
COMMERCIAL MANAGER

Debuting at the fair, ***Implastec*** *presented two exclusive products: the* ***MFlux-39i*** *– flux for microsoldering and BGA, which fuses solder faster, with high precision and low smoke – and the* ***Flux Remover,*** *which quickly removes flux residues without damaging components.* ***"They are innovative and produced in our factory in the interior of São Paulo," said Carlos Toledo, the company's commercial manager.***

Implastec considered its participation in the Eletrolar Show very positive. ***"We received clients and interested parties from all over Brazil and established partnerships," reported Carlos.*** *Regarding prospects for the second semester, he stated that the year started very well, but later the market slowed down.* ***"It is still difficult to make a realistic forecast, but we hope to reap benefits after the Eletrolar Show."*** ■■

INFINITE: CARREGADORES PARA VEÍCULOS ELÉTRICOS E COOKTOP DE INDUÇÃO

INFINITE: CHARGERS FOR ELECTRIC VEHICLES AND INDUCTION COOKTOP

A **Infinite** destacou na Eletrolar Show 2025 o lançamento de **sua linha de carregadores para veículos elétricos. "Os equipamentos contam com sistema de monitoramento e cobrança automático, otimizando a gestão e o controle de uso", disse Frank Teng, gerente comercial da empresa.** Expôs, também, a sua **linha de cooktops de indução**, cujos produtos já são comercializados no Brasil por grandes nomes.

"Em 2024, tivemos excelentes resultados na feira e, por isso, voltamos com novidades em 2025 para mais um ano de sucesso. A presença da Infinite reforça a expansão da marca no País e seu compromisso com soluções modernas e eficientes para o dia a dia", afirmou Frank. ■■

Infinite highlighted at Eletrolar Show 2025 the launch of ***its line of chargers for electric vehicles. "The equipment features an automatic monitoring and billing system, optimizing usage management and control," said Frank Teng, the company's commercial manager.*** *It also showcased its* ***line of induction cooktops, already sold in Brazil by major brands.***

"In 2024, we had excellent results at the fair, and that is why we returned with new products in 2025 for another successful year. Infinite's presence reinforces the brand's expansion in the country and its commitment to modern, efficient solutions for everyday life," said Frank. ■■

INSE: LIMPEZA EFICIENTE

INSE: EFFICIENT CLEANING

Expositora pela primeira vez, a **Inse** apresentou sua linha de produtos eletrônicos voltados à limpeza, como **aspiradores de pó e água, extratores e limpadores de piscina. "Sabemos que a feira tem grande relevância no mercado, por isso viemos divulgar nossos produtos e fortalecer a marca no Brasil", disse Lúcia Liu, desenvolvedora de negócios da empresa.**

Seu destaque foi o **aspirador Inse V25**, modelo sem fio, que combina alta potência com uma hora de autonomia. **"É ideal para a remoção de sujeiras, pelos e resíduos maiores em diferentes tipos de piso, como carpetes, laminados e cerâmicas"**, contou Lúcia. A empresa está presente em países da Europa, nos Estados Unidos e no Brasil. ■■



LÚCIA LIU, DESENVOLVEDORA DE NEGÓCIOS
BUSINESS DEVELOPER

Exhibiting for the first time, ***Inse*** *presented its line of electronic cleaning products, such* ***as vacuum cleaners for dust and water, extractors, and pool cleaners. "We know the fair has great relevance in the market, so we came to promote our products and strengthen the brand in Brazil," said Lúcia Liu, the company's business developer.***

Its highlight was the ***Inse V25 vacuum,*** *a cordless model that combines high power with one hour of autonomy.* ***"It is ideal for removing dirt, hair, and larger debris on different types of floors, such as carpets, laminates, and ceramics,"*** *said Lúcia. The company is present in European countries, the United States, and Brazil.* ■■

INTERTEK BRASIL: NOVA LINHA EM NEGÓCIOS ELETRÔNICOS

INTERTEK BRASIL: NEW LINE IN ELECTRONIC BUSINESS

Pela primeira vez, a **Intertek Brasil** apresentou sua linha de negócios eletroeletrônicos na feira e se surpreendeu positivamente com os resultados. **"Desde o primeiro dia, conseguimos contatos estratégicos e fechamos ótimos negócios. O resultado foi melhor do que esperávamos", destacou Amanda Strumiello, gerente de linha da empresa.**



AMANDA STRUMIELLO, GERENTE DE LINHA
LINE MANAGER

Com mais de 130 anos de atuação global e há uma década no Brasil, onde tem 16 unidades, **a empresa oferece soluções em testes, inspeções e certificações para diversos segmentos. "Isso garante mais segurança e credibilidade para fabricantes e importadores", disse Amanda.** Marcas reconhecidas, como Amazon, Grendene e Faber-Castell, estão entre os clientes da companhia. ■■

For the first time, ***Intertek Brasil*** *presented its line of electronics business at the fair and was positively surprised by the results.* ***"From the very first day, we were able to secure strategic contacts and close great deals. The result was better than we expected," highlighted Amanda Strumiello, the company's line manager.***

With over 130 years of global operations and a decade in Brazil, where it has 16 units, ***the company offers solutions in testing, inspections, and certifications for various segments. "This ensures more safety and credibility for manufacturers and importers," said Amanda.*** *Recognized brands such as Amazon, Grendene, and Faber-Castell are among the company's clients.* ■■

IPC BRASIL: COMPROMISSO COM INOVAÇÃO E CUSTO-BENEFÍCIO

IPC BRASIL: COMMITMENT TO INNOVATION AND COST-BENEFIT

Pelo segundo ano consecutivo na Eletrolar Show, a **IPC Brasil** apostou no evento para ampliar sua presença no mercado e lançar novidades. **"Desta vez, o destaque foi a nova linha Lite, que reúne lavadoras de alta pressão e aspiradores com o selo de qualidade da marca, e agora com preço mais acessível", disse Thiago Santos, gerente nacional da multinacional italiana que há 15 anos atua no Brasil.**



THIAGO SANTOS, GERENTE NACIONAL
NATIONAL MANAGER

"No ano passado, tivemos excelentes resultados na feira e fechamos diversos negócios. Por isso, incluímos a Eletrolar oficialmente em nosso calendário", contou Thiago. Com mais de 70 produtos disponíveis no País, a IPC Brasil marca presença nas maiores revendas nacionais, fortalecendo sua posição como referência em soluções industriais de alto desempenho. ■■

For the second consecutive year at Eletrolar Show, ***IPC Brasil*** *bet on the event to expand its presence in the market and launch new products.* ***"This time, the highlight was the new Lite line, which brings together high-pressure washers and vacuum cleaners with the brand's quality seal, and now at a more affordable price," said Thiago Santos, national manager of the Italian multinational that has been operating in Brazil for 15 years.***

"Last year, we had excellent results at the fair and closed several deals. That is why we officially included Eletrolar in our calendar," *said Thiago. With more than 70 products available in the country, IPC Brasil is present in the largest national resellers, strengthening its position as a reference in high-performance industrial solutions.* ■■

JWCOM SMART: MODULARES INTELIGENTES

JWCOM SMART: SMART MODULARS

Autonomia para montar de acordo com a própria necessidade. Com esse conceito, a **JWCOM Smart** destacou na feira os **modulares inteligentes. "O cliente pode escolher o modelo de espelho ou a moldura para o interruptor. Temos a opção de um ou dois canais, tomada com medição de consumo e três linhas de cores: branca, cinza e preta", disse Jessica Silva, supervisora comercial da empresa.**

Os produtos, que registram altas vendas, são um diferencial da empresa, que espera expandir seus negócios em 2025. **"Queremos conquistar parceiros e fazer com que a nossa marca alcance todo o território brasileiro e também outros países. Nossa expectativa é bater o faturamento planejado para o segundo semestre deste ano", explicou Jessica.** ■■



JESSICA SILVA, SUPERVISORA COMERCIAL
COMMERCIAL SUPERVISOR

Autonomy to set up according to one's own needs. With this concept, ***JWCOM Smart*** *highlighted its* ***smart modulars at the fair. "The customer can choose the mirror model or the frame for the switch. We have the option of one or two channels, socket with consumption measurement, and three-color lines: white, gray, and black," said Jessica Silva, the company's commercial supervisor.***

The products, which have high sales, are a differentiator for the company, which expects to expand its business in 2025. ***"We want to win partners and make our brand reach the entire Brazilian territory and also other countries. Our expectation is to reach the planned revenue for the second semester of this year," explained Jessica.*** ■■

KAKIA & SUGON: PRECISÃO AMPLIADA

KAKIA & SUGON: EXTENDED PRECISION

Ultrapassar o bom desempenho obtido nos últimos meses foi o objetivo da **Kakia & Sugon** na feira. Os resultados da Eletrolar Show de 2024 são um parâmetro para a empresa. **"A feira do ano passado foi muito boa. Conseguimos muitos clientes, fizemos parcerias e, por isso, resolvemos ampliar o estande neste ano e investir mais em nossa marca. Nosso crescimento foi muito significativo", disse Victor Dong, presidente da Kakia & Sugon.**

O destaque da empresa foi o **microscópio Mijing MJ-7050 Pro, um equipamento com zoom contínuo, pensado para reparos eletrônicos, inspeção de placas de circuito (PCB) e trabalhos de microssoldagem. "É um produto que oferece alta definição, fácil ajuste e versatilidade para técnicos de mobile, eletrônica, indústria e laboratórios", explicou Victor.** ■■



VICTOR DONG, PRESIDENTE
PRESIDENT

Surpassing the good performance achieved in recent months was ***Kakia & Sugon's*** *goal at the fair. The results from Eletrolar Show 2024 are a benchmark for the company.* ***"Last year's fair was very good. We gained many customers, formed partnerships and, because of that, we decided to expand the booth this year and invest more in our brand. Our growth was very significant," said Victor Dong, president of Kakia & Sugon.***

The company's highlight was the ***Mijing MJ-7050 Pro microscope, equipment with continuous zoom, designed for electronics repairs, printed circuit board (PCB) inspection, and micro-soldering work. "It is a product that offers high definition, easy adjustment, and versatility for mobile, electronics, industry, and laboratory technicians," explained Victor.*** ■■

KAMAI: DUAS RODAS E CARREGADORES MODERNOS

KAMAI: TWO WHEELS AND MODERN CHARGERS

Conhecido no setor de motopeças, veículos elétricos e caminhões pesados, o **Grupo Star Moto Parts** estreou na feira com a marca **Kamai** e sua linha de **carregadores elétricos AC e DC**, voltados tanto para uso residencial quanto para frotas logísticas e empresas públicas. **"O carregador residencial de 7 kW é ideal para quem quer praticidade. Já o modelo trifásico de 22 kW atende condomínios com controle dinâmico de carga", explicou Ricardo Muller, diretor de pesquisa da marca Kamai.**

A Kamai também desenvolve soluções de alta potência, como carregadores de até 120 kW com duplo conector, para postos, portos e grandes empresas. Na feira, o foco foi o crescimento**.** Já firmou parcerias no Nordeste e negocia com distribuidores da América Latina. **"Nosso objetivo foi divulgar a marca, iniciar contatos comerciais e mapear a concorrência. O mercado elétrico está crescendo rápido, de 0,5% para 5% da frota em menos de dois anos, e queremos estar prontos para acompanhar essa evolução", afirmou Ricardo.** ■■



RICARDO MULLER, DIRETOR DE PESQUISA
RESEARCH DIRECTOR

Known in the motorcycle parts, electric vehicle, and heavy truck sector, ***Grupo Star Moto Parts debuted at the fair with the Kamai brand and its line of AC and DC electric chargers****, aimed at both residential use and for logistics fleets and public companies.* ***"The 7-kW residential charger is ideal for those who want practicality. The 22 kW three-phase model serves condominiums with dynamic load control," explained Ricardo Muller, Kamai brand's research director.***

Kamai also develops high-power solutions, such as chargers up to 120 kW with dual connectors, for stations, ports, and large companies. *At the fair, the focus was on growth. It has already formed partnerships in the Northeast and is negotiating with distributors in Latin America.* ***"Our goal was to promote the brand, start commercial contacts, and map the competition. The electric market is growing fast, from 0.5% to 5% of the fleet in less than two years, and we want to be ready to follow this evolution," said Ricardo.*** ■■

KANSHANG: MONITORES COM DNA PRÓPRIO

KANSHANG: MONITORS WITH THEIR OWN DNA

Modelos exclusivos e design como diferencial. No estande da **Kanshang** na Eletrolar Show, os monitores estiveram em destaque, e com eles a empresa pretende conquistar o Brasil. **"Nosso objetivo é termos muitos clientes, nos tornarmos conhecidos e aumentarmos as vendas de forma significativa. Queremos crescer aqui", explicou Ding Jiaqing, gerente da Kanshang.**

Para fazer sucesso no Brasil, a empresa apresentou o **monitor B01. Com tela de 24" por 27", resolução de 2.560 – 1.440 por 1.920 – 1.080 e ângulo de visão de 178°**, o equipamento foca no crescimento da indústria de games. **"O mercado brasileiro é muito grande. Dentro da América do Sul, o País ocupa uma área de destaque, estamos atentos a isso", contou Ding.** ■■



DING JIAQING, GERENTE
MANAGER

Exclusive models and design as differentiators. At ***Kanshang's*** *booth at Eletrolar Show, monitors were the highlight, and with them the company intends to win over Brazil****. "Our goal is to have many clients, become known, and significantly increase sales. We want to grow here," explained Ding Jiaqing, Kanshang's manager.***

To succeed in Brazil, the company presented the ***B01 monitor. With a 24" to 27" screen, resolution of 2,560 x 1,440 to 1,920 x 1,080, and a viewing angle of 178°,*** *the equipment focuses on the growing gaming industry.* ***"The Brazilian market is very large. Within South America, the country holds a prominent position, and we are attentive to that," said Ding.*** ■■

KARIMEX: IMPRESSORAS 3D AMPLIAM MERCADO

KARIMEX: 3D PRINTERS EXPAND MARKET

As **impressoras 3D da Bambu Lab** foram o destaque da **Karimex** na feira. **"Elas permitem que os usuários criem peças personalizadas e inovadoras, sem dependerem de designers ou indústrias", afirmou o gerente comercial, Levi Saleira. Além da Bambu Lab, a empresa** apresentou as marcas **Ariete, Audio Technica** e **Munbyn**, das quais é importadora e distribuidora oficial.

Com 50 anos de atuação no setor, a Karimex tem expectativas positivas para o ano, devido ao crescimento de novas categorias, como impressoras 3D, e da indústria fonográfica, contou Levi. **"Acreditamos que esse mercado oferece uma oportunidade de 'dinheiro novo' para os revendedores, pois são categorias de produtos que ainda não estão sendo comercializadas de forma massiva no varejo e têm grande potencial de crescimento."** ■■



LEVI SALEIRA,
GERENTE COMERCIAL
SALES MANAGER

***Bambu Lab's 3D printers** were the highlight of **Karimex** at the fair. **"They allow users to create customized and innovative parts, without relying on designers or industries," said the sales manager, Levi Saleira.** In addition to Bambu Lab, the company presented the brands **Ariete, Audio Technica, and Munbyn,** for which it is the official importer and distributor.*

*With 50 years of experience in the sector, Karimex has positive expectations for the year, due to the growth of new categories, such as 3D printers, and the phonographic industry, said Levi. **"We believe that this market offers an opportunity for 'new money' to resellers, as these are product categories that are not yet being sold massively at retail and have great growth potential."** ■■*

KARSTSOLAR: SOLUÇÕES EM ENERGIA RENOVÁVEL

KARSTSOLAR: RENEWABLE ENERGY SOLUTIONS

Pela terceira vez na feira, a **KarstSolar** apresentou seus principais produtos em energia renovável, incluindo **painéis solares, inversores híbridos e estações de carregamento para veículos elétricos. "Produzimos para mais de dez empresas brasileiras e, no evento, o objetivo foi fortalecer a nossa marca própria no mercado brasileiro e aumentar em 50% as vendas neste semestre", contou Johnny Lu, gerente de vendas da empresa.**

A estratégia da KarstSolar é oferecer uma **solução completa e sustentável**: gerar, armazenar e distribuir energia solar para residências, eletropostos e veículos elétricos. **"Nosso diferencial é que usamos energia solar diretamente para os carregadores. Isso nos coloca em harmonia com o meio ambiente", explicou Johnny.** ■■



JOHNNY LU,
GERENTE DE VENDAS
SALES MANAGER

*For the third time at the fair, **KarstSolar** presented its main renewable energy products, including **solar panels, hybrid inverters, and charging stations for electric vehicles. "We produce for more than ten Brazilian companies, and, at the event, the goal was to strengthen our own brand in the Brazilian market and increase sales by 50% this semester," said Johnny Lu, the company's sales manager.***

*KarstSolar's strategy is to offer a complete and **sustainable solution:** generate**,** store, and distribute solar energy for homes, charging stations, and electric vehicles. **"Our differential is that we use solar energy directly for the chargers. This puts us in harmony with the environment," explained Johnny.** ■■*

KEEPHONE: PROTEÇÃO DE ALTA TECNOLOGIA

KEEPHONE: HIGH-TECH PROTECTION

Aliar segurança sem abrir mão da estética é um dos objetivos da **Keephone**, que há 12 anos produz e vende acessórios para celular, em especial as capas do aparelho. "Viemos para a Eletrolar Show para mostrar e promover a nossa marca. **Além disso, quisemos conhecer parceiros para estabelecerem conosco uma cooperação de longo prazo", disse Zhong Shengyu, gerente de vendas da empresa.**

Um destaque no estande foi a **capa de celular Brendy**, que tem 100% de fibra de aramida, disse Zhong. **"Conta com acabamento metálico fosco refinado, saída multiporta, que oferece sensação tátil agradável, e alta capacidade de carregamento rápido PD de 20 W com chip inteligente e sem fio MagSnap de 15 W, com forte adsorção magnética."** ■■



ZHONG SHENGYU, GERENTE DE VENDAS
SALES MANAGER

*Combining security without sacrificing aesthetics is one of **Keephone's** objectives, which for 12 years has been producing and selling cell phone accessories, especially phone cases. "We came to Eletrolar Show to showcase and promote our brand. **In addition, we wanted to meet partners to establish long-term cooperation with us," said Zhong Shengyu, the company's sales manager.***

*A highlight at the booth was the **Brendy cell phone case**, which is made of 100% aramid fiber, said Zhong. **"It features a refined matte metallic finish, multiport output, which offers a pleasant tactile feel, and high PD 20 W fast charging capacity with smart chip and 15 W MagSnap wireless, with strong magnetic adsorption."** ■■*

KING CLEAN: PORTFÓLIO VOLTADO À PRATICIDADE

KING CLEAN: SOLUTIONS FOR EVERYDAY LIFE

A **King Clean** reforçou sua presença com um portfólio voltado à praticidade e tecnologia. O destaque foi a **cafeteira DR Coffee**, com sistema bean-to-cup, moedor cerâmico ajustável, vaporizador de leite e painel touch. **"Prepara diversos tipos de café, do expresso ao cappuccino, tem funções automáticas de limpeza e baixo ruído, é ideal para uso doméstico e corporativo", disse Kui Cheng, gerente de vendas da empresa.**

Pela terceira vez na Eletrolar Show, a King Clean apresentou também **purificadores de ar, lavadoras de veículos e aspiradores de água e pó** eficientes e com design moderno. "Expusemos os produtos no evento porque é o lugar ideal para demonstrar nossa qualidade para um grande número de pessoas", contou Kui. ■■



KUI CHENG, GERENTE DE VENDAS
SALES MANAGER.

King Clean** reinforced its presence with a portfolio focused on practicality and technology. The highlight was the **DR Coffee maker,** with a bean-to-cup system, adjustable ceramic grinder, milk steamer, and touch panel. **"It prepares various types of coffee, from espresso to cappuccino, has automatic cleaning functions and low noise, and is ideal for domestic and corporate use," said Kui Cheng, the company's sales manager.

*For the third time at Eletrolar Show, King Clean also presented **air purifiers, vehicle washers, and efficient wet and dry vacuum cleaners** with modern design. "We exhibited the products at the event because it is the ideal place to demonstrate our quality to a large number of people," said Kui.* ■■

KODAK/THOMSON: PORTA-RETRATOS DIGITAL PARA CASAS E ESCRITÓRIOS

KODAK/THOMSON: DIGITAL PHOTO FRAMES FOR HOMES AND OFFICES

A **Kodak/Thomson** destacou uma **linha inovadora de porta-retratos digitais nas versões touch screen, tablet e parede (wall photo frame).** Com **design elegante para residências e escritórios, os modelos permitem receber e compartilhar fotos, reproduzir vídeos e músicas. "É uma novidade no Brasil. Já vendemos muito bem em outros países, e acredito que há um grande potencial no mercado brasileiro. É um presente ideal para familiares e amigos", afirmou Linna Fang, gerente de desenvolvimento de negócios.**

Os **porta-retratos** estão disponíveis em **diversos estilos, tamanhos e acabamentos.** Os **recursos incluem, ainda, tela de alta resolução, armazenamento interno e em nuvem**. Pela primeira vez na Eletrolar Show, Linna avaliou como positiva a participação de sua empresa. "É uma boa oportunidade para conhecer clientes em potencial", disse. ■■



LINNA FANG, GERENTE DE DESENVOLVIMENTO DE NEGÓCIOS
BUSINESS DEVELOPMENT MANAGER.

Kodak/Thomson** highlighted an **innovative line of digital photo frames in touch screen, tablet, and wall (wall photo frame) versions.** With **elegant design for homes and offices, the models allow receiving and sharing photos, playing videos and music. "It's a novelty in Brazil. We already sell very well in other countries, and I believe there is great potential in the Brazilian market. It is an ideal gift for family and friends," said Linna Fang, business development manager.

*The **photo frames** are available in **various styles, sizes, and finishes. Features also include high-resolution display, internal and cloud storage.** For the first time at Eletrolar Show, Linna considered her company's participation positive. "It is a good opportunity to meet potential customers," she said.* ■■

KTROK: NOVAS FONTES E PRODUTOS DE INFORMÁTICA

KTROK: NEW POWER SUPPLIES AND COMPUTER PRODUCTS

Dentre os lançamentos da **KTROK** na Eletrolar Show, o destaque foi a **fonte Gamer Hyper Thunder 850 W. "Compatível com todos os dispositivos, essa fonte tem a certificação de eficiência 80 Plus, alta durabilidade e é ideal para sistemas e computadores de alto desempenho", explicou Carlos Marques, diretor da empresa.** Outros lançamentos foram as fontes **Gamer Black Fan 500 W e 600 W.**

Expositora pela primeira vez da feira, a companhia recebeu em seu estande muitos visitantes com os quais poderá viabilizar parcerias. "Além de mostrar nosso portfólio de produtos e serviços, tivemos a oportunidade de fazer bons contatos, buscando novos clientes e fornecedores", revelou Carlos. ■■



CARLOS MARQUES, DIRETOR
DIRECTOR

*Among **KTROK's** launches at Eletrolar Show, the highlight was the **Gamer Hyper Thunder 850 W power supply. "Compatible with all devices, this power supply has 80 Plus efficiency certification, high durability, and is ideal for high-performance systems and computers," explained Carlos Marques, the company's director.** Other launches were the **Gamer Black Fan 500 W and 600 W power supplies.***

Exhibiting for the first time at the fair, the company received many visitors at its booth, with whom it will be able to establish partnerships. "In addition to showing our product and service portfolio, we had the opportunity to make good contacts, seeking new customers and suppliers," revealed Carlos. ■■

LAB SYSTEM: SERVIÇOS VOLTADOS À CERTIFICAÇÃO DE PRODUTOS

LAB SYSTEM: SERVICES FOCUSED ON PRODUCT CERTIFICATION

Há 25 anos no mercado, com 60 escopos de certificação, o Instituto Lab System oferece serviço para ensaios de produtos diversos, nacionais e importados, que atendam aos requisitos de qualidade e segurança. **"Estar na Eletrolar Show foi uma grande oportunidade de conhecer melhor o mercado, divulgar a marca e buscar clientes, especialmente com a nossa nova acreditação em eletrodomésticos", disse o diretor comercial, Ronnie Bitencourt.**

Os contatos feitos no estande foram bastante produtivos, contou Ronnie. "Muitos importadores que representam boa parcela de participantes do evento nos procuraram buscando informações e até interessados em fechar negócio, o que nos faz acreditar em perspectivas positivas para o segundo semestre." ■■



RONNIE BITENCOURT, DIRETOR COMERCIAL
COMMERCIAL DIRECTOR

With 25 years in the market, with 60 certification scopes, the Lab System Institute offers services for testing various products, domestic and imported, that meet quality and safety requirements. ***"Being at Eletrolar Show was a great opportunity to better understand the market, promote the brand and seek clients, especially with our new accreditation in home appliances," said the commercial director, Ronnie Bitencourt.***

The contacts made at the booth were very productive, Ronnie reported. *"Many importers, who represent a large portion of the event's participants, approached us seeking information and even interested in closing deals, which makes us believe in positive prospects for the second semester."* ■■

LANEX: MODELO SUPER SLIM DE CARREGADOR

LANEX: SUPER SLIM CHARGER MODEL

Expositora pela primeira vez, a Lanex, que atua há 15 anos no mercado de carregadores de celular, fez uma pesquisa detalhada sobre o mercado brasileiro antes de chegar ao País, contou Zhou You, gerente de vendas da empresa. **"Descobrimos que o Brasil gosta muito de produtos eletrônicos da China. E na feira confirmamos isso, pois o interesse do público foi muito grande."**

Entre fones de ouvido, cabos e outros itens, o destaque do estande da empresa, na feira, ficou com os carregadores finos, em especial **o modelo N 28. "Ele pesa apenas 192 gramas, tem bateria de 10.000 mAh, adequada para uso diário, que carrega imediatamente após a liberação, e várias proteções de segurança, que evitam sobrecarga, descarga excessiva, curto-circuito e outras situações anormais para os usuários", explicou Zhou.** ■■



ZHOU YOU, GERENTE DE VENDAS
SALES MANAGER

Exhibiting for the first time, Lanex, which has been operating for 15 years in the cell phone charger market, conducted detailed research on the Brazilian market before arriving in the country, said Zhou You, the company's sales manager. ***"We discovered that Brazil really likes electronic products from China. And at the fair we confirmed this, as public interest was very high."***

Among headphones, cables and other items, the highlight at the company's booth at the fair was the thin chargers, especially the ***N 28 model. "It weighs only 192 grams, has a 10,000 mAh battery, suitable for daily use, which charges immediately after release, and various safety protections that prevent overcharging, excessive discharge, short circuits and other abnormal situations for users," explained Zhou.*** ■■

LDCEMS: ARMAZENAMENTO DE DADOS

LDCEMS: DATA STORAGE

Há 25 anos, a **LDCEMS** oferece serviços de armazenamento de dados e tem suas próprias marcas, como a **Fanxiang**, que ela apresentou na Eletrolar Show. "Entregamos aos clientes soluções abrangentes, personalizadas e completas", afirmou o **diretor de vendas, Wei Long**. Na feira, destacou o **dispositivo de armazenamento SSD Fanxiang S790, com capacidade de 1 TB, velocidade de leitura de 7.450 MB/s e velocidade de gravação de 6.600 MB/s.**

Os dispositivos da LDCEMS são comercializados em diversos países, entre eles Estados Unidos, Alemanha, Canadá, Reino Unido, Japão, Itália, Rússia e China. **"Acreditamos que o mercado brasileiro tem potencial para os nossos produtos de alta tecnologia e esperamos poder concretizar conexões importantes após os contatos realizados na Eletrolar Show",** disse o diretor. ■■

*For 25 years, **LDCEMS** has offered data storage services and has its own brands, such as **Fanxiang,** which it presented at the Eletrolar Show. "We deliver comprehensive, customized, and complete solutions to clients," said the sales director, Wei Long. At the fair, he highlighted the **Fanxiang S790 SSD storage device, with 1 TB capacity, 7,450 MB/s read speed, and 6,600 MB/s write speed.***

*LDCEMS devices are sold in several countries, including the United States, Germany, Canada, United Kingdom, Japan, Italy, Russia, and China. **"We believe the Brazilian market has potential for our high-tech products and we hope to establish important connections after the contacts made at the Eletrolar Show,"** said the director.* ■■

LDNIO: POWER BANK E FONE DE OUVIDO

LDNIO: POWER BANK AND EARPHONE

A **Ldnio**, que atua no desenvolvimento, produção e venda de acessórios e produtos eletrônicos, tem uma linha completa de carregadores. Na feira, lançou o **Magnetic Wireless Power Bank**, de 5.000 mAh e 22,5 W, que tem tecnologia de carregamento rápido por aproximação ou fio. **"É ultraleve e fino, não esquenta, e sua bateria é de longa duração", contou Jonson Zhong, diretor administrativo da empresa.**

Outro destaque foi o **fone de ouvido LDNIO T06, intra-auricular, para música e jogos.** É Bluetooth 5.3, gera notificações de contato e tem tecnologia de redução de ruído. **"Fizemos bons contatos na feira e esperamos que se tornem clientes e parceiros. A Ldnio detém o título de Empresa de Alta Tecnologia, do governo chinês, e temos orgulho de enfatizar a qualidade de nossos produtos e serviços", disse Jonson.** ■■



JONSON ZHONG, DIRETOR ADMINISTRATIVO
MANAGING DIRECTOR

Ldnio**, which operates in the development, production, and sale of accessories and electronic products, has a complete line of chargers. At the fair, the **Magnetic Wireless Power Bank** launched, with 5,000 mAh and 22.5 W, which has fast charging technology by proximity or cable. **"It is ultra-light and thin, does not heat up, and its battery has long life," said Jonson Zhong, the company's managing director.

*Another highlight was **the LDNIO T06 earphone, in-ear, for music and gaming.** It is Bluetooth 5.3, generates contact notifications, and has noise reduction technology. **"We made good contacts at the fair and hope they become clients and partners. Ldnio holds the title of High Technology Enterprise from the Chinese government, and we are proud to emphasize the quality of our products and services," said Jonson.*** ■■

LENOR BRASIL: CERTIFICAÇÃO UNIFICADA PARA A AMÉRICA LATINA

LENOR BRASIL: UNIFIED CERTIFICATION FOR LATIN AMERICA

No estande da **Lenor Brasil**, o foco foi a **certificação obrigatória de segurança** para produtos eletroeletrônicos, especialmente com base na norma internacional IEC 60335-1. **"Nosso diferencial é atuar com um padrão global de segurança. Estamos presentes em seis países da América Latina, o que facilita o acesso com mais agilidade a múltiplos mercados", explicou Ingridi Maximiano, gerente de negócios da empresa.**

A Lenor também oferece suporte a fabricantes nas adaptações locais, como exigências de eficiência energética, e se posiciona como a certificadora com maior cobertura na região. **"A certificação é um passo essencial para empresas que querem atuar com responsabilidade e competitividade no Brasil e na América Latina", reforçou Ingridi.** A empresa aproveitou a feira para ampliar contatos com indústrias que já se preparam para a Black Friday. ■■



INGRIDI MAXIMIANO, GERENTE DE NEGÓCIOS
BUSINESS MANAGER

*At **Lenor Brasil's** booth, the focus was **the mandatory safety certification** for electrical and electronic products, especially based on the international standard IEC 60335-1. **"Our differential is operating with a global safety standard. We are present in six Latin American countries, which facilitates faster access to multiple markets," explained Ingridi Maximiano, the company's business manager.***

*Lenor also offers support to manufacturers in local adaptations, such as energy efficiency requirements, and position itself as the certifier with the widest coverage in the region. **"Certification is an essential step for companies that want to operate responsibly and competitively in Brazil and Latin America," Ingridi reinforced.** The company took advantage of the fair to expand contacts with industries already preparing for Black Friday.* ■■

LENSUN: IMPRESSORA UV L7 PRO PERSONALIZA CAPAS DE CELULARES

LENSUN: UV PRINTER L7 PRO CUSTOMIZES CELL PHONE CASES

Pela segunda vez na Eletrolar Show, a chinesa **Lensun** destacou sua **impressora UV modelo L7 PRO, capaz de personalizar capas de celulares, carregadores e demais acessórios voltados a smartphones. Com impressão rápida de até 7 minutos, a máquina imprime em alta qualidade. "É uma tecnologia nova, não se acha com facilidade no mercado, ela consegue imprimir para todos os modelos de capas. Transparente, preta, vermelha. Não há restrição", disse Marcos Gonçalves, diretor comercial da empresa.**

A impressora é **compatível com mais de 60 mil modelos de smartphones**, possui **domínio do material de 90%** e **precisão padrão de ±0,01 mm**. "Para quem tem uma loja de acessórios é primordial ter uma máquina dessas, como diferencial, para trazer um fluxo de clientes", apontou Marcos. A L7 PRO começou a ser comercializada no Brasil em janeiro de 2025 e, após a apresentação na feira, a Lensun prevê fechar novas parcerias nos próximos meses. ■■



MARCOS GONÇALVES, DIRETOR COMERCIAL
COMMERCIAL DIRECTOR

*For the second time at Eletrolar Show, the Chinese company **Lensun** highlighted its **UV printer model L7 PRO, capable of customizing cell phone cases, chargers, and other accessories for smartphones. With fast printing of up to 7 minutes, the machine prints in high quality. "It is a new technology, not easily found in the market; it can print for all models of cases. Transparent, black, red. There is no restriction," said Marcos Gonçalves, the company's commercial director.***

*The printer is **compatible with more than 60,000 smartphone models, has 90% material coverage, and standard precision of ±0.01 mm.** "For those who have an accessories store, it is essential to have such a machine, as a differentiator, to bring customer flow," Marcos pointed out. The L7 PRO began being sold in Brazil in January 2025 and, after its presentation at the fair, Lensun expects to close new partnerships in the coming months.* ■■

LENYES: CAIXAS DE SOM MULTIFUNCIONAIS

LENYES PRESENTED TITAN SPEAKERS 1 AND 2

Com atuação global, a empresa chinesa **Lenyes** expôs na feira pela primeira vez e apresentou uma **linha de caixas de som multifuncionais. Os modelos Titan 1 e 2 se destacam por características como bateria ultrapotente (5.000 mAh), resistência à água, variados métodos de conexão e pico de potência de até 200 W. "Ficamos felizes por participar da feira. Foi a nossa primeira vez. São muitos clientes", celebrou Anna Zhang, CEO da marca.**

A Lenyes, que também atua com fones de ouvido, smartwatches e acessórios para computadores, planeja retornar à feira. "Vamos voltar para participar da Eletrolar Show nos próximos anos e investir em um estande ainda maior", afirmou Anna. Com atuação em mais de 60 países, a Lenyes se dedica a integrar as mais recentes inovações tecnológicas ao design de seus produtos, garantindo conveniência e eficiência aos usuários. ■■



ANNA ZHANG, CEO

*With global operations, the Chinese company **Lenyes** exhibited at the fair for the first time and presented a **line of multifunctional speakers. The Titan 1 and 2 models stand out for features such as ultra-powerful battery (5,000 mAh), water resistance, various connection methods, and peak power of up to 200 W. "We were happy to participate in the fair. It was our first time. There are many clients," celebrated Anna Zhang, CEO of the brand.***

Lenyes, which also operates with headphones, smartwatches, and computer accessories, plans to return to the fair. "We will come back to participate in Eletrolar Show in the coming years and invest in an even larger booth," said Anna. Operating in more than 60 countries, Lenyes is dedicated to integrating the latest technological innovations into the design of its products, ensuring convenience and efficiency for users. ■■

LINK + ENERGY: SISTEMA DE CARREGAMENTO VEICULAR

LINK + ENERGY: VEHICLE CHARGING SYSTEM

Pela primeira vez na feira, a **Link + Energy** apresentou o **carregador veicular com 47 kW**, que carrega dois carros simultaneamente. Ele é indicado para supermercados, academias e estacionamentos, onde o cliente pode aproveitar seu tempo enquanto o veículo está carregando. **"Realizamos todas as etapas da implantação, desde a visita técnica, concepção de projeto e instalação das estações até o pós-venda e suporte técnico", explicou Guaraci Hiotte, diretor-executivo da Link + Energy, empresa do Grupo Link.**

A Link + Energy atua há mais de 20 anos no mercado de energia, comércio exterior e engenharia elétrica. Há 18 meses, a empresa criou a divisão de mobilidade para atender à crescente demanda de carros elétricos. **"Unimos a experiência de engenharia da Link + Energy com a tecnologia da importadora Autel para a construção de subestações, redes elétricas aéreas e subterrâneas, além de concessionárias", contou Guaraci.** ■■



GUARACI HIOTTE, DIRETOR-EXECUTIVO
EXECUTIVE DIRECTOR

*For the first time at the fair **Link + Energy** presented the **47-kW vehicle charger**, which charges two cars simultaneously. It is recommended for supermarkets, gyms, and parking lots, where the customer can make use of their time while the vehicle is charging. **"We carry out all stages of implementation, from technical visit, project design, and installation of stations to after-sales and technical support," explained Guaraci Hiotte, executive director of Link + Energy, a company of the Grupo Link.***

*Link + Energy has been operating for over 20 years in the energy, foreign trade, and electrical engineering market. Eighteen months ago, the company created the mobility division to meet the growing demand for electric cars. **"We combined Link + Energy's engineering experience with the technology of importer Autel for the construction of substations, overhead and underground power grids, as well as dealerships," said Guaraci.*** ■■

LUCKY AMAZÔNIA: ENERGIA QUE TRANSFORMA

LUCKY AMAZÔNIA: ENERGY THAT TRANSFORMS

A **Lucky Amazônia**, uma das principais importadoras de eletroeletrônicos e acessórios automotivos do País teve como grandes destaques, na feira, os **transformadores de tensão de rede. "Eles convertem a energia de baterias automotivas ou de painéis solares em correntes alternadas de 110 V ou 220 V, o que permite abastecer até residências inteiras", explicou Tamiris Folgado, representante da marca. Os produtos têm vida útil estimada em 15 anos.**

Veterana na Eletrolar Show, a Lucky Amazônia, que está há 22 anos no mercado e cujo portfólio inclui notebooks, smartphones e auxiliares de partida, reafirmou a importância da feira na sua trajetória. **"A Eletrolar Show faz parte do nosso calendário anual. No evento, encontramos clientes e grandes oportunidades de expansão", destacou Tamiris.** ■■



TAMIRIS FOLGADO, REPRESENTANTE DA MARCA
BRAND REPRESENTATIVE

Lucky Amazônia, *one of the main importers of electronics and automotive accessories in the country, had as major highlights at the fair the* ***power voltage transformers. "They convert energy from automotive batteries or solar panels into alternating currents of 110 V or 220 V, which allows even entire homes to be powered," explained Tamiris Folgado, brand representative. The products have an estimated lifespan of 15 years.***

*A veteran at Eletrolar Show, Lucky Amazônia, which has been in the market for 22 years and whose portfolio includes notebooks, smartphones, and jump starters, reaffirmed the importance of the fair in its trajectory****. "Eletrolar Show is part of our annual calendar. At the event, we find clients and great opportunities for expansion," highlighted Tamiris.*** ■■

LUCKY HOME: CLIMATIZADOR SILENCIOSO

LUCKY HOME: SILENT AIR COOLER

Há nove anos no mercado, a Lucky Home apresentou na ES suas novas linhas de climatizadores, com vários modelos e características distintas. A **CEO da empresa, Xu Baoying**, destacou o modelo **LK-98C. "Seu grande diferencial é ter baixíssimo ruído porque utiliza o tipo de motor BLDC, que economiza energia, sendo indicado para residências, escolas e hospitais."**

A empresa confia em bons resultados em 2025. **"Acreditamos que o balanço de vendas deste ano será melhor, após os contatos e prospecções que realizamos na Eletrolar Show.** Participamos com um estande maior, em ótima localização, e pudemos destacar mais os nossos produtos", disse Xu. ■■

With nine years in the market, Lucky Home presented at ES its new lines of air coolers, *with various models and distinct features.* ***The company's CEO, Xu Baoying,*** *highlighted the* ***LK-98C model. "Its great differentiator is having very low noise because it uses the BLDC type of motor, which saves energy, being recommended for homes, schools, and hospitals."***

The company is confident in good results in 2025. ***"We believe that this year's sales balance will be better, after the contacts and prospects we made at Eletrolar Show.*** *We participated with a larger booth, in a great location, and we were able to highlight our products more," said Xu.* ■■

LVJU: MOBILIDADE ELÉTRICA EM DUAS RODAS

LVJU: ELECTRIC MOBILITY ON TWO WHEELS

Pela primeira vez na Eletrolar Show, a fabricante chinesa **LVJU** apresentou sua linha de motocicletas elétricas, com destaque para o **modelo Falcon. O veículo combina design moderno, motor de 1.000 W, velocidade de até 32 km/h e autonomia de 90 km por carga, além de freios com tecnologia diferenciada. "Viemos mostrar que podemos colaborar com empresas brasileiras com nossa tecnologia própria e soluções sustentáveis", afirmou Leo Ye, diretor de vendas da LVJU.**

Com 26 anos de atuação e sede na cidade industrial de Taizhou, na China, a LVJU é referência em soluções de mobilidade elétrica. Com mais de 500 produtos no portfólio, a empresa decidiu expor na Eletrolar Show em busca de parceiros e oportunidades para produção OEM no País. **"Participamos desta feira para encontrar clientes e revendedores que queiram nossa marca ou desejem cooperar localmente em novos projetos", completou Leo Ye.** ■■



LEO YE,
DIRETOR DE VENDAS
SALES DIRECTOR

*For the first time at Eletrolar Show, the Chinese manufacturer **LVJU** presented its line of electric motorcycles, highlighting the **Falcon model. The vehicle combines modern design, a 1,000 W motor, speed of up to 32 km/h, and a range of 90 km per charge, in addition to brakes with differentiated technology. "We came to show that we can collaborate with Brazilian companies with our own technology and sustainable solutions," said Leo Ye, LVJU's sales director.***

*With 26 years of operation and headquarters in the industrial city of Taizhou, China, LVJU is a reference in electric mobility solutions. With over 500 products in its portfolio, the company decided to exhibit at Eletrolar Show in search of partners and opportunities for OEM production in the country. **"We participate in this fair to find customers and resellers who want our brand or wish to cooperate locally on new projects," added Leo Ye.*** ■■

MAGIC MEDIC: ALÍVIO DA DOR EM UM CLIQUE

MAGIC MEDIC: PAIN RELIEF IN ONE CLICK

A **Magic Medic** trouxe uma inovação tecnológica com aplicação para dores e inflamações no corpo. **As almofadas térmicas funcionam com um simples clique e atingem até 52 °C em poucos segundos. A tecnologia é baseada em uma reação exotérmica com acetato de sódio. Podem ser usadas tanto quentes como frias, oferecendo conforto e bem-estar da cabeça aos pés. "Não é um produto descartável, tem vida útil de até cinco anos e pode ser reutilizado centenas de vezes", afirmou Vânia Costa, gerente comercial da Magic Medic.**

Com mais de 12 anos de experiência no mercado e acima de 50 eventos realizados por ano, a empresa apostou na feira para expandir sua atuação no varejo e no atacado. Segundo Vânia, o evento já rendeu novos contatos e negociações encaminhadas via WhatsApp, com foco também no pós-venda. **"A experiência foi um sucesso, com movimento no estande até o último dia", destacou Vânia.** ■■



VÂNIA COSTA,
GERENTE COMERCIAL
COMMERCIAL MANAGER

Magic Medic** brought a technological innovation with application for body pain and inflammation. **The thermal pads work with a simple click and reach up to 52 °C in a few seconds. The technology is based on an exothermic reaction with sodium acetate. They can be used both hot and cold, offering comfort and well-being from head to toe. "It is not a disposable product; it has a lifespan of up to five years and can be reused hundreds of times," said Vânia Costa, Magic Medic's commercial manager.

With over 12 years of market experience and more than 50 events held per year, the company bet on the fair to expand its presence in retail and wholesale.** According to Vânia, the event has already yielded new contacts and negotiations initiated via WhatsApp, with a focus also on after-sales. **"The experience was a success, with movement at the booth until the last day," highlighted Vânia. ■■

MAPFRE: SEGURANÇA E VALOR AGREGADO AO VAREJO

MAPFRE: SECURITY AND ADDED VALUE FOR RETAIL

Em sua primeira participação na Eletrolar Show, a **MAPFRE** trouxe suas soluções voltadas ao varejo com foco em ampliar parcerias e reforçar a presença no mercado nacional. Com mais de 30 anos no Brasil, a companhia aposta em produtos como **garantia estendida, seguro contra roubo ou furto de celular e bolsa protegida**. Aos varejistas, as soluções podem ser tanto uma fonte de renda quanto de valor agregado aos produtos. **"A ideia é mostrar que o varejista pode ter uma renda extra ao vender nossos serviços integrados com os eletroeletrônicos e demais itens de consumo", explicou Weder Muniz, gerente comercial da MAPFRE.**

A empresa esteve na feira para fortalecer a marca e se consolidar como parceira estratégica do varejo, especialmente no segundo semestre, que tem datas importantes, como Dia dos Pais, Black Friday e Natal. Focada no público B2B, a MAPFRE destaca sua ampla capilaridade e estrutura de atendimento no País como diferenciais competitivos. **"Queremos que o varejo nos veja como uma seguradora confiável, que entrega soluções e tranquilidade tanto para lojistas quanto para seus clientes", completou Weder.** ■■



WEDER MUNIZ, GERENTE COMERCIAL
COMMERCIAL MANAGER

In its first participation at Eletrolar Show, ***MAPFRE*** *brought its solutions aimed at retail, focusing on expanding partnerships and reinforcing its presence in the national market. With more than 30 years in Brazil, the company bets on products such as* ***extended warranty, insurance against cell phone theft or robbery, and protected bag.*** *For retailers, the solutions can be both a source of income and added value to products.* ***"The idea is to show that the retailer can have extra income by selling our services integrated with electronics and other consumer items," explained Weder Muniz, MAPFRE's commercial manager.***

The company attended the fair to strengthen the brand and establish itself as a strategic partner for retail, especially in the second semester, which has important dates such as Father's Day, Black Friday, and Christmas. Focused on the B2B public, MAPFRE highlights its wide reach and service structure in the country as competitive differentiators. ***"We want retail to see us as a reliable insurer that delivers solutions and peace of mind both for shopkeepers and their customers," added Weder.*** ■■

MARVO BUSINESS GROUP: TECLADO TRI-MODE PARA GAMERS

MARVO BUSINESS GROUP: TRI-MODE KEYBOARD FOR GAMERS

O **Marvo Business Group** expôs os mais recentes lançamentos para jogadores de video-game. Na esteira da marca global de periféricos de alto desempenho, estavam teclados, mouses, headsets e cadeiras gamers. **"Estamos promovendo a série Titan de teclado, mecânico, com novo design e muitas funções", disse Jakub Chrzanowski, diretor de marketing. Destaque para o modelo Titan 98 Tri-Mode, projetado para o máximo desempenho de usuários avançados e profissionais, com conexão sem fio 2.4 G e Bluetooth.**

Com uma rede internacional de distribuidores, revendedores e varejistas em mais de 80 países, a empresa já participou das principais feiras internacionais e estreou neste ano na Eletrolar Show. "Participar da feira foi parte de nossa estratégia global, ou seja, promover nossa marca própria e também as licenciadas. Devemos continuar nos próximos anos", afirmou Jakub. ■■



JAKUB CHRZANOWSKI, DIRETOR DE MARKETING
MARKETING DIRECTOR

Marvo Business Group *showcased its latest releases for video game players. Following the global brand of high-performance peripherals were keyboards, mice, headsets, and gaming chairs.* ***"We are promoting the Titan series of mechanical keyboards, with new design and many functions," said Jakub Chrzanowski, marketing director. Highlight for the Titan 98 Tri-Mode model, designed for maximum performance of advanced and professional users, with 2.4 G wireless and Bluetooth connection.***

With an international network of distributors, resellers, and retailers in more than 80 countries, the company has already participated in major international fairs and debuted this year at Eletrolar Show. "Participating in the fair was part of our global strategy, that is, to promote our own brand and also licensed ones. We intend to continue in the coming years," said Jakub. ■■

MASTERDRIVE: GARANTIA DE 10 ANOS É O DIFERENCIAL

MASTERDRIVE: 10-YEAR WARRANTY IS THE DIFFERENTIAL

Expositora pela primeira vez na Eletrolar Show, a **Masterdrive** destacou a sua **Linha SSD Plus e cartões voltados para notebooks. "Nosso diferencial é oferecer tecnologia com qualidade e garantia de 10 anos em todos os produtos da marca", disse Edvan Melo, gerente-geral da empresa.**

Fundada em 2009, a Masterdrive atua em todo o Brasil. Oferece **soluções em armazenamento de dados, como SSDs, cartões de memória e pen drives, além de acessórios para celulares e itens de informática**. "A experiência que tivemos na feira foi incrível, realizamos vendas e prospecções. Prometemos voltar no próximo ano com estande maior e mais lançamentos", contou Edvan. ■■



EDVAN MELO, GERENTE-GERAL
GERENTE-GERAL

Exhibiting for the first time at Eletrolar Show, ***Masterdrive*** *highlighted its* ***SSD Plus line and cards for notebooks. "Our differential is to offer technology with quality and a 10-year warranty on all brand products," said Edvan Melo, the company's general manager.***

Founded in 2009, Masterdrive operates throughout Brazil. It offers ***data storage solutions, such as SSDs, memory cards, and pen drives, in addition to cell phone accessories and computer items.*** *"The experience we had at the fair was incredible, we made sales and prospects. We promise to return next year with a bigger booth and more launches," said Edvan.* ■■

MCDODO: FONE DE OUVIDO COM TRADUÇÃO SIMULTÂNEA

MCDODO: SMART EARPHONE WITH INSTANT TRANSLATION

A **Mcdodo**, importadora de produtos eletrônicos e acessórios para smartphones, apresentou um fone de ouvido capaz de promover uma conversa entre pessoas de nacionalidades distintas. **O fone Mcdodo AI Translator utiliza a inteligência artificial para traduzir, simultaneamente, o idioma falado. "A pessoa conversa em japonês, e a outra ouve em português ou vice-versa. A inteligência artificial está chegando ao mundo dos acessórios", disse Francisco Matos, gerente-geral.**

Os **fones intra-auriculares possuem tecnologia de redução de ruídos, 24 horas de autonomia e resistência a respingos (iPX4).** No estande, a empresa também expôs power banks e cabos de carregamento magnéticos que evitam nós e enrolamentos. **"É a nossa terceira vez na feira. A cada ano, acreditamos mais no evento e investimos mais", afirmou Francisco.** ■■



FRANCISCO MATOS, GERENTE-GERAL
GERENTE-GERAL

Mcdodo, *an importer of electronic products and accessories for smartphones, presented an earphone capable of enabling conversation between people of different nationalities.* ***The Mcdodo AI Translator earphone uses artificial intelligence to simultaneously translate the spoken language. "One person speaks in Japanese, and the other hears it in Portuguese or vice versa. Artificial intelligence is reaching the world of accessories," said Francisco Matos, general manager.***

The ***in-ear earphones feature noise reduction technology, 24-hour autonomy, and splash resistance (iPX4).*** *At the booth, the company also displayed power banks and magnetic charging cables that prevent knots and tangling.* ***"This is our third time at the fair. Each year, we believe more in the event and invest more," said Francisco.*** ■■

METÁVILA: AQUECIMENTO INTELIGENTE

METÁVILA: SMART HEATING

Um produto que polui menos, mais ecológico, que não deixa cheiro de fumaça e não faz cinza. Foi com todas essas vantagens que a **Metávila** apresentou as **lareiras fechadas de alto rendimento e a lareira a pellet na Eletrolar Show. "Nós queimamos a lenha e, depois que o forno ultrapassa uma certa temperatura, começamos a queimar os gases gerados pela queima da lenha. Isso faz a eficiência e a economia do nosso produto serem absolutamente superiores na comparação com um equipamento convencional", explicou Hans Fassbinder, diretor comercial da empresa.**

Mais um destaque da Metávila foi o **calefator modelo Montevidéu. "É o mais vendido no Brasil e no Uruguai. Está presente em 16 países, é o nosso grande campeão de vendas", afirmou Hans.** Neste segundo semestre, a empresa vai focar nas exportações, em especial para a América do Norte e para a Europa. ■■



HANS FASSBINDER, DIRETOR COMERCIAL
COMMERCIAL DIRECTOR

A product that pollutes less, is more ecological, does not leave a smoke smell, and produces no ash. With all these advantages, ***Metávila*** *presented* ***high-performance closed fireplaces and the pellet fireplace at Eletrolar Show. "We burn the wood and, after the furnace surpasses a certain temperature, we start burning the gases generated by the wood combustion. This makes our product's efficiency and economy absolutely superior compared to a conventional device," explained Hans Fassbinder, the company's commercial director.***

Another highlight from Metávila was ***the Montevidéu heater model. "It is the best seller in Brazil and Uruguay. It is present in 16 countries and is our great sales champion," said Hans.*** *In the second semester, the company will focus on exports, especially to North America and Europe.* ■■

MICROPACK: POWER BANK SEM FIO COM CARREGAMENTO POR INDUÇÃO

MICROPACK: WIRELESS POWER BANK WITH INDUCTION CHARGING

Com passos firmes e certeiros, a **Micropack** espera crescer no mercado de acessórios para computadores e celulares, tendo o design como um dos pontos fortes. **"Inicialmente, nosso objetivo é encontrar o parceiro certo para trabalharmos juntos. Depois, a ideia é investir em um bom marketing para fazer as pessoas conhecerem o nosso produto", disse Shirley Zhong, gerente-geral da Micropack.**

O destaque da empresa, na Eletrolar Show, foi o **power bank sem fio 4 em 1 de 10.000 mAh. O equipamento oferece carregamento simultâneo para até quatro dispositivos, duas portas USB-C, recarga rápida para relógios Apple e Samsung e suporte de couro integrado. "Nossos produtos se destacam pela potência, tecnologia e design", explicou Shirley.** ■■



SHIRLEY ZHONG, GERENTE-GERAL
GENERAL MANAGER

With firm and precise steps, ***Micropack*** *expects to grow in the market for computer and cell phone accessories, having design as one of its strong points.* ***"Initially, our goal is to find the right partner to work together. Then, the idea is to invest in good marketing to make people aware of our product," said Shirley Zhong, general manager of Micropack.***

The company's highlight at Eletrolar Show was the ***10,000 mAh 4-in-1 wireless power bank. The device offers simultaneous charging for up to four devices, two USB-C ports, fast charging for Apple and Samsung watches, and an integrated leather stand. "Our products stand out for their power, technology, and design," explained Shirley.*** ■■

MICROWEAR: CONECTIVIDADE E TECNOLOGIA NO PULSO

MICROWEAR: CONNECTIVITY AND TECHNOLOGY ON THE WRIST

O destaque da **Microwear** na Eletrolar Show foi o **smartwatch de última geração ultra I3 5G, que é equipado com conectividade 5G, chip, memória de 16 GB, câmera, sistema operacional Android e a presença da Google Play com aplicativos pré-instalados: WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, Google Maps e Spotify, entre outros. "Atualmente, esse é o nosso campeão de vendas. A procura foi muito grande", contou Nathalia Teixeira, representante comercial da empresa.**

Com bons números em vendas, a Microwear já planeja o retorno à feira em 2026. **"A Eletrolar Show foi muito positiva para nós. Estamos buscando novos clientes, crescer no mercado, expandir nossa marca e aumentar as vendas no segundo semestre de 2025 para voltarmos mais fortes na feira do ano que vem. Essa é a nossa expectativa", disse Nathalia.**



NATHALIA TEIXEIRA, REPRESENTANTE COMERCIAL
SALES REPRESENTATIVE

The highlight from ***Microwear*** *at Eletrolar Show was the* ***ultra I3 5G next-generation smartwatch, equipped with 5G connectivity, chip, 16 GB memory, camera, Android operating system, and Google Play presence with pre-installed apps: WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, Google Maps, and Spotify, among others. "Currently, this is our sales champion. Demand was very high," said Nathalia Teixeira, the company's sales representative.***

With good sales numbers, Microwear is already planning to return to the fair in 2026. ***"Eletrolar Show was very positive for us. We are seeking new clients, growing in the market, expanding our brand, and increasing sales in the second semester of 2025 to return stronger at next year's fair. That is our expectation," said Nathalia.***

MODERNA: SOLUÇÕES DE CERTIFICAÇÃO

MODERNA: CERTIFICATION SOLUTIONS

Pelo segundo ano na feira, a **Moderna** ofereceu **soluções de certificação para a importação de produtos eletrônicos, eletrodomésticos e de saúde. "É importante falarmos sobre conscientização e legalidade. Oferecemos material gráfico e um e-book técnico para orientar os clientes", contou Ademir Barbaro, diretor da empresa.** O processo de certificação é concluído em até 30 dias.

A empresa apresentou o aplicativo **Moderna Hub**, que permite o acompanhamento virtual dos processos de certificação, e o programa **Moderna Zero**. "É um pacote de serviços que oferecemos para ajudar no início da importação de produtos eletrônicos e eletrodomésticos de forma segura e eficiente, inclusive no que diz respeito à Anatel e ao Inmetro. **"A Eletrolar Show ajuda a reduzir o preconceito e a dificuldade que as pessoas enxergam no processo de certificação", disse Ademir.**



ADEMIR BARBARO, DIRETOR
DIRECTOR

For the second year at the fair, ***Moderna*** *offered certification* ***solutions for the import of electronic, household, and healthcare products. "It is important to talk about awareness and legality. We offer graphic material and a technical e-book to guide clients," said Ademir Barbaro, the company's director.*** *The certification process is completed in up to 30 days.*

The company presented the ***Moderna Hub*** *app, which allows virtual tracking of certification processes, and the* ***Moderna Zero*** *program. "It is a package of services we offer to help at the beginning of importing electronic and household products safely and efficiently, including matters related to Anatel and Inmetro.* ***Eletrolar Show helps to reduce the prejudice and difficulty people see in the certification process,"*** *said Ademir.*

MOFII: TECLADOS INTELIGENTES COM DESIGN COLORIDO

MOFII: SMART KEYBOARDS WITH COLORFUL DESIGN

A **Mofii** participou pela terceira vez da Eletrolar Show e reforçou seu compromisso com a tecnologia acessível e o design inovador. É reconhecida por ter criado os primeiros teclados coloridos, cujas versões modernas foram apresentadas na feira. **"Também nos destacamos por desenvolver modelos com comando de voz por inteligência artificial e mouses personalizados", disse Frankie Wu, diretor da companhia.**

Seu portfólio é voltado a públicos diversos, com produtos de qualidade e materiais seguros até para o uso infantil. Presente nos mercados dos Estados Unidos, Europa e Ásia, a Mofii enxerga o Brasil como um ponto estratégico. **"Aqui estão os clientes que nos interessam. Por isso, já colocamos a Eletrolar Show em nosso calendário oficial", afirmou Frankie, que já planeja o retorno à feira no próximo ano.** ■■



FRANKIE WU, DIRETOR
DIRECTOR

Mofii** participated for the third time at Eletrolar Show and reinforced its commitment to accessible technology and innovative design. It is recognized for having created the first colorful keyboards, whose modern versions were presented at the fair.* ***"We also stand out for developing models with voice command through artificial intelligence and customized mice," said Frankie Wu, the company's director.

Its portfolio is aimed at diverse audiences, with quality products and safe materials even for children's use. Present in the markets of the United States, Europe, and Asia, Mofii sees Brazil as a strategic point. ***"Here are the clients we are interested in. That is why we have already placed Eletrolar Show in our official calendar," stated Frankie, who is already planning to return to the fair next year.*** ■■

MONSTER / TRANSFORMERS: FOCO NO BRASIL E EM NOVOS PARCEIROS

MONSTER / TRANSFORMERS: FOCUS ON BRAZIL AND NEW PARTNERS

Pela terceira vez na Eletrolar Show, a **Monster/ Transformers** reforçou seu interesse em expandir sua presença no mercado brasileiro. **"Somos reconhecidos por nossa linha de acessórios tecnológicos, como fones, power banks, cabos e câmeras, e temos licenças internacionais para comercializar produtos das marcas Monster High e Transformers", disse Martina Lui, gerente de vendas da empresa.**

O alvo, agora, é firmar parcerias com representantes, distribuidores e importadores locais. A participação na feira foi estratégica para ampliar a rede de contatos e explorar oportunidades na América Latina. **"Alcançamos bons resultados e conexões importantes por aqui"**, destacou Martina. A empresa aposta em inovação, qualidade e preços acessíveis para crescer no País. ■■



MARTINA LIU, GERENTE DE VENDAS
SALES MANAGER

For the third time at Eletrolar Show, ***Monster/ Transformers*** *reinforced its interest in expanding its presence in the Brazilian market.* ***"We are recognized for our line of technological accessories, such as headphones, power banks, cables, and cameras, and we have international licenses to market products from the Monster High and Transformers brands," said Martina Lui, the company's sales manager.***

The current target is to establish partnerships with local representatives, distributors, and importers. Participation in the fair was strategic to expand the network of contacts and explore opportunities in Latin America. ***"We achieved good results and important connections here,"*** *highlighted Martina. The company bets on innovation, quality, and affordable prices to grow in the country.* ■■

MORELLI: FOGÕES PREMIUM PARA A ALTA GASTRONOMIA

MORELLI: PREMIUM STOVES FOR HIGH GASTRONOMY

A **Morelli**, empresa argentina com mais de 35 anos de atuação, apresentou sua **linha gourmet de fogões**. O destaque foi o **modelo Magna, equipado com dois fornos independentes, que permitem o preparo de múltiplos pratos simultaneamente. Um é a gás com grill e outro elétrico com convecção. "Vem com seis queimadores de alta e baixa potência, e uma chapa que é o diferencial, para fazer pizzas, por exemplo", disse Zamir Mendes, gerente de operações da companhia.**

O fogão Magna possui **dimensões de 120 x 85 x 65 cm, acabamento de aço inox e capacidade de 62+54 litros**. "Estamos na Argentina, Bolívia, Uruguai, Paraguai e, agora, entrando com muita expectativa no Brasil", salientou Zamir. "Vemos uma curva de crescimento importante, porque é um mercado que está, não vou dizer completamente blindado às crises, mas ele tem bastante resistência", explicou. A empresa participou pela primeira vez da feira e considerou que ela é excelente para estabelecer contatos comerciais e conhecer fornecedores. ■■



ZAMIR MENDES, GERENTE DE OPERAÇÕES
OPERATIONS MANAGER

Morelli,** an Argentine company with over 35 years of operation, presented its **gourmet line of stoves.** The highlight was the **Magna model, equipped with two independent ovens, allowing the preparation of multiple dishes simultaneously. One is gas with grill, and the other is electric with convection. "It comes with six high and low power burners, and a griddle that is the differential, for making pizzas, for example," said Zamir Mendes, the company's operations manager.

*The Magna stove **measures 120 x 85 x 65 cm, has a stainless steel finish, and capacities of 62+54 liters.** "We are in Argentina, Bolivia, Uruguay, Paraguay, and now entering Brazil with great expectations," emphasized Zamir. "We see an important growth curve because it is a market that is, I won't say completely shielded from crises, but it is quite resistant," he explained. The company participated in the fair for the first time and considered it excellent for establishing business contacts and meeting suppliers.* ■■

MURER: LANÇA ELÉTRICA ANTICHAMAS

MURER: FIRE-EXTINGUISHING ELECTRIC LANCE

A **Murer** trouxe seu lançamento para a Eletrocar Show. **"Nossa inovação é a lança elétrica que extingue fogo em bateria de lítio de carros elétricos. Com tecnologia alemã, é produzida pela empresa em conjunto com a VW, na Alemanha", explicou Felipe Castillo, gerente-geral da Murer. A companhia tem mais de** 20 anos de atuação na Alemanha e está no Brasil desde 2014.

Na feira, também apresentou equipamentos e ferramentas para segurança e combate a incêndio. **"O objetivo foi fazer contatos e mostrar a tecnologia do nosso produto. Fala-se muito sobre carros elétricos, autonomia e tendências no setor de mobilidade, mas segurança ainda é um tema pouco abordado. Por isso, considero fundamental trazer esse ponto de vista também para o centro das discussões e decisões de negócio", afirmou Felipe.** ■■



FELIPE CASTILLO, GERENTE-GERAL
GENERAL MANAGER

***Murer** brought its launch to Eletrocar Show. **"Our innovation is the electric lance that extinguishes fires in lithium batteries of electric cars. With German technology, it is produced by the company together with VW in Germany," explained Felipe Castillo, Murer's general manager. The company has over** 20 years of operation in Germany and has been in Brazil since 2014.*

*At the fair, it also presented equipment and tools for safety and firefighting. **"The goal was to make contacts and showcase the technology of our product. There is much talk about electric cars, autonomy, and trends in the mobility sector, but safety is still a little-discussed topic. That is why I consider it essential to also bring this point of view to the center of discussions and business decisions," said Felipe.*** ■■

NEEWER: SOLUÇÕES INOVADORAS EM ILUMINAÇÃO

NEEWER: INNOVATIVE LIGHTING SOLUTIONS

Reconhecida mundialmente por sua linha de equipamentos para vídeo e fotografia, a **Neewer** marcou presença pela primeira vez na Eletrolar Show, quando destacou sua estratégia de expansão na América do Sul. **"Com 15 anos de mercado, trouxemos ao evento uma variedade de produtos, como ring lights, luzes RGB, tripés, flashes e lentes", contou Calvin Chen, gerente de vendas da marca.**

O grande destaque ficou por conta das **luzes tubulares TL 120 C e TL 90C, com bateria interna, autonomia de até quatro horas e software proprietário que permite personalizar a iluminação em RGB, daylight ou conforme o ritmo da música, quando conectadas a uma caixa de som.** "Viemos com a intenção de encontrar novos distribuidores e fortalecer a imagem da Neewer no Brasil e na América do Sul", disse Calvin. ■■



CALVIN CHEN, GERENTE DE VENDAS
SALES MANAGER

Recognized worldwide for its line of equipment for video and photography, ***Neewer*** *was present for the first time at Eletrolar Show, when it highlighted its expansion strategy in South America.* ***"With 15 years in the market, we brought to the event a variety of products, such as ring lights, RGB lights, tripods, flashes and lenses," said Calvin Chen, sales manager of the brand.***

*The big highlight was the t****ubular lights TL 120 C and TL 90C, with internal battery, autonomy of up to four hours and proprietary software that allows customizing the lighting in RGB, daylight or according to the rhythm of the music, when connected to a speaker.*** *"We came with the intention of finding new distributors and strengthening the image of Neewer in Brazil and South America," said Calvin.* ■■

NEOTEK: POTÊNCIA EM SOM

NEOTEK: POWER IN SOUND

A **Neotek** destacou a **caixa de som U5, que tem potência de saída de 60 W com radiador passivo duplo, alcance de frequência de 55 Hz a 20 KHz, bateria de lítio, Bluetooth V5 e tempo de reprodução de seis horas com volume de 50% e luz acesa. "O Brasil é o maior país da América do Sul. Esperamos crescer muito aqui", disse Zhao Chunzhi, gerente de vendas.**

Na feira, a empresa visou a parcerias e novos clientes. **"Há uma grande demanda por áudio no País. As pessoas gostam bastante de música e de festas. Nossos produtos são muito adequados para as necessidades dos brasileiros", afirmou Zhao.** ■■



ZHAO CHUNZHI, GERENTE DE VENDAS
SALES MANAGER

Neotek *highlighted the* ***U5 speaker, which has an output power of 60 W with dual passive radiator, frequency range from 55 Hz to 20 KHz, lithium battery, Bluetooth V5, and playback time of six hours at 50% volume with light on. "Brazil is the largest country in South America. We expect to grow a lot here," said Zhao Chunzhi, sales manager.***

At the fair, the company aimed at partnerships and new clients. ***"There is a great demand for audio in the country. People like music and parties a lot. Our products are very suitable for Brazilians' needs," stated Zhao.*** ■■

NETAC: MEMÓRIA E ARMAZENAMENTO

NETAC: MEMORY AND STORAGE

Especializada em memória e armazenamento, a **Netac** estreou na Eletrolar Show em 2025. **"Somos fornecedores de produtos e soluções na área de aplicações flash globais, que impulsionam o crescimento e a conexão em escala global. Queremos ampliar os negócios no Brasil, oferecendo melhor desempenho e capacidade de memória. Estamos introduzindo dispositivos como o DDR5, a quinta geração de memória RAM", contou Steve Liu, gerente de vendas da empresa.**

Dentre os lançamentos, destaque para o dispositivo de armazenamento **NVI50HK M.2 2280 PCIe 5.0. "É um produto diferenciado por suas especificações", afirmou Steve.** A interface PCIe Gen5 x4 para transferência de dados é ultrarrápida. As velocidades de leitura/gravação são de até 10.300 MB/s. **É perfeito para jogos de alta performance, com renderização 3D e cargas intensivas**. Suporta NVMe 2.0 para melhor gerenciamento e eficiência de dados. E o gerenciamento térmico tem dissipador de calor de alta performance. ■■



STEVE LIU, GERENTE DE VENDAS
SALES MANAGER

Specialized in memory and storage, ***Netac*** *debuted at Eletrolar Show in 2025.* ***"We are suppliers of products and solutions in the area of global flash applications, which drive growth and connection on a global scale. We want to expand business in Brazil, offering better performance and memory capacity. We are introducing devices such as DDR5, the fifth generation of RAM memory," said Steve Liu, sales manager of the company.***

Among the launches, highlight for the storage device ***NVI50HK M.2 2280 PCIe 5.0. "It is a differentiated product by its specifications," said Steve.*** *The PCIe Gen5 x4 interface for data transfer is ultra-fast. The read/write speeds are up to 10,300 MB/s.* ***It is perfect for high-performance games, with 3D rendering and intensive workloads.*** *Supports NVMe 2.0 for better data management and efficiency. And the thermal management has a high-performance heat sink.* ■■

NEW.UP: BEBEDOURO INDUSTRIAL DE ALTA PERFORMANCE

NEW.UP: HIGH-PERFORMANCE INDUSTRIAL WATER COOLER

A **New.UP** lançou o **bebedouro industrial NWP25, de alta performance, em duas versões: bancada e coluna.** Tem capacidade para 25 litros, refrigeração de 10 litros por hora e baixo consumo de energia. **"O produto é ideal para locais de grande fluxo, como escolas, academias, escritórios e indústrias", salientou o diretor comercial da empresa, Danilo Tetzner.** No mercado há 17 anos, a New.UP tem fabricação concentrada em Limeira (SP) e assistência técnica em todo o País.

O produto é sazonal. Assim, até agosto há uma queda na procura, contou Danilo. "Mas apostamos em uma subida das vendas depois desse mês e temos a perspectiva de um bom crescimento no ano. **Também tenho que registrar a relevância da Eletrolar Show para conquistar novos parceiros e fechar negócios. Esta foi a nossa terceira participação."** ■■



DANILO TETZNER, DIRETOR COMERCIAL
COMMERCIAL DIRECTOR

New.UP *launched the* ***NWP25 high-performance industrial water cooler, in two versions: countertop and column.*** *It has a 25-liter capacity, cooling of 10 liters per hour, and low energy consumption.* ***"The product is ideal for high-traffic places, such as schools, gyms, offices, and industries," emphasized the company's commercial director, Danilo Tetzner.*** *In the market for 17 years, New.UP has its manufacturing concentrated in Limeira (SP) and technical assistance throughout the country.*

The product is seasonal. Thus, until August there is a drop in demand, said Danilo. "But we are betting on an increase in sales after that month and have the perspective of good growth in the year. ***I must also highlight the relevance of Eletrolar Show to win new partners and close deals. This was our third participation."*** ■■

NLG COMEX E 4S JORNADAS: ATENDIMENTO PERSONALIZADO AOS CLIENTES

NLG COMEX AND 4S JORNADAS: PERSONALIZED CLIENT SERVICE

Há mais de 20 anos no mercado de comércio exterior, a **NLG** identificou que, além de prestar assessoria porta a porta para os clientes, ou seja, em todas as etapas da importação e exportação, era necessário ampliar o atendimento. A partir dessa avaliação, criou a **Jornadas 4S**, cujo foco está em clientes que precisam identificar se querem ou não se tornar importadores e se têm condições para esse fim.

"Entendemos que era melhor focar o serviço inicial na Jornadas 4S. Geralmente, nessa etapa, o cliente não tem o conhecimento básico da importação", explicou Marta Carvalho, coordenadora operacional da NLG Comex e 4S Jornadas. Enquanto a nova empresa busca se consolidar, a NLG quer conquistar os chineses. **"Nosso foco no mercado de exportação e importação é a China, que tende a crescer cada vez mais, muito por conta da tecnologia e dos preços acessíveis", afirmou Marta.** ■■



MARTA CARVALHO, COORDENADORA OPERACIONAL
OPERATIONS COORDINATOR

*With more than 20 years in the foreign trade market, **NLG** identified that, in addition to providing door-to-door consultancy for clients, that is, in all stages of import and export, it was necessary to expand service. From this evaluation, it created **Jornadas 4S**, whose focus is on clients who need to identify whether they want or not to become importers and if they have conditions for this purpose.*

***"We understood that it was better to focus the initial service on Jornadas 4S. Usually, at this stage, the client does not have the basic knowledge of importing," explained Marta Carvalho, operations coordinator at NLG Comex and 4S Jornadas.** While the new company seeks to consolidate itself, NLG wants to conquer the Chinese. **"Our focus in the export and import market is China, which tends to grow more and more, much due to technology and affordable prices," stated Marta.** ■■*

OI VIDA: KIT SUPER POWER FOI O DESTAQUE

OI VIDA: SUPER POWER KIT WAS THE HIGHLIGHT

A **Oi Vida** lançou na feira um portfólio voltado ao segmento de beleza e cuidados pessoais, com produtos que aliam desempenho e bom custo-benefício, como máquinas de corte, pranchas, secadores e aparelhos para acabamento. **"Um dos grandes destaques foi o Kit Super Power VGR, que reúne os principais equipamentos profissionais em uma só embalagem", disse Daniela Franco, gestora executiva da empresa.**

Participar da Eletrolar Show foi uma decisão estratégica. **"Resolvemos vir para uma das maiores feiras do ramo para obter engajamento à marca, fortalecer o relacionamento com lojistas e distribuidores e ampliar a presença no mercado nacional"**, disse Daniela. ■■



DANIELA FRANCO, GESTORA EXECUTIVA
EXECUTIVE MANAGER

O i Vida** launched at the fair a portfolio aimed at the beauty and personal care segment, with products that combine performance and cost-benefit, such as clippers, straighteners, dryers, and finishing devices. **"One of the great highlights was the Super Power VGR Kit, which brings together the main professional equipment in a single package," said Daniela Franco, the company's executive manager.

*Participating in Eletrolar Show was a strategic decision. **"We decided to come to one of the largest fairs in the sector to gain brand engagement, strengthen relationships with retailers and distributors, and expand our presence in the national market,"** said Daniela.* ■■

ON CHARGE: VENDAS ACIMA DO ESPERADO NA ES

ON CHARGE: SALES ABOVE EXPECTATIONS AT ES

A **On Charge** estreou na Eletrolar Show surpreendendo até a própria equipe com o volume de vendas dos **carregadores elétricos** já nos primeiros dias do evento. De acordo com a empresa, alguns clientes quiseram levar os carregadores direto da feira para a empresa. "Viemos com a intenção de divulgar nossa marca, mas já no primeiro dia vendemos 15 carregadores de 80 kW, e os números **continuaram subindo", revelou Jardel Silva, CEO da empresa.**

O destaque da On Charge ficou com os carregadores de produção nacional, com potências de 30 kW a 240 kW. Todos são equipados com software interno nacional e plataforma de gestão gratuita. "Desenvolvemos um sistema amigável, 100% em português, que permite aos clientes monitorar, monetizar e até personalizar a operação de recarga via aplicativo ou interface na tela", explicou Jardel. ■■



JARDEL SILVA, CEO

On Charge debuted at Eletrolar Show, surprising even its own team with the sales volume of ***electric chargers*** *in the first days of the event. According to the company, some clients wanted to take the chargers directly from the fair to their companies. "We came with the intention of promoting our brand, but already on the first day we sold 15 chargers of 80 kW, and the numbers* ***kept increasing," revealed Jardel Silva, the company's CEO.***

The highlight of On Charge was the nationally produced chargers, with power from 30 kW to 240 kW. All are equipped with national internal software and free management platform. "We developed a user-friendly system, 100% in Portuguese, which allows clients to monitor, monetize, and even customize the charging operation via app or on-screen interface," explained Jardel. ■■

ONE-X: CAIXAS DE SOM CAYATEK 60 W

ONE-X: CAYATEK 60 W SPEAKERS

A **One-X**, pela primeira vez na Eletrolar Show, apresentou sua **linha de produtos no segmento de eletrônicos, variedades e itens de beleza**. O destaque, no entanto, foi a **caixa de som Cayatek, com 60 W de potência, resistente à água, com bateria de longa duração (8 horas). "Somos importadores e trabalhamos com uma variada gama de produtos. Aqui estão expostos os campeões de venda", disse William Fernandes, representante da marca.**

A caixa de som Cayatek, informou William, oferece uma experiência sonora imersiva, **ideal para festas, encontros ao ar livre e momentos de lazer. A tecnologia IPX6**, resistente à água, garante o uso sem preocupações, mesmo em ambientes úmidos ou na piscina. "Foi ótima a experiência na feira. Conseguimos bons contatos e mostramos nossos produtos", avaliou. A **One-X** é uma empresa brasileira com foco no mercado B2B, atendendo distribuidores, atacadistas e lojistas. ■■



WILLIAM FERNANDES, REPRESENTANTE DA ONE-X
REPRESENTATIVE OF ONE-X

One-X, *for the first time at Eletrolar Show, presented its* ***product line in the electronics, variety, and beauty items segment.*** *The highlight, however, was the* ***Cayatek speaker, with 60 W power, water resistant, and long-lasting battery (8 hours). "We are importers and work with a wide range of products. Here we are displaying the best sellers," said William Fernandes, brand representative.***

The Cayatek speaker, informed William, offers an immersive sound experience, ***ideal for parties, outdoor gatherings, and leisure moments. The IPX6 water resistance technology*** *ensures use without concerns, even in humid environments or at the pool. "The experience at the fair was great. We got good contacts and showed our products," he said.* ***One-X*** *is a Brazilian company focused on the B2B market, serving distributors, wholesalers, and retailers.* ■■

OUKITEL: SMARTPHONES, TABLETS E SMARTWATCHES

OUKITEL: SMARTPHONES, TABLETS AND SMARTWATCHES

A **Oukitel** expôs uma linha completa de celulares, tablets e relógios inteligentes. **"Os produtos são reconhecidos por oferecerem resistência a quedas e ótimo custo-benefício", disse Cristal Yunji, diretora-executiva da empresa**, que soma 20 anos de atuação global.

Tecnologia acessível e logística eficiente são apostas da Oukitel. As compras podem ser feitas diretamente pelo seu site, com entrega para todo o mundo a partir de 200 unidades. **"A Eletrolar Show é muito grande e gera inúmeras oportunidades. Planejamos voltar no próximo ano com estande maior e mais novidades para o mercado latino-americano"**, contou Cristal. ■■



CRISTAL YUNJI, DIRETORA-EXECUTIVA
EXECUTIVE DIRECTOR

***O**ukitel exhibited a complete line of cell phones, tablets, and smartwatches**. "The products are recognized for offering resistance to falls and great cost-benefit," said Cristal Yunji, the company's executive director,** which has 20 years of global operation.*

*Accessible technology and efficient logistics are Oukitel's bets. Purchases can be made directly through its website, with worldwide delivery starting from 200 units. **"Eletrolar Show is very large and generates countless opportunities. We plan to return next year with a larger booth and more news for the Latin American market,"** said Cristal.* ■■

PANDA: TRICICLO ELÉTRICO SUSTENTÁVEL

PANDA: COMPANY HIGHLIGHTED SUSTAINABLE ELECTRIC TRICYCLE

Pela primeira vez na Eletrolar Show, a **Panda apresentou sua linha de scooters elétricas, com destaque para o triciclo autopropelido modelo WSD-U1S. O veículo, 100% elétrico, com bateria de lítio, que pode ser utilizado em condomínios, praias e supermercados, chamou a atenção pela pegada sustentável. "É um produto importante pela questão ambiental, por não usar combustível fóssil", avaliou Dong Wang, diretor comercial da empresa.**

O **triciclo** tem capacidade para **200 quilos**, com **distância entre eixos de 105 cm, potência do motor de 1.000 W** e **autonomia de até 90 quilômetros** com uma carga completa de seis horas – a depender do percurso e número de passageiros. A **velocidade máxima é de 32 km/h**. "Gostamos da feira, pois ela oferece oportunidades e muitos clientes. Em termos de negócios é positivo, conseguimos fazer propaganda da nossa marca", disse Dong. ■■



DONG WANG, DIRETOR COMERCIAL
COMMERCIAL DIRECTOR

*For the first time at Eletrolar Show, **Panda presented its line of electric scooters, with emphasis on the self-propelled tricycle model WSD-U1S. The vehicle, 100% electric, with lithium battery, which can be used in condominiums, beaches, and supermarkets, drew attention for its sustainable approach. "It is an important product for environmental issues, for not using fossil fuel," evaluated Dong Wang, the company's commercial director.***

*The **tricycle** has a capacity of **200 kilos**, with **a wheelbase of 105 cm, motor power of 1,000 W, and range of up to 90 kilometers** with a full six-hour charge – depending on the route and number of passengers. **The maximum speed is 32 km/h.** "We liked the fair because it offers opportunities and many clients. In business terms, it is positive, we managed to advertise our brand," said Dong.* ■■

PEJE: SMARTWATCH COM GPS INTEGRADO E BATERIA DE LONGA DURAÇÃO

PEJE: SMARTWATCH WITH INTEGRATED GPS AND LONG BATTERY LIFE

A **Peje**, fabricante internacional de dispositivos vestíveis inteligentes, apresentou uma linha diversificada de smartwatches modernos e tecnológicos. **O destaque foi o modelo GW08, com GPS integrado, bateria de 300 mAh, tela AMOLED e à prova d'água (até 5 metros). "O GPS dele é independente. Então, você pode deixar o celular em casa, fazer sua caminhada e, ao retornar, transmitir todas as informações do exercício realizado, como distância percorrida, velocidade e queima de calorias", explicou Fábio Gonçalves, gerente comercial.**

O relógio também monitora dados de saúde, como batimentos cardíacos, pressão arterial, oxigenação e medição do sono. "Conseguimos fechar várias parcerias e atrair muitos clientes na feira. O movimento foi bom. Acreditamos que a adesão aos smartwatches irá crescer ainda mais", disse Fábio. Foi a segunda participação da Peje na Eletrolar Show. ■■



FÁBIO GONÇALVES, GERENTE COMERCIAL
COMMERCIAL MANAGER

Peje,** an international manufacturer of smart wearable devices, presented a diversified line of modern and technological smartwatches.* ***The highlight was the GW08 model, with integrated GPS, 300 mAh battery, AMOLED screen, and waterproof (up to 5 meters). "Its GPS is independent. So, you can leave your phone at home, go for a walk, and upon returning, transfer all the information of the exercise performed, such as distance covered, speed, and calories burned," explained Fábio Gonçalves, commercial manager.

The watch also monitors health data, such as heart rate, blood pressure, oxygenation, and sleep measurement. "We managed to close several partnerships and attract many clients at the fair. *The movement was good. We believe that adherence to smartwatches will grow even more," said Fábio. It was Peje's second participation at Eletrolar Show.* ■■

PITAKA: LEVEZA, RESISTÊNCIA E RESPEITO AO MEIO AMBIENTE

PITAKA: LIGHTNESS, RESISTANCE AND RESPECT FOR THE ENVIRONMENT

Crescimento, mas sem esquecer das questões ambientais. Com essa premissa, a **Pitaka** pretende conquistar clientes. **"Nosso produto vende muito na China, mas ainda não entramos no mercado brasileiro. Este é o nosso objetivo, estamos buscando oportunidades para atuar aqui, queremos encontrar parceiros para trazer e divulgar nossos produtos no País", contou Samuel Han, gerente de vendas da empresa.**

Seus **modelos de capas para celular estão relacionados à natureza:** pôr do sol, lua, estrela e horizonte. **"Todos os nossos produtos passaram por um processo ambiental. Na fabricação, por exemplo, o material passou por uma filtração de água reutilizável, as nossas embalagens são feitas de fibra de cana e, a cada 4 mil embalagens que usamos, salvamos o equivalente a um campo de futebol cheio de árvores", disse Samuel.** ■■



SAMUEL HAN, GERENTE DE VENDAS
SALES MANAGER

Growth, but without forgetting environmental issues. With this premise, ***Pitaka*** *intends to win clients****. "Our product sells a lot in China, but we have not yet entered the Brazilian market. This is our goal, we are looking for opportunities to operate here, we want to find partners to bring and promote our products in the country," said Samuel Han, sales manager of the company.***

Its ***cell phone case models are related to nature:*** *sunset, moon, star, and horizon.* ***"All our products went through an environmental process. In manufacturing, for example, the material underwent reusable water filtration, our packaging is made of sugarcane fiber, and for every 4,000 packages we use, we save the equivalent of a football field full of trees," said Samuel.*** ■■

PÓLO CLIMA: SOLUÇÕES PORTÁTEIS DE CLIMATIZAÇÃO

PÓLO CLIMA: PORTABLE COOLING SOLUTIONS

A **Pólo Clima** lançou na feira a **Linha Ecology, composta por climatizadores portáteis residenciais com capacidades de 45L, 70L, 100L e 100L duplo**. São produtos evaporativos, com alto desempenho e eficiência energética. **"Todas as tecnologias são desenvolvidas internamente, garantindo inovação e controle de qualidade. Oferecemos garantia total de um ano em todas as linhas", afirmou Daniel Andreati**, diretor-executivo da empresa, que atende todo o País.

Há 27 anos no mercado, a Pólo Clima é referência em climatização veicular, residencial, comercial e industrial. Em 2025, participou pela segunda vez consecutiva da Eletrolar Show e já confirmou sua presença na próxima edição da feira, contou Daniel. **"Recebemos muitas visitas, apresentamos nossa marca para novos públicos e cumprimos nosso principal objetivo."** ■■



DANIEL ANDREATI, DIRETOR-EXECUTIVO
EXECUTIVE DIRECTOR

***Pólo Clima** launched at the fair the **Ecology Line, composed of residential portable coolers with capacities of 45L, 70L, 100L, and double 100L.** These are evaporative products, with high performance and energy efficiency. **"All technologies are developed internally, ensuring innovation and quality control. We offer a full one-year warranty on all lines," said Daniel Andreati,** executive director of the company, which serves the entire country.*

*With 27 years in the market, Pólo Clima is a reference in vehicle, residential, commercial, and industrial cooling. In 2025, it participated for the second consecutive time in Eletrolar Show and has already confirmed its presence at the next edition of the fair, said Daniel. **"We received many visits, presented our brand to new audiences, and achieved our main objective."** ■■*

PONER SAUND: APOSTA NA AMÉRICA LATINA

PONER SAUND: BETTING ON LATIN AMERICA

Com mais de 30 anos de experiência no setor de eletrônicos, a **Poner Saund** levou à Eletrolar Show seu mais novo lançamento, o **projetor S28**, com conexão Wi-Fi e compatibilidade com aplicativos de streaming, como Amazon Prime, Netflix e outros. **"O equipamento conta com 5.500 lúmens, proporcionando imagens mais brilhantes e de alta definição, ideal para vídeos em HD", disse Wang Xiaoxin, gerente de vendas da empresa.**

Presente em países da América do Sul, Ásia e nos Estados Unidos, a marca vê a feira como uma oportunidade de ampliar sua atuação no continente. **"Viemos em busca de novos parceiros no Brasil e em toda a América Latina. A feira é muito grande e tem um ótimo movimento, aqui é o lugar ideal", afirmou Wang.** ■■



WANG XIAOXIN, GERENTE DE VENDAS
SALES MANAGER

*With more than 30 years of experience in the electronics sector, **Poner Saund** brought to Eletrolar Show its newest launch, the **S28 projector**, with Wi-Fi connection and compatibility with streaming apps such as Amazon Prime, Netflix, and others. **"The equipment has 5,500 lumens, providing brighter and high-definition images, ideal for HD videos," said Wang Xiaoxin, sales manager of the company.***

*Present in South American countries, Asia, and the United States, the brand sees the fair as an opportunity to expand its presence in the continent. "**We came in search of new partners in Brazil and all over Latin America. The fair is very large and has great movement, here is the ideal place," stated Wang.** ■■*

PORTO BANK: CRESCIMENTO PLANEJADO

PORTO BANK: PLANNED GROWTH

O **Porto Bank** apresentou o **Consórcio Porto Bank**, uma solução financeira acessível e estratégica para quem deseja investir na expansão do negócio ou ampliar o patrimônio de forma planejada. **"Um dos grandes diferenciais do produto é a flexibilidade de crédito, que se adapta às diferentes necessidades dos clientes, além do atendimento consultivo prestado por especialistas, que auxiliam na escolha da melhor opção de investimento", explicou Carlos Gondim, diretor de soluções de acúmulo do Porto Bank.**

Carlos reforçou a importância de participar da feira, que considera um dos maiores eventos da América Latina, onde estão os empreendedores que podem se beneficiar do consórcio. **"Durante o evento, as conversas foram promissoras, porque temos uma opção ideal para quem busca aumentar a frota, abrir uma nova filial ou estruturar melhor seu escritório",** completou o executivo. ■■



CARLOS GONDIM, DIRETOR DE SOLUÇÕES DE ACÚMULO
DIRECTOR OF ACCUMULATION SOLUTIONS

P**orto Bank presented the **Porto Bank Consortium**, an accessible and strategic financial solution for those who want to invest in business expansion or increase assets in a planned way.* ***"One of the great differentials of the product is credit flexibility, which adapts to the different needs of clients, in addition to consultative service provided by specialists, who assist in choosing the best investment option," explained Carlos Gondim, director of accumulation solutions at Porto Bank.

Carlos reinforced the importance of participating in the fair, which he considers one of the largest events in Latin America, where entrepreneurs who can benefit from the consortium are present. ***"During the event, conversations were promising, because we have an ideal option for those looking to increase their fleet, open a new branch, or better structure their office," added the executive.*** ■■

PRAXIS ELETRODOMÉSTICOS: TANQUINHO DE 22 KG E VENTILADOR TORRE

PRAXIS ELETRODOMÉSTICOS: 22 KG WASHING MACHINE AND TOWER FAN

Na feira, os dois principais lançamentos da **Praxis Eletrodomésticos** foram a **lavadora tanquinho 22 kg, com o exclusivo sistema Inverter, que lava nos dois sentidos e não estraga a roupa, e o ventilador torre, de 110 cm e 90 cm, com sistema de segurança e sem pás aparentes**. Todos os produtos da Praxis são fabricados em Minas Gerais. **"Estamos aumentando o mix de itens, incluindo purificador, lava-louças, climatização e lavadoras, e inserindo diferenciais em cada produto", destacou Denis Fornari, gerente comercial e de marketing da empresa.**

Com o slogan "Produtos com algo a mais", a Praxis vem incrementando o diferencial de suas linhas. Essa é uma das razões para a empresa estar otimista em relação a este semestre. **"A participação na Eletrolar Show influencia as vendas porque divulga a marca e os produtos junto ao mercado varejista e supermercadista de todo o País, expandindo os negócios e o netwoking", disse Denis.** ■■



DENIS FORNARI, GERENTE COMERCIAL E DE MARKETING
COMMERCIAL AND MARKETING MANAGER

*At the fair, the two main launches of **Praxis Eletrodomésticos** were the **22 kg washing machine with the exclusive Inverter system, which washes in both directions and does not damage clothes, and the tower fan, 110 cm and 90 cm, with safety system and no visible blades.** All Praxis products are manufactured in Minas Gerais.* ***"We are increasing the mix of items, including purifier, dishwasher, cooling, and washing machines, and adding differentials in each product," highlighted Denis Fornari, the company's commercial and marketing manager.***

With the slogan "Products with something extra," Praxis has been enhancing the differential of its lines. This is one of the reasons why the company is optimistic about this semester. ***"Participation in Eletrolar Show influences sales because it promotes the brand and products with the retail and supermarket markets throughout the country, expanding business and networking," said Denis.*** ■■

PROOVE: IMPRESSORA DE PELÍCULA PROTETORA PARA DISPOSITIVOS MÓVEIS

PROOVE: PROTECTIVE FILM PRINTER FOR MOBILE DEVICES

A **Proove**, especializada em acessórios para dispositivos móveis, estreou na feira com uma variedade de produtos. **O destaque foi a impressora de película protetora à base de hidrogel para smartphones e tablets. "O modelo plotter Blade oferece cortes de até 0,1 mm de precisão e velocidade variável de 300 a 500 mm/s, permitindo trabalhos rápidos e de alta qualidade, mesmo em materiais delicados", disse Sherry Wang, gerente de vendas.** O dispositivo, com peso de 4,7 kg e consumo energético inferior a 50 W, alia portabilidade e eficiência em oficinas e ambientes móveis.

Outro destaque foi a **impressora fotográfica Proove Memories, que imprime fotos de qualquer complexidade. "Você pode transformar essas fotos em películas decorativas para personalizar a parte traseira do seu smartphone", explicou Sherry.** A impressora produz com **resolução de 300 DPI e tecnologia de sublimação** para cores precisas e suaves. ■■



SHERRY WANG, GERENTE DE VENDAS
SALES MANAGER

Proove**, specialized in accessories for mobile devices, debuted at the fair with a variety of products. **The highlight was the hydrogel-based protective film printer for smartphones and tablets. "The Blade plotter model offers cuts with up to 0.1 mm precision and variable speed from 300 to 500 mm/s, allowing fast and high-quality work, even on delicate materials," said Sherry Wang, sales manager. *The device, weighing 4.7 kg and with energy consumption below 50 W, combines portability and efficiency in workshops and mobile environments.*

*Another highlight was the **Proove Memories photo printer, which prints photos of any complexity. "You can transform these photos into decorative films to personalize the back of your smartphone," explained Sherry.** The printer **produces with 300 DPI resolution and sublimation technology** for accurate and smooth colors.* ■■

RAGTECH: ESTABILIZADORES COM NOVA TECNOLOGIA

RAGTECH: STABILIZERS WITH NEW TECHNOLOGY

Expositora pela quinta vez, a **Ragtech** destacou a sua **linha de estabilizadores. "Temos equipamentos de todas as potências, mas apostamos no de valor mais acessível, como o WIN HTP. Ele vem com quatro tomadas, protetor de antena, saída para carregador USB e sinalização com LED multifunção. São estabilizadores mais simples, mas extremamente funcionais e com nova tecnologia que não existe em nenhum outro produto do mercado, nem na própria linha tradicional da empresa", disse o gerente nacional, Walter Sitta.**

A Ragtech está confiante em que o segundo semestre de 2025 trará bons resultados em vendas, contou Walter. **"Nossa expectativa para o restante do ano é grande. Sabemos que o varejo vem forte, principalmente por conta de datas como a Black Friday e o Natal."** ■■



WALTER SITTA, GERENTE NACIONAL
NATIONAL MANAGER

*Exhibiting for the fifth time, **Ragtech** highlighted its **line of stabilizers. "We have equipment of all power levels, but we are betting on the more affordable model, such as the WIN HTP. It comes with four outlets, antenna protector, USB charger output, and multifunction LED indicator. They are simpler stabilizers, but extremely functional and with new technology that does not exist in any other product on the market, not even in the company's own traditional line," said the national manager, Walter Sitta.***

*Ragtech is confident that the second semester of 2025 will bring good sales results, said Walter. **"Our expectation for the rest of the year is high. We know retail will be strong, mainly due to dates such as Black Friday and Christmas."*** ■■

RCA: LINHA DE TVS COM TECNOLOGIA LED

RCA: TELEVISION LINE WITH LED TECHNOLOGY

Com um legado de mais de 100 anos na indústria, a **RCA** marcou presença pela segunda vez na Eletrolar Show. **Em seu estande, destacou uma avançada linha de televisores com tecnologia LED – mini LED, QLED e OLED.** Reconhecida por participar de grandes revoluções tecnológicas, a marca continua fiel ao compromisso de tornar a inovação útil e acessível a todos. **"A RCA foi muito forte no Brasil há 20 anos e, agora, a intenção é restabelecer nossa presença aqui, sermos novamente fortes", afirmou Alejandro Nessi, diretor de vendas.**

A empresa teve importante papel na invenção e desenvolvimento da televisão a cores, há mais de 60 anos. Os primeiros televisores coloridos no Brasil, conta Nessi, foram fabricados pela RCA. "É o nosso produto mais importante", disse. **Além dos televisores de alta qualidade, a empresa apresentou inovações em eletrodomésticos e utensílios para o lar.** ■■



ALEJANDRO NESSI, DIRETOR DE VENDAS
SALES DIRECTOR

With a legacy of more than 100 years in the industry, ***RCA*** *marked its second presence at Eletrolar Show.* ***At its booth, it highlighted an advanced line of televisions with LED technology – mini LED, QLED, and OLED.*** *Recognized for participating in great technological revolutions, the brand remains faithful to the commitment of making innovation useful and accessible to all.* ***"RCA was very strong in Brazil 20 years ago, and now the intention is to reestablish our presence here, to be strong again," said Alejandro Nessi, sales director.***

The company had an important role in the invention and development of color television more than 60 years ago. The first color televisions in Brazil, Nessi recounts, were manufactured by RCA. ***"It is our most important product," he said. In addition to high-quality televisions, the company presented innovations in home appliances and household utensils.*** ■■

RUNMEFIT: TECNOLOGIA DE PULSO PARA A VIDA CONECTADA

RUNMEFIT: PULSE TECHNOLOGY FOR CONNECTED LIFE

A **Runmefit** considera a tecnologia um diferencial de seus produtos e acredita que o mercado brasileiro tem muito potencial de crescimento quando o assunto é relógio. **"Na América Latina, o Brasil é onde esperamos os melhores resultados com os nossos produtos. Estamos buscando alguém que represente nossa marca", disse Jiale Wei, diretor da empresa.**

Na feira, destacou **o smartwatch GTS8, Bluetooth, com tela de 1,95" (410 por 502). Mede a frequência cardíaca e faz o rastreamento do humor, do sono, de passos, calorias e de distância de mais de 100 modos esportivos.** "O mercado de smartwatch está em desenvolvimento no Brasil, percebemos que muitos ainda não usam relógios com essa tecnologia", explicou Jiale. ■■



JIALE WEI, DIRETOR
DIRECTOR

Runmefit *considers technology a differential of its products and believes the Brazilian market has much potential for growth when it comes to watches.* ***"In Latin America, Brazil is where we expect the best results with our products. We are looking for someone to represent our brand," said Jiale Wei, the company's director.***

At the fair, it highlighted the ***smartwatch GTS8, Bluetooth, with a 1.95" screen (410 by 502). It measures heart rate and tracks mood, sleep, steps, calories, and distance in more than 100 sports modes.*** *"The smartwatch market is in development in Brazil; we noticed that many still do not use watches with this technology," explained Jiale.* ■■

SAFELINE: TOMADA MÚLTIPLA EFICIENTE E SEGURA

SAFELINE: EFFICIENT AND SAFE POWER STRIP

A **Safeline** apresentou, como destaque, a **tomada múltipla de energia modelo SL6206, uma extensão de seis entradas do tipo tripolar. "Trata-se de um produto com duas entradas USB, além das seis tomadas elétricas. Tem cabo de 1,5 m ou 2 m e encaixe para celular. É um item com design bem adequado à mesa de trabalho e seguro, pois desliga automaticamente em caso de superaquecimento", disse Gary Zhou, CEO da empresa.**

O executivo lembrou, com orgulho, que a Safeline recebeu a certificação de fornecedor de produtos elétricos para os Jogos Olímpicos e Paralímpicos do Rio de Janeiro, em 2016. **"A qualidade dos nossos produtos é reconhecida no Brasil e em várias partes do mundo, e esse é o nosso principal diferencial em relação a outras marcas"**, contou Gary, que ficou muito satisfeito com os potenciais clientes que visitaram o estande na Eletrolar Show. ■■



GARY ZHOU, CEO

Safeline** presented, as a highlight, the **SL6206 power strip, an extension with six tripolar sockets. "It is a product with two USB inputs, in addition to the six electrical sockets. It has a 1.5 m or 2 m cable and a slot for a cell phone. It is an item with a design well suited for the work desk and safe, since it automatically turns off in case of overheating," said Gary Zhou, CEO of the company.

*The executive recalled, with just pride, that Safeline received the certification as a supplier of electrical products for the Rio de Janeiro Olympic and Paralympic Games in 2016. **"The quality of our products is recognized in Brazil and in several parts of the world, and that is our main differential compared to other brands,"** said Gary, who was very pleased with the potential clients who visited the booth at Eletrolar Show.* ■■

SAMBAO: NA ESTREIA, DESTAQUE PARA A LINHA DE PILHAS NANFU

SAMBAO: AT THE PREMIERE, HIGHLIGHT FOR THE NANFU BATTERY LINE

Em sua primeira participação na Eletrolar Show, a **Sambao** destacou a sua linha de **pilhas Nanfu. "Elas são reconhecidas pela qualidade e durabilidade, e chegam para competir com grandes marcas já consolidadas no Brasil", disse Karina Nascimento, gerente da empresa.**

Com portfólio variado, a Sambao apresentou, também, itens para a casa e para o dia a dia, como toalhas de banho e de rosto e guarda-chuvas. **"Ficamos em dúvida sobre o alcance dos nossos produtos, mas nos surpreendemos com o grande movimento e as visitas ao nosso estande. Com certeza, voltaremos no próximo ano", contou Karina.** ■■



KARINA NASCIMENTO, GERENTE
MANAGER

*In its first participation at Eletrolar Show, **Sambao** highlighted its **Nanfu battery line. "They are recognized for their quality and durability and arrive to compete with big brands already consolidated in Brazil," said Karina Nascimento, the company's manager.***

*With a varied portfolio, Sambao also presented household and everyday items, such as bath and face towels and umbrellas. **"We had doubts about the reach of our products, but we were surprised by the great movement and visits to our booth. For sure, we will return next year," said Karina.*** ■■

SCYROX: PERIFÉRICOS PARA GAMES

SCYROX: GAMING PERIPHERALS

Empresa de periféricos para games, a **SCYROX** é especializada em design e fabricação de mouses. **"No estande, mostramos teclado, mouse, fone de ouvido e mousepad. O destaque foi a linha de mouses especiais para jogadores profissionais da nossa segunda marca, a Lamzu", explicou a gerente de vendas, Helen Yin.**



HELEN YIN, GERENTE DE VENDAS
SALES MANAGER

A companhia já tem distribuidores no Brasil, mas objetiva ampliar o número. Por isso, participou da feira. **"A Eletrolar Show é uma ótima oportunidade para aumentarmos as vendas ainda neste ano, a partir de novos parceiros, e é uma ótima vitrine para atrair gamers, os consumidores finais"**, contou Helen. ■■

A gaming peripherals company, ***SCYROX*** *specializes in the design and manufacture of mice.* ***"At the booth, we showed keyboard, mouse, headset, and mousepad. The highlight was the line of special mice for professional players from our second brand, Lamzu," explained sales manager Helen Yin.***

The company already has distributors in Brazil but aims to increase the number. That is why it participated in the fair. ***"Eletrolar Show is a great opportunity to increase sales even this year, from new partners, and it is a great showcase to attract gamers, the end consumers,"*** *said Helen.* ■■

SEISATEK: CAIXAS DE SOM POTENTES COM PAINEL DE LED

SEISATEK: POWERFUL SPEAKERS WITH LED PANEL

A **Seisatek (Seisa Embrace Technology)** expôs pela primeira vez na Eletrolar Show e destacou **sua linha de caixas de som, especialmente o modelo YX-H833.** Com fabricação chinesa e distribuição em países como Brasil, Argentina e Colômbia, o produto tem painel de LED e preço 20% inferior ao de concorrentes, segundo a empresa. **"O primeiro diferencial é ser homologado pela Anatel. O segundo é a qualidade e o preço bem adequado ao mercado", afirmou Paulo Li, gerente da filial Brasil.**



PAULO LI, GERENTE DA FILIAL BRASIL
MANAGER OF THE BRAZIL BRANCH

No estande, apresentou, também, **acessórios para aparelhos celulares e produtos de informática, como mouses e teclados.** "Chegamos ao Brasil há dois anos e queremos mostrar o potencial da nossa empresa. Temos marca própria e oferecemos excelentes produtos aos nossos clientes", contou Paulo. Além dos planos de dobrar o investimento em seu estande para a próxima edição da feira, a empresa espera crescimento de até 30% para 2026. ■■

Seisatek (Seisa Embrace Technology) *exhibited for the first time at Eletrolar Show and highlighted* ***its line of speakers, especially the YX-H833 model****. With Chinese manufacturing and distribution in countries such as Brazil, Argentina, and Colombia, the product has a LED panel and price 20% lower than competitors, according to the company.* ***"The first differential is being approved by Anatel. The second is the quality and the price well suited to the market," said Paulo Li, manager of the Brazil branch.***

At the booth, it also presented ***accessories for cell phones and IT products, such as mice and keyboards.*** *"We arrived in Brazil two years ago and we want to show the potential of our company. We have our own brand and offer excellent products to our clients," said Paulo. In addition to plans to double the investment in its booth for the next edition of the fair, the company expects growth of up to 30% for 2026.* ■■

SHARESUN: DIVERSIFICAÇÃO DE MERCADOS

SHARESUN: MARKET DIVERSIFICATION

Especializada em suportes para televisores e monitores, a **Sharesun** buscou novas parcerias comerciais na Eletrolar Show. **"O Brasil é o maior mercado da América do Sul e representa uma oportunidade imensa para nós. Por isso, queremos oferecer produtos de qualidade, com preço competitivo", explicou Tony Zhu, gerente de vendas.**

Dentre os suportes, a empresa destacou os que podem ser acoplados à parede, que se diferenciam por sua durabilidade e confiabilidade. Tony explicou que a Sharesun foi afetada pela instabilidade das políticas tarifárias no mundo e, por isso, veio ao Brasil para diversificar seus mercados. **"Como essa é a maior feira de eletrônicos da América do Sul, participar fazia todo sentido para nós",** avaliou. ■■



TONY ZHU, GERENTE DE VENDAS
SALES MANAGER

Specialized in supports for televisions and monitors, Sharesun** sought new commercial partnerships at Eletrolar Show**. "Brazil is the largest market in South America and represents a huge opportunity for us. That is why we want to offer quality products at a competitive price," explained Tony Zhu, sales manager.

Among the supports, the company highlighted those that can be attached to the wall, which stand out for their durability and reliability.** Tony explained that Sharesun was affected by the instability of tariff policies in the world and, therefore, came to Brazil to diversify its markets. **"As this is the largest electronics fair in South America, participating made perfect sense for us," he evaluated. ■■

SHENZHEN GETD: ÓCULOS INTELIGENTES COM TRADUÇÃO INSTANTÂNEA DE IDIOMAS

SHENZHEN GETD: SMART GLASSES WITH INSTANT LANGUAGE TRANSLATION

A **Shenzhen Getd Technology**, especializada em eletrônicos tecnológicos, apresentou uma linha de **óculos inteligentes com assistente de tradução simultânea. Com o auxílio da IA, os aparelhos possibilitam o diálogo entre pessoas com idiomas diferentes. "Não há obstáculos. Podemos conversar usando nossas próprias línguas", disse Peter Ruan, fundador da empresa, que fez teste com a reportagem da revista Eletrolar News.**

Os modelos em destaque foram o GS e o GSPro, leves, integrados ao Apple Find My e com bateria que tem autonomia de 10 horas. Os óculos inteligentes também **monitoram dados de saúde, contando passos, calorias e distâncias percorridas, e geram relatórios de reunião no modo conversão de fala em texto.** "Vendemos, principalmente, nos Estados Unidos e na Europa. Agora, espero ser um sucesso no Brasil também", finalizou Peter. ■■



PETER RUAN, FUNDADOR
FOUNDER

Shenzhen Getd Technology,** specialized in technological electronics, presented a line of **smart glasses with a simultaneous translation assistant. With the aid of AI, the devices enable dialogue between people with different languages. "There are no obstacles. We can converse using our own languages," said Peter Ruan, founder of the company, who tested with the Eletrolar News magazine report.

***The highlighted models were the GS and GSPro, lightweight, integrated with Apple Find My, and with a battery that has 10 hours of autonomy.** The smart glasses also **monitor health data, counting steps, calories, and distances covered, and generate meeting reports in speech-to-text conversion mode.** "We mainly sell in the United States and Europe. Now, I hope to be a success in Brazil as well," concluded Peter.* ■■

SHOPCEEP: TECNOLOGIA QUE CONECTA NEGÓCIOS

SHOPCEEP: TECHNOLOGY THAT CONNECTS BUSINESS

Pela sexta vez na Eletrolar Show, a Shopceep apostou em seu aplicativo para divulgar a marca no País. **"O diferencial da nossa ferramenta é facilitar o acesso e a comunicação entre a China e o Brasil. O aplicativo permite que o brasileiro entre em contato com o fabricante chinês para comprar diretamente da empresa, sem intermediários", explicou Tian Yuxiang, diretor-geral da empresa.**

A tecnologia indica opções de marcas e valores de determinado produto. **"Estamos indo muito bem no mercado brasileiro, temos muitos clientes aqui. Agora, estamos buscando representantes em outros países da América do Sul, queremos crescer no Peru, na Argentina, no Chile, em toda a região", contou Tian.** ■■



TIAN YUXIANG,
DIRETOR-GERAL
GENERAL DIRECTOR

For the sixth time at Eletrolar Show, Shopceep** bet on its application to promote the brand in the country. **"The differential of our tool is to facilitate access and communication between China and Brazil. The application allows Brazilians to contact Chinese manufacturers to buy directly from the company, without intermediaries," explained Tian Yuxiang, general director of the company.

*The technology indicates brand and price options for a given product. **"We are doing very well in the Brazilian market; we have many clients here. Now, we are looking for representatives in other South American countries; we want to grow in Peru, Argentina, Chile, throughout the region," said Tian.*** ■■

SIMPHONY: NOVOS MODELOS DE AR-CONDICIONADO E CLIMATIZADORES

SIMPHONY: NEW MODELS OF AIR CONDITIONERS AND COOLERS

Pelo quarto ano, a **Simphony** participou da Eletrolar Show, desta vez para apresentar novos produtos: três climatizadores, de 75, 35 e 7 litros, e dois aparelhos portáteis de ar-condicionado. **"Um dos modelos de ar-condicionado é quente e frio para atender à Região Sul do Brasil, e o climatizador de 75 litros tem como foco a Região Centro-Oeste, caracterizada pela baixa umidade", explicou Thiago Piton, diretor comercial da empresa.**

A Simphony também destacou o lançamento do **climatizador residencial Jumbo 75 XL,** com alta capacidade e performance, e tanque de 75 litros, compacto. **"Unindo essas novidades e o fato de estarmos bem abastecidos para atender à demanda do começo de estação, apostamos em vendas maiores nos próximos meses.** A Eletrolar Show acontece numa data muito boa para a Symphony. Nosso estande esteve cheio em todos esses anos." ■■



THIAGO PITON,
DIRETOR COMERCIAL
COMMERCIAL DIRECTOR

*For the fourth year, **Simphony** participated in Eletrolar Show, this time to present new products: three coolers, of 75, 35, and 7 liters, and two portable air conditioners. **"One of the air conditioner models is hot and cold to serve the South Region of Brazil, and the 75-liter cooler focuses on the Midwest Region, characterized by low humidity," explained Thiago Piton, commercial director of the company.***

*Simphony also highlighted the launch of the **Jumbo 75 XL residential cooler**, with high capacity and performance, and a 75-liter compact tank. **"Joining these novelties and the fact that we are well supplied to meet the demand of the beginning of the season, we bet on bigger sales in the coming months.** Eletrolar Show takes place at a very good date for Symphony. Our booth has been full in all these years."* ■■

SOUNDPEATS: FONES DE OUVIDO COM PRESILHAS

SOUNDPEATS: EARPHONES WITH CLIPS

A **Soundpeats** destacou seus **fones Pearl Clip Pró**, com presilhas que se ajustam atrás da orelha, indicados para atividades esportivas, pois não caem e permitem ouvir o som ambiente com segurança. **"Contam com Bluetooth, autonomia de 24 horas, controle por aplicativo, além de três drivers dinâmicos e dois balanceados, que oferecem som nítido e potente", disse Sophia Cao, gerente de vendas da empresa.**

Fundada em 2010, a empresa já está presente na China, Estados Unidos, Ásia e Europa. Agora, aposta no mercado sul-americano com produtos que combinam design exclusivo e engenharia de ponta. **"A feira é profissional, e os clientes da América do Sul se encaixam perfeitamente no que procuramos"**, afirmou Sophia. ■■



SOPHIA CAO, GERENTE DE VENDAS
SALES MANAGER

Soundpeats** highlighted its **Pearl Clip Pro earphones**, with clips that adjust behind the ear, indicated for sports activities, since they do not fall and allow safe listening of ambient sound. **"They feature Bluetooth, 24-hour autonomy, app control, as well as three dynamic drivers and two balanced ones, which offer clear and powerful sound," said Sophia Cao, the company's sales manager.

*Founded in 2010, the company is already present in China, the United States, Asia, and Europe. Now, it is betting on the South American market with products that combine exclusive design and cutting-edge engineering. **"The fair is professional, and the clients from South America fit perfectly with what we are looking for,"** said Sophia.* ■■

SUFRAMA: BENEFÍCIOS DA ZONA FRANCA DE MANAUS

SUFRAMA: BENEFITS OF THE MANAUS FREE TRADE ZONE

A **Superintendência da Zona Franca de Manaus (Suframa)** marcou presença mais uma vez na Eletrolar Show. Apresentou os benefícios da Zona Franca a mais fabricantes e montadoras estrangeiras, visando atrair investimentos para o País, ressaltou o superintendente, Bosco Saraiva. **"Há os incentivos fiscais, mas também a infraestrutura da cidade de Manaus, com portos, aeroportos, e os diversos segmentos já instalados por lá."**

Nos últimos dois anos, a Suframa trouxe mais de 20 mil empregos diretos para a região, segundo dados da superintendência. A expectativa de Bosco é que o crescimento na região se mantenha em ritmo acelerado neste semestre, o que é plenamente possível diante dos projetos que ele tem apresentado, inclusive na feira. **"Temos certeza de que teremos, já no próximo ano, muitas dessas empresas aqui instaladas no Polo Industrial de Manaus",** afirmou. ■■



BOSCO SARAIVA, SUPERINTENDENTE
SUPERINTENDENT

*The **Superintendence of the Manaus Free Trade Zone (Suframa)** once again marked its presence at Eletrolar Show. It presented the benefits of the Free Trade Zone to more foreign manufacturers and assemblers, aiming to attract investments to the country, highlighted superintendent Bosco Saraiva. **"There are tax incentives, but also the infrastructure of the city of Manaus, with ports, airports, and the various segments already installed there."***

*In the last two years, Suframa brought more than 20,000 direct jobs to the region, according to superintendence data. Bosco's expectation is that growth in the region will remain at an accelerated pace this semester, which is fully possible given the projects he has presented, including at the fair. **"We are certain that we will already have, next year, many of these companies installed here in the Manaus Industrial Hub,"** he stated.* ■■

TBG: CARREGADOR 3 EM 1 DE MÁXIMA PERFORMANCE

TBG: 3-IN-1 CHARGER: MINIMALIST DESIGN AND MAXIMUM PERFORMANCE

A **TBG (Trusted Brands Group)** trouxe para a feira o que há de mais inovador em produtos envolvendo suas três marcas holandesas. A **Trust** apresentou **acessórios e periféricos para computadores.** A **One For All**, novidades no segmento de **controles remotos**. E a **Xtorm**, líder em inovação e segurança no universo da energia portátil, **expôs um portfólio de power banks, travel tags e produtos de carregamento para dispositivos Apple. "Todas as marcas têm seu ponto forte. Mas se vamos destacar uma, são os carregadores da Xtorm", afirmou Edwin Anthony, diretor de América Latina da TBG.**

O item que mais despertou curiosidade foi o **carregador ProCharge 3in1 Qi2, compacto, com design minimalista, que carrega, ao mesmo tempo, iPhone, AirPod e Apple Watch**. Feito com **materiais de alta qualidade**, oferece **estabilidade e recarga rápida e segura** para o dia a dia. "Usamos materiais recicláveis em nossos produtos, como alumínio e plástico", reforçou Edwin, salientando que sustentabilidade é um dos pilares da TBG. ■■



EDWIN ANTHONY, DIRETOR DE AMÉRICA LATINA
DIRECTOR OF LATIN AMERICA

TBG (Trusted Brands Group)** brought to the fair the most innovative in products involving its three Dutch brands. **Trust** presented **accessories and peripherals for computers. One For All**, news in the **remote-control** segment. And **Xtorm,** leader in innovation and safety in the portable energy universe, **exhibited a portfolio of power banks, travel tags, and charging products for Apple devices. "All brands have their strong point. But if we are to highlight one, it is Xtorm's chargers," said Edwin Anthony, director of Latin America at TBG.

*The item that aroused the most curiosity was the **ProCharge 3in1 Qi2 charger, compact, with minimalist design, which charges iPhone, AirPod, and Apple Watch simultaneously**. Made with **high-quality materials**, it offers **stability and fast and safe recharging** for everyday life. "We use recyclable materials in our products, such as aluminum and plastic," reinforced Edwin, emphasizing that sustainability is one of TBG's pillars.* ■■

TCBEST: BATERIAS RECARREGÁVEIS COM CABO USB

TCBEST: RECHARGEABLE BATTERIES WITH USB CABLE

Este ano marcou a segunda participação da **TCBEST** na Eletrolar Show, contou **Helen Huang, gerente comercial da empresa. "Em 2024, buscamos representantes e fechamos algumas parcerias. Voltamos agora para apresentar a terceira geração de baterias de íons de lítio recarregáveis. São muitas as suas vantagens, e quebrar a tradição das não recarregáveis é um grande passo."**

As baterias tipo AAA, AA, C, D e 9V têm entrada para cabo USB e podem ser recarregadas mais de 1.200 vezes. "Além dessa facilidade, a economia é muito maior, e o fato de o sistema ser sustentável, com menor descarte, é fundamental", destacou a gerente. Sua expectativa é de que haja um incremento entre o comércio brasileiro e os fornecedores da China. ■■



HELEN HUANG, GERENTE COMERCIAL
COMMERCIAL MANAGER

*This year marked the second participation of **TCBEST** in Eletrolar Show, said **Helen Huang, commercial manager of the company. "In 2024, we sought representatives and closed some partnerships. We returned now to present the third generation of rechargeable lithium-ion batteries. Their advantages are many, and breaking the tradition of non-rechargeables is a big step."***

***The AAA, AA, C, D and 9V batteries have an input for USB cable and can be recharged more than 1,200 times. "Besides this ease, the economy is much greater, and the fact that the system is sustainable, with less disposal, is fundamental," highlighted the manager.** Her expectation is that there will be an increase between Brazilian commerce and suppliers from China.* ■■

TEISON: SOLUÇÃO COMPLETA EM ELETROMOBILIDADE

TEISON: COMPLETE SOLUTION IN ELECTROMOBILITY

Expositora pela primeira vez da feira, a **Teison** marcou presença com **soluções completas em recarga veicular**, que vão além da venda de carregadores elétricos. **"Nosso foco é entender o perfil do cliente, recomendar o produto ideal e indicar os melhores pontos de instalação com base em dados e inteligência de mercado", destacou Alexandre Faustino, CEO da Teison no Brasil.**

A marca chegou ao País por meio da empresa brasileira R70, com quase 20 anos de experiência no desenvolvimento e fabricação de centrais multimídia para montadoras. A experiência da R70, somada à capacidade fabril da Teison na China, resultou **na Teison do Brasil. A participação na Eletrolar Show/Eletrocar Show marcou o início de um novo posicionamento da empresa, agora no setor de eletromobilidade. "Entendemos a importância deste evento para acelerar o crescimento como fabricante", completou Alexandre.** ■■



ALEXANDRE FAUSTINO, CEO

Exhibitor for the first time at the fair, ***Teison*** *marked its presence with complete* ***solutions in vehicle charging****, which go beyond the sale of electric chargers.* ***"Our focus is to understand the client's profile, recommend the ideal product, and indicate the best installation points based on data and market intelligence," highlighted Alexandre Faustino, CEO of Teison in Brazil.***

The brand arrived in the country through the Brazilian company R70, with almost 20 years of experience in the development and manufacture of multimedia centers for assemblers. The experience of R70, combined with Teison's manufacturing capacity in China, resulted ***in Teison of Brazil. The participation in Eletrolar Show/Eletrocar Show marked the beginning of a new positioning of the company, now in the electromobility sector. "We understand the importance of this event to accelerate growth as a manufacturer," added Alexandre.*** ■■

TERMOTÉCNICA: EMBALAGENS INOVADORAS E SUSTENTÁVEIS

TERMOTÉCNICA: INNOVATIVE AND SUSTAINABLE PACKAGING

A **Termotécnica,** que atua na produção e transformação do EPS, expôs soluções inteligentes e sustentáveis de embalagens na Eletrolar Show. **"Ao longo do tempo, fomos buscando as melhores soluções personalizadas para a indústria. O EPS/isopor, por exemplo, não atende apenas como embalagem, mas também como elemento de ganho de produtividade e é 100% reciclável", disse Nivaldo Fernandes de Oliveira, CEO da empresa**. A Termotécnica recicla mais de 30% do EPS que produz e tem cerca de 300 cooperativas integradas para coleta e reciclagem.

Em seu estande, um dos destaques foi a **proteção para televisores**, hoje com telas mais finas. **"São embalagens inteligentes que se moldam às mais complexas geometrias", explicou Nivaldo**. A empresa também expôs **capacetes com proteção interna de EPS** e soluções para eletrodomésticos, agronegócio e conservação de termolábeis, como vacinas, por exemplo. Há 65 anos no mercado, a Termotécnica já recebeu vários prêmios pelo seu trabalho em prol da sustentabilidade. ■■



NIVALDO FERNANDES DE OLIVEIRA, CEO

Termotécnica, *which operates in the production and transformation of EPS, exhibited smart and sustainable packaging solutions at Eletrolar Show.* ***"Over time, we have been seeking the best customized solutions for the industry. EPS/styrofoam, for example, not only serves as packaging but also as an element of productivity gain and is 100% recyclable," said Nivaldo Fernandes de Oliveira, CEO of the company.*** *Termotécnica recycles more than 30% of the EPS it produces and has about 300 cooperatives integrated for collection and recycling.*

At its booth, one of the highlights was the ***protection for televisions****, now with thinner screens.* ***"They are smart packaging that adapts to the most complex geometries," explained Nivaldo.*** *The company also exhibited* ***helmets with EPS internal protection*** *and solutions for home appliances, agribusiness, and the conservation of thermolabile products, such as vaccines, for example. With 65 years in the market, Termotécnica has already received several awards for its work in favor of sustainability.* ■■

TEYIN MOTORCYCLES: APOSTA EM MOTOS E TRICICLOS ELÉTRICOS

TEYIN MOTORCYCLES: BETTING ON ELECTRIC MOTORCYCLES AND TRICYCLES

A **Teyin Motorcycles** estreou na Eletrolar Show com as **linhas de scooters e motos de baixas cilindradas**, desenvolvidas em parceria com estúdios italianos que também assinam projetos para a BMW e a Kawasaki. **O destaque foi a nova TX250, versão top de linha derivada da TX150 lançada em 2023, equipada com motor de 150 cilindradas e com autonomia de mais de 500 km. "Levamos para o evento as linhas projetadas por empresas italianas. Por isso, nossos modelos chamaram tanto a atenção dos brasileiros", afirmou QI Luo, CEO da empresa.**

Na feira, demonstrou também o **triciclo elétrico utilitário e scooter com tecnologias como painel TFT de 7", freios a disco, gravação em Full HD e sistema keyless.** A marca Teyin Motorcycles foi criada pela empresa chinesa Zheijang Tianying Locomotive, que existe desde 2013. **"Nosso objetivo é encontrar importadores profissionais, fazer parcerias sólidas e alcançar nossos primeiros 100 clientes B2B no Brasil ainda neste ano", destacou QI Luo.** ■■



QI LUO, CEO

*Teyin Motorcycles debuted at Eletrolar Show with **lines of scooters and low-displacement motorcycles**, developed in partnership with Italian studios that also design projects for BMW and Kawasaki. **The highlight was the new TX250, the top-of-the-line version derived from the TX150 launched in 2023, equipped with a 150 cc engine and autonomy of more than 500 km. "We brought to the event the lines designed by Italian companies. That is why our models attracted so much attention from Brazilians," said QI Luo, CEO of the company.***

*At the fair, it also demonstrated the **electric utility tricycle and scooter with technologies such as 7" TFT panel, disc brakes, Full HD recording, and keyless system.** The Teyin Motorcycles brand was created by the Chinese company Zhejiang Tianying Locomotive, which has existed since 2013. **"Our goal is to find professional importers, build solid partnerships, and reach our first 100 B2B clients in Brazil still this year," highlighted QI Luo.*** ■■

T&G: DESIGN MODERNO E SOM POTENTE

T&G: MODERN DESIGN AND POWERFUL SOUND

Em sua terceira participação consecutiva na Eletrolar Show, a **T&G** apresentou a caixa de som **T&G 384, novo modelo com design arrojado, alta potência ajustável, luzes de LED que acompanham o ritmo e tecnologia à prova d'água. "Ela é compacta e funcional, e conta com conectividade Bluetooth e carregamento facilitado", contou Liao Zhuanghai, gerente de vendas da marca.**

Na feira, a T&G teve contato direto com pessoas que puderam atestar a qualidade e o diferencial dos produtos, disse Liao. **"Não conseguiríamos esse alcance de forma virtual."** Com fabricação própria e foco em expansão, a T&G buscou novos representantes no Brasil, apostando na combinação de performance, visual moderno e preço competitivo do produto. ■■



LIAO ZHUANGHAI, GERENTE DE VENDAS
SALES MANAGER

*In its third consecutive participation at Eletrolar Show, **T&G** presented the **T&G 384 speaker, a new model with bold design, high adjustable power, LED lights that follow the rhythm, and waterproof technology. "It is compact and functional and features Bluetooth connectivity and easy charging," said Liao Zhuanghai, the brand's sales manager.***

*At the fair, T&G had direct contact with people who could attest to the quality and the differential of the products, said Liao. **"We would not achieve this reach virtually."** With its own manufacturing and a focus on expansion, T&G sought new representatives in Brazil, betting on the combination of performance, modern design, and competitive price of the product.* ■■

THINK PLASTIC: PONTE ENTRE INDÚSTRIA NACIONAL E MERCADO GLOBAL

THINK PLASTIC: BRIDGE BETWEEN NATIONAL INDUSTRY AND GLOBAL MARKET

Em parceria com o Grupo Eletrolar, o **Think Plastic Brazil** esteve presente na feira com uma proposta diferente: trazer mais indústrias de utilidades domésticas para a próxima edição do evento e divulgar o portfólio de **soluções voltadas à promoção comercial internacional. "Nosso papel é apoiar empresas brasileiras na jornada da exportação, especialmente nos setores de utilidades domésticas e eletroportáteis, porque existe uma forte sinergia entre esses segmentos", explicou o diretor de comércio exterior, Aleksander Richard de Assis.**

Presente em mais de 50 países e com mais de 250 empresas associadas, o Think Plastic Brazil atua em diferentes frentes, oferecendo capacitação, inteligência e promoção comercial, inovação e design, desenvolvimento empresarial e participação em feiras internacionais. **"Criamos estratégias estruturadas para que as empresas se preparem para exportar, desde cursos e workshops até a busca ativa por compradores no exterior. A feira superou nossas expectativas, com contatos promissores de países como Argentina e México", concluiu Aleksander.** ■■



ALEKSANDER RICHARD DE ASSIS, DIRETOR DE COMÉRCIO EXTERIOR
FOREIGN TRADE DIRECTOR

In partnership with Grupo Eletrolar, ***Think Plastic Brazil*** *was present at the fair with a different proposal: to bring more household utility industries to the next edition of the event and to promote its portfolio of* ***solutions aimed at international trade promotion. "Our role is to support Brazilian companies in the export journey, especially in the sectors of household utilities and small appliances, because there is a strong synergy between these segments," explained the foreign trade director, Aleksander Richard de Assis.***

Present in more than 50 countries and with more than 250 associated companies, Think Plastic Brazil operates on different fronts, offering training, intelligence and trade promotion, innovation and design, business development, and participation in international fairs. ***"We create structured strategies so that companies prepare to export, from courses and workshops to active searches for buyers abroad. The fair exceeded our expectations, with promising contacts from countries such as Argentina and Mexico," concluded Aleksander.*** ■■

THUNDEROBOT: NOVA LINHA DE NOTEBOOKS RTX 50 É PARA AMANTES DE GAMES

THUNDEROBOT: NEW RTX 50 NOTEBOOK LINE IS FOR GAME LOVERS

A **Thunderobot** teve como principal lançamento **a linha de notebooks RTX 50, idealizada especialmente para gamers. "É um grande destaque, que está sendo muito esperado por esse público. E é um novo momento para nós, com fábrica própria e produtos sendo desenvolvidos no Brasil", disse Emerson Lima, gerente de país da empresa**, que tem sede na China. No estande, também apresentou **laptops, desktops e periféricos, como monitores, teclados e mouses.**

Controles para games, compatíveis com computadores, celulares e consoles, também despertaram interesse na feira, além do **teclado modelo k500**, campeão de vendas, de acordo com Emerson. **"Vendemos em torno de 10 mil unidades desse produto por mês"**, afirmou. Foi o segundo ano da Thunderobot na Eletrolar Show. A empresa pretende retornar à feira para reafirmar o que considera seu diferencial: produzir e vender tecnologia a preços acessíveis. ■■



EMERSON LIMA, GERENTE DE PAÍS
COUNTRY MANAGER

Thunderobot's *main launch was* ***the RTX 50 notebook line, designed especially for gamers. "It is a great highlight, very awaited by this public. And it is a new moment for us, with our own factory and products being developed in Brazil," said Emerson Lima, country manager of the company****, which is headquartered in China. At the booth, it also presented* ***laptops, desktops, and peripherals, such as monitors, keyboards, and mice.***

Game controllers*, compatible with computers, cell phones, and consoles, also attracted interest at the fair, in addition to the* ***k500 keyboard model****, best seller, according to Emerson.* ***"We sell around 10,000 units of this product per month,"*** *he stated. It was Thunderobot's second year at Eletrolar Show. The company intends to return to the fair to reaffirm what it considers its differential: producing and selling technology at affordable prices.* ■■

TP-LINK: WI-FI 7 E CASA CONECTADA

TP-LINK: WI-FI 7 AND CONNECTED HOME

A **TP-Link** apresentou **soluções de conectividade, incluindo roteadores que vão do Wi-Fi 5 até o mais recente, o Wi-Fi 7**, além de placas adaptadoras para PC e novos adaptadores USB-C. **Um dos pontos altos foi a Casa Tapo, espaço interativo, onde os visitantes acompanharam o funcionamento dos dispositivos de automação residencial da linha Tapo**, incluindo lâmpadas inteligentes, sensores, controle universal, robô aspirador e câmeras conectadas. **"O objetivo foi mostrar, na prática, a experiência de uma casa conectada", explicou Alessandro Campos, diretor de marketing da empresa.**

Com a participação na Eletrolar Show, a TP-Link reforçou a estratégia de ampliar a visibilidade da marca e conquistar novos parceiros comerciais, contou Alessandro. "A nossa expectativa é das melhores, pois encontramos aqui um público diferenciado, que vai de marketplaces a varejistas. Com isso, esperamos ampliar o alcance a esses potenciais clientes." ■■



ALESSANDRO CAMPOS, DIRETOR DE MARKETING
MARKETING DIRECTOR

*TP-Link presented connectivity **solutions, including routers ranging from Wi-Fi 5 to the most recent, Wi-Fi 7**, as well as adapter cards for PC and new USB-C adapters. **One of the highlights was the Tapo House, an interactive space where visitors followed the functioning of the home automation devices of the Tapo line**, including smart bulbs, sensors, universal control, robot vacuum, and connected cameras. **"The goal was to show, in practice, the experience of a connected home," explained Alessandro Campos, marketing director of the company.***

With participation in Eletrolar Show, TP-Link reinforced the strategy of expanding brand visibility and gaining new commercial partners, said Alessandro. "Our expectation is the best, because we found here a differentiated public, ranging from marketplaces to retailers. With that, we hope to expand reach to these potential clients." ■■

UGREEN: CARREGADOR PORTÁTIL E AVANÇADO ARMAZENAMENTO

UGREEN: PORTABLE CHARGER AND ADVANCED STORAGE

Com atuação global no segmento de eletrônicos de consumo e acessórios, a **Ugreen** levou para a feira duas principais novidades. A primeira foi a **Série Uno de carregadores portáteis,** que entregam eficiência, tecnologia e diversão com emojis de status**.** Destacou o **modelo Uno, carregador sem fio, magnético, 2 em 1 e 15 W, que comporta até três dispositivos simultaneamente: telefone, fone de ouvido e smartwatch. "É focado no público jovem, que aprecia personalização e inovação", explicou Ivan Meng, diretor de vendas da empresa.**

O segundo destaque foi a **Série NASync de storages para HD (hard disk)**, em especial o **modelo DXP4800, com quatro baias, que proporcionam armazenamento de dados massivo – até 96 terabytes**. Tem porta de rede 10 GbE, para transferência de arquivos em alta velocidade, e memória DDR5 expansível de 8 GB. **"Permite usar um aplicativo para controlar os documentos e compartilhá-los com diferentes pessoas e escritórios", ressaltou Ivan.** ■■



IVAN MENG, DIRETOR DE VENDAS
SALES DIRECTOR

*With global operations in the consumer electronics and accessories segment, **Ugreen** brought two main novelties to the fair. The first was the **Uno Series of portable chargers**, which deliver efficiency, technology, and fun with status emojis. It highlighted the **Uno model, a wireless, magnetic, 2-in-1 15 W charger, which supports up to three devices simultaneously: phone, headset, and smartwatch. "It is focused on the young public, who appreciate personalization and innovation," explained Ivan Meng, sales director of the company.***

*The second highlight was the **NASync Series of storages for hard disks,** especially the **DXP4800 model, with four bays, which provide massive data storage – up to 96 terabytes.** It has a 10 GbE network port for high-speed file transfer and expandable DDR5 memory of 8 GB. **"It allows using an application to control documents and share them with different people and offices," stressed Ivan.** ■■*

ULTRAAR: DESTAQUE FOI O CLIMATIZADOR PORTÁTIL ULTRA 75

ULTRAAR: HIGHLIGHT WAS THE ULTRA 75 PORTABLE COOLER

Empresa brasileira de climatização, a **ULTRAAR** apresentou o **climatizador evaporativo Ultra 75,** mais fino e adequado para espaços menores. **"Nossos climatizadores são todos evaporativos, uma forma ecologicamente correta de resfriar os ambientes, com duas facilidades: são portáteis e não precisam de instalação", explicou Rubia Simon, diretora de operações da empresa.** Os produtos utilizam uma carcaça que não enferruja, o que garante maior durabilidade.

A ULTRAAR está pronta para a temporada primavera/verão, quando a temperatura é mais elevada e, tradicionalmente, aumenta a venda desses produtos. **"Já estamos preparados para atender às necessidades do mercado, negociando com clientes e programando pedidos para garantir a distribuição dos produtos a partir de agosto"**, contou Rubia. ■■



RUBIA SIMON, DIRETORA DE OPERAÇÕES
OPERATIONS DIRECTOR

A Brazilian climate-control company, ***ULTRAAR*** *presented the* ***Ultra 75 evaporative cooler****, thinner and suitable for smaller spaces.* ***"Our coolers are all evaporative, an ecologically correct way of cooling environments, with two conveniences: they are portable and do not need installation," explained Rubia Simon, operations director of the company.*** *The products use a casing that does not rust, which guarantees greater durability.*

ULTRAAR is ready for the spring/summer season, when the temperature is higher and, traditionally, sales of these products increase. ***"We are already prepared to meet market needs, negotiating with clients and scheduling orders to ensure product distribution starting in August,"*** *said Rubia.* ■■

UNI ATACADO: MÁQUINAS DESBLOQUEADAS E PERSONALIZAÇÃO

UNI ATACADO: UNLOCKED MACHINES AND CUSTOMIZATION

A Uni Atacado destacou a **máquina de película desbloqueada modelo Protect Pro Brasil, de 17". "Nosso equipamento oferece opções de película para celulares de todas as marcas, inclusive os mais antigos. E como ele é desbloqueado, o sistema é atualizado constantemente. Oferecemos uma qualidade muito superior ao que o mercado faz", explicou Balzac Bruno Rossini, diretor da empresa.**

Investindo na alta qualidade de películas personalizadas, a **Uni Atacado** aprovou a Eletrolar Show realizada no Distrito Anhembi, contou Bruno. **"A feira ficou muito bonita, com bom espaço e bem estruturada. Os expositores tiveram bastante capricho para fazer os estandes. O evento pode agregar muito na divulgação da nossa marca, para conhecer novos clientes e para fechar negócios."** ■■



BALZAC BRUNO ROSSINI, DIRETOR
DIRECTOR

Uni Atacado highlighted the ***unlocked film machine model Protect Pro Brasil, 17". "Our equipment offers film options for cell phones of all brands, including the oldest ones. And since it is unlocked, the system is constantly updated. We offer much higher quality than what the market does," explained Balzac Bruno Rossini, the company's director.***

Investing in the high quality of customized films, ***Uni Atacado*** *approved the Eletrolar Show held at Distrito Anhembi, said Bruno.* ***"The fair was very beautiful, with good space and well-structured. The exhibitors were very careful in making the booths. The event can add a lot in promoting our brand, in meeting new clients, and in closing deals."*** ■■

VENTIMAIS: CLIMATIZADOR FUNCIONAL DE 45 LITROS

VENTIMAIS: LAUNCH: MULTIFUNCTIONAL COOLER OF 45 LITERS

A **Ventimais**, empresa com atuação nacional no ramo de climatização residencial, comercial e industrial, destacou o **lançamento do climatizador multifuncional Euro 45L.** O aparelho combina cinco funções: ventila, climatiza, umidifica, filtra e circula o ar ambiente. Tem o filtro triplo (tipo colmeia), alta potência e baixo consumo de energia. **"É um climatizador evaporativo produzido 100% no Brasil. Está sendo bem aceito. As entregas começaram em julho. Já temos bastante pedidos em carteira", disse Antonio Luchtenberg, diretor comercial da empresa.**

Em sua terceira participação na Eletrolar Show, a Ventimais fechou negócios e recebeu clientes relevantes desde o primeiro dia do evento. A perspectiva para os próximos meses é positiva. **"A demanda por climatização aumenta significativamente no segundo semestre, quando começam os preparativos para o verão no Brasil. Estamos acompanhando o aquecimento global, e informações oficiais apontam recordes de calor na próxima temporada. O mercado estará bem aquecido no segmento de ventilação", avaliou Antonio.**



ANTONIO LUCHTENBERG, DIRETOR COMERCIAL
COMMERCIAL DIRECTOR

Ventimais**, a company with national operations in residential, commercial, and industrial cooling, highlighted the **launch of the Euro 45L multifunctional cooler.** The device combines five functions: ventilates, cools, humidifies, filters, and circulates the ambient air. It has a triple filter (honeycomb type), high power, and low energy consumption. **"It is an evaporative cooler produced 100% in Brazil. It is being well accepted. Deliveries began in July. We already have many orders in the portfolio," said Antonio Luchtenberg, commercial director of the company.

*In its third participation in Eletrolar Show, Ventimais closed deals and received relevant clients from the first day of the event. The perspective for the coming months is positive. **"The demand for cooling increases significantly in the second semester, when preparations for summer in Brazil begin. We are following global warming, and official information points to record heat in the next season. The market will be very heated in the ventilation segment," evaluated Antonio.***

VIXTRA: CRÉDITO INTELIGENTE PARA IMPORTADORAS

VIXTRA: SMART CREDIT FOR IMPORTERS

Fundada em 2021, a fintech paulista **Vixtra** estreou na Eletrolar Show apresentando seus serviços voltados às importadoras. **Oferece plataforma própria, que permite o controle de caixa e de cargas em tempo real**, além de operações de câmbio e acesso facilitado ao crédito. **"Viemos à feira para oferecer nossos serviços e conquistar ainda mais credibilidade junto aos clientes", contou Gal Silva, analista comercial da Vixtra.**

"Nosso grande destaque foi a linha de crédito facilitada com a possibilidade de a própria carga servir como garantia, o que simplifica o processo e acelera a aprovação. Outro atrativo está na isenção de impostos, como o IOF, tornando as operações mais competitivas", explicou Gal.



GAL SILVA, ANALISTA COMERCIAL
COMMERCIAL ANALYST

*Founded in 2021, the São Paulo-based fintech **Vixtra** debuted at Eletrolar Show presenting its services aimed at importers. **It offers its own platform, which allows real-time control of cash flow and cargo,** in addition to exchange operations and easy access to credit. **"We came to the fair to offer our services and gain even more credibility with clients," said Gal Silva, Vixtra's commercial analyst.***

"Our big highlight was the facilitated credit line with the possibility of using the cargo itself as collateral, which simplifies the process and speeds up approval. Another attraction is the exemption from taxes, such as the IOF, making operations more competitive," explained Gal.

VOLT: POWER BANKS E CABOS DE SILICONE

VOLT: POWER BANKS AND SILICONE CABLES

A **Volt** expôs pela primeira vez na Eletrolar Show, e a feira atendeu completamente à expectativa, disse **Bernardo Peres, CEO da empresa. "Lançamos o Mag Power Bank 5.000 mAh, super slim, compacto e com carga rápida, e os cabos carregadores da linha Flex Pro, 100% em silicone, mais maleáveis e duráveis, ambos com garantia de três anos."**

Com os lançamentos que fará neste semestre e com a participação na Eletrolar Show, a Volt espera crescer bastante até o final do ano. **"Teremos, também, a ampliação da linha de baterias e a entrada da linha de áudio. Estamos confiantes no crescimento, considerando que o mercado brasileiro é grande e oferece muitas oportunidades", destacou Bernardo.** ■■



BERNARDO PERES, CEO

Volt** exhibited for the first time at Eletrolar Show, and the fair fully met expectations, said **Bernardo Peres, CEO of the company. "We launched the Mag Power Bank 5,000 mAh, super slim, compact and with fast charging, and the charging cables of the Flex Pro line, 100% in silicone, more flexible and durable, both with a three-year warranty."

*With the launches it will make this semester and with participation in Eletrolar Show, Volt expects to grow a lot by the end of the year. **"We will also expand the battery line and enter the audio line. We are confident in growth, considering that the Brazilian market is large and offers many opportunities," highlighted Bernardo.*** ■■

VOLTME INNOVATIONS: CARGA TRÊS VEZES MAIS RÁPIDA PARA DISPOSITIVOS MÓVEIS

VOLTME INNOVATIONS: THREE TIMES FASTER CHARGING FOR MOBILE DEVICES

A **Voltme Innovations**, fornecedora global de acessórios para carregamento, apresentou ampla gama de produtos, incluindo carregadores portáteis, de tomada e cabos em geral. O destaque foi a linha de **GaN chargers, que carrega três vezes mais rápido celulares e laptops, proporcionando até 40% de economia de energia. "De zero a 50% do telefone carregado, leva 30 minutos. Chamamos de tecnologia de ganho", explicou Luo Haodong, gerente da empresa.**

Também foi exposta no estande da empresa, participante pela primeira vez da Eletrolar Show, a **série Revo de GaN chargers, com destaque para o modelo Revo 140 PD3.1. "A feira foi ótima, com visitantes o tempo todo apreciando nossos produtos. Acredito que continuaremos participando nos próximos anos", disse Luo**. Atualmente, a Voltme Innovations comercializa seus produtos em mais de 150 países, atendendo a mais de 25 milhões de residências. ■■



LUO HAODONG, GERENTE DE MARCA
BRAND MANAGER

Voltme Innovations**, a global supplier of charging accessories, presented a wide range of products, including portable chargers, wall chargers, and cables in general. The highlight was the line **of GaN chargers, which charge cell phones and laptops three times faster, providing up to 40% energy savings. "From zero to 50% of the phone charged, it takes 30 minutes. We call it gain technology," explained Luo Haodong, the company's manager.

*Also exhibited at the company's booth, participating for the first time in Eletrolar Show, was the Revo **series of GaN chargers, highlighting the Revo 140 PD3.1 model. "The fair was great, with visitors all the time appreciating our products. I believe we will continue participating in the coming years," said Luo.** Currently, Voltme Innovations sells its products in more than 150 countries, serving more than 25 million households.* ■■

VTA PEÇAS: BUSCA POR NOVOS MERCADOS NA AMÉRICA LATINA

VTA PEÇAS: SEARCH FOR NEW MARKETS IN LATIN AMERICA

A **VTA Peças** é especializada na fabricação de telas para celulares e fornece seus produtos para marcas de destaque, como Samsung, LG e Motorola. **"Temos como diferencial a prioridade máxima na qualidade dos itens. Nossas telas têm um ano de garantia e preços competitivos", disse Vitória Cheng, representante comercial da empresa.**

Em sua primeira participação na Eletrolar Show, a VTA buscou ampliar sua presença no Brasil por meio de novos representantes comerciais. **"Viemos pela primeira vez e vimos o quanto a feira é promissora para o nosso negócio. Com certeza voltaremos na próxima edição", afirmou Vitória.** A empresa aposta na feira como porta de entrada para novos mercados na América Latina. ■■

VTA Peças is specialized in the manufacture of cell phone screens and supplies its products to leading brands such as Samsung, LG, and Motorola. ***"Our differential is the maximum priority on the quality of the items. Our screens have a one-year warranty and competitive prices," said Vitória Cheng, the company's commercial representative.***

In its first participation at Eletrolar Show, VTA sought to expand its presence in Brazil through new commercial representatives. ***"We came for the first time and saw how promising the fair is for our business. We will certainly return in the next edition," said Vitória.*** *The company bets on the fair as a gateway to new markets in Latin America.* ■■

W-KING: CAIXA DE SOM ALL-IN-ONE PARA PROFISSIONAIS

W-KING: ALL-IN-ONE SPEAKER FOR PROFESSIONALS

A **W-King**, fabricante de caixas de som de alta qualidade, apresentou uma diversificada linha de produtos para festas, apresentações musicais ou para relaxar em casa. **O destaque foi o modelo K30 PRO All-In-One Line Array Speaker, da série Talent, desenvolvido para profissionais e amantes de música. "Vem com dois microfones sem fio, entradas para guitarra e outros instrumentos. Se você tem uma banda, pode fazer um show ao vivo com ela, ao ar livre", explicou Jenny Yau, diretora global da marca.**

Entre outras características estão a **potência de 480 W e quatro entradas de canal, bateria de longa duração (12.000 mAh) que carrega durante o uso, painel de controle profissional e coluna removível**. Presente em mais de 70 países, a W-King participou pela primeira vez da Eletrolar Show**. "Achei fácil conectar com compradores locais, especialmente alguns distribuidores que ainda não conhecia. Foi uma boa oportunidade de negócios", avaliou Jenny.** ■■



JENNY YAU, DIRETORA GLOBAL
GLOBAL DIRECTOR

W-King**, a manufacturer of high-quality speakers, presented a diversified line of products for parties, musical performances, or relaxing at home.* ***The highlight was the K30 PRO All-In-One Line Array Speaker model, from the Talent series, developed for professionals and music lovers. "It comes with two wireless microphones, guitar and other instrument inputs. If you have a band, you can do a live show with it outdoors," explained Jenny Yau, the brand's global director.

Other features include ***480 W power and four channel inputs, long-lasting battery (12,000 mAh) that charges during use, professional control panel, and removable column.*** *Present in more than 70 countries, W-King participated for the first time in Eletrolar Show.* ***"I found it easy to connect with local buyers, especially some distributors I did not know yet. It was a good business opportunity," evaluated Jenny.*** ■■

W.A. AMBIENTAL: TRABALHO EM ÁREAS VERDES E TERCEIRIZACÃO DE MÃO DE OBRA

W.A. AMBIENTAL: WORK IN GREEN AREAS AND OUTSOURCING OF LABOR

A **W.A. Ambiental** oferece uma variedade de serviços a outras empresas, incluindo criação de jardins verticais, tomografia e penetrografia de árvores, e terceirização de mão de obra. **Amanda Voci, CEO da empresa**, contou que o objetivo da ida à feira foi divulgar o trabalho, e obteve sucesso. **"Muitos pararam no nosso estande, fizeram perguntas e tiraram dúvidas. Para a divulgação da marca, foi ótimo."**

Dentre os serviços da W.A. Ambiental, Amanda destacou a roçada de áreas verdes como algo particularmente interessante. **"Quase todos os fabricantes têm algum tipo de paisagismo ou projeto de áreas verdes"**, comentou. Acrescentou que o mercado foi um pouco mais lento no início do ano, mas deve melhorar. **Ela acredita que este semestre trará mais oportunidades de conexão com novos parceiros e de prestação de serviços.** ■■



AMANDA VOCI, CEO

*W.A. **Ambiental** offers a variety of services to other companies, including creation of vertical gardens, tree tomography and penetrometry, and outsourcing of labor. **Amanda Voci, CEO of the company**, said that the objective of going to the fair was to promote the work, and it was successful. **"Many stopped at our booth, asked questions, and cleared doubts. For brand promotion, it was great."***

*Among W.A. Ambiental's services, Amanda highlighted the mowing of green areas as something particularly interesting. **"Almost all manufacturers have some type of landscaping or green area project,"** she commented. She added that the market was a little slower at the beginning of the year but should improve. **She believes that this semester will bring more opportunities to connect with new partners and provide services.** ■■*

WANBO: APOSTA NO MERCADO BRASILEIRO

WANBO: BETTING ON THE BRAZILIAN MARKET

Em busca de novos parceiros no Brasil, a **Wanbo** participou pela primeira vez da Eletrolar Show e expôs os seus principais lançamentos. O destaque foi o projetor **Mozart Pro 2025, que vem de fábrica com sistema Android, Google Assistente e Netflix instalados. "Com conexão Wi-Fi e suporte 4K, o modelo entrega imagens de alta qualidade e é fácil de operar", contou Wang Huanlong, gerente de vendas da empresa.**

O objetivo da Wanbo foi expandir a sua atuação no País. **"Acreditamos que este evento abre portas para novas parcerias no Brasil", afirmou Wang**. Outro sucesso foi o **Wanbo Cube, projetor compacto** que cabe em qualquer mochila, ideal para quem busca praticidade sem abrir mão de som e imagem de alto desempenho, produto que reforça o compromisso da marca com tecnologia acessível e design funcional. ■■



WANG HUANLONG, GERENTE DE VENDAS
SALES MANAGER

*Seeking new partners in Brazil, **Wanbo** participated for the first time in Eletrolar Show and exhibited its main launches. The highlight was the **Mozart Pro 2025 projector, which comes factory-installed with Android system, Google Assistant, and Netflix. "With Wi-Fi connection and 4K support, the model delivers high-quality images and is easy to operate," said Wang Huanlong, the company's sales manager.***

*Wanbo's goal was to expand its presence in the country. "We believe this event opens doors to new partnerships in Brazil," said Wang. Another success was the **Wanbo Cube, a compact projector** that fits in any backpack, ideal for those seeking practicality without giving up high-performance sound and image, a product that reinforces the brand's commitment to accessible technology and functional design.* ■■

WATERSY: GARRAFAS TÉRMICAS PARA TODAS AS SITUAÇÕES

WATERSY: THERMAL BOTTLES FOR ALL SITUATIONS

Especializada em copos e garrafas térmicas, a **Watersy** participou pela primeira vez da Eletrolar Show, e seu objetivo foi chegar a novos clientes. **"Já atuamos há bastante tempo no mercado brasileiro, mas essa é a primeira vez que viemos para a feira, e já pretendemos voltar mais vezes", disse Zhenlong Ji, gerente comercial.**

No estande, destacou suas soluções de grande volume, **com capacidade para até 10 latas de bebidas. "A temperatura das bebidas é mantida por até 12 horas",** explicou Zhenlong. Ele acredita que o produto tem muita sinergia com o público brasileiro e deve contribuir para que a empresa consiga bom desempenho neste semestre. ■■



ZHENLONG JI, GERENTE COMERCIAL
COMMERCIAL MANAGER

Specialized in cups and thermal bottles, ***Watersy*** *participated for the first time in Eletrolar Show, and its objective was to reach new clients.* ***"We have already been operating for a long time in the Brazilian market, but this is the first time we came to the fair, and we already intend to return more times," said Zhenlong Ji, commercial manager.***

At the booth, it highlighted its large-volume solutions, ***with capacity for up to 10 cans of beverages. "The temperature of the beverages is maintained for up to 12 hours,"*** *explained Zhenlong. He believes the product has much synergy with the Brazilian public and should contribute for the company to achieve good performance this semester.* ■■

WEYON: ELETRÔNICOS COM QUALIDADE E PREÇO ACESSÍVEL

WEYON: ELECTRONICS WITH QUALITY AND AFFORDABLE PRICE

A **Weyon TV** apresentou uma linha diversificada de eletrônicos, incluindo **smart TVs, laptops, monitores gamer e CPUs**, com o objetivo de fornecer tecnologia de qualidade e acessível aos mercados B2B e B2C. **Um dos destaques foi a Weyon Smart Max TV WY-S50/55/60, com áudio Dolby, Android 11, 1,5 GB + 8 GB e conexão Bluetooth.** Com peças importadas da China e montagem local, a empresa garante preços competitivos sem abrir mão da performance. **"Queremos que todas as famílias tenham acesso a uma experiência visual de alto nível, sem pagar caro por isso", destacou Peter Jiang, gerente de marketing da Weyon.**

Expositora pela primeira vez na feira, a empresa enxerga o mercado brasileiro em expansão, especialmente neste segundo semestre. A estratégia é fortalecer a base de clientes, conquistar novos parceiros e ampliar os canais de venda com estoque à pronta-entrega no País. **"Acreditamos que, com o crescimento da renda e a chegada do fim de ano, nossas vendas irão dobrar ou até triplicar no Brasil", afirmou Peter.** ■■

Weyon TV *presented a diversified line of electronics, including* ***smart TVs, laptops, gamer monitors, and CPUs****, aiming to provide quality and affordable technology to B2B and B2C markets.* ***One of the highlights was the Weyon Smart Max TV WY-S50/55/60, with Dolby audio, Android 11, 1.5 GB + 8 GB, and Bluetooth connection.*** *With parts imported from China and local assembly, the company guarantees competitive prices without giving up performance.* ***"We want all families to have access to a high-level visual experience without paying a lot for it," highlighted Peter Jiang, Weyon's marketing manager.***

Exhibiting for the first time at the fair, the company sees the Brazilian market expanding, especially in this second semester. The strategy is to strengthen the client base, gain new partners, and expand sales channels with ready-to-deliver stock in the country. ***"We believe that, with the growth of income and the arrival of the end of the year, our sales will double or even triple in Brazil," said Peter.*** ■■

XIN NUO: APOSTA NA PORTABILIDADE

XIN NUO: BETTING ON PORTABILITY

A **Xin Nuo** expôs **caixas de som Bluetooth de diversos tamanhos: desde soluções portáteis até as que têm alto-falantes maiores, para festas.** Destacou o **modelo XN-E15, de dimensões pequenas, com 5 W de potência, bateria de 1.200 mAh, que garante três horas de reprodução em volume máximo, e suporte para cartão de memória.** "É o nosso modelo mais vendido", contou **Amber Zou, gerente de vendas.**

Segundo Amber, o Brasil é um mercado promissor. Sua expectativa é que a participação na Eletrolar Show contribua para que a Xin Nuo consiga se conectar a mais distribuidores para seus produtos. **"A ideia é a expansão, cada vez mais, e em diversos mercados", disse.** ■■



AMBER ZOU, GERENTE DE VENDAS
SALES MANAGER

Xin Nuo** exhibited **Bluetooth speakers of various sizes: from portable solutions to larger ones with bigger speakers, for parties.** It highlighted the **XN-E15 model, small-sized, with 5 W of power, 1,200 mAh battery, which guarantees three hours of playback at maximum volume, and memory card support.** "It is our best-selling model," **said Amber Zou, sales manager.

*According to Amber, Brazil is a promising market. Her expectation is that participation in Eletrolar Show will contribute to Xin Nuo being able to connect with more distributors for its products. **"The idea is expansion, more and more, and in several markets," she said.*** ■■

XP: TELA DE CELULAR QUE PROTEGE A VISÃO

XP LCD FACTORY: CELL PHONE SCREEN THAT PROTECTS THE USER'S VISION

A **XP LCD Factory** lançou na feira a **Premier Max. "É uma tela de celular com tecnologia avançada, que oferece resolução mais nítida e alto brilho, combinação única no mercado. Com ela, o usuário tem uma experiência visual agradável e saudável porque foi projetada para reduzir efeitos negativos da exposição prolongada, como tontura e ressecamento dos olhos", explicou Hali Li, diretora comercial da empresa.**

Otimista em relação aos resultados deste ano, Hali ressaltou a capacidade de inovação da empresa e seu compromisso com a qualidade. **"A XP LCD Factory investiu pesadamente em tecnologia para desenvolver produtos que atendam às necessidades dos usuários. Estar na Eletrolar Show nos aproximou do mercado e, com a Premier Max, buscamos nos destacar e estabelecer um novo padrão de qualidade para telas de celular."** ■■



HALI LI, DIRETORA COMERCIAL
COMMERCIAL DIRECTOR

XP LCD Factory** launched at the fair the **Premier Max. "It is a cell phone screen with advanced technology, which offers sharper resolution and high brightness, a unique combination in the market. With it, the user has a pleasant and healthy visual experience because it was designed to reduce negative effects of prolonged exposure, such as dizziness and dry eyes," explained Hali Li, the company's commercial director.

*Optimistic about this year's results, Hali emphasized the company's capacity for innovation and its commitment to quality. **"XP LCD Factory has invested heavily in technology to develop products that meet user needs. Being at Eletrolar Show brought us closer to the market, and with Premier Max, we seek to stand out and establish a new quality standard for cell phone screens."*** ■■

X-TOOL: MÁQUINA DE GRAVAÇÃO A LASER

XTOOL: STRONG BET ON LASER ENGRAVING MACHINE

O lançamento de destaque da **XTOOL** foi a **F1 Ultra. "O equipamento de gravação a laser oferece infinitas possibilidades de personalização e customização, inclusive corta metais e grava em ouro, uma ferramenta valiosa para quem busca criar produtos únicos e personalizados. Com mais de 20 W de potência e combinando dois tipos de laser, fibra e diodo, é uma das máquinas de gravação a laser mais rápidas do mundo", disse Paola Caeiro, gerente de marketing da empresa.**

A XTOOL, que participou pela segunda vez da Eletrolar Show, acredita que a F1 Ultra será um sucesso entre profissionais e makers, contribuindo para o crescimento da empresa e sua consolidação no mercado brasileiro. "Com tecnologia avançada e investimento em pesquisa e desenvolvimento, a XTOOL está bem posicionada para atender às necessidades de criação e personalização dos seus clientes", disse Paola. ■■

The highlight launch of ***XTOOL*** *was the* ***F1 Ultra. "The laser engraving equipment offers endless possibilities for personalization and customization, including cutting metals and engraving on gold, a valuable tool for those seeking to create unique and personalized products. With more than 20 W of power and combining two types of laser, fiber and diode, it is one of the fastest laser engraving machines in the world," said Paola Caeiro, the company's marketing manager.***

XTOOL, which participated for the second time in Eletrolar Show, believes that the F1 Ultra will be a success among professionals and makers, contributing to the company's growth and its consolidation in the Brazilian market. "With advanced technology and investment in research and development, XTOOL is well positioned to meet the creation and personalization needs of its clients," said Paola. ■■

YALA: LINHA DE MOTOS ELÉTRICAS

YALA: BET ON THE LINE OF ELECTRIC MOTORCYCLES

A marca **Yala** apresentou **linha de motos elétricas, com destaque para os modelos YUT10, YGT10 e YT10, todas com potência de motor de 1.000 W e bateria de fosfato de ferro-lítio, que suportam até 200 kg. "As diferenças entre os modelos são, principalmente, o design e o tamanho. Nosso foco principal é a segurança, então todas as linhas contam com tecnologia segura, além do design moderno", destacou Jianxin Xu, CEO da Yala.**

As linhas de motos elétricas Yala estão disponíveis para pronta-entrega na loja da empresa no Brás (SP), com reposição de peças e assistência técnica local. No evento, a Yala buscou parcerias e espera conquistar 100 novos clientes até dezembro. **"Queremos encontrar distribuidores sérios para desenvolver um comércio confiável no País", disse Jianxin.** ■■



JIANXIN XU, CEO

The ***Yala*** *brand introduced a* ***line of electric motorcycles****, with emphasis on the* ***YUT10, YGT10, and YT10 models, all with a motor power of 1,000 W, lithium iron phosphate battery, which support up to 200 kg. "The differences between the models are mainly the design and size. Our main focus is safety, so all lines have safe technology, in addition to a modern design," highlighted Jianxin Xu, CEO of Yala.***

The Yala electric motorcycle lines are available for immediate delivery at the company's store in Brás (SP), with parts replacement and local technical assistance. At the event, Yala sought partnerships and hopes to win 100 new customers by December. ***"We want to find serious distributors to develop a reliable business in the Country," said Jianxin.*** ■■

YAXUN: ALTA TECNOLOGIA EM MICROSCÓPIO

YAXUN: HIGH TECHNOLOGY IN MICROSCOPES

A **Yaxun** apresentou **o microscópio trinocular YX – AK46** como produto principal. **"Sua lente é ótima, dá mais zoom, sempre regulado para permitir que o profissional tenha uma visão perfeita, sem nenhuma distorção de imagem. A empresa oferece assistência ao produto e trabalha com todas as ferramentas de que um técnico precisa para fazer reparos, das simples às mais avançadas", disse Yanni Ma, diretora de vendas da Yaxun.**

Há 25 anos no mercado, a empresa se mantém atenta às necessidades dos clientes, destacou Yanni. **"A Eletrolar Show é uma ótima oportunidade para mostrarmos que estamos sempre inovando, na qualidade, no design e no preço", disse Yanni.** ■■



YANNI MA,
DIRETORA DE VENDAS
SALES DIRECTOR

Yaxun** presented the **YX – AK46 trinocular microscope** as its main product. **"Its lens is great, it gives more zoom, always adjusted to allow the professional to have a perfect view, without any image distortion. The company offers product assistance and works with all the tools a technician needs to make repairs, from the simple to the most advanced," said Yanni Ma, Yaxun sales director.

*In the market for 25 years, the company remains attentive to customer needs, highlighted Yanni. **"The Eletrolar Show is a great opportunity to show that we are always innovating, in quality, design, and price," said Yanni.*** ■■

YESIDO: INOVAÇÃO E CUIDADO COM O CLIENTE

YESIDO: INNOVATION AND CUSTOMER CARE

A **Yesido**, marca chinesa de acessórios eletrônicos, apresentou na feira o seu portfólio completo, que inclui **teclados, cabos, carregadores, power banks e webcams**. Um destaque foi o **lançamento do suporte magnético para celulares C310. "Com rotação de 360 graus, pode ser fixado em qualquer superfície lisa, como vidros, paredes e painéis de veículos", contou Chen Sumei, gerente de vendas da empresa.**

Com mais de 22 anos de experiência no mercado global, a **Yesido** tem conquistado espaço em países como França, Alemanha e México. Além da tecnologia, a empresa se diferencia pelo cuidado com o cliente. **"Conquistamos nossos clientes por meio de um atendimento pré e pós-venda personalizado, que é a nossa marca registrada", disse Chen.** ■■



CHEN SUMEI,
GERENTE DE VENDAS
SALES MANAGER

Yesido**, a Chinese brand of electronic accessories, presented its complete portfolio at the fair, which includes **keyboards, cables, chargers, power banks, and webcams.** A highlight was the **launch of the C310 magnetic cell phone holder. "With 360-degree rotation, it can be fixed on any smooth surface, such as glass, walls, and vehicle dashboards," said Chen Sumei, the company's sales manager.

*With more than 22 years of experience in the global market, **Yesido** has been gaining ground in countries such as France, Germany, and Mexico. In addition to technology, the company differentiates itself through customer care. **"We win our customers through personalized pre- and post-sales service, which is our hallmark," said Chen.*** ■■

YISIHANG: SOLUÇÕES PARA CLIMATIZAÇÃO

YISIHANG: COMPACT SOLUTIONS FOR ENVIRONMENTAL CLIMATIZATION

A **Yisihang Electrical Technology, fabricante de ventiladores, refrigeradores de ar e aquecedores elétricos, apresentou dois de seus principais lançamentos em 2025.** O primeiro deles foi **a linha de circuladores de ar modelos FSU-8M1 e 8MA. Discretos e formatados na vertical, são ideais para ambientes com pouco espaço. "Diferem de qualquer produto tradicional no mercado. Ao ativar o modo dormir, são muito silenciosos", disse Chen Jiangning, gerente de vendas.**

O segundo destaque ficou com os **refrigeradores de ar modelos AC-135DS-35L e AC-110FC1. Compactos, possuem pequenas rodas que facilitam seu deslocamento.** "Foi a nossa primeira vez na feira. Fiquei impressionado com as muitas oportunidades de negócios, não só no Brasil, mas em toda a região", avaliou Chen. A empresa comercializa seus produtos na Ásia, Europa e América do Norte. ■■



CHEN JIANGNING, GERENTE DE VENDAS
SALES MANAGER

Yisihang Electrical Technology, a manufacturer of fans, air coolers, and electric heaters, presented two of its main launches in 2025. The first was the ***line of air circulators models FSU-8M1 and 8MA. Discrete and vertically formatted, they are ideal for environments with little space. "They differ from any traditional product on the market. When you activate the sleep mode, they are very quiet," said Chen Jiangning, sales manager.***

The second highlight was the ***air coolers models AC-135DS-35L and AC-110FC1. Compact, they have small wheels that facilitate their movement.*** *"It was our first time at the fair. I was impressed with the many business opportunities, not only in Brazil but throughout the region," said Chen. The company sells its products in Asia, Europe, and North America.* ■■

ZETA UNO: CARREGADOR INTELIGENTE PARA CONDOMÍNIOS

ZETA UNO: SMART CHARGER FOR CONDOMINIUMS

A **Zeta Uno**, empresa de estações de recarga para veículos elétricos, com sede em Vacaria (RS), esteve pela primeira vez na Eletrocar Show, buscando um retorno comercial expressivo. **"A eletromobilidade não é mais o futuro, é o presente. Nossa meta é de pelo menos R$ 10 milhões em negócios. Acreditamos que o segundo semestre será ainda mais promissor", afirmou Patrick Borges Bonella, CEO da Zeta Uno**.

No estande, a empresa destacou o **carregador Smart Charging,** indicado para prédios e condomínios residenciais, com potência de até 22 kW, sistema trifásico e carga dinâmica, que distribui a energia sem sobrecarregar a estrutura elétrica. **"É uma solução prática, segura e acessível, que se adapta a qualquer tipo de prédio e opera de forma autônoma, com ou sem aplicativo", disse Patrick.** A empresa apresentou, também, outros modelos de carregadores rápidos de 80 kW a 320 kW, para eletropostos e veículos pesados, como ônibus e caminhões. **A totalidade da linha Zeta Uno tem fabricação nacional, com assistência técnica e garantia em todo o País.** ■■



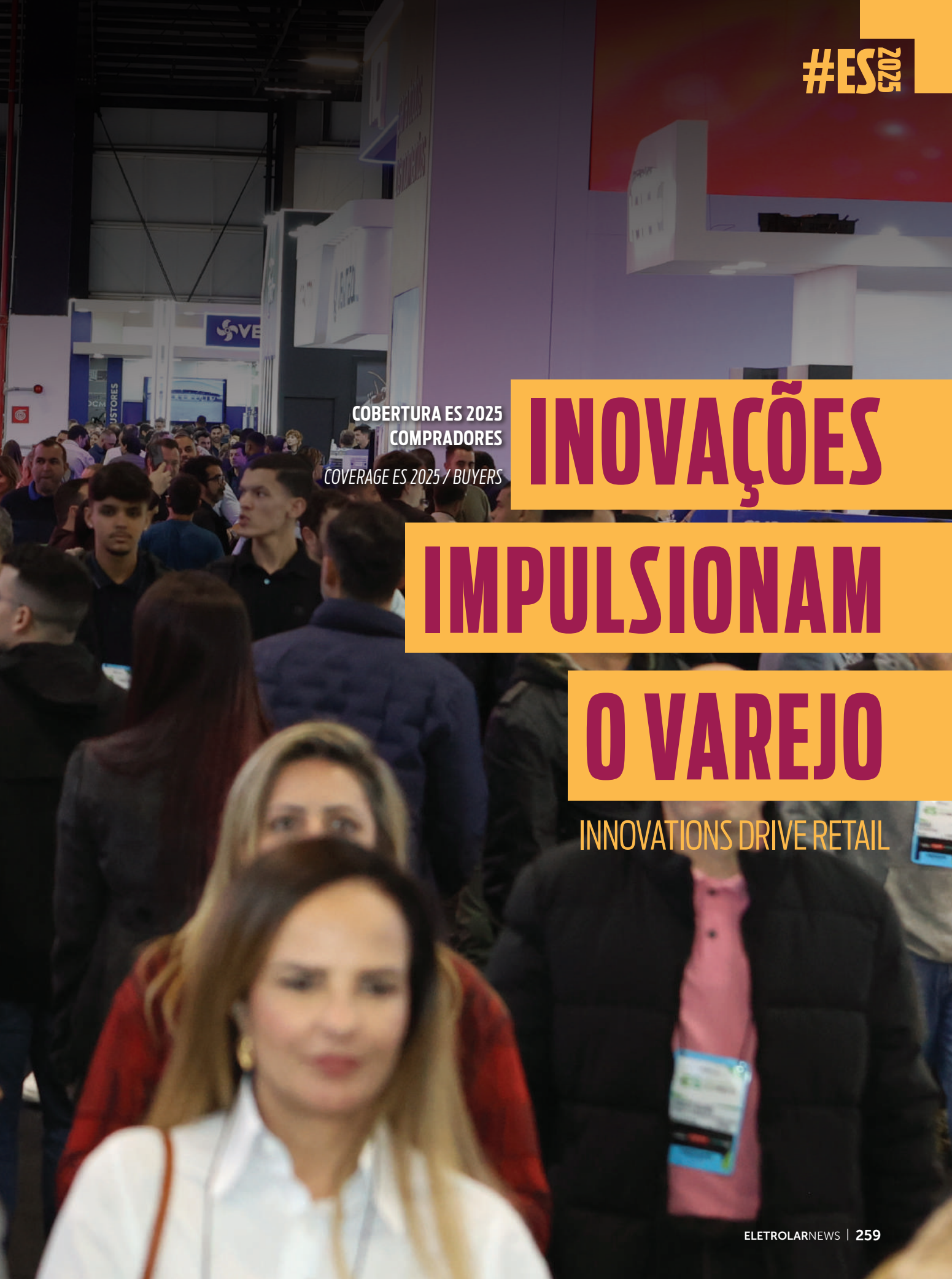
PATRICK BORGES BONELLA, CEO

Zeta Uno*, a company of charging stations for electric vehicles, headquartered in Vacaria (RS), was present for the first time at the Eletrocar Show, seeking an expressive commercial return.* ***"Electromobility is no longer the future, it is the present. Our goal is at least R$ 10 million in business. We believe the second half of the year will be even more promising," said Patrick Borges Bonella, CEO of Zeta Uno.***

At the booth, the company highlighted the ***Smart Charging charger****, indicated for buildings and residential condominiums, with power of up to 22 kW, three-phase system and dynamic load, which distributes the energy without overloading the electrical structure.* ***"It is a practical, safe and accessible solution, which adapts to any type of building and operates autonomously, with or without application," said Patrick.*** *The company also presented other models of fast chargers from 80 kW to 320 kW, for charging stations and heavy vehicles, such as buses and trucks.* ***The entire Zeta Uno line is nationally manufactured, with technical assistance and warranty throughout the country.*** ■■



Hoje



COBERTURA ES 2025 COMPRADORES

COVERAGE ES 2025 / BUYERS

INOVAÇÕES IMPULSIONAM O VAREJO

INNOVATIONS DRIVE RETAIL



COMPRADORES APONTAM IA, MOBILIDADE ELÉTRICA E ELETROPORTÁTEIS COMO APOSTAS PARA AQUECER AS VENDAS NESTE SEMESTRE.

BUYERS POINT TO AI, ELECTRIC MOBILITY AND SMALL APPLIANCES AS BETS TO HEAT UP SALES THIS SEMESTER.

Compradores de todas as regiões brasileiras visitaram a 18ª Eletrolar Show em busca das principais novidades que irão movimentar o mercado nos próximos meses. A telefonia móvel continua em alta, com destaque para smartphones e acessórios como capas, carregadores por indução e fones Bluetooth.

A inteligência artificial também ganhou protagonismo. Executivos de compras demonstraram interesse por

Buyers from all Brazilian regions visited the 18th Eletrolar Show in search of the main novelties that will move the market in the coming months. Mobile telephony continues on the rise, with emphasis on smartphones and accessories such as cases, induction chargers and Bluetooth headphones.

Artificial intelligence also gained prominence. Purchasing executives showed interest in headphones with



fones com tradução simultânea e dispositivos de gravação. A mobilidade elétrica segue em expansão, com patinetes, bicicletas e motos ganhando espaço.

No Nordeste e Norte, o calor impulsiona o segmento de climatização, com aparelhos de ar-condicionado e ventiladores. Varejistas regionais projetam crescimento de até 20% nas vendas neste semestre, apoiados por datas como Black Friday e Natal. Eficiência energética e sustentabilidade vêm guiando as decisões de compra.

Eletroportáteis e itens de cozinha continuam a aquecer o varejo, que vem expandindo seus canais digitais. A conexão com fornecedores, na Eletrolar Show, conforme os compradores, permitiu acompanhar tendências, negociar condições competitivas e acessar novas tecnologias. Nesta matéria, eles revelam suas apostas para o período.

simultaneous translation and recording devices. Electric mobility continues expanding, with scooters, bicycles and motorcycles gaining space.

In the Northeast and North, the heat drives the air conditioning segment, with air conditioners and fans. Regional retailers project growth of up to 20% in sales this semester, supported by dates such as Black Friday and Christmas. Energy efficiency and sustainability have been guiding purchasing decisions.

Small appliances and kitchen items continue to heat up retail, which has been expanding its digital channels. The connection with suppliers, at Eletrolar Show, according to buyers, allowed them to follow trends, negotiate competitive conditions and access new technologies. In this article, they reveal their bets for the period.

A RENOVAR



BÁRBARA ALVES,
GERENTE DE COMPRAS
PURCHASING MANAGER

As fritadeiras elétricas lideraram as vendas de A Renovar no primeiro semestre, refletindo a demanda por esse eletroportátil no centro e norte do Maranhão e sul do Pará, regiões onde a empresa atua. Na Eletrolar Show, a varejista procurou novos modelos de air fryers, cooktops e máquinas de lavar. **"Os eletroportáteis, especialmente as fritadeiras, são acessíveis e têm ótima aceitação entre os nossos consumidores", afirmou Bárbara Alves, gerente de compras. A empresa também acompanhou as inovações em mobilidade elétrica apresentadas na feira.**

Em 2025, a expectativa é de crescimento sustentado por produtos funcionais e com bom custo-benefício. "Explorar lançamentos ao vivo nos permite avaliar qualidade e negociar parcerias que fortalecem nosso portfólio", destacou Bárbara. Ela aposta em um mix diversificado para alavancar as vendas em datas como Black Friday e Natal.

Electric fryers led A Renovar's sales in the first semester, reflecting the demand for this small appliance in central and northern Maranhão and southern Pará, regions where the company operates. At Eletrolar Show, the retailer looked for new models of air fryers, cooktops and washing machines. ***"Small appliances, especially fryers, are accessible and have great acceptance among our consumers," said Bárbara Alves, purchasing manager. The company also followed the innovations in electric mobility presented at the fair.***

In 2025, the expectation is sustained growth driven by functional and cost-effective products. "Exploring live launches allows us to evaluate quality and negotiate partnerships that strengthen our portfolio," highlighted Bárbara. She bets on a diversified mix to leverage sales on dates such as Black Friday and Christmas.

BELLAS CAPAS



JOZIVALDO SILVA,
PROPRIETÁRIO
OWNER

Com uma loja em Rondônia, a Bellas Capas atua com acessórios para celulares. **"As películas de titânio são nosso principal produto, mas também oferecemos acessórios gerais, como capas e carregadores", contou Jozivaldo Silva, proprietário.** Com inovações, a empresa projeta um ambicioso aumento de 80% nas vendas neste semestre em relação ao mesmo período de 2024.

Essa projeção, segundo Jozivaldo, pode ser atingida mediante a aproximação com fornecedores – reforçada pela visita à Eletrolar Show – e a aposta em novas categorias de produtos. "Embora nosso ramo principal seja acessórios para celulares, as motos elétricas estão ganhando espaço e podem ser uma aposta futura", observou.

With a store in Rondônia, Bellas Capas works with cell phone accessories. ***"Titanium films are our main product, but we also offer general accessories, such as cases and chargers," said Jozivaldo Silva, owner.*** *With innovations, the company projects an ambitious 80% increase in sales this semester compared to the same period in 2024.*

This projection, according to Jozivaldo, can be achieved through closer ties with suppliers – reinforced by the visit to Eletrolar Show – and the bet on new product categories. "Although our main field is cell phone accessories, electric motorcycles are gaining ground and may be a future bet," he observed.

BRASILL INFORMÁTICA

Sediada em Goiânia (GO), a Brasill Informática foca em vendas governamentais por meio de licitações. De acordo com **Josias Guimarães, proprietário, notebooks são seu principal produto. "Nosso laboratório permite upgrades, como memória e SSD, para atender a especificações exigidas pelos órgãos públicos"**, explicou. Ele estima crescimento de 15% a 20% nas vendas neste semestre.

A empresa planeja entrar no segmento de linha branca, também via licitações. A participação na feira visou avaliar oportunidades e criar conexões com profissionais do setor. "Conhecer fabricantes e estreitar relacionamentos nos permite acessar inovações e fortalecer parcerias", contou Josias.

Headquartered in Goiânia (GO), Brasill Informática focuses on government sales. According to ***Josias Guimarães, owner, notebooks are its main product. "Our laboratory allows upgrades, such as memory and SSD, to meet specifications required by public agencies,"*** *he explained. With the seasonality of the bidding market, he anticipates 15% to 20% growth in the company's sales this semester.*

Also in this period, the objective is to expand its operations to include white line products, still focusing on bids. Brasill Informática's participation in the fair aimed to evaluate opportunities in these areas and create connections with professionals capable of helping the company in this new segment. "Meeting manufacturers and strengthening relationships allows us to access innovations and strengthen partnerships," said Josias.



JOSIAS GUIMARÃES,
PROPRIETÁRIO
OWNER

CACHOEIRO ELETRO



BRUNO CHAMON,
GERENTE DE COMPRAS
PURCHASING MANAGER

Com lojas em Cachoeiro de Itapemirim e Marataízes (ES), a Cachoeiro Eletro atua no varejo de eletrodomésticos e tecnologia. **Segundo Bruno Chamon, gerente de compras da empresa, os celulares e acessórios lideram as vendas dentro do mix de produtos. "Os smartphones têm uma demanda enorme, mas a linha branca, com geladeiras e lavadoras, também é muito procurada por nossos clientes."**

A expectativa para este semestre é otimista, embora cautelosa, devido às altas taxas de juros que impactam o consumo. Bruno projeta crescimento nas vendas, especialmente de celulares, em razão do lançamento de novos modelos. "As marcas estão trazendo muitas novidades que aquecem o mercado, principalmente em datas como Black Friday e Natal", afirmou. Segundo ele, a proximidade com parceiros comerciais permitiu à empresa negociar condições vantajosas para oferecer produtos de ponta.

With stores in Cachoeiro de Itapemirim and Marataízes (ES), Cachoeiro Eletro operates in appliances and technology retail. ***According to Bruno Chamon, purchasing manager of the company, cell phones and accessories lead sales within the product mix. "Smartphones have huge demand, but the white line, with refrigerators and washing machines, is also much sought after by our customers."***

The expectation for this semester is optimistic, although cautious, due to high interest rates that impact consumption. Bruno projects growth in sales, especially of cell phones, due to the launch of new models. "Brands are bringing many novelties that heat the market, especially on dates such as Black Friday and Christmas," he said. According to him, closeness with business partners allowed the company to negotiate advantageous conditions to offer cutting-edge products.

CAOA CHERY

Com cerca de 90 concessionárias em todo o Brasil, a CAOA Chery tem observado um crescente interesse do mercado por veículos eletrificados, especialmente os modelos híbridos. **"O segmento de SUVs, como o Tiggo 8, lidera nosso portfólio, mas os híbridos estão ganhando espaço como uma solução prática para o consumidor brasileiro", disse Bruno Santana, especialista em assistência técnica da empresa.**

De acordo com Bruno, a empresa planeja incluir mais dois ou três modelos de eletrificados em seu portfólio ao longo dos próximos meses. Para ele, eventos como a Eletrocar Show ajudam a empresa a se manter a par das tendências do setor. "A tecnologia automotiva avança rápido, e estar próximo de fornecedores e novidades permite à CAOA Chery antecipar o que o consumidor final deseja", comentou.

With about 90 dealerships throughout Brazil, CAOA Chery has observed a growing interest in the market for electrified vehicles, especially hybrid models. ***"The SUV segment, such as Tiggo 8, leads our portfolio, but hybrids are gaining space as a practical solution for the Brazilian consumer," said Bruno Santana, the company's technical assistance specialist.***

According to Bruno, the company plans to include two or three more electrified models in its portfolio over the coming months. For him, events such as Eletrocar Show help the company stay on top of sector trends. "Automotive technology advances fast, and being close to suppliers and novelties allows CAOA Chery to anticipate what the final consumer wants," he said.



BRUNO SANTANA,
ESPECIALISTA EM ASSISTÊNCIA TÉCNICA
TECHNICAL ASSISTANCE SPECIALIST

CARREGO ATACADISTA



CHRISTIAN OLIVEIRA,
GERENTE DE VENDAS
SALES MANAGER

Com sede em Foz do Iguaçu (PR) e cerca de 2 mil pontos de venda no Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul, a **CarreGo opera no modelo "store in store", com displays de acessórios para celulares em locais como farmácias, mercados e postos de combustíveis. "Nosso foco é oferecer conveniência, atendendo a necessidades imediatas dos consumidores", explicou Christian Oliveira, gerente de vendas.** Entre os produtos oferecidos estão carregadores de celular, cabos e suportes.

Na Eletrolar Show, Christian procurou conhecer fornecedores, principalmente da China. "Essa conexão direta nos ajuda a entender as dores do mercado e identificar produtos que agregam valor, como carregadores rápidos", afirmou. Para 2025, há plano de expansão para São Paulo.

Headquartered in Foz do Iguaçu (PR) and with about 2,000 points of sale in Paraná, Santa Catarina and Rio Grande do Sul, ***CarreGo operates in the "store in store" model, with displays of cell phone accessories in places such as pharmacies, markets and gas stations. "Our focus is to offer convenience, meeting the immediate needs of consumers," explained Christian Oliveira, sales manager.*** *Among the products offered are cell phone chargers, cables and supports.*

At Eletrolar Show, Christian sought to meet suppliers. "Connecting directly with partners, especially from China, allows us to understand the market pains and seek products that add value," he said. These connections also help the company identify trends, such as fast chargers, and plan innovations that serve both retailers and final consumers. For 2025, the plan is to expand operations to São Paulo.

CASE PHONE STORE

Os acessórios premium para os smartphones da Apple são os principais produtos da Case Phone Store, que tem sede em São José dos Campos (SP). Com loja física há cinco anos, a empresa espera 15% de aumento nas vendas neste semestre na comparação com o mesmo período de 2024, impulsionado pelo lançamento do iPhone 17. **"O segundo semestre é marcado por novos modelos e acessórios premium, que aquecem o mercado", comentou Vivian Hipólito Cruz, proprietária.**

Os relógios inteligentes também estiveram no radar da empresa. "Eles estão ganhando espaço, especialmente entre quem busca monitorar atividades físicas", disse Vivian. Por meio deles, a loja vê a oportunidade de ampliar o portfólio para além dos produtos da Apple e expandir sua relevância no Vale do Paraíba.

Premium accessories for Apple smartphones are the main products of Case Phone Store, headquartered in São José dos Campos (SP). With a physical store for five years, the company expects a 15% increase in sales this semester compared to the same period in 2024, driven by the launch of the iPhone 17. ***"The second semester is marked by new models and premium accessories, which heat the market," said Vivian Hipólito Cruz, owner.***

Smartwatches were also on the company's radar. "They are gaining space, especially among those who seek to monitor physical activities," said Vivian. Through them, the store sees the opportunity to expand the portfolio beyond Apple products and expand its relevance in Vale do Paraíba.



VIVIAN HIPÓLITO CRUZ, PROPRIETÁRIA
OWNER

CELLAIRIS



JONATHAN BENITEZ, CEO

As capas de celular lideram as vendas da Cellairis. **Com mais de 50 pontos de venda no País, a rede de franquias planeja expandir sua participação no varejo de acessórios mobile e alcançar 200 unidades nos próximos três anos. "Nossa força está nas capas, que oferecem proteção qualificada para smartphones, um produto essencial e vulnerável", disse o CEO, Jonathan Benitez.**

Para alavancar as vendas em 2025, a empresa investiu em capas universais para tablets e em uma linha de presentes tecnológicos. "Capas universais atendem a diversos modelos de tablets, que têm demanda reprimida, enquanto presentes tecnológicos atraem consumidores", contou Jonathan. Ele também ressaltou a importância da feira para fortalecer parcerias com fornecedores e manter o portfólio atualizado. "Conectar-se com marcas como GShield nos permite oferecer produtos de qualidade, na contramão do mercado cinza", disse.

Cell phone cases lead Cellairis sales. ***With more than 50 points of sale in the country, the franchise network plans to expand its participation in mobile accessories retail and reach 200 units in the next three years. "Our strength is in cases, which offer qualified protection for smartphones, an essential and vulnerable product," said CEO Jonathan Benitez.***

To boost sales in 2025, the company invested in universal tablet cases and a line of technological gifts. "Universal cases meet several tablet models, which have repressed demand, while technological gifts attract consumers," said Jonathan. He also highlighted the importance of the fair to strengthen partnerships with suppliers and keep the portfolio updated. "Connecting with brands such as GShield allows us to offer quality products, against the gray market," he said.

CENTER KENNEDY

Há 37 anos no varejo, a Center Kennedy projeta crescimento de 15% a 20% em 2025, mesmo diante de um cenário econômico desafiador. No Amapá, onde mantém 14 lojas em quatro municípios, **o verão amazônico, com temperaturas que chegam a 40 °C, impulsiona a venda de aparelhos de ar-condicionado, assim como de ventiladores e refrigeradores. "Na nossa região, o ar-condicionado é uma necessidade, não uma opção", disse Diego Xavier Oliveira, diretor comercial.**

Na feira, além de opções em climatização, categoria que deve continuar em alta, a empresa buscou eletroportáteis e cadeiras de escritório. "Produtos com eficiência energética e cadeiras com design ergonômico estão alinhados às necessidades dos consumidores", explicou. Para atender à demanda aquecida, planeja abrir uma nova loja de 2.500 m². "O segundo semestre é nosso período mais forte, e estamos preparados com estoque e equipe capacitada", completou.

For 37 years in retail, Center Kennedy projects 15% to 20% growth in 2025, even in the face of a challenging economic scenario. In Amapá, where it maintains 14 stores in four municipalities, the ***Amazonian summer, with temperatures reaching 40 °C, drives the sale of air conditioners, as well as fans and refrigerators. "In our region, the air conditioner is a necessity, not an option," said Diego Xavier Oliveira, commercial director.***

At the fair, in addition to options in air conditioning, a category that should continue to rise, the company sought small appliances and office chairs. "Products with energy efficiency and chairs with ergonomic design are aligned with consumer needs," he explained. To meet the heated demand, it plans to open a new 2,500 m² store. "The second semester is our strongest period, and we are prepared with stock and trained team," he added.



DIEGO XAVIER OLIVEIRA,
DIRETOR COMERCIAL
COMMERCIAL DIRECTOR

COMERCIAL IVAIPORÃ



JONATAS ALMEIDA,
GERENTE DE VENDAS
SALES MANAGER

Especialista em materiais de construção e acabamentos, a Comercial Ivaiporã focou em eletrodomésticos para diversificar seu portfólio. **"Embora nosso core seja acabamentos, o segmento de climatização vem ganhando força, especialmente no verão, quando os clientes buscam ventiladores e aparelhos de ar-condicionado", afirmou Jonatas Almeida, gerente de vendas.**

Com 27 lojas no Paraná, a empresa projeta crescimento em 2025, com a expansão do televendas e do e-commerce, seja por meio do Mercado Livre ou do site próprio. "Estamos fortalecendo nossos canais digitais para alavancar as vendas de eletrodomésticos, complementando nosso negócio principal", explicou Jonatas. Afirmou, ainda, que estabelecer parcerias com fabricantes na Eletrolar Show garante acesso a negócios competitivos e a produtos alinhados às tendências de consumo.

Specialist in construction materials and finishes, Comercial Ivaiporã focused on appliances to diversify its portfolio. ***"Although our core is finishes, the air conditioning segment has been gaining strength, especially in summer, when customers seek fans and air conditioners," said Jonatas Almeida, sales manager.***

With 27 stores in Paraná, the company projects growth in 2025, with the expansion of telesales and e-commerce, either through Mercado Livre or its own site. "We are strengthening our digital channels to leverage appliance sales, complementing our main business," explained Jonatas. He also said that establishing partnerships with manufacturers at Eletrolar Show ensures access to competitive deals and products aligned with consumption trends.

GMI DISTRIBUIDORA

A GMI Distribuidora tem matriz em Cabedelo, na Paraíba, e filiais em cidades do Nordeste e Sudeste, além de outros 22 pontos de venda. **A gerente comercial, Rafaela Imperiano, foi à feira em busca de produtos que vendem bem, como acessórios, periféricos e componentes, mas também se fixou no segmento de energia solar. "O sol nasce primeiro na nossa região, e vimos um nicho gigante para soluções de energia limpa"**, observou.

Para atender a essa demanda, a distribuidora estruturou uma operação própria, oferecendo entrega direta e se posicionando como uma das poucas a atuar nesse mercado com escala regional. A feira contribuiu para os objetivos do segundo semestre da empresa, que pretende se manter à procura de novidades, focando em parcerias comerciais vantajosas. "Conectar-se com fabricantes e clientes nos permite estar um passo à frente, trazendo tecnologias e negócios inovadores", disse Rafaela.

GMI Distribuidora is headquartered in Cabedelo, Paraíba, and has branches in cities in the Northeast and Southeast, in addition to 22 other points of sale. ***The commercial manager, Rafaela Imperiano, went to the fair in search of products that sell well, such as accessories, peripherals and components, but also focused on the solar energy segment. "The sun rises first in our region, and we saw a huge niche for clean energy solutions,"*** *she observed.*

To meet this demand, the distributor structured its own operation, offering direct delivery and positioning itself as one of the few to operate in this market with regional scale. The fair contributed to the company's goals for the second semester, which intends to keep looking for novelties, focusing on advantageous commercial partnerships. "Connecting with manufacturers and customers allows us to be one step ahead, bringing innovative technologies and business," said Rafaela.



RAFAELA IMPERIANO,
GERENTE COMERCIAL
COMMERCIAL MANAGER

LOJAS COLOMBO



JEAN CARLOS BERNARDI,
GERENTE DE COMPRAS
PURCHASING MANAGER

Jean Carlos Bernardi, gerente de compras, lidera a estratégia de uma das maiores redes de varejo do País, com 347 lojas distribuídas entre Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná e Mato Grosso do Sul, além do e-commerce com alcance nacional. A linha branca, especialmente geladeiras e lavadoras, segue como carro-chefe da operação. **"Nossa força está nos eletrodomésticos, mas as TVs grandes, com recursos como QLED, estão entre as principais apostas do varejo. Esperamos que impulsionem os resultados."**

A empresa também trabalha com acessórios, como smartwatches da Xiaomi, que atendem consumidores que buscam conectividade. Segundo Jean, participar da Eletrolar Show permitiu à rede testar produtos e reforçar o portfólio. "Conhecer novidades em primeira mão e estreitar relacionamentos nos ajuda a oferecer o que há de melhor no varejo."

Jean Carlos Bernardi, purchasing manager*, leads the strategy of one of the largest retail chains in the country, with 347 stores distributed among Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná and Mato Grosso do Sul, in addition to e-commerce with national reach. The white line, especially refrigerators and washing machines, remains the flagship of the operation.* ***"Our strength is in appliances, but large TVs, with features such as QLED, are among the main bets of retail. We expect them to boost results."***

The company also works with accessories, such as Xiaomi smartwatches, which serve consumers seeking connectivity. According to Jean, participating in Eletrolar Show allowed the chain to test products and strengthen the portfolio. "Knowing novelties first-hand and strengthening relationships helps us offer the best in retail."

LOJAS DULAR

A empresa, que tem 17 lojas na região de Itabira (MG), buscou oportunidades para fortalecer seu portfólio, que inclui linhas branca e marrom, além de móveis. **Gil Cesar José Lopes, gerente de compras da Lojas Dular, contou que refrigeradores, fogões e televisores estão entre os itens mais procurados. "Nossa força está na linha branca e nas TVs, que atendem às necessidades práticas e de entretenimento dos clientes."**

Neste semestre, investe em ventiladores, ar-condicionado, fogões e micro-ondas. "Com o calor, a ventilação e o ar-condicionado ganham destaque, enquanto os micro-ondas atraem pela praticidade", disse Gil. A rede acompanha de perto marcas como Itatiaia e Fischer, de olho em inovação e design. Com expectativa de crescimento de 20% nas vendas até o fim do ano, Gil ressaltou a importância do networking com parceiros. "Estar próximo da indústria nos permitiu trocar experiências e enriquecer nosso mix com novidades relevantes."

The company, which has 17 stores in the Itabira (MG) region, sought opportunities to strengthen its portfolio, which includes white and brown lines, in addition to furniture. ***Gil Cesar José Lopes, purchasing manager at Lojas Dular, said that refrigerators, stoves and televisions are among the most sought-after items. "Our strength is in the white line and TVs, which meet the practical and entertainment needs of customers."***

This semester, it invests in fans, air conditioners, stoves and microwaves. "With the heat, ventilation and air conditioning gain prominence, while microwaves attract for their practicality," said Gil. The network closely follows brands such as Itatiaia and Fischer, with an eye on innovation and design. With an expectation of 20% growth in sales by the end of the year, Gil emphasized the importance of networking with partners. "Being close to the industry allowed us to exchange experiences and enrich our mix with relevant novelties."



GIL CESAR JOSÉ LOPES,
GERENTE DE COMPRAS
PURCHASING MANAGER

MARTINS ATACADISTA



AMANDA MIRELLY SILVA,
TRADE MARKETING E-COMMERCE B2B
TRADE MARKETING E-COMMERCE B2B

Com 26 centros de distribuição, foi à feira em busca de novidades em mobilidade e eletroeletrônicos, especialmente TVs e projetores, mirando a Copa do Mundo de 2026. **"Prospectamos marcas novas e players consolidados", contou Amanda Mirelly Silva, responsável pelo trade marketing e-commerce B2B. Ela também voltou sua atenção para produtos gamer, soluções corporativas e de climatização, um destaque na operação da empresa.**

Acompanhar de perto os lançamentos é estratégico, disse Amanda. "A feira reúne os principais players, traz novidades e permite negociações diretas com quem decide." Com faturamento de R$ 7 bilhões em 2024, a empresa projeta crescer 10% neste ano. O marketplace B2B, canal em expansão, movimentou R$ 500 milhões em 2024 e deve alcançar R$ 100 milhões mensais em 2025.

Headquartered in Minas Gerais and with national operations, Martins Atacadista serves retail through 26 distribution centers and participated in the fair in search of novelties in mobility and electronics, especially TVs and projectors, aiming at the 2026 World Cup. ***"We prospected new brands and consolidated players," said Amanda Mirelly Silva, responsible for B2B e-commerce trade marketing. She also turned her attention to gamer products, corporate and air conditioning solutions, a highlight in the company's operation.***

Closely following launches is strategic to identify innovations aligned with consumer expectations, said Amanda. "The fair brings together the main players, brings novelties and allows direct negotiations with those who decide." With revenue of R$ 7 billion in 2024, the company projects to grow 10% this year. The B2B marketplace, a channel in full expansion, moved R$ 500 million last year and should reach R$ 100 million monthly in 2025.

MERCADO URSO

Sediado em Cariacica (ES), o Mercado Urso opera como marketplace em plataformas como Mercado Livre, Shopee e Magalu. **As máquinas de fazer pão em casa foram o carro-chefe no primeiro semestre deste ano. "Nossos produtos se diferenciam por oferecerem soluções práticas e inovações que atraem o consumidor", disse Pedro Bernardes, gerente de marketplace.**

O time da empresa se vale da inteligência artificial para identificar tendências e oferecer itens que se destacam no mercado, observou Pedro. Com base nos dados, **neste semestre pretende investir em acessórios com IA e em mobilidade elétrica**. Os planos também incluem o lançamento de um site próprio para atender melhor seu público.

Headquartered in Cariacica (ES), Mercado Urso operates as a marketplace on platforms such as Mercado Livre, Shopee and Magalu. ***Bread-making machines were the flagship in the first semester of this year. "Our products stand out by offering practical solutions and innovations that attract the consumer," said Pedro Bernardes, marketplace manager.***

The company team uses artificial intelligence to identify trends and offer items that stand out in the market, Pedro noted. Based on the data, this semester it intends to invest in AI accessories and electric mobility. The plans also include launching its own website to better serve its audience.



PEDRO BERNARDES,
GERENTE DE MARKETPLACE
MARKETPLACE MANAGER

MTEC



FELIPE TREIN NEIRA,
GERENTE DE VENDAS
SALES MANAGER

A Mtec, sediada em Brasília (DF), opera com vendas 100% online, atendendo o mercado governamental em todo o Brasil. **Felipe Trein Neira, gerente de vendas da empresa, contou que notebooks e desktops foram os primeiros produtos do portfólio, que agora se expande para a linha branca. "Começamos com TI, mas estamos crescendo em ar-condicionado, geladeiras e freezers, atendendo às demandas de órgãos públicos", afirmou.**

Para este semestre, o foco é o ar-condicionado. "O último trimestre é crucial para nossas entregas, e o ar-condicionado tem grande potencial em licitações", explicou Felipe. A empresa buscou fornecedores que oferecem produtos e inovações que atendam às especificidades do setor público. A projeção é de crescimento de 40% nas vendas. "Planejamos desde já para evitar falta de estoque, garantindo entregas dentro do ano", disse Felipe.

Mtec, based in Brasília (DF), operates with 100% online sales, serving the government market throughout Brazil. ***Felipe Trein Neira, sales manager of the company, said that notebooks and desktops were the first products in the portfolio, which now expands to the white line. "We started with IT, but we are growing in air conditioners, refrigerators and freezers, meeting the demands of public agencies," he said.***

For this semester, the focus is on air conditioners. "The last quarter is crucial for our deliveries, and the air conditioner has great potential in bids," explained Felipe. The company sought suppliers that offer products and innovations that meet the specificities of the public sector. The projection is 40% growth in sales. "We plan from now to avoid lack of stock, ensuring deliveries within the year," said Felipe.

MULTICANAL ATACADO

A Multicanal Atacado, parte do grupo JC, projeta crescimento de 12% em 2025, após alta de mais de 30% no último ano, aproximando-se de um faturamento de R$ 800 milhões. A empresa, que atua como atacadista e distribuidora, destaca-se nos segmentos de materiais de construção, utilidades domésticas e eletroportáteis. **"Nosso portfólio é amplo, mas as linhas de ventilação e air fryers têm forte apelo no Centro-Oeste", afirmou João Victor Bugre, comprador baseado em Aparecida de Goiânia (GO).**

Neste semestre, a aposta é nas vendas de eletroportáteis, como fritadeiras, e de itens da linha branca, especialmente ventiladores e aparelhos de ar-condicionado. **"Esperamos um boom com a Black Friday e o Natal"**, disse João. Segundo ele, o contato direto com fornecedores na feira proporcionou à empresa condições competitivas e beneficiou clientes nas filiais em Goiânia, Brasília, Mato Grosso e Tocantins. "Estabelecer parcerias diretamente nos permitiu acessar promoções e produtos que tracionam nossas vendas", disse.

Multicanal Atacado, part of the JC group, projects 12% growth in 2025, after an increase of more than 30% last year, approaching revenue of R$ 800 million. The company, which operates as a wholesaler and distributor, stands out in the construction materials, household utilities and small appliances segments. ***"Our portfolio is broad, but ventilation and air fryer lines have strong appeal in the Midwest," said João Victor Bugre, buyer based in Aparecida de Goiânia (GO).***

This semester, the bet is on sales of small appliances, such as fryers, and white line items, especially fans and air conditioners. ***"We expect a boom with Black Friday and Christmas,"*** *said João. According to him, direct contact with suppliers at the fair provided the company with competitive conditions and benefited customers in branches in Goiânia, Brasília, Mato Grosso and Tocantins. "Establishing partnerships directly allowed us to access promotions and products that drive our sales," he said.*



JOÃO VICTOR BUGRE, COMPRADOR
BUYER

MULTILOJA



ELTON DE OLIVEIRA GIL, GERENTE DE COMPRAS
PURCHASING MANAGER

A rede, que tem 71 lojas no Paraná e uma filial em Santa Catarina, buscou eletrodomésticos de maior valor agregado. **"Nosso foco foi nos itens premium, com mais tecnologia, para atrair consumidores que buscam qualidade superior", afirmou Elton de Oliveira Gil, gerente de compras. Refrigeradores side-by-side, lavadoras lava e seca e TVs de telas grandes estiveram no radar.**

Segundo Elton, a feira contribuiu para estreitar networking com as marcas. "A conexão com fornecedores nos permitiu acessar inovações e negociar melhores condições comerciais", disse. A expectativa da Multiloja é crescer 10% em 2025, impulsionada pelas vendas deste semestre, com datas como Black Friday e Natal. Para isso, a empresa investe no treinamento das equipes e nos diferenciais dos produtos de alto tíquete.

The network, which has 71 stores in Paraná and a branch in Santa Catarina, sought higher value-added appliances. ***"Our focus was on premium items, with more technology, to attract consumers seeking superior quality," said Elton de Oliveira Gil, purchasing manager. Side-by-side refrigerators, washer-dryers and large-screen TVs were on the radar.***

According to Elton, the fair contributed to strengthening networking with brands. "The connection with suppliers allowed us to access innovations and negotiate better commercial conditions," he said. Multiloja's expectation is to grow 10% in 2025, driven by sales this semester, with dates such as Black Friday and Christmas. For this, the company invests in team training and the differentials of high-ticket products.

MUNDO DOS FILTROS

Com 42 lojas no Distrito Federal, a empresa projeta crescimento acima de 60% neste semestre, impulsionado pela demanda por climatizadores e purificadores. **"A purificação de água é nossa essência, mas complementamos a oferta com fritadeiras, fogões e climatizadores", disse Cleide Sonia Barbosa, diretora comercial.** A fidelização é uma das estratégias, com televendas que lembram sobre a troca periódica de filtros, gerando vendas recorrentes.

Na feira, buscou inovações para diferenciar seu mix. Destacou a fritadeira inteligente de 6 litros da Fischer, que ajusta automaticamente o tempo de preparo dos alimentos, os fogões de indução coloridos, os ventiladores de alta potência, como o modelo de 1 metro da Ventisol, e os freezers compactos da Agratto. "Ver os produtos ao vivo e negociar diretamente com fornecedores nos ajuda a escolher itens que realmente agregam valor", contou.

With 42 stores in the Federal District, Mundo dos Filtros projects growth above 60% this semester, driven by the dry climate and demand for air conditioners and purifiers. ***"Water purification is our essence, but we complement the offer with fryers, stoves and air conditioners," explained Cleide Sonia Barbosa, commercial director.*** *Loyalty is one of the strategies, with a telesales team that reminds about the periodic replacement of filters, generating recurring sales.*

At the fair, it sought innovations to differentiate its mix. One of the highlights was the 6-liter smart fryer from Fischer, which automatically adjusts the preparation of food. "It is practical and powerful, ideal for those who seek uncomplicated technology," said Cleide. Other highlights were colored induction stoves, high-power fans, such as Ventisol's 1-meter model, and compact freezers from Agratto. "Seeing the products live and negotiating directly with suppliers helps us choose items that really add value," she added.



CLEIDE SONIA BARBOSA,
DIRETORA COMERCIAL
COMMERCIAL DIRECTOR

ON LINE SHOPPING



MATHEUS MORAIS,
COMPRADOR
BUYER

Com operação em Uberaba e Uberlândia (MG), a On Line Shopping atua no e-commerce, tanto por seu site próprio quanto por plataformas como Mercado Livre. **Os notebooks foram os principais geradores de receita no primeiro semestre de 2025, tendência que deve continuar, diz o comprador Matheus Morais. "A demanda por computadores segue forte, e estamos trabalhando para manter uma oferta robusta, mesmo com flutuações cambiais."**

Na feira, a empresa visou expandir sua oferta de produtos, aproveitando as vantagens de conhecer as novidades e negociar presencialmente. "Fechar negócios diretamente nos permite acessar condições especiais e novidades, como cadeiras high-end, que elevam nosso portfólio", disse Matheus. Ele acredita que as cadeiras têm potencial para um bom desempenho na Black Friday.

With operations in Uberaba and Uberlândia (MG), On Line Shopping operates in e-commerce, both through its own site and platforms such as Mercado Livre. ***Notebooks were the main revenue generators in the first semester of 2025, a trend that should continue, says buyer Matheus Morais. "The demand for computers remains strong, and we are working to maintain a robust offer, even with exchange rate fluctuations."***

At the fair, the company aimed to expand its product offer, taking advantage of the advantages of knowing novelties and negotiating in person. "Closing deals directly allows us to access special conditions and novelties, such as high-end chairs, which raise our portfolio," said Matheus. He believes that chairs have potential for good performance on Black Friday.

RED CELULAR

Com 17 lojas na região metropolitana de Goiânia (GO), a Red Celular buscou novidades em telefonia. **"Acessar diretamente novas marcas e tecnologias nos permite oferecer o que há de mais moderno, desde celulares até acessórios que agregam valor", afirmou Antony Kerly Silva, proprietário.** A empresa tem como carros-chefe os smartphones e acessórios como fones de ouvido e capas, produtos com forte saída em datas como Black Friday e Natal.

Para este semestre, Antony projeta crescimento impulsionado pelo desejo constante de atualização dos consumidores. "Os smartphones trazem entretenimento, aproximam pessoas e facilitam tarefas diárias, como pagamentos, tornando-se indispensáveis", destacou.

With 17 stores in the metropolitan region of Goiânia (GO), Red Celular sought novelties in telephony. ***"Directly accessing new brands and technologies allows us to offer the most modern, from cell phones to accessories that add value," said Antony Kerly Silva, owner.*** *The company's flagships are smartphones and accessories such as headphones and cases, products with strong demand on dates such as Black Friday and Christmas.*

For this semester, Antony projects growth driven by the constant desire for consumer updates. "Smartphones bring entertainment, bring people closer and facilitate daily tasks, such as payments, becoming indispensable," he emphasized.



ANTONY KERLY SILVA,
PROPRIETÁRIO
OWNER

REDE NORDESTE



JOSÉ RONALDO CHAVES,
PRESIDENTE
PRESIDENT

Com 150 lojas nos Estados de Paraíba, Pernambuco, Rio Grande do Norte e Ceará, e escritório central em Campina Grande (PB), a Rede Nordeste foi à feira para acompanhar lançamentos e reforçar o relacionamento com fornecedores. Colchões, linha branca e celulares seguem como destaques do grupo, mas a aposta para 2025 está na ampliação das categorias de eletroportáteis, linha de áudio, TVs e aparelhos de ar-condicionado. **"Estamos focando em produtos que combinam inovação e praticidade, especialmente portáteis e itens de tecnologia", afirmou José Ronaldo Chaves, presidente da empresa.**

Com duas décadas de história e 20 sócios, a rede também mirou a expansão do portfólio de smartwatches e acessórios para celulares, de olho no estilo de vida cada vez mais conectado do consumidor. Segundo José Ronaldo, a feira é estratégica para antecipar tendências e fortalecer parcerias comerciais.

With 150 stores in the states of Paraíba, Pernambuco, Rio Grande do Norte and Ceará, and headquarters in Campina Grande (PB), Rede Nordeste went to the fair to follow launches and strengthen the relationship with suppliers. Mattresses, white line and cell phones remain as highlights of the group, but the bet for 2025 is on the expansion of categories of small appliances, audio line, TVs and air conditioners. ***"We are focusing on products that combine innovation and practicality, especially portables and technology items," said José Ronaldo Chaves, president of the company.***

With two decades of history and 20 partners, the network also aimed at expanding the portfolio of smartwatches and cell phone accessories, eyeing the increasingly connected lifestyle of the consumer. According to José Ronaldo, the fair is strategic to anticipate trends and strengthen commercial partnerships.

SETELAN

Especializada em mobile e telecomunicações, a empresa espera crescer 15% em 2025 ante 2024. Atua em parceria com operadoras de telefonia móvel e tem como principais frentes os serviços de telefonia, a venda de smartphones e uma linha de acessórios. **"Películas, capas e carregadores são perenes, enquanto fones Bluetooth e caixas de som estão ganhando espaço", contou Arivaldo Nunes, gerente comercial da Setelan em São Paulo.**

Atento às tendências emergentes, ele buscou acessórios com inteligência artificial, como fones TWS (true wireless stereo, que operam totalmente sem fios) com tradução simultânea e óculos com câmeras integradas. "A IA está revolucionando os acessórios para celulares, trazendo funcionalidades que vão além do básico", disse. A empresa também comercializa smartwatches e impressoras portáteis que produzem adesivos.

Specialized in mobile and telecommunications, the company expects to grow 15% in 2025 compared to 2024. It works in partnership with mobile operators and its main fronts are telephony services, smartphone sales and a line of accessories. ***"Films, cases and chargers are perennial, while Bluetooth headphones and speakers are gaining space," said Arivaldo Nunes, commercial manager of Setelan in São Paulo.***

Attentive to emerging trends, he sought accessories with artificial intelligence, such as TWS (true wireless stereo, which operate totally wireless) headphones with simultaneous translation and glasses with integrated cameras. "AI is revolutionizing cell phone accessories, bringing functionalities that go beyond the basics," he said. The company also sells smartwatches and portable printers that produce stickers.



ARIVALDO NUNES,
GERENTE COMERCIAL
COMMERCIAL MANAGER

SHOP MUNDO DIGITAL



THOMAS MEIRA,
COMPRADOR
BUYER

Para a Shop Mundo Digital, caixas de som, tanto residenciais quanto automotivas, são os produtos de maior saída. **Thomas Meira, comprador da empresa, vê no segmento de áudio residencial uma boa aposta para este semestre. "As caixas de som lideram, mas os consumidores estão investindo em soluções integradas para os ambientes, como arandelas embutidas, que combinam estética e desempenho."**

Na feira, a empresa avaliou produtos nessa área e no mercado gamer, no qual Thomas acredita haver potencial para crescer, atraindo um público jovem e conectado. A estimativa da Shop Mundo Digital é fechar 2025 com crescimento de 60% no faturamento ante 2024, e a participação na feira, segundo Thomas, deve contribuir para alcançar essa meta. "Estar em contato direto com marcas e produtos novos nos permitiu avaliar o que realmente tem apelo no mercado."

For Shop Mundo Digital, speakers, both residential and automotive, are the best-selling products. ***Thomas Meira, buyer of the company, sees in the residential audio segment a good bet for this semester. "Speakers lead, but consumers are investing in integrated solutions for environments, such as built-in wall lights, which combine aesthetics and performance."***

At the fair, the company evaluated products in this area and in the gamer market, in which Thomas believes there is potential to grow, attracting a young and connected public. The estimate of Shop Mundo Digital is to close 2025 with 60% revenue growth compared to 2024, and participation in the fair, according to Thomas, should contribute to reaching this goal. "Being in direct contact with brands and new products allowed us to evaluate what really has appeal in the market."

SILVEIRA SHOPPING

O marketplace do Silveira Shopping quer consolidar presença nacional em 2025 investindo em seus carros-chefe, como secadores de cabelo, abridores elétricos de vinho e ferramentas. **"Estamos abertos a explorar novas áreas, como a de scooters elétricas e de veículos de duas rodas, para mobilidade urbana, mas mantemos o foco no que já dominamos, como eletroeletrônicos", disse o proprietário, Petterson Silveira.**

A empresa fechou parcerias para importar scooters diretamente da China. "Aproveitamos os preços competitivos", contou Petterson. Sua projeção é de 20% a 30% de crescimento nas vendas deste semestre na comparação com o mesmo período do ano passado.

The Silveira Shopping marketplace wants to consolidate national presence in 2025 by investing in its flagships, such as hair dryers, electric wine openers and tools. ***"We are open to exploring new areas, such as electric scooters and two-wheel vehicles, for urban mobility, but we keep the focus on what we already master, such as electronics," said the owner, Petterson Silveira.***

The company closed partnerships to import scooters directly from China. "We took advantage of competitive prices," said Petterson. His projection is 20% to 30% growth in sales this semester compared to the same period last year.



PETTERSON SILVEIRA,
PROPRIETÁRIO
OWNER

TELLCELL



RÔMULO OLIVEIRA,
PROPRIETÁRIO
OWNER

Impulsionada pela demanda por acessórios para celulares, como capas, carregadores e fones de ouvido, a TellCell conta com 54 lojas nos estados de Goiás, Mato Grosso e Rondônia, além do Distrito Federal. **Rômulo Oliveira, proprietário, disse que a empresa teve crescimento de 30% nas vendas no primeiro semestre de 2025, superando até mesmo os resultados da Black Friday de 2024. "Introduzimos novos produtos e aprimoramos processos internos, como premiações e treinamento, o que elevou nossas vendas."**

Neste semestre, a expectativa é de acréscimo de 40% nas vendas, alavancado pelas datas de compras e pela chegada de novas marcas de smartphones da China, para as quais a empresa busca acessórios. Na visão de Rômulo, conexões criadas na Eletrolar Show trazem importantes vantagens competitivas. "Conhecemos a maioria de nossos fornecedores de acessórios em feiras, o que nos permite negociar condições vantajosas e descobrir inovações", contou.

Driven by demand for cell phone accessories, such as cases, chargers and headphones, TellCell has 54 stores in the states of Goiás, Mato Grosso and Rondônia, in addition to the Federal District. ***Rômulo Oliveira, owner, said that the company had a 30% growth in sales in the first semester of 2025, surpassing even the results of Black Friday 2024. "We introduced new products and improved internal processes, such as awards and training, which boosted our sales."***

This semester, the expectation is an increase of 40% in sales, leveraged by shopping dates and the arrival of new Chinese smartphone brands, for which the company seeks accessories. In Rômulo's view, connections created at Eletrolar Show bring important competitive advantages. "We met most of our accessory suppliers at fairs, which allows us to negotiate advantageous conditions and discover innovations," he said.

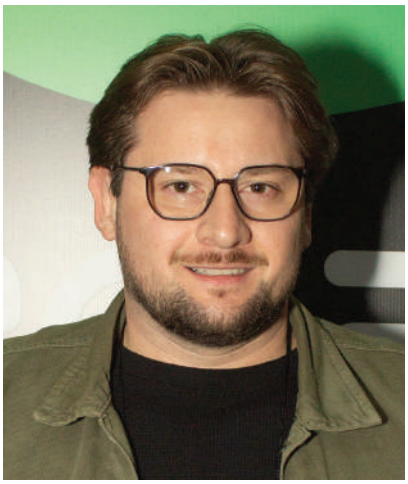
TOKLAR

A rede Toklar é uma associação de 140 lojas da Região Sul do Brasil que reúne empresários individuais para aproveitar seu poder de compra combinado. Refrigeradores, fogões e lavadoras voltados para as classes C e D são os produtos mais procurados**. "Trabalhamos com marcas como Itatiaia, Ventisol e Brastemp, oferecendo eletrodomésticos e móveis que atendem às necessidades do nosso público", afirmou Murilo Scherer, gerente de compras.**

Estreitar laços com fornecedores e parceiros e avaliar novos produtos motivou a ida à feira. Entre eles, patinetes e motos elétricas, categoria que vem apresentando boas vendas, especialmente em cidades pequenas do Paraná. "A juventude está aderindo à mobilidade elétrica, que não exige carteira, e estamos avaliando importações com fornecedores chineses", disse Murilo. Em 2025, a rede planeja alcançar R$ 15 milhões em vendas, aumento de 25% ante os R$ 12 milhões de 2024.

The Toklar network is an association of 140 stores in the Southern Region of Brazil that brings together individual entrepreneurs to take advantage of their combined purchasing power. Refrigerators, stoves and washing machines aimed at classes C and D are the most sought-after products. ***"We work with brands such as Itatiaia, Ventisol and Brastemp, offering appliances and furniture that meet the needs of our public," said Murilo Scherer, purchasing manager.***

Strengthening ties with suppliers and partners and evaluating new products motivated attendance at the fair. Among them, scooters and electric motorcycles, a category that has been showing good sales, especially in small cities in Paraná. "Young people are adhering to electric mobility, which does not require a license, and we are evaluating imports with Chinese suppliers," said Murilo. In 2025, the network plans to reach R$ 15 million in sales, an increase of 25% compared to R$ 12 million in 2024.



MURILO SCHERER,
GERENTE DE COMPRAS
PURCHASING MANAGER

TOPDEK



OSVALDO DE OLIVEIRA,
DIRETOR COMERCIAL
COMMERCIAL DIRECTOR

Há mais de 30 anos no mercado, a TopDek tem duas lojas no Paraguai, onde oferece componentes de computadores, como SSDs, memórias e placas-mãe, seus carros-chefe, e veio à Eletrolar Show para diversificar o portfólio. **"Embora nosso foco seja em informática, estamos atentos a tendências como a eletrificação, que pode abrir novas oportunidades de negócio", disse Osvaldo de Oliveira, diretor comercial.**

A empresa avaliou produtos ligados à mobilidade, como motos elétricas, para expandir a atuação da TopDek. "O contato direto com fornecedores, especialmente da China, permite negociar melhores condições e acessar produtos que fortalecem nossa competitividade", contou Osvaldo.

For more than 30 years in the market, TopDek has two stores in Paraguay, where it offers computer components, such as SSDs, memories and motherboards, its flagships, and came to Eletrolar Show to diversify the portfolio. ***"Although our focus is on IT, we are attentive to trends such as electrification, which can open new business opportunities," said Osvaldo de Oliveira, commercial director.***

The company evaluated mobility-related products, such as electric motorcycles, to expand TopDek's operations. "Direct contact with suppliers, especially from China, allows negotiating better conditions and accessing products that strengthen our competitiveness," said Osvaldo.

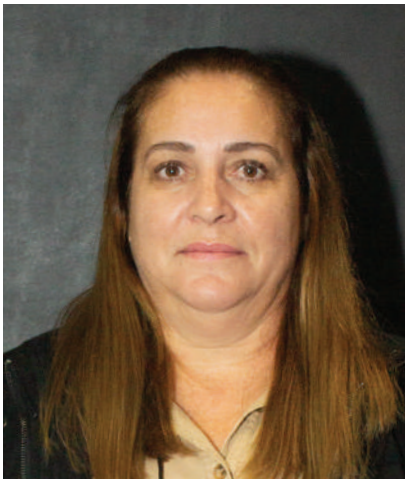
UP GAMER

Com loja no Paraguai e presença no Mercado Livre, atendendo todo o Brasil, a Up Gamer tem SSDs e memórias como campeões de vendas, vindo a seguir monitores, placas-mãe e periféricos. **Agora, prepara a ampliação do seu portfólio com computadores gamer completos, já montados. "Estamos desenvolvendo uma linha de PCs prontos, que facilita a experiência do cliente e amplia nosso alcance no mercado", disse Cíntia Severo Dias, gerente comercial.**

Na feira, também mostrou interesse por nobreaks e leitores de código de barras. **"Além do foco gamer, estamos explorando soluções de automação comercial e segurança, que têm potencial para diversificar nossa oferta"**, disse. A participação na Eletrolar Show teve o objetivo de estreitar laços com fornecedores e buscar inovações nessas áreas. "Estar próximo de parceiros e potenciais representantes nos permite acompanhar de perto as tendências do mercado", concluiu.

With a store in Paraguay and presence on Mercado Livre, serving all Brazil, Up Gamer has SSDs and memories as sales champions, followed by monitors, motherboards and peripherals. ***Now, it is preparing to expand its portfolio with complete gamer computers, already assembled. "We are developing a line of ready PCs, which facilitates the customer's experience and expands our market reach," said Cíntia Severo Dias, commercial manager.***

*At the fair, it also showed interest in UPSs and barcode readers. "**In addition to the gamer focus, we are exploring commercial automation and security solutions, which have the potential to diversify our offer,"** she said. Participation in Eletrolar Show aimed to strengthen ties with suppliers and seek innovations in these areas. "Being close to partners and potential representatives allows us to closely follow market trends," she concluded.*



CÍNTIA SEVERO DIAS,
GERENTE COMERCIAL
COMMERCIAL MANAGER

URICELL



URI ALVES RESENDE,
PROPRIETÁRIO
OWNER

No primeiro semestre, os microfones de lapela lideraram as vendas da Uricell, que está há oito anos no mercado e tem uma loja em Goiânia (GO). Agora, quer investir em carregadores por indução – que permitem carregar, ao mesmo tempo, o celular, o relógio inteligente e os fones de ouvido – e em impressão. **"Estamos entrando no mercado de impressão 3D, com potencial para a personalização de acessórios", disse Uri Alves Resende, proprietário da empresa.**

Além da procura por novos produtos e negócios, a Uricell aproveitou a feira para interagir com fornecedores em busca de condições mais vantajosas. "Conectar-se com marcas como a Rock Space, com quem já trabalhamos, e testar produtos diretamente garante qualidade e confiança", contou Uri. A empresa quer fortalecer sua operação na loja, acrescentando serviços de reparo e impressão 3D.

In the first semester, lapel microphones led Uricell sales, which has been in the market for eight years and has a store in Goiânia (GO). Now, it wants to invest in induction chargers – which allow charging, at the same time, the cell phone, the smartwatch and the headphones – and in printing. ***"We are entering the 3D printing market, with potential for customization of accessories," said Uri Alves Resende, owner of the company.***

In addition to the search for new products and business, Uricell took advantage of the fair to interact with suppliers in search of more advantageous conditions. "Connecting with brands such as Rock Space, with which we already work, and testing products directly guarantees quality and trust," said Uri. The company wants to strengthen its store operation, adding repair and 3D printing services.

YELLOW CASES

Com quatro lojas fixas em Itapema (SC) e uma que opera no verão em Bombinhas (SC), a empresa de capinhas, películas e carregadores para celulares buscou acessórios com inteligência artificial, como dispositivos que gravam e organizam reuniões, além de produtos para atividades esportivas e outdoor. **"A IA está transformando o mercado, e acessórios para camping e esportes têm grande potencial em nossa região", contou Alexx Roger Neves, gerente de vendas.**

Estar próximo aos fornecedores fortalece parcerias e promove a competitividade, disse. "Conhecer produtos fisicamente, como dispositivos de IA e películas atualizadas, nos permite diferenciar nossas lojas." A empresa projeta crescer em 2025, capitalizando o movimento do verão e o turismo em Itapema.

With four fixed stores in Itapema (SC), in addition to a unit that operates during the summer in Bombinhas (SC), the cell phone case, film and charger company sought at the fair accessories with artificial intelligence, such as devices that record and organize meetings, as well as products for sports and outdoor activities. ***"AI is transforming the market, and accessories for camping and sports have great potential in our region," said Alexx Roger Neves, sales manager.***

Being close to suppliers, according to him, strengthens partnerships and promotes competitiveness. "Knowing products physically, such as AI devices and updated films, allows us to guarantee quality and differentiate our stores," he observed. Yellow Cases projects a 2025 of growth, capitalizing on the summer movement and the strength of tourism in Itapema. ■■



ALEXX ROGER NEVES,
GERENTE DE VENDAS
SALES MANAGER




AVENIDA
Avenue
10
AquaPaddle



GLOBAL SUPPLIER FORTALECE A PRESENÇA INTERNACIONAL DA ELETROLAR SHOW

GLOBAL SUPPLIER STRENGTHENS THE INTERNATIONAL PRESENCE OF ELETROLAR SHOW



EMPRESAS DESTACARAM AS OPORTUNIDADES DE NEGÓCIOS E DE NETWORKING NA ÁREA INTERNACIONAL DA FEIRA.

COMPANIES HIGHLIGHTED THE BUSINESS AND NETWORKING OPPORTUNITIES IN THE INTERNATIONAL AREA OF THE FAIR.

A ala internacional da Eletrolar Show 2025, agora sob o nome Global Supplier International Trade Show, reuniu empresas de diversos países, com forte participação da China. **A iniciativa consolidou a feira como a principal plataforma de negócios da América Latina voltada à inovação tecnológica.**

Centenas de expositores trouxeram novidades em soluções tecnológicas, entre elas em equipamentos fo-

The international wing of Eletrolar Show 2025, now under the name Global Supplier International Trade Show, brought together companies from several countries, with strong participation from China. ***The initiative consolidated the fair as the main business platform in Latin America focused on technological innovation.***

Hundreds of exhibitors brought novelties in technologi-

tográficos, eletroportáteis, impressoras, bicicletas elétricas, utilidades domésticas, iluminação, ferramentas, autopeças e dispositivos inteligentes.

Dividida em setores temáticos e apoiada por câmaras internacionais, embaixadas e entidades setoriais, a Global Supplier proporcionou rodadas de negócios, demonstrações de produtos, experiências de networking qualificado e conexões diretas com compradores de toda a América Latina.

"A Global Supplier International Trade Show representa o próximo passo na internacionalização da nossa expertise. Vamos ampliar o conceito de encontros presenciais e as negociações efetivas que já consolidamos com a LAE e a LAH," adianta Carlos Clur, CEO do Grupo Eletrolar All Connected.

AGENTES E INSTITUIÇÕES ELOGIAM OS RESULTADOS

A presença de agentes e entidades internacionais foi fundamental para a robustez e a diversidade da Global Supplier. **A HKC Group, representada pela CECEXPO**, estreou na feira com **televisores MiniLED de 100" e QLED de 85", além de monitores com alta taxa de atualização, como o OLED de 32" a 540 Hz**. "Recebemos contatos importantes do varejo e de canais online, o que fortalece nossa estratégia de entrada no mercado brasileiro", afirmou **Numata Sidney, diretor de operações.**

cal solutions, among them in photographic equipment, small appliances, printers, electric bicycles, household utilities, lighting, tools, auto parts, and smart devices.

Divided into thematic sectors and supported by international chambers, embassies, and sectorial entities, the Global Supplier provided business rounds, product demonstrations, qualified networking experiences, and direct connections with buyers from all over Latin America.

"The Global Supplier International Trade Show represents the next step in the internationalization of our expertise. We are going to expand the concept of face-to-face meetings and effective negotiations that we have already consolidated with LAE and LAH," anticipates Carlos Clur, CEO of Grupo Eletrolar All Connected.

AGENTS AND INSTITUTIONS PRAISE THE RESULTS

The presence of international agents and entities was fundamental for the robustness and diversity of the Global Supplier. ***The HKC Group, represented by CECEXPO,*** *debuted at the fair with* ***100" MiniLED televisions and 85" QLED, in addition to monitors with high refresh rate, such as the 32" OLED at 540 Hz.*** *"We received important contacts from retail and online channels, which strengthens our strategy of entering the Brazilian market," said* ***Numata Sidney, operations director.***



A **Encore Expo** trouxe 55 empresas, que apresentaram eletrodomésticos sazonais, eletrônicos de cuidados pessoais, acessórios para smartphones, equipamentos de áudio e vídeo, eletrônicos vestíveis e patinetes elétricos. "A receptividade dos eletrônicos de consumo foi superior à dos eletrodomésticos neste ano", disse o **gerente-geral Sam Liu**. "O sucesso da feira foi evidente. Com preparação adequada, o retorno foi expressivo para os participantes. Vamos continuar aprimorando e tornando a Eletrolar Show cada vez melhor", acrescentou.

O **Instituto Brasileiro de Relações Empresariais Internacionais (IBREI)** organizou a vinda de 37 representantes de 34 empresas do México, Uruguai, Peru, Bolívia, Colômbia, Equador e Paraguai. "As empresas buscavam fornecedores chineses e ficaram impressionadas com a estrutura e a qualidade da feira. Muitas disseram que não precisarão mais ir à China para fechar negócios", disse **Gilberto Bueno, diretor do IBREI**. Foram mais de 1 mil reuniões realizadas. Estima-se que 50 negócios estejam em fase avançada, somando de 2 a 3 milhões de dólares.

AMPLO PORTFÓLIO

O alto número de itens expostos atraiu os visitantes. A **Realink Expo** trouxe 127 expositores que apresentaram eletrodomésticos de cozinha, eletrônicos de consumo e

__Encore Expo__ brought 55 companies that presented seasonal appliances, personal care electronics, smartphone accessories, audio and video equipment, wearable electronics, and electric scooters. "The receptivity of consumer electronics was superior to that of appliances this year," said __general manager Sam Liu__. "The success of the fair was evident. With proper preparation, the return was expressive for the participants. We will continue improving and making Eletrolar Show better and better," he added.

The __Brazilian Institute of International Business Relations (IBREI)__ organized the coming of 37 representatives from 34 companies from Mexico, Uruguay, Peru, Bolivia, Colombia, Ecuador, and Paraguay. "The companies were looking for Chinese suppliers and were impressed with the structure and quality of the fair. Many said they will no longer need to go to China to close deals," said __Gilberto Bueno, director of IBREI.__ More than 1,000 meetings were held. It is estimated that 50 deals are in an advanced stage, totaling 2 to 3 million dollars.

BROAD PORTFOLIO

The high number of items exhibited attracted visitors. __Realink Expo__ brought 127 exhibitors who presented kitchen appliances, consumer electronics, and





equipamentos fotográficos. "A Eletrolar Show é uma feira altamente profissional, que proporcionou conexões valiosas e oportunidades reais de negócios para a maioria dos nossos expositores", disse **Li Ningyan, diretora da Realink**. Ela destacou, também, o nível dos visitantes e o ambiente organizado, que facilitou o networking direto com compradores estratégicos.

A **CCCME – China Chamber of Commerce for Import & Export of Machinery & Electronic Products** – foi responsável por 202 empresas no pavilhão internacional e no de marcas. "Elas conseguiram contatos valiosos e fortaleceram suas redes na América Latina. A feira foi estratégica para a cooperação sino-brasileira e ajudou a reduzir barreiras comerciais", destacou **Ma Jiayi, assistente de projeto.**

Para a feira, a **Hot Expo** trouxe 53 empresas, 90% delas com marcas próprias de destaque, que apresentaram acessórios para celular e computador, eletrodomésticos, robótica e produtos para a indústria de veículos elétricos. "Recebemos feedbacks muito mais positivos do que nas edições anteriores. A nova localização e a organização foram elogiadas. A América do Sul é um mercado com alto potencial. Algumas empresas fecharam negócios de até US$ 300 mil", revelou **Vansn Chen, diretor de vendas.**

*photographic equipment. "Eletrolar Show is a highly professional fair, which provided valuable connections and real business opportunities for most of our exhibitors," said **Li Ningyan, director of Realink**. She also highlighted the level of visitors and the organized environment, which facilitated direct networking with strategic buyers.*

CCCME – China Chamber of Commerce for Import & Export of Machinery & Electronic Products** – was responsible for 202 companies in the international pavilion and in the brands pavilion. "They obtained valuable contacts and strengthened their networks in Latin America. The fair was strategic for Sino-Brazilian cooperation and helped reduce trade barriers," highlighted **Ma Jiayi, project assistant.

*For the fair, **Hot Expo** brought 53 companies, 90% of them with prominent own brands, which presented cell phone and computer accessories, appliances, robotics, and products for the electric vehicle industry. "We received much more positive feedback than in previous editions. The new location and organization were praised. South America is a market with high potential. Some companies closed deals of up to US$ 300,000," revealed **Vansn Chen, sales director.***

DESTAQUES DAS EMPRESAS

COMPANY HIGHLIGHTS

CIXI JIAHUAN ELECTRICAL APPLIANCE CO., LTD.

Com a **marca Joyhi**, expôs **climatizadores portáteis.** "Tivemos excelente aceitação e queremos um estande maior em 2026", afirmou **Ke Fang, do setor de exportação da empresa.**

*With the **Joyhi brand**, exhibited **portable air coolers.** "We had excellent acceptance and want a larger stand in 2026," said **Ke Fang, from the company's export sector.***

DONGGUAN HC TECHNOLOGY CO., LTD.

Participante da feira pela terceira vez, trouxe produtos de alto desempenho e preço competitivo. "Foi nossa melhor edição até agora", relatou **Maggie, gerente de vendas.**

*Participant of the fair for the third time, brought high-performance products with competitive price. "It was our best edition so far," reported **Maggie, sales manager.***

FEILONG HOME ELECTRICAL GROUP CO., LTD.

Apresentou **resfriadores de cerveja com temperatura ajustável entre -6°C e 15°C.** "A feira nos trouxe bons encontros com clientes antigos e novos", disse **Charles, gerente de vendas.** É a terceira participação da empresa, e o retorno já está confirmado para a próxima edição.

*Presented **beer coolers with adjustable temperature between -6°C and 15°C.** "The fair brought us good meetings with old and new customers," said **Charles, sales manager.** It is the company's third participation, and the return is already confirmed for the next edition.*

FOSHAN SHUNDE STELANG ELECTRIC APPLIANCE CO., LTD.

Com a marca **Stelang**, expôs a **máquina de cápsulas múltiplas, compatível com diversos sistemas como Nespresso, Dolce Gusto, Lavazza e Caffitaly.** "Foi a nossa décima participação", comentou **Henry Hu, gerente de vendas.**

*With the **Stelang** brand, exhibited the **multiple capsule machine, compatible with various systems such as Nespresso, Dolce Gusto, Lavazza, and Caffitaly.** "It was our tenth participation," commented **Henry Hu, sales manager.***

GUANGDONG LDNIO ELECTRONIC TECHNOLOGY CO., LTD.

Expositora pela segunda vez, a empresa apresentou **carregadores rápidos, power banks, cabos de dados e bases de energia.** "Os resultados foram satisfatórios e conquistamos novos clientes", **relatou Jonson Zhong, gerente de vendas.**

*Exhibitor for the second time, the company presented fast **chargers, power banks, data cables, and power bases.** "The results were satisfactory and we gained new customers," **reported Jonson Zhong, sales manager.***



GUANGZHOU MOKE TRADING CO., LTD.

Da marca **Mocoll, expôs protetores de tela em vidro temperado, cortadora de películas, carregadores rápidos, cabos perfumados de carregamento e power banks compactos.** "A repercussão dos lançamentos foi excelente. Conquistamos novos clientes e fechamos ótimos negócios", disse **Jessie Bin, diretora de vendas,** que confirmou a presença em 2026.

*From the **Mocoll brand, exhibited tempered glass screen protectors, film cutters, fast chargers, scented charging cables, and compact power banks.** "The repercussion of the launches was excellent. We gained new customers and closed great deals," said **Jessie Bin, sales director**, who confirmed presence in 2026.*

GUANGZHOU XINHUA COMMUNICATION TECHNOLOGY CO., LTD.

Levou à feira **bancos de energia portáteis e resistentes ao calor.** "Foi nossa estreia no Brasil, e obtivemos bons contatos. Voltaremos em 2026", afirmou **Zhong Shengyu, CEO.**

*Took to the fair **portable and heat-resistant power banks.** "It was our debut in Brazil, and we obtained good contacts. We will return in 2026," said **Zhong Shengyu, CEO.***

HONGKONG PITAKA CO., LTD.

Com sua icônica capa para celular em fibra de aramida, a marca **Pitaka** estreou no Brasil. "Nosso produto alia leveza, resistência e acabamento refinado. Estabelecemos conexões importantes com distribuidores e varejistas locais", contou **Samuel Han, gerente de vendas**. A empresa pretende continuar investindo em visibilidade no mercado latino-americano.

*With its iconic aramid fiber cell phone case, the **Pitaka** brand debuted in Brazil. "Our product combines lightness, resistance, and refined finish. We established important connections with local distributors and retailers," said **Samuel Han, sales manager.** The company intends to continue investing in visibility in the Latin American market.*

HTP (SUZHOU) OPTOELECTRONIC TECHNOLOGY CO., LTD.

Apresentou **projetores com motor selado de resfriamento a água e brilho de 1.200 ANSI lumens.** "A maioria dos nossos clientes é antiga. Estamos avaliando a participação em 2026", disse **Jimmy, gerente de vendas.**

*Presented **projectors with sealed water-cooling engine and 1,200 ANSI lumens brightness.** "Most of our clients are old. We are evaluating participation in 2026," said **Jimmy, sales manager.***

KINGCLEAN ELECTRIC CO., LTD.

Expôs a máquina de café automática com a marca KingClean, de alto padrão, que prepara latte e capuccino com um toque. Apresentou, também, aspirador 3 em 1 (sólido e líquido), com motor BLDC 500 W, resistente à água (IPX8). "A feira nos conectou a clientes-alvo e nos deu insights valiosos do mercado brasileiro", disse **Yang Yuechao, diretor de vendas para as Américas**.

*Exhibited the automatic coffee machine with the KingClean brand, high standard, which prepares latte and cappuccino with one touch. Also presented a 3-in-1 vacuum cleaner (solid and liquid), with BLDC 500 W motor, water resistant (IPX8). "The fair connected us to target clients and gave us valuable insights into the Brazilian market," said **Yang Yuechao, sales director for the Americas.***

NINGBO ALLINE TECHNOLOGY CO., LTD.

Representando a marca **Cabletime**, apresentou **hubs USB-C, cabos HDMI 8K,** carregadores PD 240 W e suportes para notebook. "Fizemos contatos com parceiros interessados em representação da marca. Consideramos retornar em 2026", disse **Tommy Yan, diretor de vendas.**

*Representing the **Cabletime** brand, presented **USB-C hubs, 8K HDMI cables,** 240 W PD chargers, and laptop stands. "We made contacts with partners interested in brand representation. We are considering returning in 2026," said **Tommy Yan, sales director.***

NINGBO HAWK ELECTRIC APPLIANCE CO., LTD.

Apresentou **máquinas de café automáticas**. "Superamos as expectativas e estabelecemos relações com novos clientes na feira", **afirmou Haobo Chen, gerente de vendas.**

*Presented **automatic coffee machines.** "We exceeded expectations and established relations with new customers at the fair," said **Haobo Chen, sales manager.***

NINGBO LUCKI ELECTRIC APPLIANCE CO., LTD.

Com a marca **Luckyhome**, empresa apresentou **climatizadores de ar** com foco em economia de energia e proteção ambiental. "Participamos pela segunda vez e encontramos alguns clientes potenciais", afirmou **Sue, CEO**. A empresa tem planos de retornar em 2026.

*With the **Luckyhome** brand, the company presented **air coolers** focused on energy saving and environmental protection. "We participated for the second time and found some potential customers," said **Sue, CEO**. The company plans to return in 2026.*

NINGBO SAFELINE ELECTRICAL CO., LTD.

A marca **Safeline levou produtos certificados pelo Inmetro**. "Foi nossa primeira participação, e conquistamos novos clientes durante a feira", afirmou **Jane Sun, gerente de vendas**. O retorno em 2026 está confirmado.

***The Safeline brand brought products certified by Inmetro.** "It was our first participation and we gained new customers during the fair," said **Jane Sun, sales manager.** The return in 2026 is confirmed.*



RL INDUSTRY CO., LTD.

A marca Baker's Secret & Betty Crocker foi destaque com a coleção de formas para forno sem PFAS e design de dois tons. "Fechamos bons negócios com novos e antigos clientes. A feira nos abriu portas em toda a América Latina", contou **Erez Ephraim, diretor de vendas**. A empresa confirmou retorno para 2026.

The Baker's Secret & Betty Crocker brand was highlighted with the collection of bakeware without PFAS and two-tone design. *"We closed good deals with new and old customers. The fair opened doors for us throughout Latin America," said* ***Erez Ephraim, sales director.*** *The company confirmed its return for 2026.*

SANLIDA ELECTRICAL TECHNOLOGY CO., LTD.

Com a marca **Mini Angel**, apresentou batedeiras de alta performance. "Tivemos uma feira produtiva e queremos voltar em 2026 com estande maior", disse **Nikki, gerente de vendas**.

With the ***Mini Angel*** *brand, presented high-performance mixers. "We had a productive fair and want to return in 2026 with a larger stand," said* ***Nikki, sales manager.***

SHENZHEN LINGDECHUANG TECHNOLOGY CO., LTD.

A marca **Fanxiang** trouxe **SSDs, DDRs, PSSDs, cartões, acessórios, câmeras externas e soluções de armazenamento em rede**. "Participamos de diversas feiras internacionais e tivemos resultados promissores na Eletrolar Show, com muitos novos clientes", explicou **Chasca Tian, gerente de exposições da marca**.

The ***Fanxiang*** *brand brought* ***SSDs, DDRs, PSSDs, cards, accessories, external cameras, and network storage solutions.*** *"We participate in several international fairs and had promising results at Eletrolar Show, with many new customers," explained* ***Chasca Tian, exhibition manager of the brand.***

SHENZHEN NEEWER TECHNOLOGY CO., LTD.

Especializada em equipamentos fotográficos e acessórios, a **Neewer** levou à feira **soluções acessíveis e de alta qualidade para gravação com smartphones**. "Nosso foco foi oferecer produtos com excelente custo-benefício adaptados aos hábitos dos consumidores brasileiros", disse **Calvin Chen, gerente de vendas**. A estreia agradou, e a empresa pretende retornar em 2026.

*Specialized in photographic equipment and accessories, **Neewer** took to the fair **accessible and high-quality solutions for recording with smartphones.** "Our focus was to offer products with excellent cost-benefit adapted to the habits of Brazilian consumers," said **Calvin Chen, sales manager.** The debut was well received, and the company intends to return in 2026.*

SHENZHEN NEOTEK COMPANY LIMITED

Apresentou **caixas de som Bluetooth compactas e potentes**. Na feira, fez vários contatos. "Conhecemos muitos novos clientes de países vizinhos", contou **Bruce, gerente de vendas**.

*Presented **compact and powerful Bluetooth speakers.** At the fair, it made several contacts. "We met many new customers from neighboring countries," said **Bruce, sales manager.***

SHENZHEN XIAODI NETWORK TECHNOLOGY CO., LTD.

Com a **marca Choetech, levou carregadores, smartwatches e power banks**. "Descobrimos um enorme potencial de mercado no Brasil e voltaremos em 2026", disse **Carmen, gerente de vendas**.

*With the **Choetech brand, took chargers, smartwatches, and power banks.** "We discovered enormous market potential in Brazil and will return in 2026," said **Carmen, sales manager.***

SUZHOU CLEAN-WELL APPLIANCE CO., LTD.

Destacou as **lavadoras de roupas e os aspiradores**. "A feira foi melhor que a anterior, seguimos em negociações com potenciais clientes", informou **Susan Wang, diretora-geral.**

*Highlighted **washing machines and vacuum cleaners.** "The fair was better than the previous one, we are continuing negotiations with potential customers," informed **Susan Wang, general director.***

XIAMEN HANIN CO., LTD.

Com a marca **HPRT**, a empresa apresentou **impressoras de fotos, câmeras instantâneas e impressoras de etiquetas.** "Apesar de a edição de 2024 ter sido mais movimentada, seguimos interessados na região", contou **Nora Que**, da área de comércio internacional da companhia.

*With the **HPRT** brand, the company presented **photo printers, instant cameras, and label printers.** "Although the 2024 edition was busier, we remain interested in the region," said **Nora Que,** from the company's international trade area.*

YADI MOTOS ELÉTRICAS COMERCIAL LTDA.

Focada **em bicicletas elétricas com pneus largos**, destacou o apelo sustentável e moderno de seus produtos. "Estamos acompanhando os contatos feitos na feira para futuras negociações", explicou **Dong Wang, gerente de vendas.** ■■

*Focused **on electric bicycles with wide tires,** highlighted the sustainable and modern appeal of its products. "We are following up on the contacts made at the fair for future negotiations," explained **Dong Wang, sales manager.** ■■*

FUTUREMOBILITY

eletrocar show

AUTOPEÇAS show

22-25
Junho 2026
Distrito Anhembi



VEÍCULOS, RECARGA E PEÇAS:
A ROTA COMPLETA PARA FAZER SEU NEGÓCIO ACELERAR

Em 2025, a Eletrocar Show mostrou que o mercado quer ver novidades, o que está funcionando e fazer testes na pista. Em 2026, a Future Mobility Expo Congress unirá dois mundos que se completam: Eletrocar Show (veículos elétricos e híbridos, recarga, energia e serviços) e Autopeças Show (componentes, reposição e pós-venda). Será tudo no mesmo ambiente, para que quem apresenta soluções encontre quem instala, opera e mantém, sem rodeios.

WWW. FUTUREMOBILITY.COM.BR

Acesse nosso site
Contato: +55 11 3197-4949
contato@futuremobility.com.br

ORGANIZAÇÃO: Grupo eletrolar ALL CONNECTED

REALIZAÇÃO: azuloplay Feiras e Eventos

FEIRAS PARALELAS: #ES26 | eletrolarshow ALL CONNECTED | interiorlifestyle SOUTH AMERICA | EXPO FERRETERA BRASIL | aircon. | global supplier | MÁQUINAS & COMPONENTES





#ES2025

COBERTURA ES 2025
CADERNO ELETROCAR
COVERAGE ES
ELETROCAR SHOW

A FESTA DA ELETROMOBILIDADE

THE ELECTROMOBILITY PARTY

Em quatro dias, a Eletrocar Show atraiu mais de 40 mil visitantes e movimentou mais de R$ 2 bilhões em negócios entre indústria e varejo.

In four days, the Eletrocar Show attracted more than 40 thousand visitors and moved more than R$ 2 billion in business between industry and retail.

A Eletrocar Show, realizada de 23 a 26 de junho passado, no Distrito Anhembi, em São Paulo, junto com a Eletrolar Show, se consolidou como o marco nos negócios da mobilidade elétrica. Empresários, especialistas e consumidores se reuniram num evento único, com a presença de players nacionais e estrangeiros, para apresentar as novidades do mundo eletrificado e impulsionar o uso da tecnologia, que movimenta R$ 594 bilhões em faturamento anual, conforme dados da Associação Brasileira do Veículo Elétrico (ABVE).

Do evento participaram os mais diversos segmentos da mobilidade elétrica: de equipamentos de infraestrutura, com carregadores de alta potência, até fabricantes de veículos leves, como bicicletas e patinetes, passando por automóveis e veículos comerciais híbridos e eletrificados. Nada menos que 160 marcas mostraram os seus produtos a um público altamente qualificado, formado por gestores de frotas, representantes de logística, integradores, investidores e varejistas especializados.

A Eletrocar Show recebeu representantes da administração pública e empresários com foco no desenvolvimento do mercado de veículos elétricos, como incorporadoras imobiliárias, administradores de shoppings e aeroportos e redes de varejo, além de investidores em busca de oportunidades num negócio que ganha espaço no mercado. Gestores de frotas corporativas, concessionárias e locadoras de veículos foram conhecer as novidades que estarão disponíveis no mercado da eletrificação no próximo período.

The Eletrocar Show, held from June 23 to 26, at the Anhembi District, in São Paulo, together with the Eletrolar Show, consolidated itself as the milestone in electric mobility business. Entrepreneurs, specialists, and consumers gathered in a unique event, with the presence of national and foreign players, to present the novelties of the electrified world and boost the use of technology, which moves R$ 594 billion in annual revenue, according to data from the Brazilian Electric Vehicle Association (ABVE).

The event included the most diverse segments of electric mobility: from infrastructure equipment, with



JUAN PABLO DE VERA,
PRESIDENTE DA ELETROCAR SHOW
PRESIDENT OF ELETROCAR SHOW



FOCO EM NEGÓCIOS

O **presidente da Eletrocar Show, Juan Pablo De Vera**, comemorou o sucesso do evento. Destacou o seu potencial transformador e a sua importância como o primeiro passo para integrar a indústria da eletromobilidade ao ecossistema de eletrônicos de consumo.

"Trata-se de uma nova perspectiva: em vez de esperar o comprador ir até a indústria, trouxemos a indústria aos compradores." Salientou que o evento foi desenhado para ser uma vitrine de soluções concretas e um hub de negócios, reunindo montadoras, fornecedores e integradores, que estão moldando o futuro da mobilidade no País.

GRANDE OFERTA DE INFRAESTRUTURA

Voltado ao público profissional e entusiastas do segmento, o evento se notabilizou pela grande oferta de eletropostos. Expositores apresentaram suas novidades em relação a carregamento, ponto nevrálgico no sistema de mobilidade elétrica, pois eventuais dificuldades de abastecimento podem assustar o consumidor que quer investir num elétrico puro.

A considerar o que a Eletrocar Show apresentou – em volume de ofertas, em tecnologia e negócios realizados – a tendência é de um crescimento formidável e de uma breve consolidação da infraestrutura de abastecimento.

high-power chargers, to light vehicle manufacturers, such as bicycles and scooters, passing through automobiles and hybrid and electrified commercial vehicles. No less than 160 brands showed their products to a highly qualified audience, made up of fleet managers, logistics representatives, integrators, investors, and specialized retailers.

The Eletrocar Show received representatives of public administration and entrepreneurs focused on the development of the electric vehicle market, such as real estate developers, managers of shopping malls and airports, and retail chains, in addition to investors in search of opportunities in a business that is gaining ground in the market. Corporate fleet managers, dealerships, and car rental companies came to learn about the novelties that will be available in the electrification market in the next period.

FOCUS ON BUSINESS

The president of Eletrocar Show, Juan Pablo De Vera, *celebrated the success of the event. He highlighted its transforming potential and its importance as the first step to integrate the electromobility industry into the consumer electronics ecosystem.*

"It is a new perspective: instead of waiting for the buyer to go to the industry, we brought the industry

SOLUÇÕES DE RECARGA

Os estandes da área de postos de recarga foram os mais visitados pelos investidores, capitaneados pela **WEG**, empresa global de capital brasileiro, que atua no setor de bens de capital, com foco em motores, redutores e acionadores de energia. **A WEG apresentou as suas tecnologias de recarga ultrarrápida.**

As soluções de recargas inteligentes ficaram por conta da **On-Charge**, uma startup que atua no mercado nacional. Do Rio Grande do Sul veio a **fabricante de carregadores rápidos Zeta Uno**, enquanto a **Riseon** e a **Teison** representaram os players internacionais com atuação no fornecimento de estações de recarga para frotas e uso doméstico.

EQUIPAMENTOS E COMPONENTES

Várias empresas apresentaram soluções na área de equipamentos e componentes. Vale destacar a **Autarcia, voltada para a produção de mantas térmicas e segurança para baterias de veículos elétricos.**

Em relação a componentes, vieram empresas que atuam em áreas como baterias, energia solar e soluções OEM para eletromobilidade, como a **Celink, DB5, Tianying, Lvju, Karstsolar, Coletek e Kamai.**

to the buyers." He emphasized that the event was designed to be a showcase of concrete solutions and a business hub, bringing together automakers, suppliers, and integrators, who are shaping the future of mobility in the country.

GREAT INFRASTRUCTURE OFFER

Aimed at the professional public and enthusiasts of the segment, the event stood out for the large supply of charging stations. Exhibitors presented their novelties regarding charging, a nerve point in the electric mobility system, since possible refueling difficulties may frighten the consumer who wants to invest in a pure electric.

Considering what the Eletrocar Show presented – in volume of offers, in technology, and in business carried out – the trend is of formidable growth and a brief consolidation of the refueling infrastructure.

CHARGING SOLUTIONS

The stands in the charging stations area were the most visited by investors, led by ***WEG****, a global company of Brazilian capital, which operates in the capital goods sector, focusing on motors, reducers, and energy drives.* ***WEG*** *presented its ultra-fast charging technologies.*





FÓRUM DE DISCUSSÕES

Como um polo de confluência de especialistas e empresários da mobilidade elétrica, a Eletrocar Show tinha por obrigação oferecer um fórum de debates sobre os assuntos mais relevantes do segmento.

O Fórum de Conteúdos discutiu assuntos institucionais, suporte às estratégias de vendas e distribuidores, treinamento para oficinas de reparação de veículos elétricos e gestores de frotas corporativas e de logística.

CARROS DE PASSEIO, UM CHARME NO EVENTO

Embora projetada para o setor B2B, a Eletrocar Show atraiu também os apaixonados por carros e tecnologia, que visitaram os estandes de veículos e equipamentos voltados para a mobilidade elétrica, em especial os carros de passeio, sempre o maior atrativo para o consumidor.

Um dos mais concorridos da exposição, o estande da chinesa **GWM** mostrou os três carros de passeio da marca: o ORA 03, um compacto hatchback elétrico puro, com 420 km de autonomia; o **Haval H6**, um SUV crossover compacto plug-in, com um motor a gasolina e um elétrico; e o **Tank 300**, um SUV compacto offroad, tipo jipão, em estilo retrô, cheio de recursos de dirigibilidade e muito luxuoso.

*The smart charging solutions were presented by **On-Charge**, a startup that operates in the national market. From Rio Grande do Sul came the **manufacturer of fast chargers Zeta Uno,** while **Riseon** and **Teison** represented international players operating in the supply of charging stations for fleets and domestic use.*

EQUIPMENT AND COMPONENTS

*Several companies presented solutions in the area of equipment and components. It is worth highlighting **Autarcia, focused on the production of thermal blankets and safety for electric vehicle batteries.***

*Regarding components, companies that operate in areas such as batteries, solar energy, and OEM solutions for electromobility were present, such as **Celink, DB5, Tianying, Lvju, Karstsolar, Coletek, and Kamai.***

DISCUSSION FORUM

As a hub of convergence for specialists and entrepreneurs of electric mobility, the Eletrocar Show had the obligation to offer a forum for debates on the most relevant topics of the segment.

The Content Forum discussed institutional issues, support for sales strategies and distributors, training for



LECAR, A MONTADORA NACIONAL

No estande da Lecar, o visitante da feira conheceu os projetos da primeira marca de carros eletrificados desenvolvidos no Brasil. Montadora 100% nacional, a Lecar **apresentou os protótipos do coupé híbrido Lecar 459 e da picape híbrida flex Campo.**

O Lecar 459 é um coupé híbrido flex, ou seja, pode usar etanol ou gasolina no motor 1.0 turbo flex de 122 cavalos, com autonomia estimada de até 1.000 km.

electric vehicle repair shops and corporate and logistics fleet managers.

PASSENGER CARS, A CHARM OF THE EVENT

Although designed for the B2B sector, the Eletrocar Show also attracted car and technology enthusiasts, who visited the stands of vehicles and equipment aimed at electric mobility, especially passenger cars, always the greatest attraction for the consumer.

*One of the busiest at the exhibition, the stand of the Chinese **GWM** showed the brand's three passenger cars: the ORA 03, a compact pure electric hatchback, with 420 km of autonomy; the **Haval H6**, a compact crossover SUV plug-in, with a gasoline engine and an electric one; and the **Tank 300**, a compact off-road SUV, jeep type, in retro style, full of driving features and very luxurious.*

A vocação do carro elétrico para uso urbano está sacramentada. O Brasil pode liderar a eletrificação do transporte comercial na América Latina.

The vocation of the electric car for urban use is consecrated. Brazil can lead the electrification of commercial transport in Latin America.

A produção é prevista para agosto de 2026. Outro protótipo foi a picape Campo, cabine dupla híbrida flex tracionada por motor elétrico. Tem 165 cavalos de potência e o mesmo motor 1.0 turbo flex a combustão do carro de passeio.

UTILITÁRIOS, VOCAÇÃO PARA O TRANSPORTE URBANO

Se ainda persistem dúvidas sobre a viabilidade do carro elétrico puro para grandes distâncias, por causa da infraestrutura ainda incipiente no Brasil, a vocação para o uso urbano está sacramentada. Entre as inovações, destaque para a **Farizon, marca que pertence ao Grupo Geely, da China, representada no Brasil pelo Grupo Timber.**

Os visitantes conheceram as **vans V6E** e **Super VAN** (8 m³ e 11 m³, respectivamente), além do **caminhão H9E**, todos 100% elétricos. A Farizon aposta no Brasil para liderar a eletrificação do transporte comercial na América Latina. O Grupo Timber investiu R$ 40 milhões na operação, e o modelo de negócios inclui vendas diretas para frotistas e locadoras, com suporte em pós-venda, infraestrutura de recarga e soluções financeiras.

RIDDARA, A PICAPE ELÉTRICA DA GEELY

Marca de picapes elétricas pertencente ao **grupo chinês Geely**, a Riddara levou ao evento o **modelo RD6, a primeira picape 100% elétrica no Brasil**, que tem

LECAR, THE NATIONAL AUTOMAKER

At the Lecar stand, the visitor of the fair learned about the projects of the first electrified car brand developed in Brazil. A 100% national automaker, Lecar ***presented the prototypes of the hybrid coupé Lecar 459 and the hybrid flex pickup Campo.***

The Lecar 459 is a hybrid flex coupé, that is, it can use ethanol or gasoline in the 1.0 turbo flex 122-horsepower engine, with estimated autonomy of up to 1,000 km. Production is scheduled for August 2026. Another prototype was the Campo pickup, double cab hybrid flex powered by the electric motor. It has 165 horsepower and the same 1.0 turbo flex combustion engine of the passenger car.

UTILITY VEHICLES, VOCATION FOR URBAN TRANSPORT

If doubts still persist about the viability of the pure electric car for long distances, due to the still incipient infrastructure in Brazil, the vocation for urban use is confirmed. Among the innovations, highlight for ***Farizon, a brand that belongs to the Geely Group, from China, represented in Brazil by the Timber Group.***

Visitors learned about the ***V6E and Super VAN vans*** *(8 m³ and 11 m³, respectively), in addition to the* ***H9E truck****, all 100% electric. Farizon is betting on Brazil to lead the electrification of commercial transport in Latin*



como pontos fortes o sistema 4×4 tração instantânea e a versatilidade, pois propõe uso combinado urbano, offroad e utilitário.

A picape utiliza a mesma plataforma elétrica do **Volvo EX30** e outros EVs do grupo Geely. Tem bateria de 63 kWh (fosfato de ferro) e autonomia estimada de 385 km no padrão chinês e 300 km no padrão Inmetro.

VARIEDADE NOS ESTANTES DOS LEVES

Não faltaram motocicletas e demais veículos leves, de bicicletas a carrinhos de brinquedo, tudo elétrico. A **Yala** lançou sua **linha de motos e scooters elétricos**, com foco no uso urbano. Todos os modelos ficaram à disposição do público para test-drive. A **Inow Brasil apresentou bicicletas elétricas, motos elétricas para trilha, quadriciclos e até uma prancha de surf elétrica.**

Bianca Barbosa Souza, diretora da marca, disse que a feira atendeu à expectativa, isto é, encontrar clientes com potencial de compra de grandes volumes. **"Encontramos um público mais nichado e objetivo. Parceiros com capacidade de comprar contêineres fechados dos nossos produtos. A feira proporcionou o contato com parceiros que já eram da carteira de clientes, dessa vez com seus estandes", disse.**

America. The Timber Group invested R$ 40 million in the operation, and the business model includes direct sales to fleet owners and rental companies, with support in after-sales, charging infrastructure, and financial solutions.

RIDDARA, GEELY'S ELECTRIC PICKUP

*A brand of electric pickups belonging to the **Chinese group Geely**, Riddara took to the event the **RD6 model, the first 100% electric pickup in Brazil**, whose strong point is the instant 4×4 traction system and versatility, as it proposes combined urban, off-road, and utility use.*

*The pickup uses the same electric platform as the **Volvo EX30** and other EVs of the Geely group. It has a 63 kWh battery (lithium iron phosphate) and estimated autonomy of 385 km in the Chinese standard and 300 km in the Inmetro standard.*

VARIETY IN LIGHT STANDS

*There were no shortage of motorcycles and other light vehicles, from bicycles to toy cars, all electric. **Yala** launched its **line of electric motorcycles and scooters,** focusing on urban use. All models were available to the public for test-drive. **Inow Brasil presented electric bicycles, electric trail motorcycles, quadricycles, and even an electric surfboard.***





HORA DE ACELERAR

O test drive com carros elétricos e híbridos foi o ponto alto da feira para os visitantes. Centenas de usuários usufruíram dos 35 modelos disponíveis para experimentação, entre carros de passeio, picapes, utilitários e veículos de duas rodas: motos, bicicletas e patinetes, além de triciclos e quadriciclos. **Foram mais de mil test drives e test rides durante os quatro dias do evento.**

Algumas marcas recém-chegadas ao Brasil disponibilizaram seus modelos aos visitantes: a **Farizon** levou a van elétrica de médio porte, a **GAC** ofereceu os modelos **GS4 e Aion V,** e a **Zeekr** colocou à disposição o **modelo 001**, um luxuoso sedã elétrico puro de 780 cavalos de potência, que atraiu a atenção.

MODELOS CONHECIDOS NA PISTA

Embora esteja no mercado há algum tempo, a **Maverick, da Ford,** foi um dos modelos mais cobiçados. É uma picape híbrida de 253 cavalos de potência total, com motor a gasolina + elétrico. Entre os carros já conhecidos do público, destaque para os modelos da GWM: o **Ora 03**, o **Haval 6** e o novo **Tank 300**.

Bianca Barbosa Souza, director of the brand**, said that the fair met the expectation, that is, to find customers with potential to purchase large volumes**. "We found a more niche and objective public. Partners with the capacity to buy closed containers of our products. The fair provided contact with partners who were already in the client portfolio, this time with their stands," she said.

TIME TO ACCELERATE

The test drive with electric and hybrid cars was the highlight of the fair for visitors. Hundreds of users enjoyed the 35 models available for experimentation, among passenger cars, pickups, utility vehicles, and two-wheeled vehicles: motorcycles, bicycles, and scooters, in addition to tricycles and quadricycles. ***There were more than a thousand test drives and test rides during the four days of the event.***

Some brands newly arrived in Brazil made their models available to visitors: ***Farizon*** *brought the medium-sized electric van,* ***GAC*** *offered the* ***GS4 and Aion V*** *models,*



A **Volvo** levou seus dois elétricos puros, o **EX30** e o **EX90**; a **Caoa Chery** colocou à disposição o **SUV plug-in Tiggo 8** e o **sedã híbrido Arrizo,** e a **Fiat,** o **Fastback Hybrido**. Também veículos de duas rodas estiveram na pista, como as **motos Watts**, **Leva**, **Surron**, **Fusco**, **DXPro** e **Joog.**

PRÊMIO PARA OS MENOS POLUENTES

A Eletrocar Show foi o palco de uma importante homenagem aos veículos que registraram os menores



CARLOS CLUR,
FUNDADOR E CEO DO GRUPO ELETROLAR ALL CONNECTED
FOUNDER AND CEO OF GRUPO ELETROLAR ALL CONNECTED

*and **Zeekr** made available the 001 model, a luxurious pure electric sedan with 780 horsepower, which attracted attention.*

KNOWN MODELS ON THE TRACK

*Although it has been on the market for some time, the **Maverick, from Ford**, was one of the most coveted models. It is a hybrid pickup with a total power of 253 horsepower, with gasoline + electric engine. Among the cars already known to the public, highlight for the GWM models: the **Ora 03**, the **Haval 6**, and the new **Tank 300.***

*Volvo took its two pure electrics, the **EX30** and the EX90; Caoa Chery made available the **Tiggo 8 plug-in SUV** and the **Arrizo hybrid sedan**, and **Fiat,** the **Fastback Hybrid**. Also two-wheeled vehicles were on the track, such as the **Watts, Leva, Surron, Fusco, DXPro, and Joog motorcycles.***

AWARD FOR THE LEAST POLLUTING

The Eletrocar Show was the stage for an important tribute to the vehicles that registered the lowest pollutant emission rates in 2024, the Clean Mobility Award, which presented the trophy to the winners in each of the 81 categories of cars and light commercials.

*In its third edition, the PML named the **Dolphin Mini, from the Chinese BYD, as the overall champion of the year,** a pure urban electric, which registered the*

índices de emissões de poluentes em 2024, o Prêmio Mobilidade Limpa, que entregou o troféu aos ganhadores em cada uma das 81 categorias de carros e comerciais leves.

Na sua terceira edição, o PML apontou o **Dolphin Mini, da chinesa BYD, como o campeão geral do ano**, um elétrico puro urbano, que registrou o índice de 0,41 MJ/km (megajaule por quilômetro). Vinte e cinco marcas, entre fabricadas no Brasil e importadas, receberam a homenagem.

TRIPLICAR O TAMANHO EM 2026

A proposta da Eletrocar Show de se transformar no novo ponto de encontro da eletromobilidade no Brasil e na América Latina foi concretizada com sucesso. O forte interesse de empresas nacionais e estrangeiras mostrou que é plenamente viável o plano de triplicar o tamanho da exposição em 2026. **"Queremos fomentar negócios e, para isso, oferecer a infraestrutura necessária para dar suporte a essa tecnologia que veio para ficar", disse Juan Pablo De Vera, presidente da feira.**

Carlos Clur, fundador e CEO do Grupo Eletrolar All Connected, também deu o seu recado. "A Eletrocar Show foi realizada dentro da Eletrolar Show porque entendemos que a eletromobilidade faz parte de um ecossistema maior de inovação, tecnologia e consumo inteligente. Assim como a Eletrolar Show se consolidou como a principal vitrine de eletrônicos da América Latina, queremos que a Eletrocar Show siga esse mesmo caminho, conectando indústria, varejo e consumidor em um só espaço", afirmou. ■■

rate of 0.41 MJ/km (megajoule per kilometer). Twenty-five brands, between those manufactured in Brazil and imported, received the tribute.

TO TRIPLE THE SIZE IN 2026

The proposal of the Eletrocar Show to become the new meeting point of electromobility in Brazil and Latin America was successfully achieved. The strong interest of national and foreign companies showed that the plan to triple the size of the exhibition in 2026 is fully viable. ***"We want to foster business and, for that, offer the necessary infrastructure to support this technology that is here to stay," said Juan Pablo De Vera, director of the fair.***

Carlos Clur, founder and CEO of Grupo Eletrolar All Connected, *also gave his message. "The Eletrocar Show was held within the Eletrolar Show because we understand that electromobility is part of a larger ecosystem of innovation, technology, and smart consumption. Just as the Eletrolar Show has consolidated itself as the main showcase of electronics in Latin America, we want the Eletrocar Show to follow this same path, connecting industry, retail, and consumer in one space," he stated.* ■■







DOSSIÊ / DOSSIER

VENTILADORES

FANS

Nos primeiros cinco meses de 2025, o mercado de ventiladores registrou volume de 8 milhões de unidades vendidas, o que representou crescimento de 2,4% em relação ao mesmo período de 2024. O faturamento atingiu R$ 1,8 bilhão, com uma variação positiva de 2%, de acordo com dados da NielsenIQ. Esses números indicam uma retomada moderada, mas consistente, do setor, que continua demonstrando resiliência diante de variações climáticas e econômicas. Inovações em design, em funcionalidades e em eficiência energética impulsionam a categoria, que está neste **Dossiê**.

In the first five months of 2025, the fan market recorded a volume of 8 million units sold, which represented growth of 2.4% compared to the same period in 2024. Revenue reached R$ 1.8 billion, with a positive variation of 2%, according to NielsenIQ data. These numbers indicate a moderate but consistent recovery of the sector, which continues to demonstrate resilience in the face of climatic and economic variations. Innovations in design, functionalities, and energy efficiency drive the category, which is in this ***Dossier****.*



BRITÂNIA



Com 230 W de potência, o **ventilador Britânia BVT50T** possui hélice de 50 cm e tecnologia Maxx Force 8, que proporciona alta vazão de ar com desempenho eficiente e baixo nível de ruído. É um modelo 2 em 1, que pode ser usado na mesa ou fixado na parede, com grade de 58 cm, estrutura reforçada e três velocidades: suave, moderada e intensa. Fabricado no Brasil, tem três níveis de inclinação vertical e oscilação horizontal automática. O sistema de segurança interrompe o funcionamento caso a grade seja retirada. As partes removíveis facilitam a limpeza, a montagem e o transporte.

*With 230 W of power, the **Britânia BVT50T fan** has a 50 cm blade and Maxx Force 8 technology, which provides high airflow with efficient performance and low noise level. It is a 2-in-1 model, which can be used on the table or fixed to the wall, with a 58 cm grill, reinforced structure, and three speeds: soft, moderate, and intense. Manufactured in Brazil, it has three levels of vertical tilt and automatic horizontal oscillation. The safety system interrupts operation if the grill is removed. The removable parts make cleaning, assembly, and transport easier.*

LOREN SID

O novo modelo da marca apresenta estética refinada e alto desempenho. O **ventilador de teto Palladium** é ideal para ambientes modernos. Seu design alia funcionalidade e sofisticação com ventilação eficiente e operação silenciosa. A luminária em LED oferece economia de energia e iluminação uniforme. Com construção inteligente e acabamento de alto padrão, é voltado aos que valorizam estilo e conforto. Está disponível nas cores preta e branca e nas voltagens 127 V e 220 V.

*The brand's new model presents refined aesthetics and high performance. The **Palladium ceiling fan** is ideal for modern environments. Its design combines functionality and sophistication with efficient ventilation and silent operation. The LED luminaire offers energy savings and uniform lighting. With intelligent construction and high-standard finish, it is aimed at those who value style and comfort. It is available in black and white colors and in voltages 127 V and 220 V.*



Preço sugerido em 11/07/2025: R$ 599,00.
Suggested price on 07/11/2025: R$ 599.00.

MONDIAL

O **ventilador Mondial Turbo 8 pás** possui hélice com 40 cm de diâmetro e design aerodinâmico, que contribui para maior circulação e alcance do ar. Tem NVT Vento Turbo, que proporciona mais intensidade de vento. Conta com três opções de velocidade, oscilação horizontal e inclinação vertical regulável, permitindo ajustar o fluxo conforme a necessidade do ambiente. Silencioso, é adequado para uso durante o dia ou à noite. A estrutura foi desenvolvida com grades e hélice removíveis, facilitando a limpeza e a manutenção. Tem alça traseira para transporte e é indicado para uso residencial.

*The **Mondial Turbo 8 blades fa**n has a 40 cm diameter blade and aerodynamic design, which contributes to greater air circulation and reach. It has NVT Turbo Wind, which provides more wind intensity. It has three speed options, horizontal oscillation, and adjustable vertical tilt, allowing adjustment of the flow according to the environment's needs. Silent, it is suitable for use during the day or at night. The structure was developed with removable grills and blades, making cleaning and maintenance easier. It has a rear handle for transport and is recommended for residential use.*



Preço sugerido em 16/07/2025: R$ 242,90.
Suggested price on 07/16/2025: R$ 242.90.



Preço sugerido em 11/07/2025: R$ 139,00.
Suggested price on 07/11/2025: R$ 139.00.

PRAXIS

O **ventilador Praxis**, de 42 cm, combina design moderno, eficiência e conforto. Com três velocidades, é ideal para diferentes necessidades do dia a dia. Versátil, pode ser utilizado tanto na parede quanto sobre a mesa, graças ao seu sistema 2 em 1. Possui movimento oscilante, que distribui melhor o ar no ambiente, e seis pás, que proporcionam um fluxo de ar mais potente. Silencioso, é indicado para quem valoriza o bem-estar sem ruídos. De produção nacional, o modelo alia o visual diferenciado à economia de energia.

*The **Praxis fan**, 42 cm, combines modern design, efficiency, and comfort. With three speeds, it is ideal for different everyday needs. Versatile, it can be used both on the wall and on the table, thanks to its 2-in-1 system. It has oscillating movement, which better distributes air in the environment, and six blades, which provide a more powerful airflow. Silent, it is indicated for those who value well-being without noise. Nationally produced, the model combines a distinctive look with energy savings.*

VENTIMAIS

Com 147 W de potência e hélices de 60 cm, o **ventilador de parede preto da Ventimais** entrega alta performance na ventilação de espaços amplos e eficiência energética. É indicado para residências, comércios e indústrias leves. O modelo une força, economia e baixo nível de ruído à oscilação automática, gerando maior fluxo de ar. Seu design em preto fosco combina com diferentes ambientes, enquanto a estrutura reforçada garante longa vida útil. Tem hélice de três pás, é fácil de montar e conta com um ano de garantia.

With 147 W of power and 60 cm blades, ***the black wall fan from Ventimais*** *delivers high performance in ventilating large spaces and energy efficiency. It is recommended for homes, shops, and light industries. The model combines strength, economy, and low noise level with automatic oscillation, generating greater airflow. Its matte black design matches different environments, while the reinforced structure ensures long durability. It has a three-blade propeller, is easy to assemble, and comes with a one-year warranty.*



Preço sugerido em 21/07/2025: R$ 249,90.
Suggested price on 07/21/2025: R$ 249.90.



Preço sugerido em 16/07/2025: R$ 191,90.
Suggested price on 07/16/2025: R$ 191.90.

VENTISOL

De fabricação nacional, o **ventilador de mesa Turbo 10**, de 40 cm, possui 10 pás e oscilação horizontal automática, garantindo maior fluxo e melhor distribuição de ar no ambiente. Equipado com motor de alta potência de 150 W, oferece boa performance e três velocidades reguláveis. Conta com a grade Wind-Line, que proporciona maior vazão de ar, além de hélice transparente. O produto tem garantia de 12 meses.

Nationally manufactured, the ***Turbo 10 table fan****, 40 cm, has 10 blades and automatic horizontal oscillation, ensuring greater flow and better air distribution in the environment. Equipped with a high-power 150 W motor, it offers good performance and three adjustable speeds. It has the Wind-Line grill, which provides greater airflow, in addition to a transparent blade. The product has a 12-month warranty.*

VÍDEO SHOPPING: A NOVA VITRINE PARA VENDAS NO E-COMMERCE

VIDEO SHOPPING: THE NEW SHOWCASE FOR SALES IN E-COMMERCE



Foto: Divulgação

MAURICIO SALVADOR
PRESIDENTE DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE COMÉRCIO ELETRÔNICO (ABCOMM)
PRESIDENT OF THE BRAZILIAN ASSOCIATION OF ELECTRONIC COMMERCE (ABCOMM)

Os vídeos se tornaram protagonistas no digital. De recurso complementar, passaram a elemento central na estratégia de vendas, impulsionando conversões de forma significativa. Essa transformação ganha força com a chegada do TikTok Shop ao Brasil, funcionalidade que permite ao usuário descobrir, conhecer e comprar produtos sem sair do aplicativo, com uma experiência de compra fluida, interativa e altamente integrada.

O vídeo aproxima marcas e consumidores, tornando a jornada de compra mais envolvente e emocional. Com o vídeo shopping, o comércio eletrônico entra em uma nova fase, e a expectativa é obter ótimos resultados com a ferramenta.

Mais de 50% da população brasileira utiliza o TikTok, o que abre uma enorme janela de oportunidades para pequenas, médias e grandes marcas. A ferramenta oferece loja integrada, transmissões ao vivo com apresentação de produtos e parcerias com influenciadores via programa de afiliados, gerando engajamento e conversão.

Empresas que já utilizam vídeos em páginas de produtos, resenhas no YouTube e conteúdos com creators notam aumento no engajamento e nas vendas. Páginas de e-commerce que mostram vídeos dos produtos chegam a ter até 50% mais conversão do que páginas que não têm. Agora, com o TikTok Shop, essa estratégia se intensifica. A tendência é clara: marcas que souberem explorar bem o poder dos vídeos sairão na frente em um mercado digital cada vez mais competitivo e conectado. ■■

Videos have become protagonists in digital. From a complementary resource, they have become a central element in the sales strategy, significantly boosting conversions. This transformation gains strength with the arrival of TikTok Shop in Brazil, a functionality that allows the user to discover, know and buy products without leaving the application, with a fluid, interactive and highly integrated shopping experience.

Video brings brands and consumers closer, making the shopping journey more engaging and emotional. With video shopping, e-commerce enters a new phase, and the expectation is to obtain great results with the tool.

More than 50% of the Brazilian population uses TikTok, which opens a huge window of opportunities for small, medium and large brands. The tool offers integrated store, live broadcasts with product presentation and partnerships with influencers through an affiliate program, generating engagement and conversion.

Companies that already use videos on product pages, reviews on YouTube and content with creators notice increased engagement and sales. E-commerce pages that show product videos reach up to 50% more conversion than pages that do not. Now, with TikTok Shop, this strategy intensifies. The trend is clear: brands that know how to make good use of the power of videos will come out ahead in an increasingly competitive and connected digital market. ■■

REFORMA TRIBUTÁRIA: POR QUE O COMITÊ ABRADISTI É O ATALHO PARA A CBS

TAX REFORM: WHY THE ABRADISTI COMMITTEE IS THE SHORTCUT TO CBS



Foto: Divulgação

MARIANO GORDINHO
PRESIDENTE DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA DISTRIBUIÇÃO DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO (ABRADISTI)
EXECUTIVE PRESIDENT BRAZILIAN ASSOCIATION OF INFORMATION TECHNOLOGY DISTRIBUTION (ABRADISTI)

A partir de janeiro de 2026, PIS e Cofins darão lugar à Contribuição sobre Bens e Serviços (CBS). Split payment e CNPJs alfanuméricos já batem à porta em 2025. Ajustar ERP, fluxo de caixa e cadastros não pode esperar.

Antecipando essas mudanças, a Abradisti criou o Comitê da Reforma Tributária – fórum online que reúne advogados tributaristas, contadores e fiscais de mais de 50 distribuidores de TIC.

Implantar a reforma sozinho é possível, mas quanto custa? No comitê, uma dúvida vira resposta para todos: novos campos da CBS, impacto do split payment no caixa, como atualizar cadastros antes que a NF-e rejeite. Roteiros e planilhas são compartilhados, o risco de autuação cai e o orçamento agradece. Encontros presenciais bimestrais do Grupo de Trabalho Tributário completam o networking que evita retrabalho.

Pergunte à sua equipe financeira quem está validando as mudanças de CBS hoje e quanto custaria descobrir um erro depois da primeira notificação. Se a resposta não for clara, é hora de juntar-se ao Comitê. Nesta reforma, que redefine documentos, fluxos e margens, colaboração deixou de ser discurso – virou vantagem competitiva. ■■

As of January 2026, PIS and Cofins will give way to the Contribution on Goods and Services (CBS). Split payment and alphanumeric CNPJs are already knocking at the door in 2025. Adjusting ERP, cash flow and registrations cannot wait.

Anticipating these changes, Abradisti created the Tax Reform Committee – an online forum that brings together tax lawyers, accountants and auditors from more than 50 ICT distributors.

Implementing the reform alone is possible, but at what cost? In the committee, a doubt becomes an answer for everyone: new CBS fields, impact of split payment on cash, how to update registrations before NF-e rejects. Scripts and spreadsheets are shared, the risk of assessment falls and the budget thanks. Bimonthly face-to-face meetings of the Tax Working Group complete the networking that avoids rework.

Ask your financial team who is validating the CBS changes today and how much it would cost to discover an error after the first notification. If the answer is not clear, it is time to join the Committee. In this reform, which redefines documents, flows and margins, collaboration has ceased to be a discourse – it has become a competitive advantage. ■■

NOVOS PROJETOS E GESTÃO DE REDE

NEW PROJECTS AND NETWORK MANAGEMENT



Foto: Arquivo

WAGNER GATTO
DIRETOR-EXECUTIVO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PÓS-VENDAS EM ELETROELETRÔNICOS (ABRASA)
EXECUTIVE DIRECTOR OF THE BRAZILIAN ASSOCIATION OF AFTER-SALES IN ELECTRONICS (ABRASA)

A implantação de novos projetos e gestão de rede vem sendo colocada em prática pela Abrasa com o objetivo de ampliar o suporte no segmento de prestação de serviços de pós-vendas em eletroeletrônicos junto aos fabricantes, distribuidores e importadores, bem como atuar na gestão de rede em benefício dos clientes das assistências técnicas.

Uma das primeiras medidas foi a criação da Rede Premium, com um perfil de atendimento preferencial de alto nível nos serviços de pós-vendas oferecidos por região, marca e linhas de produtos. É importante que as assistências técnicas se cadastrem no site da Abrasa (www.abrasa.com.br) para participarem dessa rede.

O balanço do primeiro semestre de 2025 registrou crescimento de 0,27% em número de OS (Ordens de Serviços) na comparação com o mesmo período do ano passado, o que nos motivou a buscar novas parcerias, visando ao desenvolvimento do setor.

A Abrasa também esteve presente na 18ª Eletrolar Show. Nos quatro dias da feira manteve contato com os expositores, incluindo fabricantes, distribuidores e importadores, quando apresentou o importante papel que as assistências técnicas desempenham em todo o Brasil no reparo de produtos eletrodomésticos e eletroeletrônicos. ■■

The implementation of new projects and network management has been put into practice by Abrasa with the objective of expanding support in the after-sales services segment in electronics with manufacturers, distributors and importers, as well as acting in network management for the benefit of the customers of technical assistance.

One of the first measures was the creation of the Premium Network, with a preferential service profile of high level in after-sales services offered by region, brand and product lines. It is important that technical assistance register on the Abrasa website (www.abrasa.com.br) to participate in this network.

The balance of the first half of 2025 registered growth of 0.27% in number of OS (Service Orders) compared to the same period last year, which motivated us to seek new partnerships, aiming at the development of the sector.

Abrasa was also present at the 18th Eletrolar Show. During the four days of the fair, it maintained contact with exhibitors, including manufacturers, distributors and importers, when it presented the important role that technical assistance plays throughout Brazil in the repair of household and electronic products. ■■

futuro.unicef.org.br

unicef
para cada criança



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

Fábio Colletti Barbosa

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

TRANSFORME O FUTURO COM O UNICEF

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

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

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

DESCARTE DE ELETROELETRÔNICOS E ELETRODOMÉSTICOS FORTALECE OS COMPROMISSOS AMBIENTAIS

DISPOSAL OF ELECTRONICS AND APPLIANCES STRENGTHENS ENVIRONMENTAL COMMITMENTS

ROBSON ESTEVES
PRESIDENTE DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE RECICLAGEM DE ELETROELETRÔNICOS E ELETRODOMÉSTICOS (ABREE)
PRESIDENT OF THE BRAZILIAN ASSOCIATION FOR THE RECYCLING OF ELECTRONICS AND APPLIANCES (ABREE)



Foto: Divulgação

O descarte correto de eletroeletrônicos e eletrodomésticos vai muito além de uma simples atitude de consumo consciente: é uma ferramenta poderosa no avanço da sustentabilidade e na preservação do futuro do planeta. Ao dar destino adequado a equipamentos no final da sua vida útil, a sociedade fortalece compromissos ambientais e colabora diretamente com metas globais.

Nesse contexto, a logística reversa assume um papel de destaque. Por meio desse processo, itens como geladeiras, televisores, computadores e celulares são coletados e encaminhados para desmontagem segura. Nessa etapa, materiais como metais, plásticos, vidros e componentes eletrônicos são devidamente separados, reciclados e reinseridos na cadeia produtiva. Além de evitar a contaminação do solo, da água e do ar, essa prática também contribui para a geração de empregos em empresas especializadas em reciclagem.

A ABREE, pioneira nesse movimento, fortalece essa prática com atuação alinhada à Política Nacional de Resíduos Sólidos, disponibilizando mais de 3,7 mil pontos de recebimento em todo o País. Essa rede facilita o acesso da população ao descarte adequado, promovendo a conscientização ambiental em larga escala.

O impacto gerado, além de ambiental, é também social e econômico, com a geração de renda, o estímulo à economia circular e o fortalecimento de uma cultura de responsabilidade compartilhada. Cada resíduo descartado corretamente representa um passo rumo a um futuro mais sustentável, com objetivos cada vez mais consolidados e alinhados ao bem-estar coletivo. ■■

The correct disposal of electronics and appliances goes far beyond a simple act of conscious consumption: it is a powerful tool in advancing sustainability and preserving the future of the planet. By giving proper destination to equipment at the end of its useful life, society strengthens environmental commitments and collaborates directly with global goals.

In this context, reverse logistics assumes a prominent role. Through this process, items such as refrigerators, televisions, computers and cell phones are collected and sent for safe dismantling. At this stage, materials such as metals, plastics, glass and electronic components are properly separated, recycled and reinserted into the production chain. In addition to avoiding contamination of soil, water and air, this practice also contributes to job creation in companies specialized in recycling.

ABREE, a pioneer in this movement, strengthens this practice with action aligned with the National Solid Waste Policy, providing more than 3,700 receiving points throughout the Country. This network facilitates access of the population to proper disposal, promoting environmental awareness on a large scale.

The impact generated, in addition to environmental, is also social and economic, with the generation of income, the stimulus to the circular economy and the strengthening of a culture of shared responsibility. Each waste correctly disposed of represents a step towards a more sustainable future, with increasingly consolidated objectives aligned with collective well-being. ■■

DERRUBADA DO DECRETO DO IOF E A POSSÍVEL DERROTA DO GOVERNO FEDERAL, VITÓRIA DO BRASIL

OVERTHROW OF THE IOF DECREE AND THE POSSIBLE DEFEAT OF THE FEDERAL GOVERNMENT, VICTORY FOR BRAZIL



Foto: Divulgação

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

Diariamente somos surpreendidos negativamente com medidas impostas sem fundamento e que prejudicam o crescimento sustentável do País. E a novela do Imposto sobre Operações Financeiras (IOF) é uma delas, mas até agora o final é satisfatório.

Após Senado e Câmara dos Deputados aprovarem o projeto que revoga o aumento do IOF, contra a vontade do governo, para uma arrecadação de R$ 20 bilhões ainda este ano em impostos, as alíquotas antigas seguem valendo. Um alívio para o mercado e uma vitória para o Brasil.

Reforço que o IOF, por se tratar de um tributo regulatório, não pode ser utilizado para fins arrecadatórios. Dessa forma, ele não poderia ser usado para essa finalidade. Se tivesse sido aprovado seu aumento, seria um ato inconstitucional, corroborando para o repúdio da sociedade civil organizada. Mas a boa notícia é que pelo menos, por enquanto, não teremos que pagar mais essa conta.

A queda do decreto não muda a insegurança jurídica em que vivemos, mas dá um respiro e diríamos que até um pouco mais de esperança para os empresários e investidores.

Não estamos enfrentando somente uma crise fiscal, mas também uma crise política, e de grandes proporções, envolvendo esferas como o Supremo Tribunal Federal (STF), por exemplo. Menos Estado e corte de gastos são as alternativas para virar esse jogo político que afeta o desenvolvimento econômico do Brasil. ■■

Daily we are negatively surprised with measures imposed without basis and that harm the sustainable growth of the Country. And the soap opera of the Tax on Financial Operations (IOF) is one of them, but so far the ending is satisfactory.

After the Senate and the Chamber of Deputies approved the project that revokes the increase of the IOF, against the will of the government, for a collection of R$ 20 billion still this year in taxes, the old rates remain valid. A relief for the market and a victory for Brazil.

I reinforce that the IOF, being a regulatory tax, cannot be used for collection purposes. Thus, it could not be used for this purpose. If its increase had been approved, it would be an unconstitutional act, corroborating the repudiation of organized civil society. But the good news is that at least, for now, we will not have to pay this bill.

The fall of the decree does not change the legal uncertainty in which we live, but gives a breath and we would even say a little more hope for entrepreneurs and investors.

We are not facing only a fiscal crisis, but also a political crisis, and of great proportions, involving spheres such as the Federal Supreme Court (STF), for example. Less State and spending cuts are the alternatives to turn this political game that affects the economic development of Brazil. ■■

DESAFIOS MACROECONÔMICOS E A URGÊNCIA DE UMA POLÍTICA INDUSTRIAL EFICIENTE

MACROECONOMIC CHALLENGES AND THE URGENCY OF AN EFFICIENT INDUSTRIAL POLICY

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 ELECTRONIC PRODUCTS (ELETROS)



Foto: Divulgação

O primeiro semestre de 2025 confirmou um cenário já previsto para a indústria eletroeletrônica brasileira. Mesmo após desempenho expressivo em 2024, o setor enfrenta um ambiente macroeconômico adverso, com expectativa de retração de 1%, influenciada principalmente pela queda nas vendas de eletroportáteis, categoria relevante para o setor.

Os juros elevados, inflação persistente, restrição de crédito e insegurança fazem as famílias priorizarem itens essenciais, como alimentos e medicamentos, reduzindo o consumo de bens duráveis. Revisões tarifárias sobre insumos como aço e resinas, aliadas a políticas industriais que ignoram barreiras internas, ampliam os desafios da competitividade. Um exemplo é a exigência de uso de compressores nacionais em ar-condicionado, apesar da oferta nacional ser inferior à demanda.

Combater a concorrência desleal, o contrabando e produtos não certificados são medidas essenciais. A Eletros atua exigindo providências do poder público e enfrentando irregularidades que prejudicam a indústria, comprometem a segurança do consumidor e desestruturam o mercado.

O momento pede ação coordenada. É fundamental uma política industrial moderna, conectada à realidade, que incentive a inovação, fortaleça a cadeia produtiva e garanta acesso a produtos eficientes. O ambiente de negócios precisa ser justo, previsível, atrair investimentos e preservar empregos, valorizando quem atua dentro das regras.

Mesmo diante das incertezas, a indústria segue gerando empregos, movimentando a economia e acreditando no potencial do Brasil. ■■

The first half of 2025 confirmed a scenario already foreseen for the Brazilian electronic industry. Even after expressive performance in 2024, the sector faces an adverse macroeconomic environment, with expectation of a 1% retraction, influenced mainly by the drop in sales of small appliances, a relevant category for the sector.

High interest rates, persistent inflation, credit restriction and insecurity make families prioritize essential items, such as food and medicines, reducing the consumption of durable goods. Tariff revisions on inputs such as steel and resins, coupled with industrial policies that ignore internal barriers, increase competitiveness challenges. An example is the requirement of the use of national compressors in air conditioners, despite national supply being lower than demand.

Combating unfair competition, smuggling and uncertified products are essential measures. Eletros acts demanding actions from the public authorities and facing irregularities that harm the industry, compromise consumer safety and disrupt the market.

The moment calls for coordinated action. It is fundamental a modern industrial policy, connected to reality, that encourages innovation, strengthens the production chain and guarantees access to efficient products. The business environment needs to be fair, predictable, attract investments and preserve jobs, valuing those who operate within the rules.

Even in the face of uncertainties, the industry continues generating jobs, moving the economy and believing in Brazil's potential. ■■



REVISTA

ELETROLAR

NEWS





OS PRINCIPAIS ASSUNTOS DO MERCADO E AS TENDÊNCIAS DO SETOR

Dirigida exclusivamente à indústria e ao varejo

LOGÍSTICA REVERSA: IMPORTANTE INSTRUMENTO DA ECONOMIA CIRCULAR

REVERSE LOGISTICS: IMPORTANT INSTRUMENT OF THE CIRCULAR ECONOMY

ALEXSANDRA RICCI

ASSESSORA DO CONSELHO DE SUSTENTABILIDADE DA FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO DO ESTADO DE SÃO PAULO (FECOMERCIOSP)

ADVISOR OF THE SUSTAINABILITY COUNCIL OF THE FEDERATION OF COMMERCE OF GOODS, SERVICES AND TOURISM OF THE STATE OF SÃO PAULO (FECOMERCIOSP)



Foto: Divulgação

Em 2024, o Brasil lançou a Estratégia Nacional de Economia Circular, com diretrizes voltadas à produção e ao consumo sustentáveis, para reduzir a poluição e a extração dos recursos naturais, por meio de medidas como a Logística Reversa (LR) de produtos de alto impacto ambiental – como pilhas, baterias e eletroeletrônicos –, nos termos da Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS).

As normas 59000 ABNT também orientam sobre as melhores práticas em economia circular (EC), por meio de práticas como reúso, reparação, reciclagem e redução de resíduos, e a LR é essencial para promover a circularidade de produtos e componentes por meio da reciclagem, promovendo a recuperação, a retenção e a agregação de valor.

A PNRS obriga as empresas à sua implementação, e órgãos ambientais e o Ministério Público vêm dialogando com entidades e municípios para orientar e fiscalizar empresas, as quais podem ser multadas em caso de descumprimento.

Ao participar de sistemas de LR, a empresa evita multas, promove o compliance e melhora sua reputação perante clientes e stakeholders. Para auxiliar as empresas, a FecomercioSP disponibiliza gratuitamente uma plataforma com orientações sobre os sistemas em: https://www.fecomercio.com.br/projeto-especial/logistica-reversa/sobre. ■■

In 2024, Brazil launched the National Circular Economy Strategy, with guidelines aimed at sustainable production and consumption, to reduce pollution and the extraction of natural resources, through measures such as Reverse Logistics (RL) of products with high environmental impact – such as batteries and electronics –, under the terms of the National Solid Waste Policy (PNRS).

The ABNT 59000 standards also guide on best practices in circular economy (CE), through practices such as reuse, repair, recycling and waste reduction, and RL is essential to promote product and component circularity through recycling, promoting recovery, retention and value addition.

The PNRS obliges companies to its implementation, and environmental agencies and the Public Prosecutor's Office have been dialoguing with entities and municipalities to guide and supervise companies, which may be fined in case of non-compliance.

By participating in RL systems, the company avoids fines, promotes compliance and improves its reputation with clients and stakeholders. To assist companies, FecomercioSP makes available free of charge a platform with guidelines on the systems at: shttps://www.fecomercio.com.br/projeto-especial/logistica-reversa/sobre ■■

MINERAÇÃO URBANA: UM RECURSO ESTRATÉGICO QUE NÃO PODE MAIS SER IGNORADO

URBAN MINING: A STRATEGIC RESOURCE THAT CAN NO LONGER BE IGNORED



Foto: Divulgação

ADEMIR BRESCANSIN
GERENTE-EXECUTIVO DA GREEN ELETRON
EXECUTIVE MANAGER OF GREEN ELETRON

A transformação de resíduos eletroeletrônicos em matérias-primas, conhecida por Mineração Urbana, já é uma realidade no Brasil. Além de benefícios ambientais, é uma estratégia econômica: reduz custos industriais, diminui a dependência de matérias-primas virgens e gera postos de trabalho qualificados. Para as empresas, aderir a esse processo significa assumir protagonismo em um modelo sustentável e competitivo.

O processo de logística reversa recupera metais, plásticos e componentes valiosos, evitando a extração de recursos naturais finitos. O descarte incorreto desses materiais, como no lixo comum ou em terrenos baldios, pode contaminar o solo, lençóis freáticos e a atmosfera, além liberar gases que agravam o aquecimento global. Cada produto reciclado é um passo para um desenvolvimento mais sustentável.

Desde 2016, a Green Eletron recolheu e destinou corretamente mais de 20 mil toneladas de eletroeletrônicos, pilhas e baterias. Materiais como cobre, alumínio, lítio e metais nobres retornaram à cadeia produtiva, reduzindo custos e a dependência de importações.

Participar da mineração urbana fortalece a reputação das organizações em um cenário cada vez mais guiado por critérios ESG. A adoção de práticas de logística reversa transmite o compromisso com sustentabilidade, transparência e responsabilidade socioambiental, valores de alta estima para consumidores e investidores.

Colaborar com essa evolução vai além do cumprimento legal. Impulsiona inovação, gera empregos, promove circularidade e lidera a transição para uma economia sustentável. E o engajamento da indústria é indispensável nesse processo. ■■

The transformation of electronic waste into raw materials, known as Urban Mining, is already a reality in Brazil. In addition to environmental benefits, it is an economic strategy: it reduces industrial costs, decreases dependence on virgin raw materials and generates qualified jobs. For companies, adhering to this process means assuming leadership in a sustainable and competitive model.

The reverse logistics process recovers metals, plastics and valuable components, avoiding the extraction of finite natural resources. Incorrect disposal of these materials, such as in common waste or vacant lots, can contaminate the soil, groundwater and atmosphere, in addition to releasing gases that aggravate global warming. Each product recycled is a step towards more sustainable development.

Since 2016, Green Eletron has collected and correctly destined more than 20 thousand tons of electronics, batteries and accumulators. Materials such as copper, aluminum, lithium and precious metals returned to the production chain, reducing costs and dependence on imports.

Participating in urban mining strengthens the reputation of organizations in an environment increasingly guided by ESG criteria. The adoption of reverse logistics practices conveys the commitment to sustainability, transparency and socio-environmental responsibility, values of high esteem for consumers and investors.

Collaborating with this evolution goes beyond legal compliance, drives innovation, generates jobs, promotes circularity and leads the transition to a sustainable economy. And the industry's engagement is indispensable in this process. ■■

PARTICIPAÇÃO DA SUFRAMA NA ELETROLAR SHOW 2025 REFORÇA COMPROMISSO INSTITUCIONAL DE IMPULSIONAR O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL NA AMAZÔNIA

PARTICIPATION OF SUFRAMA IN ELETROLAR SHOW 2025 REINFORCES INSTITUTIONAL COMMITMENT TO BOOST SUSTAINABLE DEVELOPMENT IN THE AMAZÔNIA



Foto: Divulgação

BOSCO SARAIVA
SUPERINTENDENTE DA ZONA FRANCA DE MANAUS (SUFRAMA)
SUPERINTENDENT OF THE MANAUS FREE ZONE (SUFRAMA)

A Suframa participou da Eletrolar Show 2025, realizada de 23 e 26 de junho, em São Paulo, e obteve resultados promissores na atração de novos investimentos para o Polo Industrial de Manaus (PIM). Durante a feira, que é considerada a maior B2B de eletroeletrônicos da América Latina, a equipe da autarquia realizou dezenas de abordagens, contabilizando pelo menos 30 empresas interessadas em se instalar na Zona Franca de Manaus (ZFM).

Pelo terceiro ano consecutivo, a Suframa participou da feira. Sua presença teve como objetivo divulgar as vantagens competitivas da ZFM e fortalecer parcerias com empresas e entidades do setor eletroeletrônico.

Em quatro dias seguidos, a autarquia acompanhou palestras, prestou atendimento em estande próprio e foi até as empresas que possuem processo produtivo no PIM para conhecer e compartilhar com a sociedade aquilo que estiveram expondo com a assinatura da ZFM. O estande da autarquia tornou-se ponto de referência para potenciais investidores, que puderam conhecer de perto as oportunidades oferecidas pelo modelo Zona Franca de Manaus.

Dentre as empresas que demonstraram interesse, destacam-se nomes como NewUp (purificadores), Invertek (certificadora de produtos), Dongguan Soompam Technology (máquinas fotográficas e impressoras pequenas) e BR Group (produtos de Informática).

O trabalho da Suframa na Eletrolar Show 2025 reforça o compromisso institucional de atrair novos negócios para a região, gerar empregos e impulsionar o desenvolvimento sustentável da Amazônia. ■■

Suframa participated in Eletrolar Show 2025, held from June 23 to 26, in São Paulo, and obtained promising results in attracting new investments for the Manaus Industrial Pole (PIM). During the fair, considered the largest B2B of electronics in Latin America, the agency's team carried out dozens of approaches, accounting for at least 30 companies interested in settling in the Manaus Free Zone (ZFM).

For the third consecutive year, Suframa participated in the fair. Its presence aimed to publicize the competitive advantages of ZFM and strengthen partnerships with companies and entities of the electronics sector.

In four consecutive days, the agency followed lectures, provided service at its own stand and went to the companies that have a production process in the PIM to know and share with society what they were exhibiting with the signature of ZFM. The agency's stand became a reference point for potential investors, who could get to know closely the opportunities offered by the Manaus Free Zone model.

Among the companies that showed interest, stand out names such as NewUp (purifiers), Invertek (product certifier), Dongguan Soompam Technology (small cameras and printers) and BR Group (IT products).

Suframa's work at Eletrolar Show 2025 reinforces the institutional commitment to attract new business to the region, generate jobs and boost the sustainable development of the Amazônia. ■■

EXPANSÃO PARA A ÁFRICA: UM COMPROMISSO COM A DIVERSIFICAÇÃO DE MERCADOS

EXPANSION TO AFRICA: A COMMITMENT TO THE DIVERSIFICATION OF MARKETS



Foto: Divulgação

CARLOS MOREIRA
DIRETOR-EXECUTIVO DO INP E DE PROJETOS NO THINK PLASTIC BRAZIL
EXECUTIVE DIRECTOR OF INP AND PROJECTS AT THINK PLASTIC BRAZIL

Um dos pilares estratégicos do portfólio Think Plastic Brazil é a ampliação da presença internacional das empresas apoiadas com ênfase na diversificação geográfica. Embora a performance nas Américas continue relevante, há urgência de ampliar os horizontes comerciais, sobretudo para regiões como a África.

Como parte desta estratégia de intensificação das relações comerciais, o Think Plastic Brazil promoveu, de 17 a 20 de junho passado, uma missão empresarial à África do Sul, que reuniu 21 empresas brasileiras dos segmentos de utilidades domésticas, construção civil, brinquedos e puericultura, além de plasticultura.

Ao longo do evento, foram realizadas 255 reuniões de negócios com 251 novos contatos provenientes de oito países: África do Sul, Angola, Botsuana, Moçambique, Namíbia, Quênia, Zâmbia e Zimbábue. Como resultado, foram gerados US$ 910 mil em negócios, com uma projeção de mais de US$ 5 milhões para os próximos 12 meses.

Esse desempenho consolida o continente africano como um vetor estratégico de expansão para a indústria brasileira de transformados plásticos, além de reforçar o papel do Think Plastic Brazil como uma plataforma de apoio técnico-comercial de alto impacto. ■■

One of the strategic pillars of the Think Plastic Brazil portfolio is the expansion of the international presence of the supported companies with emphasis on geographical diversification. Although performance in the Americas remains relevant, there is urgency to broaden commercial horizons, especially to regions such as Africa.

As part of this strategy of intensifying commercial relations, Think Plastic Brazil promoted, from June 17 to 20, a business mission to South Africa, which brought together 21 Brazilian companies from the segments of housewares, civil construction, toys and childcare, in addition to plasticulture.

Throughout the event, 255 business meetings were held with 251 new contacts from eight countries: South Africa, Angola, Botswana, Mozambique, Namibia, Kenya, Zambia, and Zimbabwe. As a result, US$ 910 thousand in business was generated, with a projection of more than US$ 5 million for the next 12 months.

This performance consolidates the African continent as a strategic vector of expansion for the Brazilian plastic processing industry, in addition to reinforcing the role of Think Plastic Brazil as a platform of high-impact technical-commercial support. ■■


CBM
CONGRESS
BRAZIL
MOBILE
Grupo
eletrolar
ALL CONNECTED
O celular hoje é muito mais do que um telefone,
A CBM É MUITO MAIS DO QUE UMA CONVENÇÃO!
#SEJA SMART, SEJA CBM2026!
DIAS 20, 21 E 22 DE MARÇO DE 2026!
CONFIRME SUA PRESENÇA!!!

VEM MUITO MAIS PELA FRENTE.
GARANTA SEU ESPAÇO!



+200 EXPOSITORES

+10.000 VISITANTES

+600 MARCAS

ORGANIZAÇÃO

Grupo eletrolar

REALIZAÇÃO

azuloplay Feiras e Eventos

Contato:

+55 11 3197-4949
comercial@grupoeletrolar.com.br

Escaneie o QRcode e se torne um expositor

#ES | eletrolarshow ALL CONNECTED

22 A 25 DE JUNHO DE 2026
DISTRITO ANHEMBI- SÃO PAULO
WWW.ELETROLARSHOW.COM.BR



MULTISSETORIAL, MULTICANAL, COM MAIS CAPILARIDADE ENTRE A INDÚSTRIA E O VAREJO!

CONTATO: +55 11 3197-4949 | COMERCIAL@GRUPOELETROLAR.COM.BR

Entrada exclusiva para empresas e profissionais do setor devidamente identificados. Permitida a entrada somente para maiores de 18 anos.

ORGANIZAÇÃO: Grupo eletrolar ALL CONNECTED
REALIZAÇÃO: azuloplay Feiras e Eventos
FEIRAS PARALELAS: interiorlifestyle SOUTH AMERICA | EXPO FERRETERA BRASIL | aircon. | MÁQUINAS & COMPONENTES | FUTUREMOBILITY eletrocar AUTOPEÇAS | global supplier