

25 Anos / Years – nº 163 – 2024

# ELETROLAR

## NEWS

REVISTA DE NEGÓCIOS PARA A INDÚSTRIA E O VAREJO DE ELETRO

EDITORA  
C&C

Exclusive interview

Entrevista Exclusiva

## GRUPO BEMOL

MARCELO FORMA,  
CFO E DIRETOR COMERCIAL

**Compromisso com a sustentabilidade e projeção de receita aproximada de R\$ 4,5 bi em 2024.**

*Commitment to sustainable growth and projected revenue of approximately BRL4.5 billion in 2024.*

*Marcelo Forma, CFO and commercial director*

EVENTOS DO GRUPO  
ELETROLAR ALL  
CONNECTED EM 2025

GRUPO ELETROLAR ALL  
CONNECTED EVENTS IN 2025

## BLACK FRIDAY

# Natal

ALTA DO CONSUMO ESTIMULA O VAREJO

BLACK FRIDAY + CHRISTMAS  
Increased consumption stimulates retail

PÁGINAS VERDES

AMBIPAR:

LIDERANÇA GLOBAL EM  
SOLUÇÕES AMBIENTAIS

GREEN PAGES / AMBIPAR:

Global leadership in environmental solutions

# Panasonic

O MELHOR DA  
TECNOLOGIA JAPONESA  
NO TOQUE DE UM BOTÃO.



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

V E M A Í A

**BLACK** F R I D A Y

P A N A S O N I C

M A G I C O F E R T A S P A R A A S U A C A S A



A C E S S E

[LOJA.PANASONIC.COM.BR](http://LOJA.PANASONIC.COM.BR)

E S A I B A M A I S

*O QUE VOCÊ PREFERE?*  
COZINHAR PARA A  
FAMÍLIA OU APROVEITAR  
O NATAL EM FAMÍLIA?



**NO MODO BRITÂNIA, SEU CLIENTE VAI SE SURPREENDER!**



britaniaeletro



britaniaeletrodomesticos



Air fryer no modo prático, saudável e gostoso.

# SEU NATAL NO MODO BRITÂNIA



★ **BFR50**  
Revestimento **REDSTONE**

**BFR51** ★  
Revestimento **GOLD**

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

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


**BRITÂNIA**  
Para Britanar sua vida

# NATAL

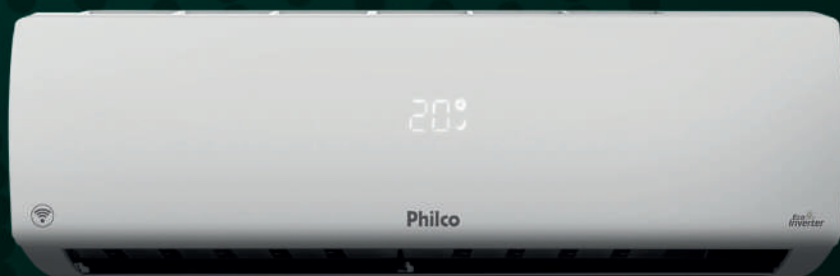
**Philco**



 @philcobrasil

 @philcobr

  /philcobr



Há **90 anos**, a **Philco** proporciona aos **brasileiros produtos de qualidade e tecnologia**. Uma linha completa de inovação que precisa estar no seu ponto de venda.



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

Imagens meramente ilustrativas.

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

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

# AIR FRYER É MONDIAL. A ESCOLHA Nº 1 DOS BRASILEIROS.



Saber que a Air Fryer Mondial continua na mente dos brasileiros nos enche de orgulho. Celebramos juntos esta conquista que reflete nosso compromisso com você. Obrigado por fazer parte da nossa história!

**TOP OF MIND  
PELA 4ª VEZ  
CONSECUTIVA!**



**MONDIAL**  
*a escolha inteligente*

# aiwa



@aiwabr

//

aiwa.com.br

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

O PRESENTE PERFEITO PARA

**UM NATAL INESQUECÍVEL.**



**QUEM CONHECE QUER PRA SEMPRE**

# SUMÁRIO

## ELETROLAR NEWS

EDIÇÃO 163

### MATÉRIA DE CAPA

pág. **32** *Entrevista exclusiva*  
**GRUPO BEMOL**  
*Marcelo Forma, CFO e diretor comercial*

COVER STORY / EXCLUSIVE INTERVIEW  
**GRUPO BEMOL**  
*Marcelo Forma, CFO and commercial director*

## BLACK FRIDAY + Natal

BLACK FRIDAY + CHRISTMAS

### DESTAQUES DAS DATAS / HIGHLIGHTS OF THE DATE

TELEVISORES / TELEVISIONS .....	64
SMARTPHONES .....	70
ELETROPORTÁTEIS / SMALL APPLIANCES .....	75
LINHA BRANCA / LARGE HOME APPLIANCES .....	87
BICICLETAS / BICYCLES .....	96
ACESSÓRIOS GAMERS / GAMERS ACCESSORIES .....	101

**EDITORIAL**.....22

### PÁGINAS VERDES

**AMBIPAR É CERTIFICADA COMO AÇÃO VERDE PELA BOLSA BRASILEIRA**

GREEN PAGES – *AMBIPAR IS CERTIFIED AS A GREEN STOCK BY THE BRAZILIAN STOCK EXCHANGE*.....26

### TENDÊNCIAS DE CORES

**ESCOLHA DE TONS É ESTRATÉGICA**  
COLOR TRENDS – *THE STRATEGIC SELECTION OF SHADES*.....52

## SUMMARY

EDITION 163

### AMBIENTE 2025

DESIGN E ESTILO  
AMBIENTE 2025 – *DESIGN AND LIFESTYLE*.....108

### ELETROCAR SHOW

IMPORTÂNCIA DOS POSTOS DE RECARGA NO BRASIL  
ELETROCAR SHOW – *IMPORTANCE OF CHARGING STATIONS IN BRAZIL*.....112

### BRAZIL MOBILE

NEGÓCIOS, NETWORKING E NOVAS TECNOLOGIAS  
BRAZIL MOBILE – *BUSINESS, NETWORKING AND NEW TECHNOLOGIES*.....130

### FEIRAS DE 2025

2025 FAIRS.....120  
18ª ELETROLAR SHOW / 18<sup>TH</sup> ELETROLAR SHOW  
5ª ELECTRONICS HOME ARGENTINA / 5<sup>TH</sup> ELECTRONICS HOME ARGENTINA  
1ª LATIN AMERICAN ELECTRONICS MÉXICO /  
1<sup>ST</sup> LATIN AMERICAN ELECTRONICS MEXICO

### DOSSIÊ – ASPIRADOR ROBÔ

DOSSIER / *ROBOT VACUUM CLEANER*.....136

### ARTIGOS – ARTICLES

ABCOMM.....142  
ABRADISTI.....143  
ABRASA.....144  
ABREE.....145  
ELETROS.....146  
FECOMERCIO SP.....147  
GREEN ELETRON.....150  
SUFRAMA.....151  
THINK PLASTIC BRASIL.....152

### ERRATA / ERRATUM

A X-ONE Brasil é a única marca no mundo que oferece Garantias de Tela, Verso e Câmera, uma inovação que a empresa trouxe ao mercado em 2019. A informação não constou na matéria de cobertura da 18ª Eletrolar Show.

X-ONE Brazil is the only brand in the world that offers Screen, Back, and Camera Guarantees, an innovation that the company brought to the market in 2019. This information was not included in the coverage of the 18<sup>th</sup> Eletrolar Show.

**MONDIAL** ELETRÔNICOS

# LINHA DE CAIXAS AMPLIFICADORAS

GARANTE ÓTIMAS VENDAS



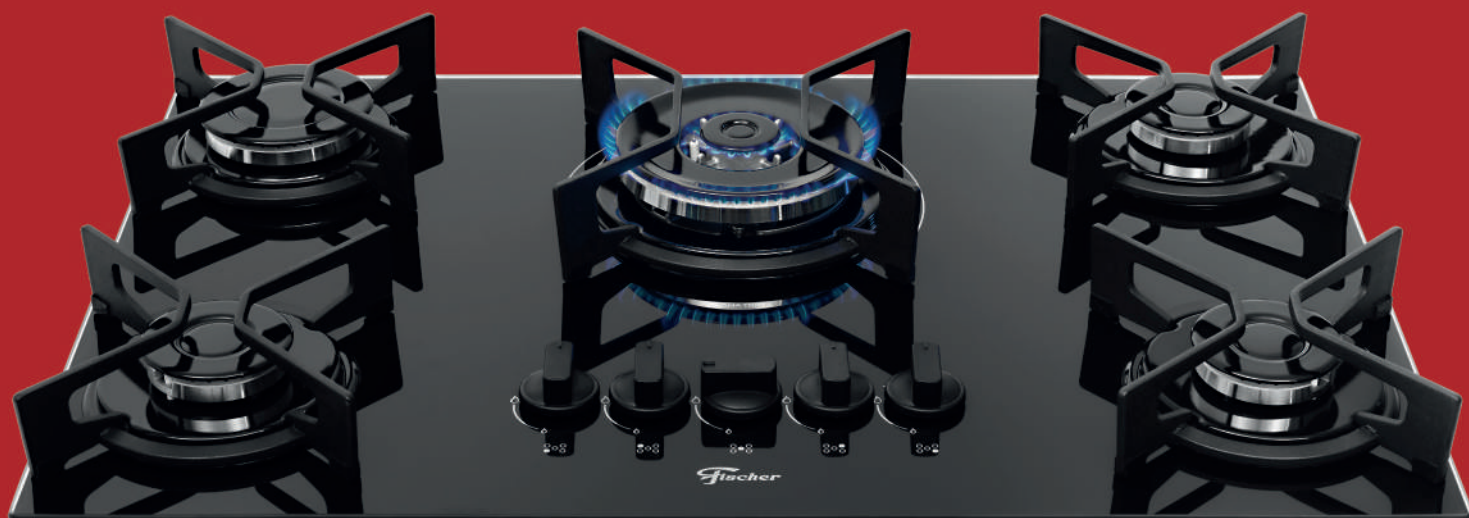
Prepare o estoque, receba os clientes e ofereça Mondial para aumentar o seu volume de vendas.

Acesse:       /mondialbr

**MONDIAL**  
a escolha inteligente

# NOVOS COOKTOPS **IRON** **FIT.LINE**

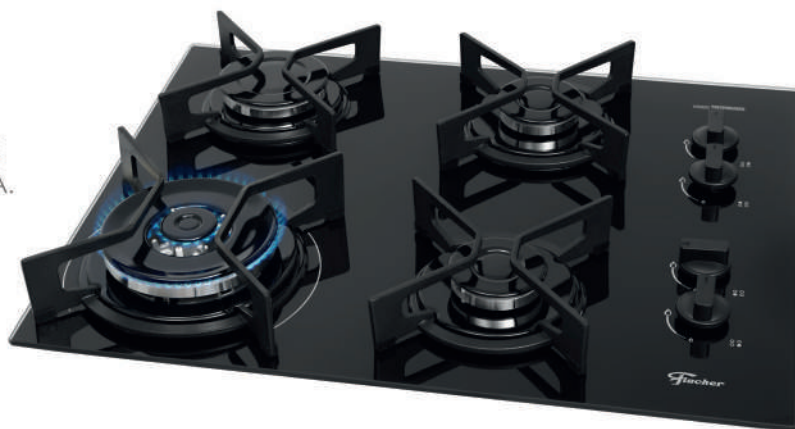
**DESIGN** ROBUSTO,  
**TECNOLOGIA**  
DE PONTA E  
**PRATICIDADE!**



**TREMPE IRON:**  
ROBUSTEZ, ESTABILIDADE  
E FACILIDADE NA LIMPEZA.



A MAIS POTENTE **TRIPLA  
CHAMA** DO MERCADO,  
COM 3.700W.

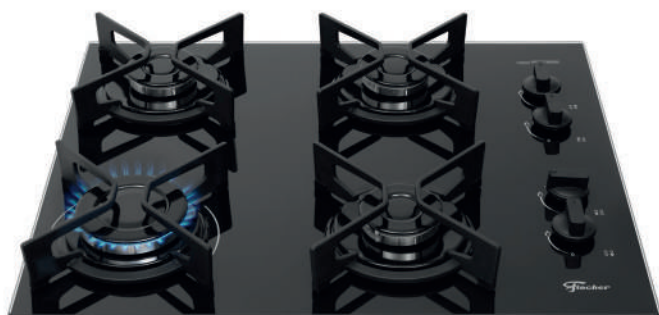




COM QUEIMADORES  
ITALIANOS DE ALTA  
QUALIDADE.



ACENDIMENTO  
SUPERAUTOMÁTICO.



**Fischer**

@fischer.oficial

f Fischeroficial

fischer.com.br



8kg

SEU CLIENTE  
ECONOMIZA ÁGUA  
E LUZ E VOCÊ  
NÃO ECONOMIZA  
NAS VENDAS!

10kg



## TURBILHÃO 8kg e NEO ECO 10kg

- Batedor com novo design
- Dispenser para sabão
- 3 molhos e desligamento automático
- 6 programas de lavagem
- Timer com programação de 0 a 28 min
- Baixo consumo: 0,10kWh/ciclo

# LAVADORAS SEMIAUTOMÁTICAS SUGGAR



**LAVAMAX**  
Eco 10kg e 15kg

**LAVAMAX**  
Eco 20kg

**LAVAMATIC**  
16kg

**MAIOR EFICIÊNCIA NA  
LAVAGEM E NAS VENDAS**



Conheça todos  
os modelos

Aumente suas vendas no varejo com as **LAVADORAS SUGGAR**, a escolha perfeita para atender seus clientes que buscam praticidade e eficiência no cuidado das roupas. As lavadoras Suggar lavam com eficácia desde tecidos delicados até roupas de cama e edredons de casal queem, atendendo às necessidades diárias com baixo consumo de água e energia. Ofereça essa solução econômica e completa e conquiste a fidelidade de seus consumidores!

**SUGGAR**



**SUGGAR.COM.BR**

# PORTABILIDADE E POTÊNCIA EM UM ÚNICO PRODUTO!



WOOFER  
DE 4"



BATERIA  
ATÉ 4 HRS



RÁDIO  
FM



FUNÇÃO  
PASSA PASTA



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

ACA 150

# POP

X @amvox\_

@amvox\_

f amvoxbrasil

in company/amvox

globe amvox.com.br

ACA 410

# NEON

Aproveite suas músicas favoritas  
e **torne seus momentos ainda  
mais divertidos.**



**WOOFER  
DE 6"**



**SHOW  
DE LED**



**FUNÇÃO  
PASSA  
PASTA**



**CHIP AX1  
MAIS QUALIDADE  
SONORA, POTÊNCIA  
E BATERIA**



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

**Amvox**

# \_DESPERTA BLACK \* FRIDAY



Vem aí  
a melhor  
oportunidade  
do ano para  
vender EOS.

## **\_COMPACTA & FUNCIONAL**

Maior cesto da categoria. Espaço de 6,2 litros com tamanho externo equivalente a uma de 3 litros.



Todos já estão sabendo:  
EOS vai ser a estrela da  
próxima Black Friday.

Surfe na onda de clientes  
procurando produtos da  
nossa marca e bata todas  
as suas metas de novembro.

**EOS.** 

Indústria e varejo estão preparados para a maior temporada de vendas do ano. A Black Friday, que será realizada em 29 de novembro, e o Natal chegam com força, impulsionados pelo aumento das vendas do segmento de eletros, como já haviam comprovado os números do primeiro semestre. É uma boa notícia para quem produz e para todos os canais de vendas, ancorada em um mercado de trabalho mais forte e em melhores condições de crédito e pagamento, além do 13º salário. É, sem dúvida, uma retomada importante do consumo. Esta edição traz diversas opções para as duas datas.

Na matéria de capa, o Grupo Bemol, o mais importante da Amazônia, aborda os desafios da região, que incluem uma logística complexa, como o transporte de produtos por mar, rio e terra. Em Páginas Verdes está a Ambipar, listada na B3 e na Bolsa de Nova York, que acaba de ser reconhecida como ação verde pela bolsa brasileira. O Dossiê traz as novidades na categoria de aspirador robô. Trazemos, também, as informações da Eletrocar Show, da Convenção Brazil Mobile (CBM) e das feiras de 2025: Eletrolar Show, Electronics Home Argentina e Latin American Electronics México.

Bons negócios!

Industry and retail are ready for the biggest sales season of the year. Black Friday, which will be held on November 29, and Christmas are coming in strong, driven by increased sales in the electronics segment, as the figures for the first half of the year had already proven. This is good news for manufacturers and for all sales channels, anchored in a stronger job market and better credit and payment conditions, in addition to the 13<sup>th</sup> salary. It is, without a doubt, an important recovery in consumption. This edition offers several options for both dates.

In the cover story, Grupo Bemol, the most important in the Amazon, addresses the region's challenges, which include complex logistics, such as transporting products by sea, river and land. In Páginas Verdes (Green Pages), we have Ambipar, listed on B3 and the New York Stock Exchange, which has just been recognized as a green stock by the Brazilian stock exchange. The Dossier brings the latest in the robot vacuum cleaner category. We also bring you information about the Eletrocar Show, the Brazil Mobile Convention (CBM) and the 2025 fairs: Eletrolar Show, Electronics Home Argentina and Latin American Electronics México.



Carlos Clur

Good business!

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

Diretor / Director - Mariano Botindari

Head of Vendas / Head of Sales - Márcia Gonçalves

Editora-chefe / Chief Editor - Leda Cavalcanti

(Jorn. resp. - MTb. 10.567) - leda@editoracec.com.br

Repórter / reporter - Dilnara Titara - redacao@editoracec.com.br

Revisoras / Reviewers - Abigail Cardoso e Maria Inês Caravaggio

Fotografia / Photography - Fredy Uehara / Uehara Fotografia

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

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

Veronika Fabricio Lagrutta

Gerente de Marketing Internacional / International Marketing Manager - Roberta Zogbi

Marketing e Assinaturas / Marketing and Subscriptions - Tatiana Lopes

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

Michele Vargas e Ricardo Kühn

Estagiários de Publicidade / Advertising Trainees - Heitor Bonan e Nina Ferri

Assistentes Comerciais / Commercial Assistants - Giselle Souza e Michele Vargas

Gerente Operacional / Operations Manager - Marcus Ferrari

Tradução / Translation - Ana Paula Ferreira e Roberta Zogbi

Eletrolar News é uma publicação da C&C Comercial do Brasil Ltda.

Rua Luigi Galvani, 42 - 5º andar

CEP 04575-020 - São Paulo - SP - Brasil

Tel: (55 11) 3197 4949

Fax: (55 11) 3035 1034

www.editoracec.com.br info@editoracec.com.br

Grupo Eletrolar Argentina

Av. Córdoba, 5.869, 1º A

(C1414BBE) CABA - Buenos Aires - Argentina

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

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

Grupo Eletrolar LLC

66 W Flagler ST # 989

33130 - Miami - FL - USA

Tels. +1 786 600 1816

www.grupoletrolar.com comercial@grupoletrolar.com

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

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

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

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



REVISTA  
**ELETROLAR**  
NEWS

anatec  
www.anatec.org.br

# Um presente *\** Especial *~*

Com os produtos Esmaltec suas vendas de final de ano vão tornar os momentos em família muito mais especiais!

ROC35 PRO

A geladeira mais econômica do Brasil.\*



Refrigerador ROC35PRO



Fogão Ideal POP



Geláguia ECCQF HE



Geláguia EGM30



Aponte a câmera para o QR CODE ao lado e confira mais detalhes sobre os produtos Esmaltec.

Fotos meramente ilustrativas. Emkt © 2024

**Esmaltec**  
ELETRODOMÉSTICOS

Uma empresa do

**GEO**  
Grupo  
Edson Queiroz

\*De acordo com a tabela do Procel publicada em 19/mar/24, para refrigeradores com compartimento de congelador.

\*Categoria de refrigeradores com degelo manual.



# NOVOS COOKTOPS



COM MESA DE VIDRO  
E MESA DE ALUMÍNIO

5 BOCAS  
VIDRO  
MCG5BM



5 BOCAS  
ALUMÍNIO  
MCG5BL



4 BOCAS  
VIDRO  
MCG4BM



4 BOCAS  
ALUMÍNIO  
MCG4BL



Suas vendas vão ganhar um tempero especial.





# Lavadora Automática Mueller

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

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



11 kg

MLA11

15 kg

MLA15

13 kg

MLA13

17 kg

MLA17

## Ultracentrifugação\*



Roupas menos tempo no varal ou na secadora.

\*Exceto na MLA11



muellereletr

**mueller** 

ANOS  
DEDICADOS  
AO SEU TEMPO.

# PÁGINAS VERDES

GREEN PAGES

PENSE VERDE, RESPONSABILIDADE & SUSTENTABILIDADE

## Green Talk

Por / by Leda Cavalcanti

### AMBIPAR

**Empresa apoia movimentos ligados aos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável, como “Elas Lideram”, “Salário Digno” e “Raça é Prioridade”. Além de implementar no Brasil, expande a sua política para plantas de outros países onde atua, como Peru, Chile e Canadá.**

The company supports movements related to the Sustainable Development Goals, such as “Women Lead,” “Fair Wages,” and “Race is Priority.” In addition to implementing these initiatives in Brazil, it is expanding its policies to plants in other countries where it operates, including Peru, Chile, and Canada.

#### Sobre / About



**RAFAEL TELLO**

Rafael Tello, vice-presidente de sustentabilidade da Ambipar desde novembro de 2021, é graduado em economia pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) e pós-graduado em gestão de sustentabilidade pela Leuphana University Lueneburg, da Alemanha. Também é membro do Comitê ESG da Bartofil e diretor científico do Instituto Atmos. Foi professor e pesquisador da Fundação Dom Cabral (FDC), HSM e docente convidado em escolas de negócios como a Skema. Além disso, desempenha o papel de coordenador da Rede Desafio 2030 e Hub ODS MG, auxiliando empresas na adequação aos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Organização das Nações Unidas (ONU). Com seu trabalho, incentiva a inovação, o crescimento e o desenvolvimento sustentável das cadeias de valor.

Rafael Tello has been the vice president of Sustainability at Ambipar since November 2021. He graduated in Economics from the Federal University of Minas Gerais (UFMG) and holds a postgraduate degree in Sustainability Management from Leuphana University Lueneburg. He is also a member of the ESG Committee at Bartofil and the Scientific Director of Instituto Atmos. Rafael has been a professor and researcher at Fundação Dom Cabral (FDC), HSM, and a guest lecturer at business schools such as Skema. Additionally, he serves as the coordinator of the Desafio 2030 Network and Hub ODS MG, helping companies align with the 17 Sustainable Development Goals of the United Nations (UN). Through his work, he promotes innovation, growth, and sustainable development in value chains.

**C**om presença em mais de 40 países e seis continentes, a multinacional brasileira Ambipar é líder global em soluções ambientais. Criada para ajudar as empresas a cuidar do meio ambiente, foi eleita quatro vezes a melhor desenvolvedora de projetos florestais do mundo pelo Green Project Award.

Listada na B3 e na Bolsa de Nova York, a empresa acaba de ser reconhecida como ação verde pela Bolsa brasileira e certificada pela Standard & Poor's (S&P), uma das maiores agências de classificação de risco do mundo. Dessa forma, a companhia se tornou a primeira empresa privada da América Latina e a segunda do Brasil a receber o certificado.

Para receber a designação de ações verdes, a Ambipar atendeu aos critérios da B3, conforme auditoria da S&P, entre eles ter mais de 50% da receita bruta anual derivada de negócios verdes, como também ter investimentos e despesas operacionais com a mesma classificação acima dos 50% e 5% do faturamento bruto derivado de atividades de combustíveis fósseis.

#### **PÁGINAS VERDES – QUAIS SÃO OS PRINCIPAIS PROGRAMAS DA EMPRESA NO TEMA SUSTENTABILIDADE?**

**RAFAEL TELLO** – A Ambipar é uma multinacional brasileira, líder global em soluções ambientais. Fundada em 1995, seu objetivo é ajudar outras empresas a cuidar do

**W**ith a presence in over 40 countries across six continents, Brazilian multinational Ambipar is a global leader in environmental solutions. Founded to help companies care for the environment, it has been recognized four times as the world's best developer of forest projects by the Green Project Award.

Listed on the B3 and the New York Stock Exchange, the company has recently been recognized as a green stock by the Brazilian Stock Exchange and certified by Standard & Poor's (S&P), one of the largest risk rating agencies in the world. This achievement makes Ambipar the first private company in Latin America and the second in Brazil to receive this certification.

To obtain the green stock designation, Ambipar met the B3's criteria, according to S&P's audit, including deriving over 50% of its annual gross revenue from green businesses, having investments and operational expenses with the same classification above 50%, and ensuring that no more than 5% of gross revenue comes from fossil fuel activities.

#### **GREEN PAGES – WHAT ARE THE COMPANY'S MAIN SUSTAINABILITY PROGRAMS?**

**RAFAEL TELLO** – Ambipar is a Brazilian multinational and a global leader in environmental solutions. Founded in 1995, its mission is to help other companies care for the





planeta, aliando meio ambiente e desenvolvimento econômico. Eleita por quatro vezes a melhor desenvolvedora de projetos florestais do mundo pelo Green Project Award, a empresa é pioneira em diversos produtos e serviços, e referência no mercado em Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação (PD&I), com mais de 100 soluções de economia circular, mais de 25 patentes e mais de 50 prêmios de inovação nacionais e internacionais.

**PV – COMO É A FORMA DE ATUAÇÃO DA AMBIPAR? ELA PRESTA CONSULTORIA AMBIENTAL? QUAIS AS PRINCIPAIS EMPRESAS ATENDIDAS?**

**RT** – A Ambipar é composta por duas subsidiárias: a Ambipar Response, focada em gestão de crise e respostas a emergências ambientais, e a Ambipar Environment, cujo foco é gestão ambiental e o gerenciamento completo de resíduos. Com isso, a companhia atua em diversos segmentos com serviços e produtos completos voltados à gestão ambiental, incluindo economia circular, regeneração, transição energética, descarbonização, prevenção, gestão e resposta a emergências e crises climáticas. Além disso, oferece para diversas empresas de diferentes segmentos o serviço de consultoria em ESG para atender clientes que precisam de apoio para estruturar suas iniciativas de sustentabilidade.

**PV – COMO ATUA CADA UMA DAS SUBSIDIÁRIAS?**

**RT** – A Ambipar Response tem mais de 4 mil projetos ambientais e atendimentos à fauna, como também 27 mil análises ambientais para clientes e parceiros. A

*planet by aligning environmental and economic development. It has been elected four times as the best developer of forest projects in the world by the Green Project Award and is a pioneer in several products and services. It is a market reference in Research, Development, and Innovation (R&D&I), offering over 100 circular economy solutions, more than 25 patents, and over 50 national and international innovation awards.*

**PV – HOW DOES AMBIPAR OPERATE? DOES IT PROVIDE ENVIRONMENTAL CONSULTING? WHO ARE THE MAIN COMPANIES SERVED?**

**RT** – Ambipar consists of two subsidiaries: Ambipar Response, which focuses on crisis management and environmental emergency response, and Ambipar Environment, which specializes in environmental management and comprehensive waste management. Thus, the company operates across various segments with complete services and products aimed at environmental management, including circular economy, regeneration, energy transition, decarbonization, prevention, and climate crisis management and response. Furthermore, it offers ESG consulting services to various companies across different segments to assist clients in structuring their sustainability initiatives.

**PV – HOW DOES EACH SUBSIDIARY OPERATE?**

**RT** – Ambipar Response has more than 4,000 environmental projects and services related to fauna, as well as 27,000 environmental analyses for clients and

subsidiária tem quatro grandes unidades de negócios: resposta a emergência, serviços industriais, serviços ambientais e serviços marítimos no Brasil, América Latina, Estados Unidos, Canadá e Europa. Para os atendimentos, a companhia conta com uma frota de veículos composta por 120 embarcações e mais de 30 aeronaves.

A Ambipar Environment gerencia 3,8 milhões de toneladas de resíduos sólidos por ano e recicla mais de 3 milhões de toneladas de resíduos. A divisão tem cinco unidades de negócios: gestão e valorização de resíduos, economia circular, consultoria e compliance ESG, descarbonização e logística Hazmat (materiais perigosos). A empresa faz, também, a gestão completa de resíduos perigosos e não perigosos pós-indústria e pós-consumo, focada em aterro zero. Nesse trabalho, a Ambipar faz a análise dos resíduos gerados pelos clientes, estrutura bases para gestão deles, identifica oportunidades de valorização, realiza o transporte e tratamento, e garante a destinação final adequada. Em pós-consumo, o trabalho com três frentes abrange crédito de reciclagem, cidades circulares e hub de reciclagem.

A Ambipar Environment ainda detém um dos maiores centros de economia circular do mundo, que fica em Santiago, no Chile. Em seus projetos de descarbonização, mais de 2,5 milhões de hectares já foram preservados nos principais biomas brasileiros.

#### **PV – QUAIS OS PRINCIPAIS RESULTADOS OBTIDOS ATÉ AGORA?**

**RT** – Listada na B3 e na Bolsa de Nova York, a Ambipar acaba de ser reconhecida como ação verde pela Bolsa brasileira e certificada pela Standard & Poor's (S&P), uma das maiores agências de classificação de risco do mundo. Dessa forma, a companhia se tornou a primeira empresa privada da América Latina e a segunda do Brasil a receber o certificado.

Para receber a designação de ações verdes, a Ambipar atendeu aos critérios da B3, conforme auditoria da S&P, entre eles ter mais de 50% da receita bruta anual derivada de negócios verdes, como também ter investimentos e despesas operacionais com a mesma classificação acima dos 50% e 5% do faturamento bruto derivado de atividades de combustíveis fósseis. No mundo, apenas 116 ações – ou 0,02% – de um total de 540.221 ações listadas nas principais bolsas globais são classificadas como green equity.

No recorte financeiro, a Ambipar alcançou receita líquida e Ebitda (lucro antes de juros, impostos, depreciação e amortização) recordes no segundo trimestre deste ano,

*partners. The subsidiary has four major business units: response and emergency, industrial services, environmental services, and marine services across Brazil, Latin America, the United States, Canada, and Europe. For operations, the company has a fleet of 120 vessels and over 30 aircraft.*

**“Uma das metas corporativas da Ambipar é, até 2030, tornar-se uma liderança consistente na transição para uma economia circular e de baixo carbono.”**

*“One of Ambipar's corporate goals is to become a consistent leader in the transition to a circular and low-carbon economy by 2030.”*

*Ambipar Environment manages 3.8 million tons of solid waste annually and recycles more than 3 million tons of waste. This division has five business units: waste management and valorization, circular economy, ESG consulting and compliance, decarbonization, and Hazmat logistics (hazardous materials). The company also manages hazardous and non-hazardous waste after industry and post-consumption, focusing on zero landfill. In this work, Ambipar analyzes the waste generated by clients, establishes management bases, identifies valorization opportunities, performs transportation and treatment, and ensures proper final disposal. In post-consumption, it works on three fronts: recycling credits, circular cities, and recycling hubs.*

*Ambipar Environment also owns one of the largest circular economy centers in the world, located in Santiago, Chile. In its decarbonization projects, over 2.5 million hectares have already been preserved in Brazil's major biomes.*

de R\$ 1,41 bilhão e de R\$ 436,4 milhões, respectivamente. Com os maiores números da história, estamos em linha para atingir as nossas estimativas para 2024.

### **PV – CONTE SOBRE OS PROJETOS, COMO, POR EXEMPLO, O QUE É FEITO COM AS COOPERATIVAS DE RECICLAGEM. QUAIS RESULTADOS OBTVEU?**

**RT** – Por meio do trabalho da Ambipar Environment, nós temos parceria direta e indireta com mais de 250 cooperativas. O resultado mais recente que destacamos é a parceria que firmamos com a Associação Nacional dos Catadores e Catadoras de Materiais Recicláveis (ANCAT) para a criação do Projeto Circular. O projeto consiste em transformar a operação das cooperativas por meio da profissionalização do processo de tratamento dos resíduos. A ANCAT tem centenas de cooperativas associadas e milhares de toneladas de resíduos recuperados, o que representa mais de 20% da coleta de material reciclável no Brasil.

Com o Projeto Circular, nós e a ANCAT queremos transformar as operações das cooperativas, por meio da profissionalização de todo o processo de tratamento dos resíduos, e apoiar a formalização dos cooperados na instalação e atualização de equipamentos para manuseio e separação dos materiais.

O projeto ainda prevê a substituição das tradicionais carroças de profissionais da reciclagem por triciclos elétricos para facilitar o transporte, aumentar a produtividade e diminuir a carga. Isso otimiza o trabalho braçal e usa energias limpas e sustentáveis para o meio ambiente, levando mais dignidade a esses profissionais.

### **PV – QUAIS AS METAS DA EMPRESA PARA A REDUÇÃO DA EMISSÃO DE CARBONO? NO CAMPO DA SUSTENTABILIDADE, QUAIS OUTRAS ESTÃO DEFINIDAS?**

**RT** – Nós trabalhamos com diversas empresas para a redução de emissão de dióxido de carbono. Uma de nossas frentes é uma parceria com a SAP para oferecer o 'Net Zero as a Service' aos clientes e apoiar o combate às mudanças climáticas. O serviço combina as robustas soluções em nuvem da SAP com a profunda expertise da Ambipar em geração e comercialização de créditos de carbono, ajudando os clientes a gerenciar e compensar emissões de forma integrada. Dessa forma, os clientes terão acesso a uma solução simples, mas abrangente, que contribui para a economia de baixo carbono.

Além de ajudar empresas, uma das metas corporativas da Ambipar é, até 2030, tornar-se uma liderança consistente na transição para uma economia circular e de baixo carbono. Conforme compromisso público submetido ao SBTi, nossa meta é reduzir em 50% as emissões até 2030, comparado ao emitido em 2022, almejando Net Zero até 2050.

### **PV – WHAT ARE THE MAIN RESULTS ACHIEVED SO FAR?**

**RT** – Listed on the B3 and the New York Stock Exchange, Ambipar has recently been recognized as a green stock by the Brazilian Stock Exchange and certified by Standard & Poor's (S&P). This achievement makes the company the first private entity in Latin America and the second in Brazil to receive this certificate.

**To receive the green stock designation, Ambipar met B3's criteria, according to S&P's audit, including deriving over 50% of its annual gross revenue from green businesses and ensuring that investments and operational expenses with the same classification exceed 50%, along with 5% of gross revenue from fossil fuel activities. Globally, only 116 stocks – 0.02% of 540,221 stocks listed on major exchanges – are classified as green equity.**

Financially, Ambipar achieved record net revenue and EBITDA (earnings before interest, taxes, depreciation, and amortization) in the second quarter of this year, totaling BRL 1.41 billion and BRL 436.4 million, respectively. With the largest numbers in its history, we are on track to meet our estimates for 2024.

### **PV – TELL US ABOUT THE PROJECTS, SUCH AS WHAT IS BEING DONE WITH RECYCLING COOPERATIVES. WHAT RESULTS HAVE BEEN OBTAINED?**

**RT** – Through Ambipar Environment's work, we have direct and indirect partnerships with over 250 cooperatives. The most recent highlight is our partnership with the National Association of Collectors of Recyclable Materials (ANCAT) to create the Circular Project. This project aims to transform the operations of cooperatives through professionalizing the waste treatment process. ANCAT has hundreds of associated cooperatives and has recovered thousands of tons of waste, accounting for over 20% of recyclable material collection in Brazil.

With the Circular Project, ANCAT and we aim to transform the operations of cooperatives by professionalizing the entire waste treatment process and supporting the formalization of collectors, along with the installation and upgrading of equipment for handling and sorting materials.

The project also plans to replace traditional carts used by recycling professionals with electric tricycles to facilitate transportation, increase productivity, and reduce load. This optimizes manual labor and utilizes clean and sustainable energies for the environment, providing more dignity to these professionals.



### **PV – COMO A EMPRESA ATUA EM TERMOS DE INCLUSÃO SOCIAL?**

**RT** – A Ambipar acredita que a diversidade e a inclusão são fundamentais para a inovação e o crescimento sustentável. Nós estamos empenhados em promover um ambiente de trabalho que valorize a diversidade de gênero, cor, raça e religião. Para isso, temos uma política de diversidade e inclusão com o intuito de promover a transparência e a padronização das dinâmicas diárias da companhia.

### **PV – QUAIS PROJETOS A AMBIPAR APOIA?**

**RT** – A Ambipar apoia movimentos ligados aos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável, como “Elas Lideram”, “Salário Digno” e “Raça é Prioridade”. Além de implementar no Brasil, estamos expandindo a nossa política para plantas de outros países onde atuamos, como Peru, Chile e Canadá. Firmamos parcerias com a Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP) e a Rede Brasil, do Pacto Global, para desenvolver lideranças femininas, com mais de 50 profissionais atendidas em dois anos de trabalho.

Dessa forma, a Ambipar está empenhada na promoção da equidade racial, de gênero e dos demais públicos dos grupos minoritários, garantindo a manutenção de salários e benefícios iguais para profissionais que exercem responsabilidades similares. Ainda dentro da nossa política de diversidade e inclusão, 30% das cadeiras das instâncias de governança da companhia são ocupadas por mulheres. ■■

### **PV – WHAT ARE THE COMPANY’S GOALS FOR CARBON EMISSION REDUCTION? WHAT OTHER SUSTAINABILITY GOALS ARE DEFINED?**

**RT** – We work with various companies to reduce carbon dioxide emissions. One of our initiatives is a partnership with SAP to offer “Net Zero as a Service” to clients and support the fight against climate change. This service combines SAP’s robust cloud solutions with Ambipar’s deep expertise in generating and trading carbon credits, helping clients manage and offset emissions in an integrated way. This provides clients with access to a simple yet comprehensive solution that contributes to a low-carbon economy.

In addition to assisting companies, one of Ambipar’s corporate goals is to become a consistent leader in the transition to a circular and low-carbon economy by 2030. Under a public commitment submitted to the SBTi, our target is to reduce emissions by 50% by 2030 compared to 2022 levels, aiming for Net Zero by 2050.

### **PV – HOW DOES THE COMPANY ACT IN TERMS OF SOCIAL INCLUSION?**

**RT** – Ambipar believes that diversity and inclusion are fundamental to innovation and sustainable growth. We are committed to fostering a workplace that values diversity in gender, color, race, and religion. To achieve this, we have a diversity and inclusion policy aimed at promoting transparency and standardizing the company’s daily dynamics.

### **PV – WHAT PROJECTS DOES AMBIPAR SUPPORT?**

**RT** – Ambipar supports movements linked to the Sustainable Development Goals, such as “Women Lead,” “Fair Wages,” and “Race is Priority.” In addition to implementing these initiatives in Brazil, we are expanding our policies to plants in other countries where we operate, including Peru, Chile, and Canada. We have partnered with the Federation of Industries of the State of São Paulo (FIESP) and the Brazil Network of the Global Compact to develop female leadership, reaching over 50 professionals in two years of work.

In this way, Ambipar is dedicated to promoting racial and gender equity, as well as supporting other minority groups, ensuring equal salaries and benefits for professionals who perform similar responsibilities. As part of our diversity and inclusion policy, 30% of the seats in the company’s governance bodies are held by women.. ■■

# GRUPO

An aerial photograph of a city, likely Manaus, Brazil, showing a large body of water (the Amazon River) in the background. A prominent tall, white building with a radio tower on top is visible on the left. The city is densely packed with buildings, and a large, ornate building with a dome is visible on the right. The sky is blue with some clouds. A thick blue curved line frames the top and left sides of the image.

GRUPO BEMOL: CHALLENGES AND  
OPPORTUNITIES IN THE AMAZON

**MATÉRIA DE CAPA / GRUPO BEMOL**  
*COVER STORY / GRUPO BEMOL*

por / by **Igor Lopes**

# BEMOL

**DESAFIOS E OPORTUNIDADES NA AMAZÔNIA**



O Grupo Bemol é um verdadeiro ícone do varejo na Amazônia Ocidental. Fundado em Manaus (AM) por três irmãos imigrantes marroquinos, iniciou sua jornada em 1942 como distribuidor de medicamentos, mas rapidamente se reinventou ao perceber as oportunidades trazidas pela Zona Franca de Manaus. A partir daí, a Bemol se consolidou como uma das principais referências na venda de eletroeletrônicos, móveis e soluções diversificadas que atendem às necessidades da região.

**Marcelo Forma, CFO e diretor comercial do Grupo Bemol**, engenheiro civil pela Escola Politécnica da Universidade de São Paulo (USP) e pós-graduado em administração de empresas pela FGV/SP, fala, nesta entrevista exclusiva para **Eletrolar News**, como a logística é uma questão delicada no Norte do País. É preciso driblar barreiras e desenvolver soluções para se adaptar às particularidades do mercado da Amazônia, mantendo uma conexão sólida com a comunidade local e buscando inovações que respondam às demandas dos consumidores e promovam o desenvolvimento sustentável.

Grupo Bemol is a true icon of retail in Western Amazonia. Founded in Manaus (AM) by three Moroccan immigrant brothers, it began its journey in 1942 as a distributor of pharmaceuticals but quickly reinvented itself upon recognizing the opportunities presented by the Free Trade Zone of Manaus. From then on, Bemol established itself as a key player in the sale of electronics, furniture, and diverse solutions that meet the region's needs.

**Marcelo Forma, CFO and commercial director at Grupo Bemol**, discusses in this exclusive interview with **Eletrolar News** how logistics is a delicate issue in the northern part of the country. It is essential to navigate barriers and develop solutions to adapt to the peculiarities of the Amazon market, while maintaining a solid connection with the local community and seeking innovations that meet consumer demands and promote sustainable development.

“A Amazônia está no centro do mundo. Todas as questões relacionadas à sustentabilidade são discutidas o tempo todo para olharmos qual o futuro do nosso planeta. Nossa ligação é muito forte com essa temática, e ela passa por diversas ações.”

*“The Amazon is at the center of the world. All issues related to sustainability are discussed all the time to look at the future of our planet. We have a very strong connection with this topic, and it involves several actions.”*



**MARCELO FORMA,**  
**CFO E DIRETOR COMERCIAL DO GRUPO BEMOL**  
*CFO AND COMMERCIAL DIRECTOR AT GRUPO BEMOL*

### COMO SE DEU A LIGAÇÃO DO GRUPO BEMOL COM A COMUNIDADE DA AMAZÔNIA?

**MARCELO FORMA** – A Amazônia Ocidental compreende quatro estados: Amazonas, Rondônia, Roraima e Acre. Isso é, mais ou menos, a metade da Amazônia. Em termos de Brasil, estamos falando de 26% do território, mas com apenas 4% da população. São 8 milhões de pessoas. E se falarmos do PIB, representa apenas 2,5%. É um cantinho do Brasil com densidade populacional muito baixa. A nossa estratégia é, de fato, ocupar e ficar nichados nesses quatro estados. A Bemol tem como seu principal negócio a parte de eletrodomésticos, mas ao longo dos últimos anos, até pela questão do apocalipse do varejo, tem feito uma série de inovações e diversificações, pautadas na sua estratégia de criar um ecossistema para participar ativamente da vida do cliente todos os dias.

### DE QUE FORMA O GRUPO ENFRENTA OS DESAFIOS LOGÍSTICOS PARA ENTREGA DE PRODUTOS?

**MF** – Temos vivido o segundo ano de uma seca muito, muito forte. É um recorde. Foi a maior vazante que já tivemos aqui, o que deixa muitos municípios isolados. Então, temos dois grandes efeitos da seca, do ponto de vista operacional. O primeiro é o inbound. Cerca de 35% do que vendemos, compramos na Zona Franca de Manaus. Os outros 65% vêm, principalmente, das Regiões Sul e Sudeste. Alguma coisa vem do Nordeste, e fazemos toda essa logística através de cabotagem, porque não há estrada chegando das outras regiões até Manaus. Não dá para voar tudo, principalmente quando falamos de linha branca ou de móveis. Temos centros de consolidação em Itajaí (SC), em Santos (SP), em Pecém (CE) e, toda semana, há navio passando nelas coletando containers e trazendo para cá. **A Bemol, provavelmente, é hoje a empresa que mais traz produtos para Manaus. Grande parte do trajeto é marítimo, mas em algum momento há a transição fluvial. E aí, quando tem a seca, começam as restrições. A questão do calado não é suficiente para os navios grandes, armadores, e essas embarcações começam a deixar de navegar. Nesse momento, é preciso buscar modelos alternativos.**

### MODELOS DE QUE TIPO?

**MF** – Neste ano, avançamos bem na parte da infraestrutura portuária. Agora, os navios armadores chegam a esse porto e fazem um transbordo para balsas que têm um calado muito menor e conseguem fazer o transporte. Achamos uma solução, mas isso tudo aqui, no final das contas, é mais caro e há uma taxa seca que os grandes armadores acabam

### HOW DID GRUPO BEMOL CONNECT WITH THE AMAZON COMMUNITY?

**MARCELO FORMA** – Western Amazonia comprises four states: Amazonas, Rondônia, Roraima, and Acre. This is roughly half of the Amazon. In terms of Brazil, we are talking about 26% of the territory, but with only 4% of the population. There are 8 million people, and if we consider GDP, it represents only 2.5%. It's a corner of Brazil with a very low population density. Our strategy is, in fact, to occupy and specialize in these four states. Bemol's main business is in electronics and furniture, but over the last few years, especially due to the retail apocalypse, we have made a series of innovations and diversifications, guided by our strategy to create an ecosystem to participate actively in the customer's life every day.

### HOW DOES THE GROUP TACKLE LOGISTICAL CHALLENGES FOR PRODUCT DELIVERY?

**MF** – We are experiencing the second year of a very severe drought. It's a record. This has been the biggest drought we've ever had, isolating many municipalities. So, we face two major effects of the drought from an operational standpoint. The first is inbound logistics. About 35% of what we sell is purchased in the Free Trade Zone of Manaus. The other 65% comes mainly from the South and Southeast regions, with some coming from the Northeast. We manage all this logistics through cabotage, as there are no roads connecting other regions to Manaus. We can't fly everything, especially when it comes to white goods or furniture. We have consolidation centers in Itajaí (SC), Santos (SP), and Pecém (CE), and every week, ships collect containers from them to bring here. **Bemol is probably the company that brings the most products to Manaus. Much of the journey is maritime, but at some point, there's a river transition. And when drought occurs, restrictions begin. The draft is not sufficient for large ships, and these vessels start to stop sailing. At that moment, we need to seek alternative models.**

### WHAT KIND OF MODELS?

**MF** – This year, we made significant progress in port infrastructure. Now, shipping companies arrive at the port and transship to barges with much lower drafts that can handle the transport. We found a solution, but all of this ends up being more expensive here, and there's a dry fee that large carriers charge us. To give you an idea, freight costs for a container increase by 70% during this time. This is just for inbound logistics. When it comes to outbound



**cobrando de nós. Para dar uma ideia, o valor do frete de um container sobe, nessa época, 70%.**

Isso aqui é só no inbound. Quando se fala do outbound, temos duas grandes operações. Uma, naturalmente, é o abastecimento de loja. São 62 municípios no Amazonas. Há municípios em que levamos duas semanas de barco para chegar com a mercadoria. Alguns municípios atendemos só pelo e-commerce. Aqui na Amazônia não há frota de barco dedicada para fazer transporte de carga. Temos alguns barcos regionais que fazem o trajeto no dia a dia para levar passageiros e utilizam a estrutura do porão para levar produtos. Hoje, já temos o espaço contratado dentro dessas embarcações. E, quando vamos para o detalhe, há cada vez mais complicômetros.

**ISSO É A GRANDE PECULIARIDADE DA SUA REGIÃO, CERTO?**

**MF – Pois é... Tem o barco, mas tem hora em que você também tem o transporte rodofluvial. Às vezes, essa balsa não tem um porto para tirar as coisas de maneira estruturada. Então, abrimos o**

*logistics, we have two major operations. One is naturally storing replenishment. There are 62 municipalities in Amazonas. In some municipalities, it takes us two weeks by boat to deliver goods. Some municipalities we only service through e-commerce. There is no dedicated fleet of boats for cargo transport in the Amazon. We have some regional boats that make daily trips to transport passengers and use the hold to carry products. We have already contracted space on these vessels. And when we get into the details, it becomes increasingly complicated.*

**THIS IS THE GREAT PECULIARITY OF YOUR REGION, RIGHT?**

**MF – Exactly... There's the boat, but sometimes you also have road and river transport. Sometimes, that barge doesn't have a port to unload goods in an organized manner. So, we open the truck, remove the products, and often need people to help with the process. It's a very complex logistics situation. And even though there are 61 municipalities in the interior of Amazonas, the population isn't concentrated**



**O crédito é uma grande fortaleza nossa. Dos 8 milhões de habitantes aqui na região, temos um cadastro de 4 milhões. É metade da população local, praticamente um por residência. E, hoje, 85% das vendas que fazemos são no crediário próprio.”**

*“Credit is a great strength of ours. Of the 8 million inhabitants here in the region, we have a registry of 4 million. That’s half of the local population, practically one per household. And today, 85% of the sales we make are through our own credit.”*

**caminhão, retiramos os produtos e, muitas vezes, precisamos de pessoas para fazer o serviço. É uma logística muito complexa. E mesmo tendo 61 municípios no interior do Amazonas, não é que a população em cada um está concentrada. Há comunidades em volta desses municípios. Às vezes, você chega a esse município e precisa colocar a geladeira numa canoa para levá-la até a comunidade daquele cliente. Com a seca, tudo isso se torna um desafio ainda maior.**

Para se ter ideia, há cidade em que a distância para chegar à água hoje, por causa da seca, é de quatro quilômetros. Tínhamos um SLA de entrega, eventualmente, de 10, 12 dias. Na seca, temos que mudar para 30. Realmente, é uma tarefa bastante complexa.

#### **O CLIENTE NÃO RECLAMA DESSE AUMENTO NO PRAZO?**

**MF** – Não existe modelo alternativo, não é uma questão nem de tecnologia. A seca dura um período crítico de três meses. Fora dessa época, nós conseguimos ter um atendimento com nível de qualidade muito melhor. O cliente compreende até porque ele vive essa realidade no dia a dia. Ele até tenta se planejar para não ter que fazer compras de necessidades que já sabe que vai ter nesse período.

#### **NAS LOJAS DA BEMOL, QUAL É REPRESENTATIVIDADE DOS ELETROELETRÔNICOS?**

**MF** – **A linha branca, hoje, representa 30% das**

**in each one. There are communities surrounding these municipalities. Sometimes, you reach a municipality and need to load a refrigerator onto a canoe to take it to that customer’s community. With the drought, all of this becomes an even greater challenge.** To give you an idea, in some cities, the distance to reach water today due to the drought is four kilometers. We used to have a delivery SLA of 10 to 12 days. During drought, we must change that to 30. It’s really a complex task.

#### **DO CUSTOMERS COMPLAIN ABOUT THE INCREASED DELIVERY TIMES?**

**MF** – There is no alternative model; it’s not even a technological issue. The drought lasts a critical period of three months. Outside of this time, we can provide a much better quality of service. Customers understand this because they live this reality day by day. They even try to plan to avoid purchasing necessities they know they will need during this period.

#### **WHAT IS THE REPRESENTATION OF ELECTRONICS IN BEMOL STORES?**

**MF** – Today, white goods represent 30% of sales. Cellphones represent 23%. Video products account for 8%. If we consider all categories of electronics, we should be around 70%.

A LINHA QUE  
**sim.pli.fi.ca**  
*Sua vida*

**Liquidificador Hit**  
Copo dosador  
120 ml e  
bico extra largo

LIQ200



**Cook Fryer +**  
Cesto  
removível e  
mais leveza

FRT580



**Mixer  
Mixture Inox**  
Haste inox  
com 4 lâminas.  
Mais eficiente  
e preciso

MIX370



SAN400

**Sanducheira  
Click**  
Botão liga-desliga  
e chapas mais  
profundas



A marca que **simplifica**  
a vida dos **brasileiros**,  
e dos **lojistas**.

 **cadence**

**vendas. Celular representa 23%. Vídeo, 8%. Se pegarmos todas as categorias de eletros, devemos ficar na casa dos 70%.**

### COMO A TECNOLOGIA É USADA NA EVOLUÇÃO DO PROCESSO DE TRABALHO NO GRUPO?

**MF – Do ponto de vista de canal, o e-commerce é fundamental dentro da nossa operação. Antes da pandemia, vendíamos 2% por meio do nosso canal digital. Ele era muito pouco representativo. Hoje, já estamos em 17%, sendo que o volume de vendas também aumentou. Dobramos o tamanho da companhia em seis anos e multiplicamos por oito a participação do canal digital, o que é muito relevante.** O canal digital tem permitido trazer uma série de inovações. Primeiro, porque há municípios no interior profundo da Amazônia onde não temos loja. Só para dar uma ideia, são 4 milhões de habitantes no Amazonas, 2 milhões e pouquinho aqui em Manaus. O restante está dividido nesses outros 61 municípios. São quatro ou cinco municípios que têm em torno de 100, 120 mil habitantes, mas a grande maioria está abaixo de 50 mil habitantes, vários com 10 mil habitantes.

### HOW IS TECHNOLOGY USED IN THE EVOLUTION OF WORK PROCESSES IN THE GROUP?

**MF – From a channel perspective, e-commerce is fundamental to our operation. Before the pandemic, we sold 2% through our digital channel. It was very insignificant. Today, we are at 17%, and the volume of sales has also increased. We've doubled the size of the company in six years and increased the digital channel's share eightfold, which is very relevant.** The digital channel has allowed us to bring a series of innovations. First, because there are municipalities deep in the Amazon where we don't have stores. Just to give you an idea, there are 4 million inhabitants in Amazonas, just over 2 million in Manaus. The rest is divided among those other 61 municipalities. Four or five municipalities have around 100,000 to 120,000 inhabitants, but the majority have less than 50,000, many with 10,000 inhabitants.

### DOES IT BECOME UNFEASIBLE TO HAVE PHYSICAL STORES IN ALL MUNICIPALITIES?

**MF – Exactly... So, we started to structure what we call "caboclo e-commerce," which aims to bring a bit of**





**FRI  
DAY**

**%OFF**

*Descontos  
especiais*

**OFICIAL TRAMONTINA**

Aproveite as  
**soluções** para  
encantar os  
seus clientes.

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



**TRAMONTINA**

parceria para fazer bem feito

### ACABA SE TORNANDO INVIÁVEL TER LOJA FÍSICA EM TODOS OS MUNICÍPIOS?

**MF** – Pois é... Então, começamos a estruturar o que chamamos de e-commerce caboclo, que é trazer um pouco dessa regionalização e das dificuldades para poder desenvolver algo que atendesse, de fato, a realidade local. Tínhamos lojas, por exemplo, nas quatro capitais dos quatro estados em que atuamos e duas cidades do interior do Amazonas. Hoje, temos lojas em 22 cidades. Abrimos, há três anos, loja em cidades com 100 mil habitantes como Parintins, que ficou superfamosa com o festival. Está indo super-bem, mas traz uma questão logística complicadíssima. Temos outra, em Manaquiri, com 15 mil habitantes. E aí perguntam: “por que você abriu uma loja num lugar pequeno assim?”. A resposta está na proximidade, eu consigo ter uma logística um pouco mais facilitada. Desenvolvemos um modelo que chamamos de loja híbrida. Ela tem cerca de 400 m<sup>2</sup>, sendo 250 m<sup>2</sup> de varejo e 150 m<sup>2</sup> de farma. Explico: o nosso padrão de loja típico, que sempre existiu, tem espaço de 2.500 m<sup>2</sup> de área de venda, em Manaus. Quando vou para o interior, não posso abrir uma loja dessas. Esse modelo é interessante porque consigo, de um lado, ter atendimento local para oferecer produtos na hora para o cliente, e ele também consegue comprar pelo e-commerce. Além disso, no e-commerce, temos procurado desenvolver o que chamamos de marketplace regional. Incentivamos empreendedores locais que querem vender algum tipo de produto na nossa plataforma. Ela é extremamente relevante na região. No total, temos 38 lojas físicas, uma online, 48 farmácias, três mercados, cinco centros de distribuição e a Clínica Bemol Saúde.

### O CRÉDITO TAMBÉM É UMA QUESTÃO IMPORTANTE PARA A BEMOL?

**MF** – O crédito é uma grande fortaleza nossa. Dos 8 milhões de habitantes aqui na região, temos um cadastro de 4 milhões. É metade da população local, praticamente um por residência. Hoje, 85% das vendas que fazemos são no crediário próprio. Apenas 8% são feitas com cartão de crédito. Desenvolvemos uma relação de confiança com os clientes por incluí-los no sistema financeiro, porque grande parte deles não tinha acesso a crédito. Dessa forma, criamos uma relação de longuíssimo prazo e de fidelidade. Por isso, o crédito hoje é um combustível muito importante para nós. Isso se torna também um grande diferencial competitivo.

regionalization and local challenges to develop something that truly meets the local reality. We used to have stores, for example, in the four capitals of the four states where we operate and two cities in the interior of Amazonas. Today, we have stores in 22 cities. Three years ago, we opened a store in Parintins, a city with 100,000 inhabitants that became famous for its festival. It's doing exceptionally well, but it brings a complicated logistics issue. We also have one in Manaquiri with 15,000 inhabitants. And then people ask, "Why did you open a store in such a small place?" The answer lies in proximity; I can manage logistics a bit more easily. We developed a model we call a hybrid store. It's about 400 sqm, with 250 sqm for retail and 150 sqm for pharmacy. Let me explain: our typical store standard, which has always existed, has 2,500 sqm of sales area in Manaus. When I go to the interior, I can't open a store that big. This model is interesting because I can provide local service to offer products immediately to the customer, and they can also purchase via e-commerce. Additionally, in e-commerce, we have been working to develop what we call a regional marketplace. We encourage local entrepreneurs who want to sell products on our platform. This is extremely relevant in the region. In total, we have 38 physical stores, one online store, 48 pharmacies, three markets, five distribution centers, and the Bemol Saúde Clinic.

### IS CREDIT ALSO AN IMPORTANT ISSUE FOR BEMOL?

**MF** – Credit is a significant strength for us. Of the 8 million inhabitants in this region, we have a database of 4 million. That's almost half the local population, practically one per household. Today, 85% of the sales we make are through our own credit system. Only 8% are made with credit cards. We have developed a relationship of trust with our customers by including them in the financial system, as many of them did not have access to credit. In this way, we create a long-term and loyal relationship. That's why credit is a very important fuel for us. It also becomes a significant competitive differentiator.

### WHAT ABOUT REVENUE? WHAT IS THE PROJECTION FOR 2024?

**MF** – This year, Bemol expects revenues of approximately BRL 4.5 billion, the result of joint and integrated work between several areas of the company. This performance reflects our commitment to sustainable growth, driven by strategic investments

**ATLAS**

@atlaseletrodomésticos

Atlas é  
a **esc**o**l**ha  
dos **brasileiros!**

Os 4 fogões de mesa de vidro  
mais vendidos do Brasil

**Mônaco Top Glass Preto**

**Agile Glass Preto**



Com uma durabilidade imbatível  
e economia garantia

Novo design que chama atenção  
com a excelência de sempre

Disponíveis nas versões **4 bocas** ou **5 bocas**

Também disponíveis na cor branco



**E QUANTO AO FATURAMENTO?  
QUAL É A PROJEÇÃO PARA 2024?**

**MF** – Neste ano, a Bemol projeta uma receita aproximada de R\$ 4,5 bilhões, resultado de um trabalho conjunto e integrado entre diversas áreas da empresa. Esse desempenho reflete nosso compromisso com o crescimento sustentável, impulsionado por investimentos estratégicos em maior estrutura logística, com a inauguração de mais um centro de distribuição, uma loja no interior do Amazonas, quatro farmácias e ampliação de nossos serviços financeiros. Também focamos na inovação, que permeia nossos processos, buscando a otimização operacional através da aplicação de IA generativa. Esse esforço coletivo reforça nosso papel de liderança no mercado da Amazônia Ocidental.

**COMO A BEMOL ESTÁ IMPLEMENTANDO PRÁTICAS DE SUSTENTABILIDADE NA REGIÃO?**

**MF** – A Amazônia está no centro do mundo. Todas as questões relacionadas à sustentabilidade são discutidas o tempo todo para olharmos qual o futuro do

*in a larger logistics structure, with the opening of another distribution center, a store in the interior of Amazonas, four pharmacies and the expansion of our financial services. We also focus on innovation, which permeates our processes, seeking operational optimization through the application of generative AI. This collective effort reinforces our leadership role in the Western Amazon market.*

**HOW IS BEMOL IMPLEMENTING SUSTAINABILITY PRACTICES IN THE REGION?**

**MF** – The Amazon is at the center of the world. All issues related to sustainability are discussed all the time to look at the future of our planet. We have a very strong connection with this topic, and it involves several actions. We have a very long tradition in relation to governance. Our board of directors is extremely well structured. We have been audited by Big Fours for several years. All practices related to governance work very well at Bemol, which helps us in the market and in financial institutions. **In the environment, we have the first issue of energy**

# NOVA FRITADEIRA DIAMONDTECH 6L OSTER®

A BELEZA ESTÁ NOS DETALHES.



Com a **Fritadeira DiamondTech 6L Oster®**, nada gruda, tudo desliza! A tecnologia **DiamondTech**, com revestimento antiaderente enriquecido com partículas de diamante, garante durabilidade, facilidade de limpeza e mais praticidade em cada preparo.

Faça já o seu pedido!



**12x** MAIS DURÁVEL  
E RESISTENTE  
A RISCOS\*

**15x** MAIS FÁCIL  
DE LIMPAR\*

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

\*vs. revestimento GSCB-293V/ GSCT-293V. Até 12 vezes. Até 15 vezes.  
O produto pode diferir ligeiramente do que aparece nas imagens,  
devido ao seu contínuo desenvolvimento.

**Oster**  
100 ANOS



**Focamos na inovação que permeia nossos processos, buscando a otimização operacional através da aplicação de IA generativa. Esse esforço coletivo reforça nosso papel de liderança no mercado da Amazônia Ocidental.”**

*“We focus on the innovation that permeates our processes, seeking operational optimization through the application of generative AI. This collective effort reinforces our leadership role in the Western Amazon market.”*

nosso planeta. Nossa ligação é muito forte com essa temática, e ela passa por diversas ações. Temos uma tradição muito grande em relação à governança. Nosso conselho de administração é superbem estruturado. Somos auditados por Big Fours já há diversos anos. Todas as práticas ligadas à governança funcionam muito bem na Bemol, o que nos ajuda frente ao mercado e às instituições financeiras. **Em meio ambiente, temos primeiro a questão energética – 100% da energia que consumimos é de fontes renováveis. Compramos muita energia no mercado livre com a condição de que ela seja sempre de uma fonte renovável. Não conseguimos ligar todas as nossas instalações no mercado livre. Então, temos, hoje, três plantas solares somando 10 mil painéis. Elas produzem energia com duas finalidades. Uma é alimentar as nossas lojas que não estão ligadas hoje no mercado livre de energia. E parte nós disponibilizamos para clientes, como se fosse um Spotify: eles alugam as placas, e a energia gerada ali eu credito na conta deles e com custo muito mais baixo do que seria se fornecido pela companhia de energia elétrica. Ele acaba tendo uma economia em torno de 20%. Temos, também, uma frota própria de 200 caminhões e começamos a fazer o teste com seis deles elétricos. Além disso, todo o carbono que emitimos através da nossa logística é compensado**

**– 100% of the energy we consume comes from renewable sources. We buy a lot of energy on the free market on the condition that it always comes from a renewable source. We are unable to connect all our facilities to the free market. So, today we have three solar plants totaling 10,000 panels. They produce energy for two purposes. One is to power our stores that are not currently connected to the free energy market. And we make part of it available to customers, like Spotify: they rent the panels, and I credit the energy generated there to their account at a much lower cost than if it were supplied by the electricity company. They end up saving around 20%. We also have our own fleet of 200 trucks, and we have started testing with six of them that are electric. In addition, all the carbon we emit through our logistics is offset by a project developed in conjunction with a partner. We took a degraded area and are reforesting it. This means making this land productive and using the labor of riverside families. Food crops such as banana, cocoa, and açaí are planted, and there is a science and a technique for doing this interspersed with timber trees, which can be used for the furniture industry in a certified manner. This generates two types of value: one is the sale of all this production and the other is the carbon credits that are**

**por um projeto desenvolvido em conjunto com um parceiro. Pegamos uma área degradada e estamos reflorestando.** Com isso, há o lado de tornar essa terra produtiva e usar a mão de obra de famílias ribeirinhas. Culturas alimentícias como banana, cacau, açaí são plantadas, e há uma ciência e uma técnica para fazer isso intercalado com árvores de madeira, que podem ser utilizadas para a indústria moveleira de maneira certificada. Isso gera dois tipos de valor: um é a venda de toda essa produção e outro são os créditos de carbono que também são gerados através dessa área recuperada. No social, o primeiro exemplo é o empoderamento feminino. A taxa feminina de empreendedoras na média do Brasil é pouco abaixo de 40%. No Amazonas, esse índice é muito menor. Então, entendemos que deveríamos instrumentalizar as empreendedoras locais para que elas, de fato, conseguissem ter sucesso nos seus negócios. Temos dois programas nesse sentido. Um deles é o "Empreende, Mana". Fizemos uma seleção com cerca de 400 clientes e chegamos a 40 no final. São pessoas que foram eleitas para participar de

also generated through this recovered area. In the social sphere, the first example is female empowerment. The average female entrepreneurship rate in Brazil is just under 40%. In Amazonas, this rate is much lower. So, we understood that we should equip local entrepreneurs so that they could, in fact, succeed in their businesses. We have two programs in this regard. One of them is "Empreende, Mana". We selected around 400 clients and ended up with 40. These are people who were chosen to participate in a mentoring program on various topics: finance, marketing, and sales. The teachers are experts who work in our community or management professionals from Bemol. They develop their projects, and we reward them with seed capital. And then we continue to monitor these entrepreneurs to make sure that they are progressing with their projects. The first version was so successful that we repeated it a second time.



uma mentoria com vários temas: financeiro, marketing, comercial. Os professores são especialistas que trabalham na nossa comunidade ou profissionais gestores da Bemol. Elas vão desenvolvendo seus projetos, e nós premiamos com capital semente. E depois continuamos fazendo o monitoramento dessas empreendedoras para termos certeza de que elas estão evoluindo nos seus projetos. A primeira versão fez tanto sucesso que repetimos uma segunda vez.

### **VOCÊ É BASTANTE ENVOLVIDO EM QUESTÕES SOCIAIS E INVESTIDOR-ANJO EM MUITAS STARTUPS QUE VISAM A SOLUÇÕES PARA O DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO SUSTENTÁVEL DA AMAZÔNIA. CONTE ALGUNS CASOS DE SUCESSO.**

**MF** – Temos alguns investimentos que são, naturalmente, através da Bemol. Mas, como pessoa física, eu tenho entrado em vários também. Por exemplo, há empresas que estão fazendo superfoods com base em produtos e ingredientes amazônicos. O mundo está cada vez mais buscando esse tipo de alimentação. É o caso da “MATA”, e está indo superbem, vende mais de um milhão de reais por mês. Estou de olho em soluções que buscam a bioeconomia: como consigo usar a força da floresta para criar algum produto que pode ajudar as pessoas a melhorar a qualidade de vida. Outra investida é o desenvolvimento de balas veganas de goma, com ingredientes da floresta, que não têm lactose e nenhum tipo de química. Tem uma empresa que se chama “Viva Lá”, de turismo consciente e comunitário, que faz expedições para explorar as riquezas da Amazônia, por exemplo para o Pico da Neblina. Há outra, chamada “Remata”. Temos nossa fazenda onde

### **YOU ARE VERY INVOLVED IN SOCIAL ISSUES AND AN ANGEL INVESTOR IN MANY STARTUPS THAT AIM TO FIND SOLUTIONS FOR THE SUSTAINABLE ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE AMAZON. TELL US ABOUT SOME SUCCESS STORIES.**

**MF** – We have some investments that are, naturally, through Bemol. But, as an individual, I have also invested in several. For example, there are companies that are making superfoods based on Amazonian products and ingredients. The world is increasingly seeking this type of food. This is the case of “MATA”, which is doing well, selling over a million reais per month. I am keeping an eye on solutions that seek the bioeconomy: how can I use the power of the forest to create a product that can help people improve their quality of life. Another investment is the development of vegan gummy candies, with ingredients from the forest, that are lactose-free and free of any type of chemical. There is a company called “Viva Lá”, which is a conscious and community tourism company that organizes expeditions to explore the riches of the Amazon, for example to Pico da Neblina. There is another company called “Remata”. We have our farm where we started to create this agroforestry system (SAF), in which we really believe, because the forest will not survive if you do not bring prosperity to the riverside dwellers. There are startups that are investing in forest elements for the cosmetics and medical industries. And there is a cool project here, which I don’t know if it will work out, but I love it. Do you know what an ekranoplane is?



**Neste ano, a Bemol projeta receita aproximada de R\$ 4,5 bilhões, resultado de um trabalho conjunto e integrado entre diversas áreas da empresa. Esse desempenho reflete nosso compromisso com o crescimento sustentável, impulsionado por investimentos estratégicos.”**

*“This year, Bemol projects an approximate revenue of R\$ 4.5 billion, resulting from a joint and integrated effort among various areas of the company. This performance reflects our commitment to sustainable growth, driven by strategic investments.”*



começamos a fazer esse sistema agroflorestal (SAF), no qual acreditamos bastante, porque a floresta não vai ficar de pé se você não trazer prosperidade para o ribeirinho. Há startups investidas que buscam elementos da floresta para as indústrias cosmética e médica. E há um projeto superlegal aqui, que não sei se vai dar certo, mas eu adoro. Você sabe o que é um ekranoplano?

#### **NÃO TENHO NEM IDEIA.**

**MF – O ekranoplano surgiu na época da Guerra Fria. É um barco que voa com o que a gente chama de efeito solo, muito próximo à lâmina d'água, para não estar no alcance dos radares, e tem uma propriedade bem interessante: o consumo de combustível é muito mais baixo do que se ele voasse. Ele não é tratado como um avião, mas como um barco. E a ANAC é muito complexa, a Marinha é mais fácil. Então, queremos fazer um barco voador para deslocamentos sobre a lâmina dos rios no Amazonas. Resolve-se de um lado o problema da seca e, além disso, é um transporte muito interessante, porque ele anda a 150 km por hora. Isso muda a nossa questão logística.**

#### **I HAVE NO IDEA.**

**MF – The ekranoplane was created during the Cold War. It is a boat that flies with what we call ground effect, very close to the water surface, so as not to be within radar range, and it has a very interesting property: its fuel consumption is much lower than if it were flying. It is not treated like a plane, but like a boat. And ANAC is very complex, the Navy is easier. So, we want to make a flying boat to travel over the surface of the rivers in the Amazon. On the one hand, it solves the problem of drought, and, in addition, it is a very interesting form of transport, because it travels at 150 km per hour. This changes our logistical issues.**

#### **WHAT ARE YOUR EXPECTATIONS FOR THE FUTURE OF RETAIL IN THE AMAZON?**

**MF – The big marketplaces are our biggest competitors, and many of them have infinite pockets. When I said we opened a pharmacy, it was to generate recurrence. When I sell only electronics, I see the customer three times a year. Today, with the pharmacy, I see**

### QUAIS SÃO AS SUAS EXPECTATIVAS PARA O FUTURO DO VAREJO NA AMAZÔNIA?

**MF** – Os grandes marketplaces são os nossos maiores concorrentes, e muitos deles têm bolso infinito. Quando falei que abrimos farmácia, foi para trazer recorrência. Quando vendo só o eletroeletrônico, vejo o cliente três vezes por ano. Hoje, com a farmácia, eu o vejo oito vezes. E estamos fazendo agora o empréstimo com garantia imobiliária. É o famoso Home Equity, que aqui na Amazônia é um desafio, porque toda a questão fiduciária de regulamentação imobiliária é complexa. Mesmo assim, estamos indo bem. É por isso que eu falo do ecossistema. Fazer a região se tornar mais produtiva dará oportunidade de mais empreendedores irem bem. Isso fomenta a economia, e rentabilizamos melhor a operação. Tudo isso aqui está ancorado na conta digital, que tem uma agência que é a nossa loja. Assim, o cliente pode depositar e sacar no caixa da Bemol, sete dias por semana, na hora que ele quiser. Numa cidade no interior do Amazonas isso se torna muito mais relevante, porque lá não há oferta de agências com caixa eletrônico como em Manaus. Tudo isso vai criando um ecossistema para prover valor ao nosso cliente. Estamos cada vez mais seguindo nessa direção. ■■

*them eight times. And we are now offering loans with real estate collateral. It is the famous Home Equity, which here in the Amazon is a challenge, because the whole fiduciary issue of real estate regulation is complex. Even so, we are doing well. That is why I talk about the ecosystem. Making the region more productive will give more entrepreneurs the opportunity to do well. This boosts the economy, and we make the operation more profitable. All this here is anchored in the digital account, which has a branch that is our store. Thus, the customer can deposit and withdraw at Bemol's cash register, seven days a week, whenever they want. In a city in the interior of Amazonas, this becomes much more relevant, because there are no branches with ATMs like in Manaus. All of this creates an ecosystem to provide value to our customers. We are increasingly moving in this direction. ■■*



A família de Air Fryers Dako cresceu!

# O PALCO *das* MELHORES IDEIAS

Analógica  
Para os práticos

Digital  
Para os atarefados

360°  
Para os moderninhos

Grandes Apetites  
Para os festeiros



Em versões de 127W 220W

**DAKO**  
SURPREENDE

@dakoeletrrodomésticos



TENDÊNCIAS DE CORES  
COLOR TRENDS

por / by Dilnara Titara

# MUITO ALÉM DAS CORES

MUCH MORE THAN COLORS

Com o avanço da tecnologia e a busca por produtos que alinhem funcionalidade e design, as tendências de cores passaram a ser uma necessidade para as indústrias de eletros e utilidades domésticas. Os consumidores estão cada vez mais atentos às novidades e procuram produtos que combinem com a cozinha e a mesa posta.

*With the advancement of technology and the pursuit of products that align functionality and design, color trends have become a necessity for the home appliance and consumer goods industries. Consumers are increasingly attentive to new developments and seek products that match their kitchens and table settings.*



As cores desempenham um papel fundamental nos ambientes domésticos. Influenciam diretamente o humor, as sensações e até mesmo o comportamento das pessoas. **Cada cor tem seu próprio impacto psicológico e estético, e a escolha correta pode transformar completamente o ambiente. No contexto atual, as tendências de cores estão cada vez mais conectadas aos sentimentos de conforto, sustentabilidade e funcionalidade.**

O consumidor não busca apenas produtos eficientes. A estética e a harmonia visual desempenham um papel fundamental nas decisões de compra. Nesse contexto, a Pantone®, autoridade mundial das cores, oferece insights importantes sobre as tonalidades que estarão presentes

Colors play a fundamental role in home environments. They directly influence mood, sensations, and even people's behavior. **Each color has its own psychological and aesthetic impact, and the right choice can completely transform a space. In today's context, color trends are increasingly connected to feelings of comfort, sustainability, and functionality.**

Consumers are not just looking for efficient products. Aesthetics and visual harmony play a crucial role in purchasing decisions. In this context, Pantone®, the global authority on color, provides important insights into the shades that will be present in products in the coming years, drawing from global influences in fashion, style, behavior, economy, art, sports, and the relationship between humanity and nature.

**For the home appliance and consumer electronics industry, understanding and anticipating color trends can be a competitive advantage.** The process of selecting colors for the year is extremely meticulous and careful, says Blanca Lliahnne, founder of Lexus Groupe, the official distributor of Pantone® colors in Brazil and a color expert. **"It's not just one color that is determined; its selection is made based on the message it naturally carries."**

#### **THE EVOLUTION OF COLORS IN THE KITCHEN**

With the evolution of design and changing consumer demands, new colors in consumer goods and appliances are transforming the market. "We have already had major global brands licensed with prior authorization to use the Pantone® Color of the Year, such as Keurig and KitchenAid," Blanca shares. **These licensees have the opportunity to launch their products featuring the Pantone® Color of the Year, using the official brand seal, which gives them a competitive edge by aligning their products with a global trend.**

"We believe that the evolution of global consumer preferences is reflected in the choice of the Pantone® Color of the Year, always announced in December of the previous year. In other words, in December 2024, the Color of the Year for 2025 will be launched." The choice of colors in product design is strategic, directly influencing consumer perception and purchase decisions," Blanca explains.

**With Pantone® colors setting trends across various industries, brands can connect with consumers in**



“As escolhas de cores atuais buscam alinhar os produtos às demandas ecológicas e sociais, criando soluções que não apenas atendem ao apelo estético, mas também ao compromisso com o meio ambiente.”

“Current color choices seek to align products with ecological and social demands, creating solutions that not only meet aesthetic appeal but also reflect a commitment to the environment.”

nos produtos nos próximos anos, através de influências mundiais de moda, estilo, comportamento, economia, arte, esportes e a relação do homem com a natureza.

**Para a indústria de eletrodomésticos e eletroeletrônicos, entender e antecipar as tendências de cores pode ser um diferencial competitivo.** O processo de seleção das cores para o ano é extremamente meticuloso e cuidadoso, conta Blanca Lliahnne, fundadora da Lexus Groupe, distribuidora oficial das cores Pantone® no Brasil e expert em cores. **“Não é apenas uma cor que é determinada, a sua escolha é feita pela mensagem que ela naturalmente carrega em si.”**

**a more emotional way, offering products that not only meet functional needs but also reflect global trends and contemporary aesthetic desires.**

#### **SUSTAINABILITY AND ITS IMPACT ON COLORS**

**Environmental issues have become a non-negotiable clause in design development, as it's important to reduce the impact caused by technological advancement and pollution, asserts Blanca. Current color choices seek to align products with ecological and social demands, creating solutions that meet both aesthetic appeal and a commitment to the environment.**



Color of  
the Year  
2024

PANTONE®

Peach Fuzz  
13-1023



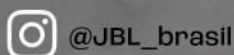
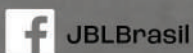
# L42MS

## Design icônico e som incomparável



O sistema de som integrado L42MS tem entradas analógicas (RCA e 3,5 mm) e HDMI-ARC. Ele transmite via Spotify Connect, Apple Airplay2, Google Chromecast e Bluetooth. Com um DSP avançado, o amplificador de quatro canais fornece 75W RMS para woofers e 25W RMS para tweeters, totalizando 200W RMS. O controle é feito por painel de toque, controle remoto Bluetooth ou aplicativos. Desenvolvido no Harman Center of Acoustics Excellence, o L42MS combina mais de sete décadas de experiência da JBL, oferecendo som excepcional e design atraente.

SAIBA MAIS:



JBL.COM.BR

### A EVOLUÇÃO DAS CORES NA COZINHA

Com a evolução do design e a mudança nas demandas do consumidor, as novas cores em utilidades domésticas e eletrodomésticos estão transformando o mercado. "Já tivemos grandes marcas globais licenciadas com autorização antecipada do uso da Cor do Ano PANTONE®, como a Keurig e a KitchenAid", conta Blanca. **Esses licenciados têm a oportunidade de lançar seus produtos com a Cor do Ano PANTONE®, utilizando o selo oficial da marca, o que lhes proporciona uma vantagem competitiva ao alinhar seus produtos com uma tendência global.**

"Acreditamos que a evolução das preferências dos consumidores mundiais está refletida na escolha da Cor do Ano PANTONE®, sempre anunciada em dezembro do ano anterior. Ou seja, em dezembro de 2024 será lançada a cor do ano de 2025." A escolha das cores no design de produtos é estratégica, influenciando diretamente a percepção e a decisão de compra", diz Blanca.

**Com as cores da PANTONE® estabelecendo tendências em diversas indústrias, as marcas podem se conectar com os consumidores de maneira mais emocional, oferecendo produtos que não apenas atendem a uma necessidade funcional, mas também refletem as tendências globais e os desejos estéticos contemporâneos.**

### SUSTENTABILIDADE E O IMPACTO NAS CORES

**A questão ambiental tornou-se uma cláusula inegociável no desenvolvimento do design, uma vez que é importante reduzir o impacto causado pelo avanço tecnológico e pela poluição,** afirma Blanca. As escolhas de cores atuais buscam alinhar os produtos às demandas ecológicas e sociais, criando soluções que não apenas atendem ao apelo estético, mas também ao compromisso com o meio ambiente.

A Pantone® está inovando com linhas de produtos que seguem os novos protocolos de sustentabilidade, como o TPG – Textile Paper Green, e a recente inovação com tintas básicas mais orgânicas no seu produto mais vendido, o Formula Guide. "É evidente que a indústria de eletrodomésticos deve refletir sobre o impacto de suas ações no meio ambiente, adequando-se a processos industriais mais sustentáveis, incluindo o uso de cores produzidas de maneira mais orgânica para seus produtos", destaca Blanca. ■■



**BLANCA LLIAHNNE,**  
FUNDADORA DA LEXUS GROUPE E EXPERT EM CORES  
FOUNDER OF LEXUS GROUPE AND COLOR EXPERT

“Para a indústria de eletrodomésticos e eletroeletrônicos, entender e antecipar as tendências de cores pode ser um diferencial competitivo.”

“For the home appliance and consumer electronics industry, understanding and anticipating color trends can be a competitive advantage.”

*Pantone® is innovating with product lines that follow new sustainability protocols, such as TPG – Textile Paper Green, and the recent innovation with more organic base paints in its best-selling product, the Formula Guide. "It's evident that the home appliance industry needs to reflect on the impact of its actions on the environment, adapting to more sustainable industrial processes, including the use of colors produced in a more organic manner for their products," Blanca emphasizes.. ■■*

\*imagens meramente ilustrativas.

# Letron

# SONIC THE HEDGEHOG™

FONE SEM FIO  
SONIC EARBUDS  
Cód.: 10322



CALCULADORA 8 DÍGITOS  
COM ENERGIA SOLAR  
E CARTELA DE ADESIVO SONIC  
Cód.: 10314



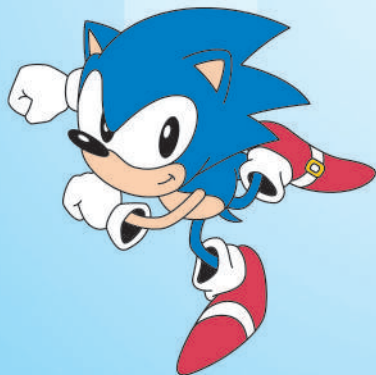
MOUSE GAMER  
RGB 6 BOTÕES  
3600 DPI SONIC  
Cód.: 10313



FONE DE OUVIDO  
SONIC INTRA-AURICULAR  
COM FIO E MICROFONE  
Cód.: 10315



TECLADO GAMER USB  
LED ABNT2 SONIC  
Cód.: 10312



**CHEGARAM OS LANÇAMENTOS  
PARA VENDER EM MODO TURBO!**

Garanta já o seu estoque, pois os produtos  
vão voar muito rápido das prateleiras.

GRUPO  
**LEONORA**



@mundoletron

Escanele e encontre o representante mais próximo de você:  
[www.grupoleonora.com.br/#compre-agora](http://www.grupoleonora.com.br/#compre-agora) ou compre pelo  
[leonorab2b.com.br](http://leonorab2b.com.br)

©SEGA

# INTERNATIONAL

## TRADESHOW

17 A 19 DE JUNHO DE 2025  
CITIBANAMEX - CIDADE DO MÉXICO  
[WWW.LATINAMERICANELECTRONICS.MX](http://WWW.LATINAMERICANELECTRONICS.MX)

20.000 M<sup>2</sup>

+600 EXPOSITORES

PRINCIPAIS MERCADOS  
MÉXICO, AMÉRICA LATINA

USD \$467 BILHÕES  
EM BENS IMPORTADOS AVALIADOS  
NO MÉXICO

VIP BUYERS PROGRAM  
REUNIÕES PRÉ-AGENDADAS

UM CENTRO DE CONEXÕES  
PARA A REGIÃO



O PALCO DAS ÚLTIMAS  
TENDÊNCIAS E INOVAÇÕES:  
LATIN AMERICAN ELECTRONICS 2025  
SUA FONTE DE NEGÓCIOS!

Contato:  
Tel: +55 11 3197-4949  
WhatsApp: +55 11 95304-2187  
[comercial@grupoletrolar.com.br](mailto:comercial@grupoletrolar.com.br)

# LATIN AMERICAN ELECTRONICS MÉXICO

## SUA PORTA DE ENTRADA PARA NOVOS MERCADOS

O Grupo Eletrolar expande horizontes e anuncia a estreia da Latin American Electronics Mexico em 2025. Será um marco histórico no cenário de feiras de negócios internacionais.

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

## DESCUBRA O POTENCIAL DO MERCADO MEXICANO

### ✓ CONECTIVIDADE SEM LIMITES

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

### ✓ CONECTE-SE COM O PODER DE COMPRA

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

### ✓ VISIBILIDADE GLOBAL

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

### ✓ ACELERADO: MARKET GROWTH

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

## PRINCIPAIS CATEGORIAS DE EXPOSIÇÃO

ELETRDOMÉSTICOS · CASA INTELIGENTE · COMUNICAÇÃO E CONECTIVIDADE · ÁUDIO E VÍDEO  
INFORMÁTICA E GAMES · LINHA BRANCA · ELETROELETRÔNICOS · MOBILIDADE · SMARTPHONES · FITNESS  
SAÚDE E BEM-ESTAR · UTILIDADES DOMÉSTICAS · ILUMINAÇÃO

CONQUISTE O MERCADO MEXICANO  
LATIN AMERICAN ELECTRONICS É A CHAVE DO SEU SUCESSO!  
JUNTE-SE A NÓS EM 2025!

BLACK FRIDAY + CHRISTMAS 2024

# BLACK FRIDAY





# GRANDES EXPECTATIVAS PARA AS DATAS

Consumo cresce em todas as regiões do Brasil.

## GREAT EXPECTATIONS FOR THE DATES

*Consumption grows in all regions of Brazil.*

A proximidade da grande temporada de vendas anima o varejo, a indústria e o consumidor. Os tempos mais difíceis ficaram para trás. Enquanto o varejo e a indústria estão prontos para ampliar as suas vendas, o consumidor, como ocorre tradicionalmente neste período do ano, quer aproveitar as ofertas para renovar os seus eletrodomésticos e eletroeletrônicos. A melhora do mercado de trabalho, a facilidade de crédito e as condições de pagamento formam uma base favorável para o consumo.

Os números do primeiro semestre apontam que todas as categorias do segmento de eletros cresceram ante os seis primeiros meses de 2023. É um indicador importante para projetar que as vendas da Black Friday e do Natal poderão suplantar, em muito, os resultados obtidos no mesmo período do ano passado. Outro ponto que merece atenção: 36% dos consumidores estão dispostos a pagar mais se o produto facilitar suas vidas. Os destaques em produtos estão nas páginas seguintes.

The proximity of the big sales season encourages retailers, industry and consumers. The hardest times are behind us. While retailers and industry are ready to increase their sales, consumers, as is traditional at this time of year, want to take advantage of the offers to renew their home appliances and electronics. The improvement in the job market, easy credit and payment conditions form a favorable basis for consumption.

The figures for the first half of the year indicate that all categories in the home appliances segment grew compared to the first six months of 2023. This is an important indicator to project that Black Friday and Christmas sales could far surpass the results obtained in the same period last year. Another point that deserves attention: 36% of consumers are willing to pay more if the product makes their lives easier. Check the product highlights on the following pages.



# + Natal

por **Leda Cavalcanti**, com a colaboração de **Gustavo Sumares**  
*by Leda Cavalcanti, with the collaboration of Gustavo Sumares*

# TVS



# PREMIUM

É crescente a demanda por eletroeletrônicos premium, principalmente televisores. Tecnologias recentes, como a Inteligência Artificial, trazem mais recursos aos aparelhos, atraindo consumidores dispostos a investir em qualidade e inovação. Dados da Eletros indicam que a linha marrom teve crescimento de vendas de 20% no primeiro semestre.

It is growing the demand for premium electronic devices, mainly televisions. Recent technologies, as the artificial intelligence, bring more resources to the appliances, attracting consumers disposed to invest in quality and innovation. Data from Eletros indicate that the brown line had a growth of 20% in sales in the first semester.

# AIWA

Apresenta a **smart TV AIWA 65" Google TV 4K (AWS-TV-65-BL-01-G)** e a **smart TV AIWA 75" Google TV 4K (AWS-TV-75-BL-01-G)**, com borda ultrafina, de 1,4 mm. "Elas são as soluções perfeitas para quem busca algo moderno e de alta qualidade. São 4K ULTRA HD e trazem as melhores tecnologias do mercado, Dolby Vision e Dolby Atmos. Garantem imagem mais próxima da realidade, e o som espacial proporciona uma experiência imersiva. O sistema operacional Google TV possui os principais serviços de streaming", diz **Giovanni M. Cardoso, cofundador do Grupo MK, detentor das marcas Mondial e Aiwa.**

Os mais de 8 milhões de pixels na tela e a resolução quatro vezes maior que o Full HD proporcionados pelo 4K ULTRA HD acentuam contrastes e cores. Uma tela realista é o que a tecnologia HDR10 (High Dynamic Range) transmite. As smart TVs têm controle por comando de voz e permitem sincronizar o modo Casa Inteligente. Com o Chrome Cast Built-In, é possível transmitir conteúdos do smartphone, tablet ou laptop para a TV. "Nossa produção trabalha intensamente para atender aos pedidos dos clientes e ao aumento da demanda nas datas. Para o Natal, teremos muitas novidades, que apresentamos na Eletrolar Show, à disposição dos consumidores", conta Giovanni.

Showcasing the **AIWA 65" Google TV 4K smart TV (AWS-TV-65-BL-01-G)** and the **AIWA 75" Google TV 4K smart TV (AWS-TV-75-BL-01-G)**, with an ultra-slim border, of 1.4 mm. "They are the perfect solutions for those looking for something modern and of high quality. They are 4K Ultra HD and bring the best technologies on the market, Dolby Vision and Dolby Atmos. They guarantee an image closer to reality, and the spatial sound provides an immersive experience. The Google TV operating system has the main streaming services", says **Giovanni M. Cardoso, co-founder of the MK Group, owner of the Mondial and Aiwa brands.**

The more than 8 million pixels on the screen and the resolution four times higher than Full HD provided by the 4K ULTRA HD accentuate contrasts and colors. A realistic screen is what the HDR10 (High Dynamic Range) technology transmits. The smart TVs have voice control and allow synchronization of the Smart Home mode. With Chrome Cast Built-In, it is possible to transmit content from your smartphone, tablet or laptop to the TV. "Our production works intensely to meet customer requests and the increase in demand on the dates. For Christmas, we will have many new products, which we presented at the Eletrolar Show, available to consumers", says Giovanni.



Smart TV AIWA 65" Google TV 4K (AWS-TV-65-BL-01-G)  
**Preço sugerido em 03/10/2024: R\$ 5.490,00.**  
*Suggested Price on 10/03/2024: BRL\$ 5.490,00.*



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



Smart TV AIWA 75" Google TV 4K (AWS-TV-75-BL-01-G)  
**Preço sugerido em 03/10/2024: R\$ 6.900,00.**  
*Suggested Price on 10/03/2024: BRL\$ 6.900,00.*

## PHILCO

A marca tem amplo mix de smart TVs na família de 50", diz **Amanda Urzum, diretora comercial da linha marrom da Philco**. "Nos últimos dois anos, a procura nessas datas tem sido por telas maiores e, em 2024, não será diferente." Um destaque é o modelo **smart TV 58" Philco PTV58GAGSKSBL**, resolução 4K UHD, com o sistema Android, Dolby Audio, que garante qualidade de som, processador Quad-Core e Triple-Core, que tornam as respostas de comando mais ágeis. Conta com o sistema Wireless, que permite acesso à internet sem necessidade de cabos.

Mais um modelo é a **smart TV Philco 50" PTV50G2SGTSSBL**. Tem resolução 4K UHD, sistema Google TV, com vários aplicativos de streaming, processador Quad-Core, com imagens vibrantes e nítidas e resposta rápida aos comandos. "Possui Dolby Vision e Dolby Atmos, que garantem cores, brilhos e contrastes excelentes, além de um som rico e limpo", conta Amanda.

The brand has a wide range of smart TVs in the 50" family", says **Amanda Urzum, commercial director of Philco's brown line**. "In the last two years, demand for larger screens has been on these dates, and in 2024, it will be no different." One highlight is the **58" Philco PTV58GAGSKSBL smart TV model**, with 4K UHD resolution, Android system, Dolby Audio, which guarantees sound quality, Quad-Core and Triple-Core processor, which make command responses faster. It has the Wireless system, which allows internet access without the need for cables.

Another model is the **Philco 50" PTV50G2SGTSSBL smart TV**. It has 4K UHD resolution, Google TV system, with several streaming applications, Quad-Core processor, with vibrant and sharp images and fast response to commands. "It has Dolby Vision and Dolby Atmos, which guarantee excellent colors, brightness and contrasts, as well as rich and clean sound", says Amanda.



Smart TV 58" Philco PTV58GAGSKSBL  
58" Philco Smart TV PTV58GAGSKSBL



Smart TV Philco 50" PTV50G2SGTSSBL  
50" Philco Smart TV PTV50G2SGTSSBL



**Amanda Urzum,**  
diretora comercial da linha marrom  
commercial director of the brown line

# PHILIPS

Para as datas, apresenta as **Ambilight TVs The Xtra**, disponíveis com telas de 55", 65" e 75", que incorporam tecnologia avançada mini LED com pontos quânticos, assegurando imagens de alta qualidade. "Além disso, contam com recursos exclusivos que aprimoram a experiência de uso e visualização de conteúdos", diz **Bruno Morari, diretor de marketing e produtos da Philips Áudio e Vídeo**. Os modelos incluem o sistema operacional Google TV, oferecendo uma interface mais intuitiva e recursos que facilitam a busca de conteúdos personalizados.

Outra opção é a **The One**, com telas de 55", 65" e 75" e Ambilight em três lados, na borda traseira do aparelho. É compatível com os principais formatos HDR e garante imagens brilhantes e nítidas. Tem os recursos Dolby Vision e Dolby Atmos para uma ótima experiência de imagem e som. Compatível com HDMI 2.1, VRR e AMD FreeSync e frequência nativa de 120 Hz, tem recursos para uma jogabilidade responsiva e suave. O modo game é beneficiado com o Ambilight. "O período de Black Friday e Natal, historicamente, tem notável aquecimento no mercado, e dessa vez não será diferente. A tendência aponta para uma experiência de compra mais completa, fluindo entre o varejo físico e o digital. Estamos preparados para atender os clientes em todas essas frentes", diz Bruno.

For the dates, presents the **Ambilight TVs The Xtra**, available with 55", 65" and 75" screens, that incorporate advanced mini LED technology with quantum dots, ensuring high-quality images. "In addition, they have exclusive features that improve the user experience and content viewing", says **Bruno Morari, marketing and product director at Philips Audio and Video**. The models include the Google TV operating system, offering a more intuitive interface and features that facilitate the search for personalized content.

Another option is **The One**, with 55", 65" and 75" screens and Ambilight on three sides, on the rear edge of the device. It is compatible with the main HDR formats and guarantees bright and sharp images. It has Dolby Vision and Dolby Atmos features for a great image and sound experience. Compatible with HDMI 2.1, VRR and AMD FreeSync and a native frequency of 120 Hz, it has features for responsive and smooth gameplay. The game mode is benefited by the Ambilight. "The Black Friday and Christmas period, historically, has a significant warming in the market, and this time will not be different. The trend points to a more complete shopping experience, flowing between physical and digital retail. We are prepared to serve customers on all these fronts", says Bruno."

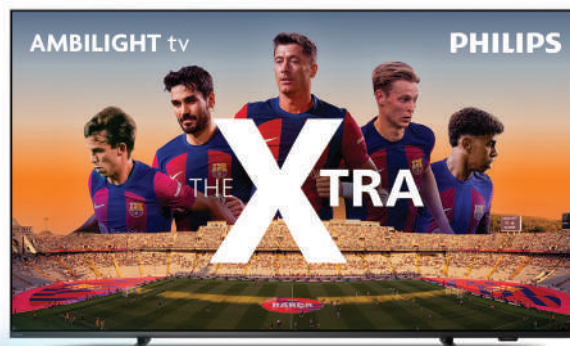
Linha de Ambilight TVs Philips The Xtra  
Ambilight TVs Philips The Xtra

**Preços sugeridos em 04/10/2024: R\$ 4.599,00 (55"),  
R\$ 6.299,00 (65") e R\$ 8.999,00 (75").**

**Suggested Price on 10/04/2024: BRL\$ 4.599,00 (55"),  
BRL\$ 6.299,00 (65") and BRL\$ 8.999,00 (75").**



**Bruno Morari,**  
diretor de marketing  
marketing and product director



The One

**Preços sugeridos em 04/10/2024:  
R\$ 5.599,00 (65") e R\$ 7.599,00 (75").**

**Suggested Price on 10/04/2024:  
BRL\$ 5.599,00 (65") and BRL\$ 7.599,00 (75").**

## SAMSUNG

Sua estratégia é diferente para cada data. Na Black Friday, o foco é a **TV Neo QLED QN85D, de 55"**, que se destaca pela tecnologia Quantum Matrix, que substitui cada LED convencional por 40 mini LEDs exclusivos da empresa, diz **Guilherme Campos, diretor da divisão de TVs da Samsung Brasil**. "O resultado é um preto mais preciso, branco mais puro e um brilho que traz mais realismo ao conteúdo assistido. Outro ponto importante é o upscaling de conteúdo usando a inteligência artificial presente no processador NQ4 AI Gen2. A tecnologia é composta por 20 redes neurais, que reúnem milhares de referências de imagens para recriar em 4K, ou o mais próximo possível disso, as cenas de qualquer conteúdo assistido em resolução inferior." Tem Dolby Atmos, som em movimento virtual e sincronia sonora, que proporcionam uma experiência de áudio imersiva.

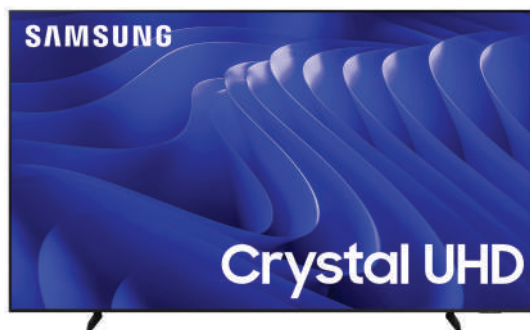
Para o Natal, uma aposta é a **Super Big TV DU9000 Crystal UHD 4K de 98"**, que proporciona um novo nível de imersão. Oferece experiência de cinema com a tecnologia Crystal UHD, pensada para telas de grandes proporções e cheias de contraste. A experiência fica completa com até 120 Hz de taxa de atualização com o Motion Xcelerator disponível no HDMI 2.1, trazendo respostas rápidas e imagens sem frames quebrados. Todas as smart TVs da marca dão acesso exclusivo a diferentes opções de jogos da Xbox Game Pass e conteúdo e entretenimento com o Samsung TV Plus e seus mais de 95 canais, além de funções para uma rotina mais inteligente, conectada em casa com o aplicativo SmartThings, e segura com o Knox Security. "Black Friday e Natal são datas relevantes para o varejo e a indústria e, tradicionalmente, os eletrônicos estão entre os itens mais buscados, com destaque para as TVs", conta Guilherme.

Your strategy is different for each date. On Black Friday, the focus is on the **Neo QLED QN85D 55" TV**, which stands out for its Quantum Matrix technology, which replaces each conventional LED with 40 mini LEDs exclusive to the company, says **Guilherme Campos, director of the TV division at Samsung Brazil**. "The result is a more precise black, purer white and a brightness that brings more realism to the content watched. Another important point is the upscaling of content using the artificial intelligence present in the NQ4 AI Gen2 processor. The technology is composed of 20 neural networks, which bring together thousands of image references to recreate in 4K, or as close as possible to it, the scenes of any content watched in lower resolution." It has Dolby Atmos, virtual moving sound and sound synchronization, which provide an immersive audio experience.

For Christmas, a bet is the **Super Big TV DU9000 Crystal UHD 4K 98"**, which provides a new level of immersion. It offers a cinematic experience with Crystal UHD technology, designed for large screens and full of contrast. The experience is complete with up to 120 Hz refresh rate with Motion Xcelerator available on HDMI 2.1, bringing fast responses and images without broken frames. All the brand's smart TVs give exclusive access to different game options of Xbox Game Pass and content and entertainment with Samsung TV Plus and its more than 95 channels, in addition to functions for a smarter routine, connected at home with the SmartThings app, and secure with Knox Security. "Black Friday and Christmas are relevant dates for retail and industry and, traditionally, electronics are among the most sought-after items, with a highlight on TVs," says Guilherme.



TV Neo QLED QN85D, de 55"



Super Big TV DU9000 Crystal UHD 4K de 98"



**Guilherme Campos,**  
diretor da divisão de TVs  
director of the TV division

# TCL SEMP

Destaca sua série C, com televisores premium, como o **TCL QLED 4K TV C655** e o **TCL QD-Mini LED 4K TV C755**. “Entregam qualidade de som e imagem imersiva, telas com resolução 4K e preços ainda mais competitivos neste período importante da Black Friday”, diz **Nikolas Corbacho, gerente de produtos da TCL SEMP**. O modelo **TCL QLED 4K TV C655** tem sistema operacional Google TV, que oferece todo o HUB de serviços Google e fácil experiência de navegação. O sistema de som possui certificação Dolby Vision e Dolby Atmos aliados ao processador AiPQ de última geração e com inteligência artificial. Tem a tecnologia de painel QLED Pro, que entrega mais brilho e cores vivas como na vida real. O sistema de áudio assinado pela Onkyo e com certificação DTS Virtual:X proporciona uma experiência amplamente imersiva.

O modelo **TCL QD-Mini LED 4K TV C755, com painel QD-Mini LED**, tem tecnologia QLED Pro, mais de 500 zonas de local dimming e HDR 1.300 nits, o que resulta em imagens ricas em detalhes. Possui a certificação IMAX Enhanced, Dolby Vision IQ, Atmos e HDR10+. Tudo isso com o auxílio do processador com inteligência artificial AiPQ – aplicada à melhoria das imagens – torna este produto único para os fãs de cinema e entretenimento, diz o gerente. Possui display 144 Hz com tecnologia VRR e o TCL Game Master 2.0, e facilidades como o screenshot e auxílio de mira. “Estamos bastante otimistas com as vendas para a Black Friday e o período do Natal e confiantes na alta da demanda não apenas por televisores premium, mas também por telas de 65” e acima dessas polegadas”, conta Nikolas. ■■

Highlights its C series, with premium televisions, such as the **TCL QLED 4K TV C655** and the **TCL QD-Mini LED 4K TV C755**. “They deliver immersive sound and image quality, screens with 4K resolution and even more competitive prices in this important period of Black Friday”, says **Nikolas Corbacho, product manager at TCL SEMP**. The model **TCL QLED 4K TV C655** has the **Google TV** operating system, which offers the entire Google services HUB and easy navigation experience. The sound system has Dolby Vision and Dolby Atmos certification allied to the latest generation AiPQ processor with artificial intelligence. It has the QLED Pro panel technology, which delivers more brightness and vivid colors as in real life. The audio system signed by Onkyo and with DTS Virtual:X certification provides a widely immersive experience.

The **TCL QD-Mini LED 4K TV C755 model, with QD-Mini LED panel, has QLED Pro technology, more than 500 local dimming zones and HDR 1,300 nits, which results in images rich in detail. It has IMAX Enhanced, Dolby Vision IQ, Atmos and HDR10+ certification. All this with the help of the processor with artificial intelligence AiPQ - applied to image improvement makes this product unique for fans of cinema and entertainment, says the manager. It has a 144 Hz display with VRR technology and TCL Game Master 2.0, and facilities such as screenshot and aim assist. “We are very optimistic about sales for Black Friday and the Christmas period and confident in the high demand not only for premium televisions, but also for screens of 65” and above these inches”, says Nikolas. ■■**



**Nikolas Corbacho,**  
gerente de produtos  
product manager



TCL QLED 4K TV C655



TCL QD-Mini LED 4K TV C755



# SMART PHONES

**A**parelhos imprescindíveis nos dias atuais, os smartphones são os produtos mais desejados. Novos recursos, inclusive de Inteligência Artificial, valorizam os smartphones e os credenciam como uma das estrelas da grande temporada de vendas.

**S**martphones have become essential devices in today's world and are among the most desired products. New features, including Artificial Intelligence, enhance smartphones and position them as stars in the major sales season.

# MOTOROLA

Tem opções para diversos perfis de público. O **motorola edge 50 fusion** se destaca por seu conjunto de câmeras. É o primeiro do mercado brasileiro a trazer o sensor Sony LYTIA™ 700C, possibilitando fotos de qualidade de dia e à noite, de longe ou de perto. Tem tela de 6,7", super brilho OLED, 120 Hz de taxa de atualização e certificação de resistência à poeira e à imersão em água. "A parceria entre Motorola e Google Fotos aprimora ainda mais a experiência fotográfica", conta **Filadelfo Costa, diretor de vendas da Motorola.**

Outra opção, **o motorola edge 50 neo** tem a câmera avançada de 50 MP com tecnologia Ultra Pixel e sensor Sony LYTIA™ 700C. Certificado pelo Departamento de Defesa dos Estados Unidos, é ultrarresistente, leve e compacto. Traz cores desenvolvidas em parceria com o Pantone Color Institute™: vermelho alaranjado Poinciana, bege amadeirado Lattè e cinza Grisaille. Os modelos têm tela sensível ao toque. "Esperamos aumento nas vendas. Acreditamos que essas ocasiões trarão boas oportunidades para fortalecer a presença da Motorola no mercado", diz Filadelfo.

Motorola offers options for various customer profiles. **The Motorola Edge 50 Fusion** stands out for its camera system. It is the first in the Brazilian market to feature the Sony LYTIA™ 700C sensor, enabling high-quality photos both day and night, from near and far. It has a 6.7" super-bright OLED display with a 120 Hz refresh rate and is certified for dust resistance and immersion in water. "The partnership between Motorola and Google Photos further enhances the photographic experience," says **Filadelfo Costa, sales director at Motorola.**

Another option, **the Motorola Edge 50 Neo**, features an advanced 50 MP camera with Ultra Pixel technology and the Sony LYTIA™ 700C sensor. Certified by the U.S. Department of Defense, it is ultra-resistant, lightweight, and compact. It comes in colors developed in partnership with the Pantone Color Institute™: Poinciana orange-red, Lattè wood beige, and Grisaille gray. Both models have touch-sensitive screens. "We expect an increase in sales. We believe that these occasions will provide good opportunities to strengthen Motorola's presence in the market," says Filadelfo.



**Filadelfo Costa,**  
diretor de vendas  
sales director



motorola edge 50 fusion

**Preço sugerido em 03/10/2024: R\$ 2.999,00.**

**Suggested Price on 10/03/2024: BRL 2,999.00.**



motorola edge 50 neo

**Preço sugerido em 03/10/2024: R\$ 3.299,00.**

**Suggested Price on 10/03/2024: BRL 3,299.00.**

## POSITIVO TECNOLOGIA

Destaca o **Infinix NOTE 40 5G**, modelo para usuários que buscam um smartphone com alto desempenho, conectividade avançada e bateria com carregamento ultrarrápido. “O aparelho estabelece um novo padrão para soluções de carregamento de bateria com a tecnologia rápida All-Round FastCharge 2.0 de 33 W, que é complementada pelos recursos de carregamento reverso e por indução (sem fio)”, explica **Rivelino Gama, diretor-executivo de negócios da Infinix na Positivo Tecnologia.**

O aparelho oferece até 16 GB de RAM (8 GB + 8 GB) a partir da tecnologia Memory Fusion, 256 GB de armazenamento para apps, fotos e vídeos, e potente processador MediaTek Dimensity 7020 com suporte ao 5G. Tem conjunto de câmeras com 180 MP e função 3x Super Zoom com IA, além de tela AMOLED Full HD+ de 120 Hz, 6,78” para imagens nítidas e realistas. “Com a parceria da JBL, o smartphone oferece qualidade sonora muito mais imersiva e envolvente com som Dual Stereo Speaker e tuning profissional. Traz aprimoramentos relativos ao uso de Inteligência Artificial, ativação/desbloqueio por impressão digital Under/In-Display e recurso de iluminação Active Halo AI, que gera notificações multicoloridas em LED customizadas pelo próprio usuário”, conta Rivelino.



**Infinix Note 40 5G**, uma bateria robusta de 5000 mAh, e o HyperCharge de 67 W para carregamento rápido com fio.

**Infinix NOTE 40 5G** – Robust 5000 mAh battery with 67 W HyperCharge for fast wired charging.

*Positivo highlights the **Infinix NOTE 40 5G**, a model for users seeking a smartphone with high performance, advanced connectivity, and ultra-fast charging capabilities. “The device sets a new standard for battery charging solutions with the fast All-Round FastCharge 2.0 technology at 33 W, complemented by reverse and wireless (inductive) charging features,” explains **Rivelino Gama, executive director of business at Infinix within Positivo Tecnologia.***

*The device offers up to 16 GB of RAM (8 GB + 8 GB) thanks to Memory Fusion technology, 256 GB of storage for apps, photos, and videos, and a powerful MediaTek Dimensity 7020 processor with 5G support. It has a camera system with 180 MP and a 3x Super Zoom function with AI, plus a 6.78” Full HD+ AMOLED display at 120 Hz for sharp and realistic images. “With the partnership with JBL, the smartphone offers much more immersive and engaging sound quality with Dual Stereo Speakers and professional tuning. It includes enhancements related to the use of Artificial Intelligence, activation/unlocking via Under/In-Display fingerprint, and the Active Halo AI lighting feature, which generates multicolored LED notifications customized by the user,” says Rivelino.*



**Rivelino Gama,**  
diretor-executivo de negócios  
executive director of business

# SAMSUNG BRASIL

Seu portfólio de smartphones atende todos os públicos, diz **Rafael Aquino, gerente sênior de produto da divisão de mobile experience da Samsung Brasil.**

“O dobrável **Galaxy Z Fold6**, topo de linha, tem a tecnologia mais avançada, tela grande e imersiva e bateria de longa duração. É o presente ideal para quem busca ampliar a produtividade no smartphone.” Aberto, desdobra a tela interna de 7,6”, possibilitando utilizar até três aplicativos simultaneamente, e um quarto em janela pop-up. Tem três sensores: câmera principal grande-angular de 50 megapixels, câmera ultra-angular de 12 megapixels e uma teleobjetiva de 10 megapixels com zoom óptico de até 3x. Em jogos, oferece experiência aprimorada pelo chipset Snapdragon® 8 Gen 3 e a câmara de vapor é 1,6 vez maior que a geração anterior. Tem sete anos de garantia de atualizações de sistema operacional e outros sete de segurança.

Produto intermediário, o **Galaxy A55** traz recursos premium da linha, como Galaxy AI, câmera de alta resolução, funcionalidades fotográficas, tela ampla e bateria de longa duração. Oferece quatro anos de atualizações de sistema operacional e cinco de atualizações de segurança. “Períodos sazonais de grande aderência, como a Black Friday e o Natal, são muito esperados pelo varejo e celebrados pelos consumidores. Entendemos que parte do processo de democratização das tecnologias é oferecer formas para facilitar a aquisição de produtos. Daremos continuidade à essa estratégia”, conta Rafael.

Samsung’s smartphone portfolio for all audiences, says **Rafael Aquino, senior product manager for the mobile experience division at Samsung Brasil.** “The high-end **Galaxy Z Fold6** features the most advanced technology, a large immersive display, and long-lasting battery life. It is the ideal gift for those looking to enhance productivity on their smartphone.” When opened, it unfolds to a 7.6” internal screen, allowing the use of up to three apps simultaneously, with a fourth in a pop-up window. It has three sensors: a 50-megapixel main wide-angle camera, a 12-megapixel ultra-wide camera, and a 10-megapixel telephoto camera with up to 3x optical zoom. It offers an enhanced gaming experience with the Snapdragon® 8 Gen 3 chipset, and its vapor chamber is 1.6 times larger than the previous generation. It comes with seven years of operating system updates and seven years of security updates.

As a mid-range product, the **Galaxy A55** includes premium features from the line, such as Galaxy AI, a high-resolution camera, photographic functionalities, a large display, and long-lasting battery life. It offers four years of operating system updates and five years of security updates. “Seasonal periods with high consumer engagement, like Black Friday and Christmas, are highly anticipated by retailers and celebrated by consumers. We understand that part of the process of democratizing technology is providing ways to facilitate product acquisition. We will continue this strategy,” says Rafael.



**Rafael Aquino,** gerente sênior de produto da divisão de mobile experience senior product manager for the mobile experience division



Galaxy Z Fold6, modelo de 512 GB, nas cores azul e cinza  
*Galaxy Z Fold6, 512 GB model, in blue and gray*

**Preço sugerido em 03/10/2024: a partir de R\$ 12.419,10.**  
*Suggested Price on 10/03/2024: starting at BRL 12,419.10.*



Galaxy A55, modelo de 128 GB e 256 GB, em azul-claro, azul-escuro e rosa  
*Galaxy A55, 128 GB and 256 GB models, in light blue, dark blue, and pink*

**Preço sugerido em 03/10/2024: a partir de R\$ 2.429,10.**  
*Suggested Price on 10/03/2024: starting at BRL 2,429.10.*

## XIAOMI

Em 2024, apostou nos smartphones intermediário e intermediário premium. O **Xiaomi 14T**, recentemente lançado no País, tem recursos de Inteligência Artificial. “Com a avançada tecnologia de imagem aprimorada por IA, os usuários podem desfrutar de fotos nítidas e vibrantes à noite ou de dia”, diz **Luciano Barbosa, head de operação da DL, distribuidora oficial da Xiaomi no Brasil**. O aparelho tem design elegante, lentes Leica, processador de IA MediaTek Dimensity 8300-Ultra, que aumenta em 20% o desempenho da CPU, tela AMOLED de até 144 Hz, com CrystalRes de 6,67”, que oferece resolução de 1,5K (2712x1220) com densidade de até 144 Hz, bateria de 5.000 mAh e HyperCharge de 67 W para carregamento rápido com fio. É equipado com o aplicativo Google Gemini.

Neste último trimestre, chega ao mercado o **Redmi 14C**, aparelho de entrada da marca no Brasil. Possui design premium, tela de 6,88” com 120 Hz, a maior e melhor da série, câmera dupla IA de 50 MP, bateria 5.160 mAh e carregamento rápido de 18 W. Seu corpo ultrafino de 8,22 mm tem estrutura plana, e o novo design oferece um visual sofisticado e moderno, além de tornar o smartphone fácil de manusear no dia a dia. Conta com processador MediaTek Helio G81-Ultra Octa-Core, bateria de 5.160 mAh e 8 GB de RAM, 4+4GB virtual. “A Xiaomi está otimista para as datas, pois nos anos anteriores registrou alto volume de vendas. Estamos preparando algumas campanhas e surpresas para os nossos fãs, possibilitando que a tecnologia e a experiência Xiaomi estejam ainda mais acessíveis”, conta Luciano. ■■

*In 2024, Xiaomi focused on mid-range and premium mid-range smartphones. The recently launched **Xiaomi 14T** in Brazil features Artificial Intelligence capabilities. “With advanced image technology enhanced by AI, users can enjoy sharp and vibrant photos at night or during the day,” says **Luciano Barbosa, head of operations at DL, the official distributor of Xiaomi in Brazil**. The device has an elegant design, Leica lenses, and a MediaTek Dimensity 8300-Ultra AI processor, which boosts CPU performance by 20%. It features an AMOLED display of up to 144 Hz, with a CrystalRes 6.67” screen that offers a 1.5K resolution (2712x1220) and a 5,000 mAh battery with 67 W HyperCharge for fast wired charging. It comes equipped with the Google Gemini app.*

*This last quarter, Xiaomi will launch the **Redmi 14C**, the brand’s entry-level device in Brazil. It has a premium design, a 6.88” display with 120 Hz, the largest and best in the series, a dual 50 MP AI camera, a 5,160 mAh battery, and 18 W fast charging. Its ultra-thin body measures 8.22 mm with a flat structure, providing a sophisticated and modern look while making it easy to handle daily. It features a MediaTek Helio G81-Ultra Octa-Core processor, a 5,160 mAh battery, and 8 GB of RAM, with 4+4 GB virtual. “Xiaomi is optimistic about these dates, as it recorded high sales volumes in previous years. We are preparing some campaigns and surprises for our fans, making technology and the Xiaomi experience even more accessible,” says Luciano. ■■*



Xiaomi 14T

**Preço sugerido em 04/10/2024: R\$ 5.999,99.**

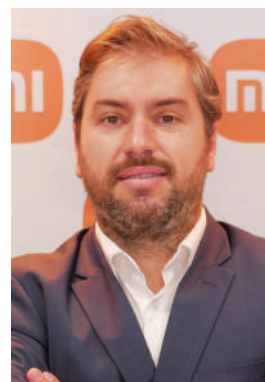
*Suggested Price on 10/04/2024: BRL 5,999.99.*



Redmi 14C

**Preço sugerido em 04/10/2024: R\$ 1.499,99.**

*Suggested Price on 10/04/2024: BRL 1,499.99.*



**Luciano Barbosa,** head de operação da DL, distribuidora oficial da Xiaomi no Brasil  
*head of operations at DL, the official distributor of Xiaomi in Brazil*



# ELETRORÁTEIS

SMALL APPLIANCES

A categoria de eletroportáteis está pronta para superar os números do primeiro semestre deste ano, quando cresceu 40% em vendas ante o mesmo período de 2023. Com mais tecnologia e recursos, esses produtos são, hoje, fundamentais na cozinha.

The small appliances category is ready to surpass the numbers from the first half of this year, when it grew by 40% in sales compared to the same period in 2023. With more technology and features, these products are now essential in the kitchen.

## ARIETE

Para a época natalina, destaca o lançamento da **Linha Moderna**. “Ela chega com um charme único, curvas sinuosas e harmônicas em um tom de vermelho perfeito para decoração e estilo nas cozinhas. É uma homenagem ao mundo da arte”, diz **Nádia Ribeiro, coordenadora de marketing da Ariete**. São cinco peças: **batedeira planetária, chaleira, cafeteira, liquidificador e torradeira**.

As expectativas da marca são altíssimas para o Natal, conta Nádia. “A Linha Moderna apresenta um kit completo, que pode ser presenteado ou utilizado para consumo próprio. São eletroportáteis perfeitos para revigorar e estilizar qualquer cozinha.”

For the Christmas season, Ariete highlights the launch of the **Moderna Line**. “It comes with a unique charm, featuring smooth, harmonious curves in a red tone that’s perfect for decoration and style in kitchens. It’s a tribute to the world of art,” says **Nádia Ribeiro, Ariete’s marketing coordinator**. The line includes five items: **a planetary mixer, kettle, coffee maker, blender, and toaster**.

The brand’s expectations for Christmas are extremely high, Nádia shares. “The Moderna Line offers a complete set that can be given as a gift or used personally. These small appliances are perfect for refreshing and styling any kitchen.”



Máquina de café programável  
Programmable coffee machine

**Preço sugerido em 23/09/2024: R\$ 549,00.**

**Suggested price on 09/23/2024: BRL 549.00.**



**Nádia Ribeiro,**  
coordenadora de marketing  
marketing coordinator



Liquidificador com copo de vidro  
Blender with glass jar

**Preço sugerido em 23/09/2024: R\$ 699,00.**

**Suggested price on 09/23/2024: BRL 699.00.**

# BLACK & DECKER

Para a Black Friday, a marca acredita que a maior procura será de produtos para uso próprio, que trazem bons benefícios. Na categoria de saúde e bem-estar, destaca o **umidificador modelo AUP4**, diz **Marta Schulz, gerente de marketing da Stanley Black & Decker**. “É o único 3 em 1 do mercado. Além de umidificar, tem as funções de ventilação e aquecedor, o que proporciona conforto em qualquer época do ano.” O produto tem duas velocidades para cada função, reservatório de 130 ml, base antiderrapante, alça para transporte e potência de 400 W.

No Natal, além de itens de uso pessoal, a busca será por produtos para equipar a casa e que facilitam a vida, como a **air fryer AFD7Q**, prática, com painel digital e sete funções. Tem capacidade de 5,5 litros, grelha e desligamento automático quando o cesto é removido. “Nossa expectativa é de crescimento no volume de vendas, tanto na Black Friday quanto no Natal, com consumidores buscando boas alternativas para suprir suas necessidades”, conta Marta.

For Black Friday, Black & Decker expects a high demand for products that offer personal benefits and are designed for individual use. In the health and wellness category, the highlight is the **AUP4 humidifier**, according to **Marta Schulz, marketing manager at Stanley Black & Decker**. “It is the only 3-in-1 model on the market. In addition to humidifying, it also functions as a fan and a heater, providing comfort year-round.” The product features two speeds for each function, a 130 ml reservoir, a non-slip base, a carrying handle, and 400W power.

For Christmas, the focus will shift towards items for equipping the home and making life easier, such as the **AFD7Q air fryer**, which is practical with its digital panel and seven functions. It has a capacity of 5.5 liters, a grill, and automatic shutdown when the basket is removed. “Our expectation is for increased sales volumes during both Black Friday and Christmas, with consumers looking for good alternatives to meet their needs,” adds Marta.

Umidificador 3x1 AUP4  
AUP4 3-in-1 Humidifier

**Preço sugerido em 27/09/2024: R\$ 199,00.**  
Suggested price on 09/27/2024: BRL 199.00.



**Marta Schulz,**  
gerente de marketing  
marketing manager

Air fryer AFD7Q  
AFD7Q Air fryer

**Preço sugerido em 27/09/2024: R\$ 599,00.**  
Suggested price on 09/27/2024: BRL 599.00.



## BRITÂNIA

Com ampla linha de produtos, destaca, principalmente, a **air fryer BFR50**. “É o nosso grande lançamento do ano”, diz **Cristiane Clausen, diretora-geral da Britânia**. Tem capacidade de 5,5 litros e cesto quadrado. Conta com o antiaderente Redstone, exclusivo para essa capacidade de air fryer. É fácil de limpar. Possui tecnologia nanocerâmica aplicada ao revestimento, que proporciona excelente dissipação de calor e preserva o sabor dos alimentos. Tem, também, a tecnologia Air Flow, que garante agilidade e eficiência no preparo dos alimentos.

Outro destaque é a **escova secadora BES26SR**, bivolt e com 1.300 W de potência. É 4 em 1, isto é, seca, alisa, modela e dá volume aos fios. A cabeça redonda da escova é removível, transformando-a em secador de cabelo. Tem tecnologia, revestimento em nanocerâmica e cerdas duplas. “A expectativa da Britânia é muito boa para as datas. Prevemos crescimento de aproximadamente 40% nas vendas e estamos preparados para atender à demanda dos nossos clientes”, conta Cristiane.

*Britânia, with a wide range of products, is particularly highlighting the **BFR50 air fryer**. “It’s our biggest launch of the year,” says **Cristiane Clausen, general director at Britânia**. The air fryer has a 5.5-liter capacity and a square basket. It features the Redstone non-stick coating, which is exclusive to this air fryer size and makes it easy to clean. It also incorporates nanoceramic technology, ensuring excellent heat dissipation and maintaining the food’s flavor. Additionally, the Air Flow technology guarantees quick and efficient cooking.*

*Another standout is the **BES26SR drying brush**, which is bivolt and boasts 1,300 W of power. It’s a 4-in-1 device, capable of drying, straightening, styling, and adding volume to hair. The round brush head is removable, converting it into a hair dryer. The device features nanoceramic coating and dual bristles. “Britânia’s expectations are very high for these shopping dates. We anticipate a sales growth of approximately 40% and are ready to meet customer demand,” Cristiane adds.*

Escova secadora BES26SR  
BES26SR Drying Brush



Air fryer BFR50  
BFR50 Air fryer



**Cristiane Clausen,**  
diretora-geral  
general director

# ELGIN

O mercado de fritadeiras elétricas, atualmente, é o segundo maior no segmento de eletroportáteis, diz **Anderson Bruno, diretor de eletroportáteis da Elgin**. “Por isso, essa categoria não poderia ficar fora da Black Friday.” O consumidor está mudando sua preferência, conta Anderson. “Percebemos que está havendo uma migração para as air fryers de maior capacidade. Tendo em mente essa mudança de consumo, os nossos produtos para as datas, neste ano, são fritadeiras de maior capacidade: **a Space 5L e a Oven Fry 12L**. Nossa expectativa é continuar crescendo e superar as vendas da Black Friday de 2023, que marcou um recorde para a Elgin na linha de eletroportáteis.”

A **Space 5L** tem 5 litros de capacidade, 1.700 W de potência, cesto quadrado e removível, antiaderente Black Resist (três camadas de proteção e durabilidade) e tecnologia Air Circuit 360°, que proporciona um ar ultrarrápido em espiral, que cozinha e economiza energia. Outro destaque é **a fritadeira e forno air fryer Oven Fry 4 em 1**: assa, frita, desidrata e reaquece. Tem 12 litros de capacidade, 1.800 W de potência, 10 funções predefinidas, painel digital Touch Screen e quatro acessórios: cesto de 4,6 litros, duas assadeiras e uma bandeja antiaderente Black Resist. A porta é removível para facilitar a limpeza.



**Anderson Bruno,**  
diretor de eletroportáteis  
director of small appliances

*The electric fryer market is currently the second largest segment in the small appliance category, says **Anderson Bruno, director of small appliances at Elgin**. “Therefore, this category could not be left out of Black Friday.” Consumers are changing their preferences, Anderson notes. “We are seeing a migration towards larger-capacity air fryers. Keeping this consumption shift in mind, our products for this year’s dates are higher-capacity fryers: **the Space 5L and the Oven Fry 12L**. Our expectation is to continue growing and surpass the sales of Black Friday 2023, which marked a record for Elgin in the small appliance line.”*

*The **Space 5L** has a capacity of 5 liters, 1,700 W of power, a square and removable basket, Black Resist non-stick coating (three layers of protection and durability), and Air Circuit 360° technology, which provides ultrafast spiral air circulation, cooking food and saving energy. **Another highlight is the Oven Fry 4-in-1 air fryer and oven**, which bakes, fries, dehydrates, and reheats. It features a 12-liter capacity, 1,800 W of power, 10 pre-defined functions, a Touch Screen digital panel, and four accessories: a 4.6-liter basket, two baking trays, and a Black Resist non-stick tray. The removable door makes cleaning easy.*



Fritadeira air fryer Space 5L  
Air fryer Space 5L

**Preço sugerido em 25/09/2024: R\$ 449,00.**  
*Suggested price on 25/09/2024: BRL 449.00.*

Fritadeira e forno air fryer Oven Fry 12L  
Oven Fry 12 Air fryer and Oven

**Preço sugerido em 25/09/2024: R\$ 799,00.**  
*Suggested price on 25/09/2024: BRL 799.00.*





CONVENÇÃO  
**BRAZIL  
MOBILE**  
2025

Seja um expositor da maior  
convenção mobile da América Latina.

Março 21 a 23, 2025 - Distrito Anhembi - São Paulo, SP

**UMA IMERSÃO COMPLETA**

No vibrante e dinâmico

Universo do Varejo Mobile.

+CBM +EXPO

**SEJA UM EXPOSITOR  
EM 2025**

Participar como expositor na Convenção Brazil Mobile & EXPO 2025 é uma oportunidade única de consolidar sua marca como líder no dinâmico e competitivo mercado mobile. Ao investir em um espaço de exposição no evento, sua empresa ganha acesso direto a um público-alvo altamente qualificado, composto por lojistas, fornecedores, desenvolvedores de tecnologia e decisores de compra que estão ativamente buscando as melhores soluções e inovações para impulsionar seus negócios.

**+100**  
EXPOSITORES



**+10.000**  
VISITANTES

**+400**  
MARCAS



# #PALESTRANTES 2025

## Especialistas em Mobile



**MARCUS** MARQUES  
CEO DO GRUPO ACELADOR  
CRIADOR DO MÉTODO  
ACELADOR EMPRESARIAL



**DAFNA** BLASCHKAUER  
EXECUTIVA GLOBAL  
AUTORA E PALESTRANTE  
EX-APPLE, EX-NIKE



**ANDRÉ** VERNORECCIA  
GERENTE DE PARCERIAS  
ESTRATÉGICAS LATAM  
(SMB MARKETING)  
TIKTOK



**MARCEL** CAMPOS  
DIRETOR DE CAMPANHAS DE  
MARKETING INTEGRADO  
ONEPLUS NORTH AMERICA

Vem muito mais pela frente. Garanta seu Ingresso!

SEJA SMART, SEJA CBM!

ORGANIZAÇÃO  
Grupo  
**eletrolar**

REALIZAÇÃO  
**azuloplay**  
Feiras e Eventos

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



Escaneie o QRcode  
e se torne um expositor

## EOS

Traz uma inovação para as cozinhas, que é a sua grande aposta para a Black Friday e o Natal. Sua **air fryer Compacta 6L** se destaca por ter o tamanho de uma air fryer de 3 litros mas com grande capacidade interna – de 6 litros. Possui painel digital, é superfácil de utilizar e limpar, e conta com design minimalista que combina com qualquer canto da cozinha. “É um produto que não se encontra facilmente no mercado. Temos certeza de que os consumidores irão se apaixonar por ele”, afirma **Maurício Mota, gerente nacional de vendas externas da EOS.**

A empresa tem mais lançamentos neste final de ano, diz Maurício. “Estamos esperando um aumento considerável de vendas, principalmente na linha de climatização. O mês de novembro representa um start nas vendas de ar-condicionado e climatizadores de ar. Por isso, trazemos aparelhos de ar-condicionado portáteis. As mudanças climáticas influenciam muito os microclimas das cidades e é importante manter os ambientes bem refrigerados, daí a importância de investir em bons produtos na época mais quente do ano. A EOS planeja estar com o mix abastecido na linha de climatização.”

*EOS is introducing an innovation for kitchens, which is its major bet for Black Friday and Christmas. **The 6L Compact air fryer** stands out for having the size of a 3-liter air fryer but with a larger internal capacity of 6 liters. It features a digital panel, is super easy to use and clean, and boasts a minimalist design that fits any corner of the kitchen. “It’s a product that’s not easily found in the market. We are confident that consumers will fall in love with it,” says **Maurício Mota, national sales manager at EOS.***

*The company has more launches planned for this end of the year, according to Maurício. “We expect a considerable increase in sales, especially in the air conditioning line. November marks the beginning of sales for air conditioners and air coolers. Therefore, we are introducing portable air conditioning units. Climate changes greatly affect the microclimates of cities, and it’s important to keep environments well-cooled, which is why investing in good products during the hottest time of the year is essential. EOS plans to have a well-stocked mix in the air conditioning line.”*



**Maurício Mota,**  
gerente nacional de vendas externas  
*national sales manager*



Air fryer Compacta 6L  
*Compact air fryer 6L*

# KIAN

Amplia o mix de produtos e apresenta para as duas datas a nova linha de eletroportáteis e utilidades para o lar. Um destaque é a **air fryer de 4,2 litros** de capacidade, nas cores preta e vermelha e tensões de 127 e 220 V. "Tem tecnologia turbo air 360°, timer de 60 minutos, controle de temperatura de 80°C a 200°C, revestimento antiaderente e cesto removível. É acompanhada de pegador com ponta de silicone e forma do mesmo material", conta **Izabella Mesquita, coordenadora de marketing da empresa.**

Outro destaque é a **panela de pressão elétrica de 5 litros**. Tem display digital, painel eletrônico com 14 funções, trava de segurança, cuba antiaderente, pés antiderrapantes e programação automática. Vem com copo medidor, coletor de condensação e colher antirrisco. "A perspectiva da empresa é de crescimento de até 60% nas vendas até o Natal ante o mesmo período de 2023. Por isso, estamos preparando os estoques para abastecer as prateleiras dos grandes sellers de todo o Brasil", diz Izabella.

KIAN expands its product mix, presenting a new line of small appliances and household utilities for both Black Friday and Christmas. A standout item is the **4.2-liter air fryer**, available in black and red, with options for 127V and 220V. "It features Turbo Air 360° technology, a 60-minute timer, temperature control ranging from 80°C to 200°C, non-stick coating, and a removable basket. It comes with a silicone-tipped handle and a matching non-stick tray," explains **Izabella Mesquita, marketing coordinator of the company.**

Another highlight is the **5-liter electric pressure cooker**. It has a digital display, an electronic panel with 14 functions, a safety lock, a non-stick pot, non-slip feet, and automatic programming. The cooker also includes a measuring cup, condensation collector, and a scratch-resistant spoon. "The company's outlook is for a growth of up to 60% in sales by Christmas compared to the same period in 2023. Therefore, we are preparing our inventory to stock the shelves of major retailers across Brazil," says Izabella.



**Izabella Mesquita,**  
coordenadora de marketing  
marketing coordinator



Air fryer de 4,2 litros  
4.2-Liter Air Fryer



Panela de pressão elétrica de 5 litros  
5-Liter Electric Pressure Cooker

## MONDIAL ELETRODOMÉSTICOS

Aposta na **fritadeira elétrica forno Oven 12L Mondial (AFO-12L-BI)**, que é 2 em 1: fritadeira a ar com o espaço e a versatilidade do forno. Assa, cozinha e fritas sem óleo. A capacidade total de 12 litros permite preparar grandes porções de uma só vez. “É uma gigante da categoria”, diz **Giovanni M. Cardoso, cofundador do Grupo MK, detentor das marcas Mondial e Aiwa.**

Tem porta com amplo visor e iluminação, cesto de 5 litros e duas assadeiras com o antiaderente Duraflon, tecnologia exclusiva da Mondial, fáceis de limpar. O painel digital tem 10 funções predefinidas, inclusive aquecer. É equipada com tecnologia que aquece e circula o ar. O cesto e as assadeiras são removíveis. Tem timer de 90 minutos e desligamento automático.

Para o Natal, indica o **ventilador de mesa Mondial Turbo Force 8 (NVT-40-8P)**, em preto e prata. Possui grades desmontáveis que facilitam a limpeza, botão de fácil acionamento para movimento oscilante na direção horizontal, ajuste de inclinação e hélice de 40 cm com oito pás. Tem potência de 140 W, três velocidades e baixo consumo de energia. Está disponível nas versões de 127 V e 220 V. “As duas datas são de grande movimentação no mercado em que a Mondial atua. Nossa estratégia corporativa está pautada em estudos e previsões para que os clientes recebam os produtos com antecedência nesses momentos de maior demanda” conta Giovanni.

Mondial bets on the **Oven 12L Mondial Electric Fryer (AFO-12L-BI)**, which is a 2-in-1 appliance: an air fryer with the space and versatility of an oven. It can bake, cook, and fry without oil. With a total capacity of 12 liters, it allows for the preparation of large portions at once. “It’s a giant in the category,” says **Giovanni M. Cardoso, co-founder of Grupo MK**, which owns the Mondial and Aiwa brands. The appliance features a door with a wide visor and lighting, a 5-liter basket, and two non-stick trays made with Mondial’s exclusive Duraflon technology, which are easy to clean. The digital panel includes 10 preset functions, including heating, and utilizes technology that heats and circulates air. Both the basket and trays are removable, and it comes with a 90-minute timer and automatic shut-off.

For Christmas, **Mondial recommends the Turbo Force 8 Table Fan (NVT-40-8P)** in black and silver. It features removable grilles for easy cleaning, a button for easy oscillation movement in the horizontal direction, adjustable tilt, and a 40 cm blade with eight blades. It has a power rating of 140 W, three speeds, and low energy consumption. The fan is available in both 127 V and 220 V versions. “Both dates see significant movement in the market where Mondial operates. Our corporate strategy is based on studies and forecasts to ensure customers receive products in advance during these peak demand periods,” Giovanni notes.

Fritadeira elétrica forno Oven 12L Mondial (AFO-12L-BI)  
Oven 12L Mondial Electric Fryer (AFO-12L-BI)

**Preço sugerido em 10/10/2024: R\$ 999,90.**  
Suggested price on 10/10/2024: BRL 999,90.



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



Ventilador de mesa Mondial Turbo Force 8 (NVT-40-8P)  
Turbo Force 8 Table Fan (NVT-40-8P)

**Preço sugerido em 10/10/2024: R\$ 249,90.**  
Suggested price on 10/10/2024: BRL 249,90.

# PHILIPS WALITA

Sua **air fryer Essential XL Conectada RI9280** tem a exclusiva tecnologia RapidAir, que garante o fluxo de ar ideal em todos os lados para um cozimento uniforme. “Com 2.000 W de potência, controle à distância via celular ou assistente de voz Alexa, ela oferece conveniência e praticidade”, diz **Caleb Bordi, gerente de marketing da Philips Walita**. A capacidade total do cesto, antiaderente, é de 6,2 litros e a útil é de 1,2 kg. Tem sete programas predefinidos, inclusive para congelados. O display digital Touch Screen permite ajustar a temperatura entre 80°C e 200°C, e o timer tem duração de até 60 minutos, com desligamento automático e função de manter aquecido por até 30 minutos. É fácil de limpar, e as peças podem ser levadas à máquina de lavar. Tem cabo retrátil e mais de 500 receitas disponíveis no App NutriU.

Outra opção é a **air fryer com visor e painel digital HD9257**, da Série 3000 XL, com 1.700 W de potência, visor digital e tecnologia RapidAir. O display Touch Screen oferece sete predefinições que facilitam o preparo dos alimentos. Tem controle de temperatura de 60°C a 200°C, timer de 60 minutos, desligamento automático e função manter aquecido. O cesto é antiaderente. A limpeza é simples, e as peças estão aptas para a máquina de lavar. Com o App HomeID, é possível desbloquear novidades na cozinha. “A air fryer é um dos produtos mais procurados na Black Friday, tanto pelos que vão comprar seu primeiro modelo quanto por aqueles que querem fazer um upgrade para um produto com capacidade maior ou qualidade superior. Trabalhamos de maneira integrada nos canais físicos e online, visando atender o cliente de maneira confortável e fácil”, conta Caleb.



**Caleb Bordi,**  
gerente de marketing  
marketing manager

The **Essential XL Connected Air Fryer RI9280** features exclusive RapidAir technology, ensuring ideal air-flow from all sides for even cooking. “With 2,000 W of power, remote control via smartphone or Alexa voice assistant, it offers convenience and practicality,” says **Caleb Bordi, marketing manager at Philips Walita**. The total capacity of the non-stick basket is 6.2 liters, with a usable capacity of 1.2 kg. It has seven preset programs, including options for frozen foods. The Touch Screen digital display allows you to adjust the temperature between 80°C and 200°C, and the timer can last up to 60 minutes, with an automatic shut-off and keep-warm function for up to 30 minutes. It is easy to clean, and the parts are dishwasher safe. It features a retractable cord and offers over 500 recipes available on the NutriU App.

Another option is **the air fryer with a display and HD9257 digital panel** from the Series 3000 XL, featuring 1,700 W of power, a digital display, and RapidAir technology. The Touch Screen display provides seven presets that simplify food preparation. It has a temperature control range of 60°C to 200°C, a 60-minute timer, automatic shut-off, and a keep-warm function. The basket is non-stick and easy to clean, with parts suitable for the dishwasher. With the HomeID App, users can unlock new features in the kitchen. “The air fryer is one of the most sought-after products on Black Friday, both for first-time buyers and those looking to upgrade to a larger capacity or higher-quality product. We work in an integrated manner across physical and online channels to provide customers with a comfortable and easy shopping experience,” says Caleb.



Air fryer Essential XL Conectada, modelo RI9280  
Essential XL Connected Air Fryer, Model RI9280  
**Preço sugerido em 04/10/2024: R\$ 999,90.**  
Suggested Price on 10/04/2024: BRL 999.90.



Air fryer com visor e painel digital, modelo, HD9257  
Air Fryer with Display and Digital Panel, HD9257  
**Preço sugerido em 04/10/2024: R\$ 999,00.**  
Suggested Price on 10/04/2024: BRL 999.00.

## PRAXIS ELETRODOMÉSTICOS

Investiu, neste ano, na categoria de climatização e ventilação. Para a Black Friday e o verão, apresenta o **ventilador de torre**, conta **Marcello Cominato, diretor da Praxis Eletrodomésticos**. "É um produto sofisticado, com design diferenciado, ultrassilencioso, que oscila 70 graus, tem três velocidades, timer de 7,5 horas e controle remoto. Além disso, tem funções como brisa, que simula a oscilação natural do vento.

Para o Natal e verão, devido à época de viagens, piscina e praia, além de ser estação de chuvas, destaca a **secadora de roupas portátil**. Seca até 10 camisas ou calças de uma só vez, é muito fácil de transportar e silenciosa. Tem display digital, que permite visualizar o tempo para cada secagem, de 30 a 300 minutos. A empresa aumentou a gama de produtos e parcerias com o varejo em 2024. "O Natal vem para fechar o ano com chave de ouro, consolidar a marca e solidificar nosso aumento de market share", diz Marcello. ■■

This year, the company invested in the air conditioning and ventilation category. For Black Friday and the summer, it is introducing the **tower fan**, says **Marcello Cominato, director at Praxis Eletrodomésticos**. "It is a sophisticated product, with a unique design, ultra-quiet, which oscillates 70 degrees, has three speeds, a 7.5-hour timer and remote control. In addition, it has functions such as a breeze, which simulates the natural oscillation of the wind.

For Christmas and summer, due to the travel, pool and beach season, in addition to being the rainy season, the company is highlighting **the portable clothes dryer**. It dries up to 10 shirts or pants at once, is very easy to transport and is quiet. It has a digital display, which allows you to view the time for each drying, from 30 to 300 minutes. The company has increased its range of products and partnerships with retailers in 2024. "Christmas is here to close the year with a flourish, consolidate the brand and solidify our increase in market share", says Marcello. ■■

Secadora de roupas portátil

Portable clothes dryer

**Preço sugerido em 03/10/2024:**  
**entre R\$ 399,00 e R\$ 429,00.**

**Suggested price on 10/03/2024:**  
**between BRL 399.00 and BRL 429.00.**



Ventilador de torre

Tower fan

**Preço sugerido em 03/10/2024:**  
**entre R\$ 399,00 e R\$ 459,00.**

**Suggested price on 10/03/2024:**  
**between BRL 399.00 and BRL 459.00.**



**Marcello Cominato,**  
diretor  
director

# LINHA



# BRANCA

HOME APPLIANCES

**A** linha branca comemora seu bom momento. No primeiro semestre, as vendas de geladeiras aumentaram em 22% em unidades, e as máquinas de lavar registraram crescimento de 17% ante os seis primeiros meses de 2023. Este final de ano promete muito, pois é o período em que os consumidores aproveitam as ofertas para renovar seus produtos de cozinha e lavanderia.

**T**he white goods sector is celebrating its strong performance. In the first half of the year, refrigerator sales increased by 22% in units, and washing machines saw a 17% growth compared to the first six months of 2023. The end of the year holds great promise, as this is when consumers take advantage of deals to upgrade their kitchen and laundry products.

## BRASTEMP

Para a Black Friday, aposta nos produtos recém-lançados da **Cozinha Eclipse Collection**, diz **Eduardo Akira**, **diretor sênior de vendas da Whirlpool**. "Traduzindo o mundo de Brastemp em design, a marca apresenta a linha completa de eletrodomésticos para cozinha na cor **black inox**. É a primeira do mercado a oferecer ao consumidor a solução nessa cor." A **geladeira BRE57FE**, disponível nas cores branca, inox e black inox, tem eficiência energética A+++; Smart Flow, tecnologia que distribui uniformemente o ar frio no refrigerador; Fresh Box, gaveta que preserva frutas e legumes frescos por até 15 dias; e Carbon Air Filter, sistema de filtragem que mantém o ar interno livre de odores.

Outra geladeira, o **modelo BRH85**, com capacidade de 515 litros e tecnologia Inverter A++, economiza até 20% de energia e mantém a temperatura estável, o que ajuda a preservar os alimentos. Tem dispenser de gelo e água nas temperaturas natural, fria e gelada, com filtragem classe A, na porta, além de um revestimento especial da Brastemp, com três anos de garantia, que protege o refrigerador da ferrugem e corrosão. Disponível na cor inox e na nova black inox. "Este ano tem sido muito promissor para o mercado de linha branca. Continuamos com esse otimismo para a Black Friday e o Natal, períodos em que os consumidores buscam por produtos com novas tecnologias e funcionalidades, para renovar os eletrodomésticos da cozinha e lavanderia. Brastemp e Consul preparam campanhas especiais", conta Akira.

For Black Friday, Brastemp is betting on its newly launched **Cozinha Eclipse Collection**, says **Eduardo Akira**, **Senior Sales Director at Whirlpool**. "Reflecting the Brastemp world in design, the brand introduces a complete line of kitchen appliances in **black inox**. It's the first in the market to offer consumers this color option." The **BRE57FE refrigerator**, available in white, inox, and black inox, features A+++ energy efficiency; Smart Flow technology, which ensures even distribution of cold air; Fresh Box, a drawer that keeps fruits and vegetables fresh for up to 15 days; and the Carbon Air Filter, a system that eliminates internal odors.

Another refrigerator, the **BRH85 model**, boasts a 515-liter capacity and A++ Inverter technology, saving up to 20% on energy while maintaining stable temperatures, which helps preserve food. It also features a water and ice dispenser (with natural, cold, and chilled water options) with class A filtration on the door, and Brastemp's special coating with a three-year warranty that protects the refrigerator from rust and corrosion. It is available in inox and the new black inox. "This year has been highly promising for the white goods market, and we remain optimistic about Black Friday and Christmas, periods when consumers look for products with new technologies and functionalities to upgrade their kitchen and laundry appliances. Brastemp and Consul are preparing special campaigns," says Akira.



**Eduardo Akira**,  
diretor sênior de vendas da Whirlpool  
senior sales director at Whirlpool



Geladeira modelo BRH85  
BRH85 Refrigerator

Geladeira BRE57FE  
BRE57FE Refrigerator



# CONSUL

Para o Natal, aposta em produtos que oferecem soluções bem pensadas para as rotinas dos lares dos consumidores brasileiros. Um destaque é a **lavadora CWN13AB (13 kg)**, que tem, também, uma versão de 15 kg. Dispõe do Modo Eco, que economiza até 15% de água e até 40% de energia elétrica, do Ciclo Tênis, que deixa os calçados limpos e sem danos, e da função Mais Secas, que prepara as roupas para ficarem menos tempo no varal, o que é uma facilidade nos dias mais frios.

Mais uma opção para as datas é a **cervejeira CZD12**. O modelo é inspirado nas grandes geladeiras de cerveja de bares. Comporta até 75 latinhas, e sua temperatura vai de 5°C a menos 4°C. No painel de controle, localizado na porta, estão o selecionador de luz interna, trava e destrava das teclas e controle de temperatura, oferecendo maior segurança. Para conferir as cervejas, possui iluminação LED, mais econômica, que deixa o ambiente mais moderno. "Buscamos soluções que facilitem as rotinas dos lares e que ofereçam performance e design", diz **Eduardo Akira, diretor sênior de vendas da Whirlpool**, dona da marca Consul. Campanhas especiais para os consumidores estão programadas.

For Christmas, Consul is focusing on products that provide well-thought-out solutions for Brazilian households. One standout is the **CWN13AB washer (13 kg)**, which also comes in a 15 kg version. It features Modo Eco (Eco Mode), which saves up to 15% water and 40% energy; the Ciclo de Tênis (Shoes Cycle), which cleans shoes without damage; and the Mais Secas ("More Dry function"), which prepares clothes to spend less time on the line especially useful on colder days.

Another option for the holiday season is the **CZD12 beer cooler**. Inspired by large bar beer refrigerators, it can hold up to 75 cans, with a temperature range from 5°C to -4°C. The control panel, located on the door, includes an internal light selector, key lock/unlock, and temperature control for added safety. It also features LED lighting, which is more energy-efficient and gives a modern touch to the environment. "We are looking for solutions that simplify household routines while offering performance and design," says **Eduardo Akira, Senior Sales Director at Whirlpool**, the parent company of Consul. Special campaigns for consumers are planned.



Lavadora CWN13AB (13 kg)  
CWN13AB Wash Machine (13 kg)



Cervejeira CZD12  
CZD12 Fridge

## ELECTROLUX

Aposta forte, na Black Friday, em sua **linha de refrigeradores multidoor**, com características inovadoras e tecnologia Inverter, que evita o desligamento completo do motor, oferecendo maior eficiência energética. "Outro diferencial é a tecnologia AutoSense, que utiliza Inteligência Artificial para ajustar automaticamente a temperatura interna. Isso aumenta em até 30% o tempo de conservação dos alimentos", diz **Ricardo Araújo, gerente-geral da Electrolux Brasil**. Os produtos foram reconhecidos com o prêmio IF Design 2024.

Para o Natal, por conta das altas temperaturas, a empresa apresenta a sua **linha de ar-condicionado com motor Inverter**. Os modelos permitem a customização de uso, ajustando-se às necessidades dos consumidores. "A empresa prevê um aumento significativo das vendas nas duas datas, principalmente devido à demanda por produtos que combinam inovação, praticidade e eficiência energética", conta o gerente-geral da Electrolux.

For Black Friday, Electrolux is strongly focusing on its **multidoor refrigerator line**, which features innovative characteristics and Inverter technology that prevents the complete shutdown of the motor, ensuring greater energy efficiency. "Another distinguishing feature is the AutoSense technology, which uses artificial intelligence to automatically adjust the internal temperature. This can increase food preservation time by up to 30%," says **Ricardo Araújo, general manager at Electrolux Brazil**. The products have been recognized with the IF Design Award 2024.

For Christmas, given the high temperatures, the company is showcasing its **line of Inverter air conditioners**. The models allow for customized use, adjusting to consumer needs. "The company anticipates a significant increase in sales during both occasions, primarily due to the demand for products that combine innovation, practicality, and energy efficiency," states the general manager at Electrolux.



Ar-condicionado Electrolux Split 12.000 BTU Color Adapt Quente/Frio com Wi-Fi (Y112R/YE12R)  
Electrolux Split Air Conditioner 12,000 BTU Color Adapt Hot/Cold with Wi-Fi (Y112R/YE12R)

**Preço sugerido em 02/10/2024: R\$ 2.949,00.**

*Suggested price on 10/02/2024: BRL 2,949.00.*



Geladeira Electrolux Frost Free Inverter 590L AutoSense 3 Portas Cor Inox Look (IM8S)

Electrolux Frost Free Inverter Refrigerator 590L AutoSense 3 Doors Inox Look (IM8S)

**Preço sugerido em 02/10/2024: R\$ 7.899,00.**

*Suggested price on 10/02/2024: BRL 7,899.00.*



**Ricardo Araújo,**  
gerente-geral  
general manager

# ESMALTEC

Para a Black Friday, destaca os **fogões Pérola e Ágata Glass**. O modelo **Pérola** combina design moderno com alta funcionalidade. Possui mesa de aço inox, amplo visor na porta do forno e acendimento automático total. Tem sistema Top Control para segurança e botões removíveis que facilitam a limpeza. O forno de 56 litros tem a função Limpa Fácil. Disponível nas cores preta e branca. "O **Ágata Glass**, nas cores preta, branca e inox, possui mesa de vidro temperado, pés altos e robustos e queimador Big Burner Super Chama. Seu forno tem a função Limpa Fácil, prateleira ajustável e puxador de aço pintado", conta **Marcelo Pinto, diretor-superintendente da Esmaltec**.

A empresa aposta, também, nas suas linhas de bebedouros e purificadores. O **bebedouro Gelágua EGC-QF HE Inox** tem um compartimento de garrafão embutido, que facilita a reposição de água. Tem as opções água quente, natural e gelada, com refrigeração por compressor. No Natal, oferece seus principais lançamentos no ano. "Enxergamos essas datas como estratégicas para consolidar nossa presença no mercado e conquistar novos clientes. Estamos confiantes em que tanto a Black Friday quanto o Natal vão atrair consumidores que buscam produtos de alta qualidade com excelente custo-benefício", afirma Marcelo.

For Black Friday, Esmaltec highlights the **Pérola and Ágata Glass stoves**. The Pérola model combines modern design with high functionality, featuring a stainless-steel top, a large oven door window, and total automatic ignition. It includes a Top Control system for safety and removable knobs for easy cleaning. The 56-liter oven has a "Clean Easy" function and is available in black and white. **The Ágata Glass model**, available in black, white, and stainless steel, boasts a tempered glass top, high and sturdy legs, and a Big Burner Super Flame burner. Its oven features the "Clean Easy" function, an adjustable shelf, and a painted steel handle. "We also invest in our lines of water dispensers and purifiers. The **Gelágua EGCQF HE Inox water dispenser** includes a built-in bottle compartment for easy water replacement, offering hot, cold, and natural water options with compressor refrigeration," says **Marcelo Pinto, managing director at Esmaltec**.

For Christmas, the company plans to showcase its main launches of the year. "We see these dates as strategic for consolidating our market presence and attracting new customers. We are confident that both Black Friday and Christmas will draw consumers seeking high-quality products with excellent cost-benefit," affirms Marcelo.

Fogão Ágata Glass  
Ágata Glass Stove



**Marcelo Pinto,**  
diretor-superintendente  
managing director



Bebedouro Gelágua EGCQF HE Inox  
Gelágua EGCQF HE Inox Water Dispenser



## FISCHER

Um dos maiores destaques neste fim de ano é o **fogão de embutir com forno elétrico e air fryer Fischer**.

“Essa solução é 3 em 1, oferece a função descongelar e permite até oito combinações de uso, garantindo versatilidade e praticidade”, afirma **Karin Fischer, diretora comercial e de marketing da empresa**. O fogão tem cinco bocas com tripla chama Gran Cheff, é o mais potente da categoria, com 3.700 W, e trempes de ferro fundido, que dão estabilidade às panelas. Com capacidade de 100 litros, o forno elétrico possui a função air fryer e gratinador para dourar os alimentos com rapidez.

Outro destaque é a **churrasqueira cooktop Fischer Elétrica com Pedras Vulcânicas**.

“Este modelo, que já conquistou arquitetos e decoradores, é perfeito para as festas de fim de ano. Ideal para a área gourmet ou para compor um conjunto de dominó na cozinha. Suas pedras vulcânicas proporcionam uma distribuição uniforme do calor e garantem aquele sabor defumado especial aos alimentos”, diz Karen. O produto assa todos os tipos e carnes e possui cuba em EasyClean, de limpeza prática.

One of the biggest highlights of the end of this year is the **built-in stove with electric oven and air fryer from Fischer**.

“This solution is 3 in 1, offers the defrost function and allows up to eight combinations of use, guaranteeing versatility and practicality”, says **Karin Fischer, the company’s commercial and marketing director**. The stove has five burners with triple Gran Cheff flame, is the most powerful in the category, with 3,700 W, and cast iron grates, which give stability to the pots. With a capacity of 100 liters, the electric oven has the air fryer function and a broiler to brown foods quickly.

Another highlight is the **Fischer Electric Cooktop Grill with Volcanic Stones**.

“This model, which has already won over architects and decorators, is perfect for end-of-year parties. Ideal for the gourmet area or to compose a domino set in the kitchen. Its volcanic stones provide a uniform heat distribution and guarantee that special smoky flavor to the food”, says Karen. The product cooks all types of meat and has an EasyClean recipient, for practical cleaning.



Churrasqueira cooktop Fischer Elétrica com Pedra Vulcânica  
Fischer Electric Cooktop Grill with Volcanic Stone

**Preço sugerido em 04/10/2024: R\$ 1.669,00.**

*Suggested price on 10/04/2024: BRL 1,669.00.*



**Karen Fischer,**  
diretora comercial e de marketing  
commercial and marketing director

Fogão de embutir com forno elétrico air fryer Fischer  
Built-in stove with electric oven and air fryer Fischer

**Preço sugerido em 04/10/2024: R\$ 4.599,00.**

*Suggested price on 10/04/2024: BRL 4,599.00.*



## LG DO BRASIL

Apresenta a **geladeira LG Side by Side InstaView de 647 litros**, a maior da categoria. "Com design premium em Black Inox e prateleiras de vidro temperado, ela se destaca como uma solução moderna e sofisticada para qualquer cozinha", diz **Rodrygo Silveira, gerente de linha branca da LG do Brasil**. Sua tecnologia InstaView permite visualizar o interior da geladeira com dois toques no painel de vidro, o que economiza energia e evita a abertura frequente da porta. Equipada com compressor Inverter, tem operação silenciosa, classificação energética A+++, filtro Hygiene Fresh+, DoorCooling+ e conectividade via LG ThinQ, que proporcionam praticidade, frescor e controle inteligente à distância.

Outro destaque é a **LG WashTower 14 kg**. Com design inovador em torre, compacta e com painel de controle central, tem 14 kg de capacidade para lavagem e 10 kg para secagem. Possui a tecnologia AIDD, que ajusta automaticamente o padrão de lavagem conforme o peso e a textura das roupas. A lavadora e a secadora têm pareamento inteligente, isto é, o ciclo de secagem é definido automaticamente com base nas roupas que foram lavadas. Permite o controle à distância com o LG ThinQ. A função Turbo Wash agiliza a lavagem. "A expectativa da LG em linha branca, neste semestre, é de crescimento de 50% em relação aos primeiros seis meses do ano", conta Rodrygo.

LG presents the **Side by Side InstaView refrigerator with a capacity of 647 liters**, the largest in its category. "With a premium design in Black Stainless Steel and tempered glass shelves, it stands out as a modern and sophisticated solution for any kitchen," says **Rodrygo Silveira, manager of white line at LG Brazil**. Its InstaView technology allows users to view the interior of the refrigerator with two taps on the glass panel, which saves energy and reduces the frequency of door openings. Equipped with an Inverter compressor, it operates quietly and has an energy rating of A+++, along with features such as Hygiene Fresh+ filter, DoorCooling+, and connectivity via LG ThinQ, providing practicality, freshness, and smart remote control.

Another highlight is the **LG WashTower with a capacity of 14 kg** for washing and 10 kg for drying. With an innovative tower design and a central control panel, it features AIDD technology, which automatically adjusts the wash pattern based on the weight and texture of the fabrics. The washer and dryer have intelligent pairing, meaning the drying cycle is automatically set based on the clothes washed. It also allows for remote control via LG ThinQ and includes a Turbo Wash function to speed up the washing process. "LG expects a 50% growth in the white goods sector this semester compared to the first six months of the year," Rodrygo reports.

Geladeira LG Side by Side InstaView de 647L  
*LG Side by Side InstaView Refrigerator (647L)*



**Rodrygo Silveira,**  
gerente de linha branca  
*manager of white line*



LG WashTower 14 kg

## MUELLER

Para a Black Friday, apresenta as **novas lavadoras automáticas de 11 kg, 13 kg, 15 kg e 17 kg**, com recursos mais assertivos e alinhados com os desejos dos consumidores, diz **Alexandre Pires da Luz, CEO do Grupo Mueller**. O **modelo MLA17** de 17 kg permite lavar peças maiores, como edredons e cortinas. Possui 11 programas de lavagem, incluindo ciclo de lavagem rápida. As roupas ficam limpas em até 27 minutos. Com a função ultracentrifugação, as roupas saem da lavagem praticamente secas.

No Natal, seu destaque é o novo **cooktop a gás MC-G5BM**, com vidro temperado, cinco bocas, alta potência e estilo contemporâneo. Tem mesa maior, seguindo o padrão internacional, grades duplas de ferro fundido, queimador tripla chama deslocado, para maior estabilidade das panelas, e acendimento automático. "As expectativas para as datas são muito positivas. Nossos lançamentos e inovações são grandes atrativos para os consumidores. Em 2024, celebramos os 75 anos de história da marca e lançamos mais de 20 produtos, que ampliam significativamente nosso portfólio de eletrodomésticos para cozinha e lavanderia", conta Alexandre.

For Black Friday, we are introducing new **11 kg, 13 kg, 15 kg, and 17 kg automatic washing machines** with more assertive features that align with consumer desires, says **Alexandre Pires da Luz, CEO of Grupo Mueller**. The 17 kg MLA17 model allows you to wash larger items, such as duvets and curtains. It has 11 washing programs, including a quick wash cycle. Clothes are clean in speedy 27-minute cycle. With the ultra-centrifugation function, clothes come out of the wash practically dry.

For Christmas, the highlight is the new **MCG5BM gas cooktop**, with tempered glass, five burners, high power, and a contemporary style. It has a larger cooktop, following the international standard, double cast iron grates, a displaced triple flame burner, for greater pan stability, and automatic ignition. "Expectations for the holidays are very positive. Our launches and innovations are a big draw for consumers. In 2024, we celebrate the 75th anniversary of the brand and launched more than 20 products, which significantly expand our portfolio of kitchen and laundry appliances", says Alexandre.



Cooktop a gás MCG5BM  
MCG5BM gas cooktop



Lavadora automática modelo ML 17 kg  
Automatic washing machine model ML 17 kg



Alexandre Pires da Luz,  
CEO

# PANASONIC

A **geladeira BB65 Black Glass**, recente lançamento premium, é o destaque para a Black Friday. Tem como diferenciais o exclusivo Fresh Freezer, que permite ajustar até quatro diferentes opções de temperatura de forma independente do restante da geladeira, e o baixo consumo de energia. "Seu design sofisticado, com acabamento em vidro preto, oferece uma proposta moderna, alinhada às tendências de decoração, tornando-se um atrativo para quem busca mais que funcionalidade em um refrigerador", diz **Luisa Gimenez, gerente de produto para a categoria de kitchen lifestyle da Panasonic do Brasil.**

Outra opção é a **lavadora 18 kg Titânio**, que atende à crescente demanda por produtos de alta capacidade e visual diferenciado. Tem baixo consumo de água, economiza 28 litros por lavagem. "A cor titânio tem despertado o interesse do consumidor, que valoriza um design mais sofisticado para ambientes como a lavanderia. A combinação de desempenho e estética faz desse modelo um sucesso para quem busca aliar tecnologia e estilo em casa", conta **Luciana Nobre, gerente de produto para as categorias fresh home e happy me da Panasonic do Brasil.** A empresa projeta crescimento de vendas de dois dígitos em relação à Black Friday do ano passado. ■■

The **BB65 Black Glass refrigerator**, a recent premium launch, is the highlight for Black Friday. Its unique features include the exclusive Fresh Freezer, which allows users to adjust up to four different temperature options independently of the rest of the refrigerator, and its low energy consumption. "Its sophisticated design, with a black glass finish, offers a modern proposal that aligns with decorating trends, making it appealing for those looking for more than just functionality in a refrigerator," says **Luisa Gimenez, product manager for the kitchen lifestyle category at Panasonic Brazil.**

Another option is the **18KG Titanium washer machine**, which meets the growing demand for high-capacity products with distinctive visuals. It has low water consumption, saving 28 liters per wash. "The titanium color has sparked consumer interest, who values a more sophisticated design for spaces like the laundry room. The combination of performance and aesthetics makes this model a success for those looking to combine technology and style at home," says **Luciana Nobre, product manager for the fresh home and happy me categories at Panasonic Brazil.** The company expects double-digit sales growth compared to last Black Friday. ■■

Geladeira BB65 Black Glass  
BB65 Black Glass Refrigerator

**Preço sugerido em 03/10/2024: R\$ 6.499,00.**

**Suggested Price on 10/03/2024: BRL 6,499.00.**



**Luciana Nobre,**  
gerente de produto para as  
categorias fresh home e happy me  
product manager for the fresh home  
and happy me categories



Lavadora 18 kg Titânio  
18KG Titanium Washer

**Preço sugerido em 03/10/2024: R\$ 3.449,00.**

**Suggested Price on 10/03/2024: BRL 3,449.00.**



**Luisa Gimenez,**  
gerente de produto para a  
categoria de kitchen lifestyle  
product manager for the  
kitchen lifestyle category

# BICI CICLETAS



## BICYCLES

**P**roduto tradicional de lazer para os públicos infantil e adulto, as bicicletas têm tudo para superar as vendas do ano passado. Com mais valor agregado, elas ganham mais espaço nas grandes cidades com as ciclovias até porque são uma alternativa de transporte saudável e barata. A chegada das bicicletas elétricas foi um impulso para a mobilidade urbana. Juntas, elas ajudam o mundo a respirar melhor.

**B**icycles are a traditional leisure product for both children and adults, and they are set to surpass last year's sales. With higher added value, bicycles are gaining more space in large cities with bike lanes, as they are a healthy and affordable transportation alternative. The arrival of electric bikes has further boosted urban mobility, helping the world breathe easier.

# HOUSTON

Tanto para a Black Friday quanto para o Natal, a Houston projeta crescimento importante na comparação com 2023. Na Black Friday, por exemplo, a empresa prevê crescimento de cerca de 18% nas vendas. “Já para o Natal, o otimismo é ainda maior, com a expectativa de acréscimo de 23% na comparação com o ano anterior, apoiado nas campanhas promocionais atrativas e no aumento da procura por bicicletas como presente”, conta **Adilson Custódio, diretor comercial da Houston.**

Uma das apostas da empresa é a **bicicleta Kamp A-29**, com quadro leve em alumínio, rodas aro 29 e componentes de alta durabilidade. Outro destaque é o modelo **Skyler A-29**, mais acessível, focado em ciclistas urbanos e em passeios de intensidade moderada nos fins de semana. A empresa planeja descontos, condições especiais e parcelamento facilitado para o varejo, informa Custódio. “Visamos não apenas aumentar as vendas, mas também consolidar a presença da marca no mercado durante essas datas.”

*For both Black Friday and Christmas, Houston is projecting significant growth compared to 2023. For Black Friday, the company expects around an 18% increase in sales. “For Christmas, optimism is even higher, with an expected 23% growth over the previous year, driven by attractive promotional campaigns and increased demand for bicycles as gifts,” says **Adilson Custódio, Houston’s commercial director.***

*One of the company’s highlights is the **Kamp A-29 bicycle**, featuring a lightweight aluminum frame, 29-inch wheels, and durable components. Another popular model is the **Skyler A-29**, more affordable and aimed at urban cyclists and weekend leisure riders. The company plans to offer special discounts, conditions, and easy payment plans for retailers, Custódio reports. “Our goal is not only to increase sales but also to strengthen the brand’s presence in the market during these dates.”*



Kamp A-29

**Preço sugerido em 03/10/2024: R\$ 1.599,00.**

*Suggested price on 10/03/2024: BRL 1,599.00.*



**Adilson Custódio,**  
diretor comercial  
*Commercial Director*



Skyler A-29

**Preço sugerido em 03/10/2024: R\$ 1.399,00.**

*Suggested price on 10/03/2024: BRL 1,399.00.*

## INOW BRASIL

“Superar todos os meses anteriores em vendas e alcançar o patamar de marca mais lembrada em todo o Brasil em mobilidade elétrica de alta tecnologia e qualidade é a expectativa da Inow para o fim deste ano”, afirma **Danilo Fonseca, CEO da empresa**. O carro-chefe da Inow, atualmente, é a **bicicleta elétrica V20 Brake**, com 750 W de potência, autonomia de 60 km, bateria removível e freios hidráulicos duplos. A bicicleta, como contou Danilo, foi destaque na 17ª Eletrolar Show, conquistando clientes e fornecedores em todo o País.

Além dela, a empresa destaca o **modelo V9+**, com potência de 750 W, 50 km de autonomia, freio hidráulico traseiro e suspensão dupla. O CEO da empresa ressaltou que os dois modelos têm estoque no Brasil, possibilidade de envio para todos os estados e equipe de suporte e manutenção especializada. “Além das vendas no varejo, temos descontos relevantes para lojistas que desejam comprar no atacado e revender as bikes Inow em seus comércios”, complementa Danilo.

“Inow’s goal for the end of this year is to surpass all previous months in sales and become the most recognized brand in Brazil for high-tech and quality electric mobility,” says **Danilo Fonseca, CEO at Inow**. Their flagship product is the **V20 Brake electric bicycle**, boasting 750W power, 60km range, a removable battery, and dual hydraulic brakes. The bike was a standout at the 17th Eletrolar Show, garnering attention from customers and suppliers across Brazil.

In addition, the company is promoting the **V9+ model**, featuring a 750W motor, 50km range, rear hydraulic brakes, and dual suspension. The CEO emphasizes that both models have stock in Brazil, with nationwide shipping and specialized support and maintenance teams. “In addition to retail sales, we offer significant discounts for resellers interested in bulk purchasing to sell Inow bikes in their stores,” adds Danilo.



V9+

**Preço sugerido em 03/10/2024: R\$ 8.700,00.**

*Suggested price on 10/03/2024: BRL 8,700.00.*



**Danilo Fonseca,**  
CEO



V20 Brake

**Preço sugerido em 03/10/2024: R\$ 9.500,00.**

*Suggested price on 10/03/2024: BRL 9,500.00.*

# LEV

Especializada em bicicletas elétricas, a Lev aposta numa abordagem diferente para o fim de ano. Em vez da Black Friday, a empresa propõe uma Green Friday. "A ideia é promover um consumo consciente", afirma **Bruno Affonso, um dos sócios fundadores da LEV**. A empresa espera bons resultados no final do ano. "Acreditamos que a opção pela mobilidade mais eficiente por si só seja um motivo para o crescimento nas vendas."

Os destaques da Lev são os **modelos Cruiser Plus e Cruiser Mini**, que possibilitam personalização, permitindo que cada pessoa adapte a bicicleta à sua rotina, reforça **Rodrigo Affonso, outro sócio da empresa**. A primeira delas traz aros maiores, mais performance e conforto. A segunda tem distância menor entre o guidão e o banco, e é voltada para pessoas de altura menor. A empresa não pretende fazer promoções, mas ressalta que para alguém que use as bicicletas para substituir um carro, a economia pode chegar a R\$ 14 mil por ano.

*Specialized in electric bicycles, Lev is taking a different approach for the year-end. Instead of Black Friday, the company proposes a Green Friday to promote conscious consumption, says **Bruno Affonso, one of Lev's co-founders**. The company is optimistic about year-end results. "We believe that choosing more efficient mobility will naturally lead to growth in sales."*

*Lev's highlights include the **Cruiser Plus and Cruiser Mini models**, which offer customization options, allowing users to adapt the bike to their routines, explains **Rodrigo Affonso, another co-founder**. The Cruiser Plus provides larger wheels, better performance, and comfort, while the Cruiser Mini is designed for shorter individuals with a smaller distance between the handlebar and seat. The company does not plan to offer promotions but notes that users can save up to BRL 14,000 annually by replacing a car with an electric bike.*



Cruiser Plus

**Preço sugerido em 03/10/2024: R\$ 11.580,00.**

*Suggested price on 10/03/2024: BRL 11,580.00.*



**Bruno e / and Rodrigo Affonso,**  
sócios fundadores  
*Co-founders*



Cruiser Mini

**Preço sugerido em 03/10/2024: R\$ 9.980,00.**

*Suggested price on 10/03/2024: BRL 9,980.00.*

## TK3

Com foco principalmente no Natal, mas prevendo também uma Black Friday melhor que a do ano anterior, a TK3 chega às datas visando a um mercado mais jovem. "A empresa cada vez mais vem se especializando e se voltando para o mercado infantojuvenil, trazendo consigo um leque de opções em cores, adesivos e modelos. O Natal é uma data na qual acreditamos que nosso produto se encaixe perfeitamente", afirma **Thomas Taguchi, coordenador de marketing da TK3.**

A empresa destaca o **modelo Impact**, desenvolvido junto ao time SP Hawks e à campeã panamericana de BMX, Carol Bittencourt, com design voltado para manobras de alta performance, reforço no garfo dianteiro, pedal plataforma e trolhão traseiro para manobras. Outro destaque é a **Flip Fire 240**. "É uma bicicleta pensada para a vivência urbana, com uma pegada underground, com banco moby, rabetão fortificado, seis marchas e suspensão dianteira", conta Thomas. ■■

*Focusing mainly on Christmas, but also anticipating a better Black Friday than the previous year, TK3 is targeting a younger market. "The company is increasingly specializing in the youth market, offering a range of color options, stickers, and models. We believe that Christmas is the perfect time for our products," says Thomas Taguchi, TK3's marketing coordinator.*

*The company highlights the Impact model, developed in collaboration with the SP Hawks team and BMX Pan American champion Carol Bittencourt, designed for high-performance stunts with reinforced front forks, platform pedals, and a rear stunt peg. Another highlight is the Flip Fire 240, designed for urban riding with an underground vibe, featuring a Moby seat, reinforced tail, six gears, and front suspension. ■■*

Modelo Impact  
Impact model

**Preço sugerido em 03/10/2024: R\$ 999,00.**

*Suggested price on 10/03/2024: BRL 999.00.*



**Thomas Taguchi,**  
coordenador de marketing  
Marketing Coordinator



Flip Fire 240

**Preço sugerido em 03/10/2024: R\$ 1.300,00.**

*Suggested price on 10/03/2024: BRL 1,300.00.*

# ACESSÓRIOS

# GAMERS

GAMING ACCESSORIES

O segmento de acessórios é uma parte importante do mercado gamer global, cuja expectativa é de crescimento acima de 12% ao ano até 2027. Os lançamentos, com mais tecnologia, oferecendo maior conforto aos jogadores, contribuem para a elevação das vendas.

The accessories segment is a significant part of the global gaming market, expected to grow by over 12% annually until 2027. New product launches, featuring advanced technology and offering greater comfort to players, are contributing to the increase in sales.

## DRA Xen

A empresa antevê bons resultados neste último trimestre, conta **Edson Ogata, gerente de marketing da Draxen**. "Enquanto a Black Friday impulsiona compras rápidas devido às ofertas agressivas, principalmente produtos tech, o Natal traz uma demanda mais voltada para presentes, o que pode manter o volume de vendas elevado até o final do ano." A empresa fará lançamentos de headsets, mousepads, gabinetes e coolers para PCs gamers nos próximos meses.

O destaque, porém, fica para a **cadeira gamer DN1 RGB**, na cor preta e com rodas de silicone. Além de inclinação máxima de 180 graus, a cadeira traz iluminação RGB personalizável, ajustada por meio de controle remoto e alimentada por uma porta USB. Além das cadeiras gamers, a expectativa é que haja um aumento na procura por acessórios e componentes. "Vamos ter condições e valores especiais para Natal e Black Friday, porém não podemos revelar ainda."

The company anticipates strong results this quarter, says **Edson Ogata, Draxen's marketing manager**. "While Black Friday drives quick purchases due to aggressive offers, especially for tech products, Christmas brings a focus on gifts, which can keep sales volumes high through the end of the year." The company will launch headsets, mousepads, cases, and coolers for gaming PCs in the coming months.

The highlight, however, is the **DN1 RGB gaming chair** in black with silicone wheels. In addition to a maximum recline of 180 degrees, the chair features customizable RGB lighting, adjustable via remote control, powered by a USB port. Besides gaming chairs, the company expects increased demand for accessories and components. "We'll have special conditions and prices for Christmas and Black Friday, but we can't reveal them just yet."



Cadeira gamer DN1 RGB preta com rodas de silicone  
*DN1 RGB gaming chair in black with silicone wheels*  
**Preço sugerido em 03/10/2024: R\$ 899,00.**  
*Suggested price on 10/03/2024: BRL 899.00.*



**Edson Ogata,**  
gerente de marketing  
*marketing manager*

# DT3

Especializada em cadeiras gamers e ergonômicas, a empresa chega ao final de 2024 com expectativas realistas, nas palavras de **Fernando Bastos, CEO da DT3**. “Embora o foco seja sempre o de aumentar as vendas, é preciso ter cuidado com a margem reduzida. Além disso, o cliente DT3 busca qualidade e ergonomia, nem sempre alinhado com preço baixo e aumento de volume”, avalia. O aumento dos preços dos fretes internacionais também pode diminuir o ritmo do crescimento das vendas, acrescenta Fernando.

Como destaque, a empresa coloca a **cadeira N10**, que se diferencia dos concorrentes por permitir ajustes mais precisos em sua regulagem, além de contar com revestimento em Techsoft™ e EverPro™. A **Nova Elise** é outro modelo em que a empresa aposta, com três moldes exclusivos DT3 (assento, almofada lombar e almofada de cabeça). Ambas têm 2 anos de garantia e vida útil de mais de 10 anos. A empresa promete descontos de mais de 20% em alguns produtos neste final do ano.

*Specialized in gaming and ergonomic chairs, the company closes 2024 with realistic expectations, says **DT3's CEO, Fernando Bastos**. “Although the goal is always to increase sales, we must be cautious about reduced margins. Additionally, DT3 customers prioritize quality and ergonomics, not always aligned with low prices and increased volume,” he explains. “The rising cost of international shipping may also slow the pace of sales growth,” adds Fernando.*

*The company highlights the **N10 chair**, which stands out from competitors due to more precise adjustments and Techsoft™ and EverPro™ coverings. Another key model is the **Nova Elise**, featuring three exclusive DT3 molds (seat, lumbar cushion, and headrest). Both chairs come with a two-year warranty and promise a lifespan of over 10 years. DT3 also promises discounts of over 20% on select products at the end of the year.*

Cadeira N10  
N10 chair



Cadeira Nova Elise  
Nova Elise chair



**Fernando Bastos,**  
CEO

## KNUP

Tem acessórios gamers de alto desempenho como um dos focos de seu portfólio e acredita que os próximos meses serão bastante proveitosos, diz **Yifeng Jiang, CEO da KNUP**. “Para a Black Friday, a empresa espera superar os bons resultados do ano passado, impulsionados pelo fortalecimento do mercado gamer. Para o Natal, por sermos uma importadora, antecipamos nossa estratégia para garantir que nossos clientes possam abastecer seus estoques previamente.”

Um dos produtos para o qual a empresa espera boa performance na Black Friday é o **teclado gamer Revenger TE-BKL008**, com três modos de conexão (USB, Bluetooth e 2,4 GHz) e switches Jixian Blue. No Natal, a aposta é o **headset gamer Onitek ON-FN636**, que tem iluminação RGB, microfone flexível e drivers de 50 mm. “O headset é o presente ideal para gamers que buscam performance sem abrir mão do custo-benefício.”

*High-performance gaming accessories are a key focus in Knup's portfolio, and the company expects the coming months to be highly successful, says **Yifeng Jiang, CEO at Knup**. “For Black Friday, the company aims to surpass last year's strong results, driven by the growing gaming market. For Christmas, as an importer, we have proactively planned to ensure our clients can stock up in advance.”*

*One product expected to perform well on Black Friday is the Revenger **TE-BKL008 gaming keyboard**, which features three connectivity modes (USB, Bluetooth, and 2.4 GHz) and Jixian Blue switches. For Christmas, the spotlight is on the **Onitek ON-FN636 gaming headset**, equipped with RGB lighting, a flexible microphone, and 50 mm drivers. “The headset is the perfect gift for gamers looking for performance without compromising on value,” Yifeng adds.”*



Teclado gamer Revenger TE-BKL008  
Revenger TE-BKL008 gaming keyboard



Headset gamer Onitek ON-FN636  
Onitek ON-FN636 gaming headset



**Yifeng Jiang,**  
CEO

# MACHENIKE E THUNDEROBOT

As duas empresas são do Grupo Haier, um dos maiores de eletros do mundo. Vieram para turbinar o segmento gamer dentro da organização. Segundo **Emerson Lima, country manager das empresas para o Brasil**, esse período de Black Friday e Natal representa uma oportunidade importante. “No ano passado, nossa operação era 100% via AliExpress e ainda não estávamos localmente no País. Neste ano, aumentamos consideravelmente o número de parceiros no Brasil e em países da América do Sul”, conta.

A Machenike aposta no **teclado mecânico K500-B61**, com 61 teclas ABNT2 em PBT, iluminação RGB e base sólida de liga leve de alumínio. “Apesar de compacto, é gigante no desempenho”, descreve Emerson. A ThundeRobot traz o **controle G30**, com ampla compatibilidade: PC, Mac, iOS, Android e Nintendo Switch. O dispositivo conta com gatilhos lineares, iluminação e teclas macros. “Faremos diversas promoções e estamos animados quanto a isso”, comenta Emerson.

Both companies are part of the Haier Group, one of the largest appliance manufacturers globally. They aim to boost the gaming segment within the organization. According to **Emerson Lima, country manager for the companies in Brazil**, the Black Friday and Christmas period represents a crucial opportunity. “Last year, our operations were 100% through AliExpress, and we weren’t yet locally established. This year, we’ve significantly increased our number of partners in Brazil and other South American countries,” he explains.

Machenike is betting on the **K500-B61 mechanical keyboard**, with 61 ABNT2 keys in PBT, RGB lighting, and a solid aluminum alloy base. “Despite being compact, its performance is outstanding,” Emerson describes. ThundeRobot introduces the G30 controller, compatible with PC, Mac, iOS, Android, and Nintendo Switch, featuring linear triggers, lighting, and macro keys. “We’ll run multiple promotions, and we’re excited about it,” Lima shares.



Teclado mecânico Machenike K500-B61 RGB  
Machenike K500-B61 RGB mechanical keyboard

**Preço sugerido em 03/10/2024: R\$ 179,90.**

*Suggested price on 10/03/2024: BRL 179.90.*



**Emerson Lima,**  
country manager Brasil  
country manager for Brazil



GamePad Multiplataformas ThundeRobot G30  
ThundeRobot G30 multi-platform gamepad

**Preço sugerido em 03/10/2024: R\$ 169,00.**

*Suggested price on 10/03/2024: BRL 169.00.*

## TECTOY

Para a empresa, a Black Friday e o Natal são momentos que não impactam apenas as vendas, mas também as suas parcerias com os varejistas. "Essas datas são importantes para nossos parceiros. Estamos trabalhando juntos nas melhores ofertas", comenta **Bruno Escudeiro, gerente nacional da TecToy**. "A expectativa da empresa é conquistar, nas duas datas, vendas 17% acima dos resultados já agressivos que a marca obteve no mesmo período em 2023."

Como destaque, a empresa oferece os **consoles retrô Master System e Atari**. "São produtos que trazem uma vibe bem retrô da marca e agradam a todas as faixas etárias." Além deles, a empresa trará para o final do ano um lançamento com potencial disruptivo no segmento de portáteis. "Podemos esperar descontos atrativos para o consumidor final", promete Bruno.

*For TecToy, Black Friday and Christmas are not just about driving sales but also strengthening partnerships with retailers. "These dates are crucial for our partners. We're working together to provide the best deals," says **Bruno Escudeiro, national manager at TecToy**. "The company expects to achieve sales 17% above the already aggressive results from the same period in 2023."*

*The company's standout products are the **retro Master System and Atari consoles**. "These items bring a strong nostalgic vibe to the brand and appeal to all age groups." Additionally, TecToy will release a disruptive portable product at the end of the year. "Attractive discounts for consumers can be expected," Bruno promises.*



Console retrô Atari  
Atari retro console



**Bruno Escudeiro,**  
gerente nacional  
national manager



Console retrô Master System  
Master System retro console

# WAVEONE

Marca brasileira que faz parte de um grupo especializado no segmento há mais de 30 anos, a WaveOne chega à Black Friday com uma linha completa de headpho-nes e headsets gamers. Para o final do ano, a empresa promete iniciativas que trarão benefícios aos clientes e parceiros. "Contaremos com ações nas datas especiais com todos os nossos parceiros, tanto de sell in (condições especiais) quando de sell out, apoiando as ações de vendas", diz **Fernando Alves Jr., diretor-geral da WaveOne.**

Como destaques, a empresa traz os **fonos WF510BT**, com tecnologia TWS e funções como cancelamento de ruído, reforço de graves e modo jogo, e o **WF600BT**, focado em conforto e autonomia, com até 60 horas de duração da bateria, bolsa exclusiva para transporte e conectividade para dois aparelhos ao mesmo tempo (um smartphone e um Nintendo Switch, por exemplo). "A empresa está em ampla expansão no mercado nacional, fortalecendo parcerias estratégicas", conta Fernando. ■■

*WaveOne, a Brazilian brand part of a group with over 30 years of experience in the sector, enters Black Friday with a full line of gaming headphones and headsets. For the end of the year, the company promises initiatives that will benefit customers and partners. "We will have special promotions with all of our partners, both sell-in (special conditions) and sell-out, supporting sales initiatives," says **Fernando Alves Jr., general director of WaveOne.***

*Highlighted products include the **WF510BT headphones**, featuring TWS technology, noise cancellation, bass boost, and game mode, and the **WF600BT headphones**, designed for comfort and long battery life, offering up to 60 hours of use, an exclusive carrying case, and dual-device connectivity (such as a smartphone and Nintendo Switch). "The company is expanding significantly in the national market, strengthening strategic partnerships," Fernando explains. ■■*

WaveOne WF510BT

**Preço sugerido em 03/10/2024: R\$ 279,00.**

*Suggested price on 10/03/2024: BRL 279.00.*



**Fernando Alves Jr.,**  
diretor-geral  
general director



WaveOne WF600BT

**Preço sugerido em 03/10/2024: R\$ 399,00.**

*Suggested price on 10/03/2024: BRL 399.00.*



## AMBIENTE 2025, THE FUTURE OF HOME DESIGN AND LIFESTYLE

*From February 7th to 11th, the event will showcase the latest trends in consumer goods.*





# AMBIENTE 2025, O FUTURO DO DESIGN E ESTILO DE VIDA PARA A CASA

FEIRA AMBIENTE  
TRADE FAIR AMBIENTE

por / by Dilnara Titara

O período de 7 a 11 de fevereiro será palco para as tendências de bens de consumo.





**A**mbiente, que acontecerá em Frankfurt, na Alemanha, é uma das principais feiras internacionais para o setor de bens de consumo, que, junto com a Christmasworld e Creativeworld, consolidará sua posição como uma das mais importantes plataformas para o design, hospitalidade e tendências de estilo de vida.

Reconhecida por sua abrangência e capacidade de antecipar tendências, a edição de 2025 promete oferecer experiências imersivas e inovadoras, combinando networking, tecnologia e sustentabilidade. Uma das atrações para a próxima edição será a área Future of Work, que explora o impacto das novas tecnologias da inteligência artificial na transformação dos espaços de trabalho. Situada no pavilhão 3.1, essa área apresentará soluções de design, desafios do setor e oportunidades de novos conceitos de ambientes de trabalho.

A Ambiente 2025 continuará a liderar o setor de jantar, com uma gama de produtos ampliada que combina funcionalidade e estética. O segmento de hospitalidade, que celebra seu 10º aniversário, será um dos focos do evento, incluindo mais opções de talheres e apresentações de bufê, especialmente no Hall 8, onde as marcas de alta qualidade do setor Cook & Cut trarão soluções para ambientes “Back of House”.

**A**mbiente, taking place in Frankfurt, Germany, is one of the leading international trade fairs for the consumer goods sector. Together with Christmasworld and Creativeworld, it will solidify its position as one of the most important platforms for design, hospitality, and lifestyle trends.

Recognized for its breadth and ability to anticipate trends, the 2025 edition promises immersive and innovative experiences, combining networking, technology, and sustainability. One of the highlights for the next edition will be the Future of Work area, which explores the impact of new artificial intelligence technologies on the transformation of workspaces. Located in Hall 3.1, this area will showcase design solutions, industry challenges, and opportunities for new workspace concepts.

Ambiente 2025 will continue to lead the dining sector, with an expanded product range that combines functionality and aesthetics. The hospitality segment, celebrating its 10th anniversary, will be one of the event’s focal points, including more cutlery options and buffet presentations, especially in Hall 8, where high-quality brands in the Cook & Cut sector will bring solutions for “Back of House” environments.

Neste ano, a feira promete trazer ainda mais inovações em design de interiores e soluções para espaços residenciais e comerciais. O setor Living, por exemplo, se expandirá, apresentando móveis, iluminação e têxteis premium, voltados para profissionais do design, arquitetura e hotelaria.

### FEIRAS PARALELAS

Com a realização confirmada das feiras Christmasworld e Creativeworld, que ocorrerão em paralelo, a Ambiente 2025 promete uma experiência completa, abordando desde o design de interiores e estilo de vida até itens de decoração natalina e produtos criativos. Esse evento será uma oportunidade única para fabricantes, designers e compradores se atualizarem sobre as tendências que moldarão o mercado nos próximos anos e fortalecerem suas redes de contatos internacionais.

### SUSTENTABILIDADE

A sustentabilidade será um tema central na edição de 2025. Ambiente, Christmasworld e Creativeworld abordarão esse tópico de forma abrangente, com destaque para produtos e processos sustentáveis. Os expositores e organizadores estarão focados em soluções que minimizam o impacto ambiental, promovendo práticas ecológicas que atendam à crescente demanda do mercado por produtos que respeitem o meio ambiente. ■■

*This year, the fair promises to bring even more innovations in interior design and solutions for residential and commercial spaces. The Living sector, for example, will expand, presenting premium furniture, lighting, and textiles, aimed at design professionals, architects, and hoteliers.*

### PARALLEL FAIRS

*With the confirmed presence of Christmasworld and Creativeworld, which will take place simultaneously, Ambiente 2025 promises a complete experience, covering everything from interior design and lifestyle to Christmas decorations and creative products. This event will be a unique opportunity for manufacturers, designers, and buyers to stay updated on the trends that will shape the market in the coming years and strengthen their international networks.*

### SUSTAINABILITY

*Sustainability will be a central theme in the 2025 edition. Ambiente, Christmasworld, and Creativeworld will address this topic comprehensively, with a focus on sustainable products and processes. Exhibitors and organizers will focus on solutions that minimize environmental impact, promoting ecological practices that meet the growing market demand for environmentally friendly products. ■■*





# **IMPORTÂNCIA** *DOS* **POSTOS DE RECARGA** *NO* **BRASIL**

**LANÇAMENTO DA ELETROCAR SHOW REUNIU  
PROFISSIONAIS DO SETOR DE ELETROMOBILIDADE.**

*IMPORTANCE OF CHARGING STATIONS IN BRAZIL*

*Launch of Eletrocar Show brings together electric mobility sector professionals.*



O Caderno Eletrocar continua a sua missão de abordar o futuro da mobilidade elétrica em todas as edições da revista **Eletrolar News**, conectando as principais marcas, fabricantes e compradores desse segmento em franca expansão. O Grupo Eletrolar All Connected apoia o desenvolvimento da mobilidade sustentável no Brasil.

No dia 25 de setembro, o Grupo deu um passo importante para o futuro da mobilidade elétrica no Brasil com o evento de lançamento da Eletrocar Show, que acontecerá em paralelo à 18ª Eletrolar Show, de 23 a 26 de junho de 2025, no Distrito Anhembi (SP). A feira de eletromobilidade terá palestras, exposições de marcas e test drives, com a presença de montadoras de veículos pesados, leves e levíssimos, além de marcas de componentes, infraestrutura e soluções de mobilidade elétrica.

A Eletrocar Show surge em um momento crucial de crescimento do setor de veículos elétricos no Brasil. Profissionais e empresários do segmento automotivo conhecerão as inovações que estão moldando o futuro da mobilidade sustentável. **Carlos Clur, CEO da Eletrocar Show**, diz que a ideia é debater as experiências de outros países e ver como podem ser aplicadas aqui. **“Queremos proporcionar ao público a experiência de dirigir um veículo elétrico, que é econômico, viável e essencial para a sustentabilidade.”**

The Eletrocar Notebook continues its mission to address the future of electric mobility in every edition of **Eletrolar News Magazine**, connecting leading brands, manufacturers, and buyers in this rapidly expanding segment. The Grupo Eletrolar All Connected supports the development of sustainable mobility in Brazil.

On September 25, the group took an important step towards the future of electric mobility in Brazil with the launching event for Eletrocar Show, which will take place alongside the 18<sup>th</sup> Eletrolar Show from June 23 to 26, 2025, at the Distrito Anhembi (SP). The electric mobility fair will feature lectures, brand exhibitions, and test drives, with the presence of manufacturers of heavy, light, and ultra-light vehicles, as well as brands offering components, infrastructure, and electric mobility solutions.

Eletrocar Show emerges at a crucial moment for the growth of the electric vehicle sector in Brazil. Automotive professionals and entrepreneurs will learn about the innovations shaping the future of sustainable mobility. **Carlos Clur, president at Grupo Eletrolar All Connected**, states that the idea is to discuss the experiences of other countries and see how they can be applied here. **“We want to provide the public with the experience of driving an electric vehicle, which is economical, viable, and essential for sustainability.”**

“Queremos proporcionar ao público a experiência de dirigir um veículo elétrico, que é econômico, viável e essencial para a sustentabilidade.”

*“We want to provide the public with the experience of driving an electric vehicle, which is economical, viable, and essential for sustainability.”*

**CARLOS CLUR,**  
CEO DA ELETROCAR SHOW  
CEO OF ELETROCAR SHOW





### INFRAESTRUTURA DE CARREGAMENTO

No universo da eletromobilidade, os carregadores são peças essenciais para os veículos elétricos e base para a sua popularização. Sem uma rede robusta de carregamento, a sua adoção em massa enfrenta limitações. A EZVOLT é uma das pioneiras na criação e implementação dessa infraestrutura no Brasil. **“Temos uma grande rede de carregadores AC, tanto para uso de frotas como para uso residencial em condomínios, além de postos de recarga com carregadores rápidos e ultrarrápidos”, diz Rodrigo de Almeida, CRO (chief relationship officer) da empresa.**

A EZVOLT foi a primeira a oferecer energia paga via aplicativo, com o desenvolvimento do app Easy Volt, que teve alta adesão. Alcançou, rapidamente, 40 mil usuários. O crescimento foi consistente. A Vibra Energia investiu na empresa, o que lhe permitiu inovar e criar o primeiro hub de carregamento no bairro Anália Franco, na capital paulista, que hoje carrega cerca de 400 carros por dia. Frotas de grandes empresas, como JBS e Mercado Livre, aderiram, e o serviço se expandiu para o mercado B2B.

Hoje, a empresa começa a eletrificar aeroportos. Este ano fechou um contrato para eletrificar navios nos portos de Santos e Rio de Janeiro. Há cinco anos no mercado, traz diversas soluções ao País. Para frotas de ônibus elétricos, desenvolveu um sistema de gestão de recargas com controle de filas. Isso otimiza o tempo de recarga da frota. Está em teste o sistema Plug and

### CHARGING INFRASTRUCTURE

*In the realm of electric mobility, chargers are essential for electric vehicles and serve as the foundation for their popularization. Without a robust charging network, mass adoption faces limitations. EZVOLT is one of the pioneers in creating and implementing this infrastructure in Brazil. **“We have a vast network of AC chargers, both for fleet use and residential use in condominiums, as well as charging stations with fast and ultra-fast chargers,” says Rodrigo de Almeida, CRO (chief relationship officer) of the company.***

*EZVOLT was the first to offer paid energy via an app, with the development of the Easy Volt app, which quickly gained high adoption, reaching 40,000 users in no time. The growth has been consistent. Vibra Energia invested in the company, enabling it to innovate and create the first charging hub in the Anália Franco neighborhood of São Paulo, which now charges about 400 cars per day. Fleets of major companies, such as JBS and Mercado Livre, have adopted the service, which has expanded into the B2B market.*

*Today, the company is beginning to electrify airports. This year, it closed a contract to electrify ships at the ports of Santos and Rio de Janeiro. In the market for five years, it has brought various solutions to the country. For electric bus fleets, it developed a charging management system with queue control to optimize the charging time of the fleet. The Plug and Charge system is currently being tested, allowing users to*

Charge, através do qual o usuário apenas conecta o veículo ao carregador, que, por sua vez, identifica o número do chassi (também chamado de VIN Number). Se ele estiver cadastrado e autorizado para uso da rede, a recarga é iniciada automaticamente, sem necessidade de leitura do QR Code.

### DESAFIOS

Embora o número de veículos elétricos esteja crescendo, a expansão da infraestrutura de carregamento muitas vezes depende de parcerias com governos, empresas de energia e fabricantes desses carros. O custo alto da instalação das estações de carregamento, a falta de padronização dos carregadores e a escassez de pontos de recarga em áreas remotas são desafios. A ausência de incentivos governamentais robustos e de uma regulamentação clara limitam o avanço.

O setor de carregamento elétrico tem evoluído rapidamente, porém existem alguns gargalos para novas implementações. Rodrigo diz que, hoje, o maior desafio é a identificação de bons locais para instalação de postos de recarga com disponibilidade de rede elétrica para suportar a carga de carregadores. E em relação aos carregadores AC, o desafio ocorre em condomínios residenciais com a falta de vagas de uso compartilhado.

*simply connect the charger to the vehicle, which identifies the chassis number (also known as VIN Number). If it is registered and authorized for network use, charging starts automatically without needing to scan a QR Code.*

### CHALLENGES

*Although the number of electric vehicles is growing, the expansion of charging infrastructure often depends on partnerships with governments, energy companies, and manufacturers of these cars. The high cost of installing charging stations, the lack of standardization of chargers, and the scarcity of charging points in remote areas present challenges. The absence of robust government incentives and clear regulations limits progress.*

*The electric charging sector has evolved rapidly, but there are still bottlenecks for new implementations. Rodrigo says that today, the biggest challenge is identifying suitable locations for installing charging stations with sufficient electrical infrastructure to support charger loads. Regarding AC chargers, the challenge occurs in residential condominiums due to a lack of shared parking spaces.*



“Para os próximos cinco anos, nossa meta é ter 5 mil postos de recarga.”

*“Our goal for the next five years is to have 5,000 charging stations.”*



**RODRIGO DE ALMEIDA,**  
CRO (CHIEF RELATIONSHIP OFFICER) DA EZVOLT  
CRO (CHIEF RELATIONSHIP OFFICER) AT EZVOLT

#### **SUSTENTABILIDADE E EFICIÊNCIA ENERGÉTICA**

A adoção de veículos elétricos é significativa em diversos aspectos, especialmente quando se trata de reduzir emissões de gases de efeito estufa e a dependência de combustíveis fósseis. No entanto, ainda há desafios como a extração de lítio, cobalto e outros materiais usados nas baterias. A penetração de infraestrutura de carregamentos baseada em energia renovável no País também traz diversos benefícios e um impacto direto na sustentabilidade.

O ponto de recarga carioca da EZVOLT, que está prestes a ser inaugurado, terá o primeiro carregador ultrarrápido do País com BESS (battery energy storage system), que complementa a carga recebida do grid e consegue entregar mais potência do que somente com a rede elétrica disponível no local. O carregador com BESS tem um banco de bateria acoplado e usa a carga que sai da bateria, diminuindo o gasto de energia da rede.

Como empresa que recebeu investimento da Vibra Energia, a EZVOLT teve condições de adquirir da COMERC – a maior comercializadora de energia no mercado livre, que pertence ao grupo Vibra – energia oriunda de fontes renováveis e com certificação de origem, destaca Rodrigo. “Temos o projeto de geração de créditos de carbono no mercado regulado por substituição de frota (de combustão para elétrico). Com isso, as empresas que quiserem investir em frota de veículos elétricos possuem condições de ter acesso certificado e auditado a créditos de carbono.”

#### **SUSTAINABILITY AND ENERGY EFFICIENCY**

The adoption of electric vehicles is significant in various aspects, especially regarding reducing greenhouse gas emissions and dependence on fossil fuels. However, challenges remain, such as the extraction of lithium, cobalt, and other materials used in batteries. The penetration of renewable energy-based charging infrastructure in the country also brings various benefits and a direct impact on sustainability.

The EZVOLT charging point in Rio de Janeiro, which is about to be inaugurated, will have the first ultra-fast charger in the country with a Battery Energy Storage System (BESS), which complements the power received from the grid and can deliver more power than just the available electrical grid. The charger with BESS has a coupled battery bank and uses the power coming from the battery, reducing the energy consumption from the grid.

As a company that received investment from Vibra Energia, EZVOLT has been able to purchase energy from COMERC – the largest energy trader in the free market, which belongs to the Vibra group – from renewable sources with certified origins, highlights Rodrigo. “We have a project for generating carbon credits in the regulated market through fleet substitution (from combustion to electric). This way, companies looking to invest in electric vehicle fleets can have certified and audited access to carbon credits.”



#### EXPECTATIVAS

Mais veículos elétricos em circulação significa maior demanda por postos de recarga. “Temos a expectativa de dobrar, ao longo de 2025, a quantidade de pontos e hubs de recarga que possuímos, além de ampliarmos significativamente a presença em condomínios residenciais. Para os próximos cinco anos, nossa meta é ter 5 mil postos de recarga”, conta Rodrigo.

Para tornar a Eletrocar Show um evento ainda mais robusto, o Grupo Eletrolar All Connected fechou parceria

#### EXPECTATIONS

*More electric vehicles on the road mean greater demand for charging stations. “We expect to double the number of charging points and hubs we have throughout 2025, as well as significantly increase our presence in residential condominiums. Our goal for the next five years is to have 5,000 charging stations,” says Rodrigo.*

*To make Eletrocar Show an even more robust event, the Grupo Eletrolar All Connected has partnered with **Juan Pablo de Vera, former director of the Salão do***

“A Eletrocar Show 2025 chega ao mercado brasileiro no momento certo.”

*“Eletrocar Show 2025 arrives in the Brazilian market at the right time.”*

**JUAN PABLO DE VERA,**  
PRESIDENTE DA ELETROCAR SHOW  
PRESIDENT OF ELETROCAR SHOW



# LIDERANÇA ABSOLUTA NO MERCADO DE RECARGA DE VEÍCULOS ELÉTRICOS

*Absolute leadership in the electric vehicle charging market*

**MAIS DE 30 MIL SESSÕES DE RECARGA MENSAIS**

*Over 30,000 monthly charging sessions*



**+34.000**  
usuários ativos no app  
*+34,000 active app users*



**+1.520**  
carregadores  
*+1,520 charging stations*



**20 estados**  
atuação nacional  
*Nationwide coverage in 20 states*



**Liderança**  
absoluta no mercado de frotas corporativas  
*Absolute leadership in the corporate fleet market*



**5 Hubs**  
de recarga rápida em implantação  
*5 fast-charging hubs in development*



**Primeiro posto**  
**100% elétrico**  
*First 100% electric charging station*



com **Juan Pablo de Vera, ex-diretor do Salão do Automóvel, que traz sua vasta experiência de mais de duas décadas no setor automotivo. Essa colaboração fortalece a iniciativa e promete um evento que será o ponto de encontro dos principais players do mercado. "A Eletrocar Show 2025 chega ao mercado brasileiro no momento certo", diz Juan Pablo, presidente do evento.**

Juan Pablo destaca que, assim como aconteceu em outros países, o Brasil vive um momento único de oferta crescente de produtos e serviços de qualidade. Esse cenário abre oportunidades às empresas interessadas em investir no País. Elas encontrarão um terreno fértil para desenvolver redes de distribuidores e parceiros comerciais. "Por isso, acreditamos que a Eletrocar Show será a grande vitrine do setor. O evento permitirá às marcas consolidar suas posições no mercado e ampliar a visibilidade junto aos profissionais que estão liderando a transição para a mobilidade elétrica." ■■

**Automóvel (Auto Show), who brings over two decades of experience in the automotive sector. This collaboration strengthens the initiative and promises an event that will be a meeting point for key players in the market. "Eletrocar Show 2025 arrives in the Brazilian market at the right time," says Juan Pablo, president of the event.**

Juan Pablo emphasizes that, just as in other countries, Brazil is experiencing a unique moment with a growing supply of quality products and services. This scenario opens opportunities for companies interested in investing in the country. They will find fertile ground to develop networks of distributors and business partners. "That's why we believe Eletrocar Show will be the great showcase of the sector. The event will allow brands to consolidate their positions in the market and increase visibility among professionals leading the transition to electric mobility." ■■

# CONEXÕES NACIONAIS NAS FEIRAS DO GRUPO



*NATIONAL AND INTERNATIONAL CONNECTIONS AT THE GRUPO ELETROLAR ALL CONNECTED TRADE SHOWS IN 2025  
Eletrolar Show, Electronics Home Argentina, and Latin American Electronics Mexico will multiply good business opportunities.*

# E INTERNACIONAIS

## ELETROLAR ALL CONNECTED EM 2025

FEIRAS DE 2025  
TRADE SHOWS 2025



**Eletrolar Show, Electronics Home Argentina e Latin American Electronics México multiplicarão as boas oportunidades de negócios.**



**F**eiras são espaços importantes para impulsionar o mercado de eletroeletrônicos e bens duráveis. Geram grandes negócios, dão origem a inúmeras parcerias, proporcionam maior interatividade entre a indústria e o varejo e aumentam a visibilidade das marcas. Há 25 anos, o Grupo Eletrolar All Connected, especializado em multimídia B2B, atua para ampliar as oportunidades de negócios entre a indústria e o varejo, que serão multiplicadas em 2025.

**A Eletrolar Show, a Electronics Home Argentina e a Latin American Electronics México são três feiras que irão possibilitar conexões nacionais e internacionais no próximo ano.** “Estamos empenhados em fazer feiras cada vez mais fortes e produtivas, que propiciem mais oportunidades de negócios e atendam às expectativas de um mercado em constante evolução”, diz Carlos Clur, presidente do Grupo Eletrolar All Connected, criador dos eventos.

**T**rade shows are important events for boosting the electronics and durable goods market. They generate significant business, spark numerous partnerships, foster greater interactivity between industry and retail, and enhance brand visibility. For 25 years, the Grupo Eletrolar All Connected, specializing in B2B multimedia, has worked to expand business opportunities between industry and retail, which will be multiplied in 2025.

**The Eletrolar Show, Electronics Home Argentina, and Latin American Electronics México are three shows that will enable national and international connections next year.** “We are committed to making our trade shows increasingly strong and productive, creating more business opportunities and meeting the expectations of a constantly evolving market,” says Carlos Clur, president of Eletrolar All Connected Group and creator of these events.



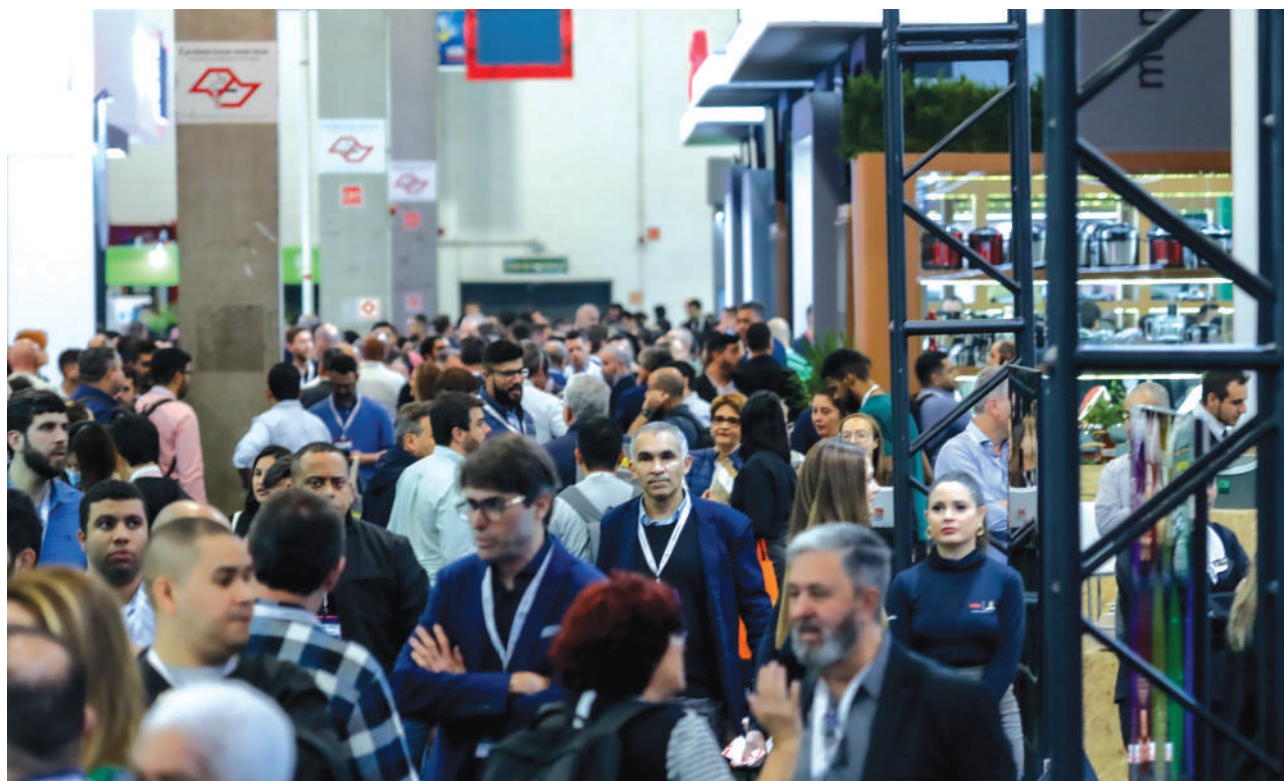
“**Estamos empenhados em fazer feiras cada vez mais fortes e produtivas, que propiciem mais oportunidades de negócios e atendam às expectativas de um mercado em constante evolução.**”

*“We are committed to making our trade shows increasingly strong and productive, creating more business opportunities and meeting the expectations of a constantly evolving market.”*

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

# 18ª ELETROLAR SHOW: DE 23 A 26 DE JUNHO

18<sup>TH</sup> ELETROLAR SHOW: JUNE 23 TO 26



Em 2025, a feira mudará de endereço. Será realizada no Distrito Anhembi, o maior centro de eventos da América Latina, em uma área de 50 mil m<sup>2</sup>. **"O crescimento da feira exigiu espaço maior. Teremos mais expositores e novas categorias de produtos. E, para apoiar os negócios, patrocinaremos, com passagem e hospedagem, a viagem de compradores dos países da América do Sul e da Central, bem como de todo o Brasil", conta Carlos.**

A feira terá uma imensa variedade de produtos dos segmentos de eletrodomésticos, eletroeletrônicos, eletroportáteis, celulares, TI, games, acessórios, automação, IoT, hardware, iluminação, móveis e utilidades domésticas. Conterá, também, com um espaço dedicado à energia sustentável, incluindo seu armazenamento e gerenciamento. Em paralelo, será realizada a Eletrocar Show, voltada à mobilidade elétrica (ver matéria nesta edição).

*In 2025, the show will change venues, being held at the Distrito Anhembi, the largest event center in Latin America, in an area covering 50,000 sqm. **"The growth of the show required a larger space. We will have more exhibitors and new product categories. To support business, we will sponsor travel and hotel accommodation for buyers from South and Central American countries, as well as from across Brazil," says Carlos.***

*The show will feature an immense variety of products across home appliances, electronics, small appliances, cell phones, IT, games, accessories, automation, IoT, hardware, lighting, furniture, and housewares. It will also include a dedicated space for sustainable energy, encompassing its storage and management. In parallel, the Eletrocar Show, focused on electric mobility, will be held (see article in this issue).*

## FEIRAS DE 2025 - TRADE SHOWS 2025

No mesmo espaço e período serão realizadas, também, a Latin American Housewares e a Latin American Electronics. Ambas estão consolidadas como feiras de fornecimento e sourcing para as categorias de eletroeletrônicos e utilidades domésticas. Ambas incentivam os fabricantes locais a buscar novas tendências de mercado, produtos e inovações sem a alocação de investimentos.

**Dentre as empresas já confirmadas para 2025 estão Esmaltec, Fischer, Aiwa, Mondial, Itatiaia, EOS, Bel Micro, DaysBrasil, Ventisol/Agratto, X-One, Gshield, Hprime, Vivensis, Mox Dotcell, Devia, Hrebos, Polo Clima, JWCom Smart, Peining, Ventimais, TS Shara, Solid Importação, Very Rio, Potencial Suprimentos, 9 H, Atlas Sistemas Antifurto, Elements, Imenso, Ultraar, Wei Import e UGreen.**

*In the same place and period, Latin American Housewares, Latin American Electronics and Lighting Show will also take place. All of them are established as sourcing fairs for consumer electronics and household items. Both encourage local manufacturers to seek new market trends, products, and innovations without major investment.*

**Companies already confirmed for 2025 include Esmaltec, Fischer, Aiwa, Mondial, Itatiaia, EOS, Bel Micro, DaysBrasil, Ventisol/Agratto, X-One, Gshield, Hprime, Vivensis, Mox Dotcell, Devia, Hrebos, Polo Clima, JWCom Smart, Peining, Ventimais, TS Shara, Solid Importação, Very Rio, Potencial Suprimentos, 9 H, Atlas Sistemas Antifurto, Elements, Imenso, Ultraar, Wei Import, and UGreen.**





## 5ª ELECTRONICS HOME: DE 30 DE JUNHO A 2 DE JULHO

5<sup>TH</sup> ELECTRONICS HOME: JUNE 30 TO JULY 2

O maior evento de negócios da Argentina será realizado no Centro Costa Salguero, na capital Buenos Aires. Apresentará centenas de marcas nacionais e internacionais das categorias de eletrodomésticos, eletroeletrônicos, eletroportáteis, celulares, games, informática, automotivos e utilidades domésticas.

**Em 2025, a feira terá maior número de expositores de países como Argentina, Chile, Colômbia e Peru, o que resultará em mais negócios para a indústria e o varejo. A Electronics Home Argentina cresce a cada ano, e o número de 300 expositores, registrado em 2023, será suplantado.**

O próximo ano marcará, também, a primeira edição da Latin American Electronics na feira da Argentina, quando serão apresentadas tendências em tecnologia e no fornecimento e sourcing para a indústria e sua cadeia de suprimentos. "A feira tem como lastro a Eletrolar Show e, a cada edição, traz melhores resultados aos expositores e compradores", conta Carlos.

Argentina's largest business event will take place at the Centro Costa Salguero in Buenos Aires. It will showcase hundreds of national and international brands in categories including home appliances, electronics, small appliances, cell phones, games, computing, automotive, and housewares.

**In 2025, the show will feature a larger number of exhibitors from countries like Argentina, Chile, Colombia, and Peru, resulting in increased business for industry and retail. Electronics Home Argentina continues to grow annually, and the count of 300 exhibitors recorded in 2023 will be surpassed.**

Next year will also mark the first edition of Latin American Electronics at the Argentina show, introducing technology trends and sourcing opportunities for industry and supply chains. "The show is based on the Eletrolar Show, and each edition yields better results for exhibitors and buyers," says Carlos.





ambiente

de 7 a 11. 2. 2025  
FRANKFURT / MAIN

# RHYTHMS OF LIFE- STYLE

O evento. A energia. A dinâmica única de novidades e tendências. A Ambiente faz mexer o sector dos artigos para a casa.

Esteja em sintonia com a indústria na  
**[ambiente.messefrankfurt.com](http://ambiente.messefrankfurt.com)**  
[info@brazil.messefrankfurt.com](mailto:info@brazil.messefrankfurt.com)  
Tel. +55 11 3236-6565

messe frankfurt



WWW.ELECTRONICSHOME.COM.AR

# EH ELECTRONICS HOME • Argentina

A FERIA DE NEGÓCIOS  
MAIS IMPORTANTE DO PAÍS.

ESTAMOS ESPERANDO POR VOCÊ

5° EDIÇÃO

2025

30 DE JUNHO A 02 DE JULHO

COSTA SALGUERO, BUENOS AIRES



20  
25



Participe da quarta edição do maior evento B2B de utensílios domésticos, eletrodomésticos, telefones celulares, computadores, móveis e design.

Não perca o mais variado portfólio de produtos, todas as categorias que fazem da Electronics Home a mais completa feira de negócios para indústria e o varejo.

- ▶ Eletrodomésticos
- ▶ TV e home theater
- ▶ Saúde e Bem-Estar
- ▶ LED e iluminação
- ▶ Áudio e Vídeo
- ▶ TI / Computadores e Acessórios
- ▶ Brinquedos e Jogos
- ▶ Pequenos Eletrodomésticos
- ▶ Cuidados Pessoais e Beleza
- ▶ Itens domésticos
- ▶ Decoração
- ▶ Telemóveis e Telecomunicações
- ▶ Tecnologia Vestível
- ▶ Mobilidade
- ▶ Colchões, móveis e bazar



**RESERVE SEU ESPAÇO COM ANTECEDÊNCIA**

**WWW.ELECTRONICSHOME.COM.AR**

**+54 11 4773-5656**

**ventas@electronicshome.com.ar**

Organizar

Grupo **eletrolar azuloplay**

Revista oficial

**INTEGRACION**  
EMPRESAS | ASOCIACION





# CONVENÇÃO BRAZIL MOBILE

**NOVO EVENTO DO GRUPO ELETROLAR PARA O  
MERCADO DE SMARTPHONES ESTREIA EM 2025**

**Encontro está marcado para os dias 22 e 23 de março,  
no novo Distrito Anhembi, em São Paulo.**

**BRAZIL MOBILE CONVENTION:  
GRUPO ELETROLAR'S NEW EVENT FOR THE SMARTPHONE  
MARKET DEBUTS IN 2025**

*The meeting is scheduled for March 22 and 23,  
at the new Distrito Anhembi in São Paulo.*

## A Convenção Brazil Mobile visa atender a um dinâmico setor que atua exclusivamente com produtos mobile, oferecendo um espaço dedicado para negócios, networking e lançamento de novas tecnologias.

*The Brazil Mobile Convention aims to serve a dynamic sector that works exclusively with mobile products, offering a dedicated space for business, networking and the launch of new technologies.*

**A** Uma coisa é certa: o brasileiro gosta de se comunicar. Não à toa, o mercado de smartphones e seus acessórios é, hoje, um dos principais do varejo brasileiro. Contribuiu com 13,2% do faturamento total do e-commerce em 2023 e atingiu a cifra total de R\$ 19,7 bilhões, de acordo com levantamento do portal eCommerce Brasil.

Outro número que chama atenção, desta vez levantado por pesquisa da Fundação Getúlio Vargas (FGV), é que **o Brasil tem mais smartphones do que habitantes. São 258 milhões de dispositivos em uso, ou o equivalente a 1,2 por pessoa. É o quinto país com o maior número de smartphones – perdendo apenas para China, Índia, Estados Unidos e Indonésia. E, se somarmos a isso tablets, wearables e**



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

**O** ne thing is certain: Brazilians like to communicate. It is no wonder that the smartphone and accessories market is currently one of the largest in Brazilian retail. It contributed 13.2% of total e-commerce revenue in 2023 and reached a total of BRL19.7 billion, according to a survey by the eCommerce Brasil portal.

Another striking figure, this time raised by a survey by the Getúlio Vargas Foundation (FGV), is that **Brazil has more smartphones than inhabitants. There are 258 million devices in use, or the equivalent of 1.2 per person. It is the fifth country with the largest number of smartphones – behind only China, India, the United States and Indonesia. And if we add tablets, wearables and laptops to this, the number of digital devices rises to 2.2 per inhabitant.**

Faced with this huge market, the Grupo Eletrolar All Connected decided to invest in a brand dedicated to the world of mobile devices: CBM – Convenção Brasil Mobile (Brazil Mobile Convention), which will take place in the new Distrito Anhembi, in São Paulo, on March 22 and 23, 2025.

This initiative aims to serve a dynamic sector that works exclusively with mobile products, offering a dedicated space for business, networking and the launch of new technologies.

“Over the past 10 years, cell phones have been the best-selling product in the electronics sector. In addition to being essential, they have become a status symbol and deserved an exclusive event. At this event,



**laptops, o número de dispositivos digitais sobe para 2,2 por habitante.**

Frente a esse mercado gigante, o Grupo Eletrolar All Connected decidiu investir em uma marca só para o universo dos dispositivos móveis: é a CBM – Convenção Brazil Mobile, que acontecerá no novo Distrito Anhembi, em São Paulo, nos dias 22 e 23 de março de 2025.

Essa iniciativa visa atender a um dinâmico setor que atua exclusivamente com produtos mobile, oferecendo um espaço dedicado para negócios, networking e lançamento de novas tecnologias.

“Nos últimos 10 anos, o celular tem sido o produto de maior venda do setor de eletros. Além de essencial, tornou-se um símbolo de status e merecia um evento exclusivo. Nele, os visitantes terão ampla visão dos desafios e oportunidades do mercado atual”, afirma Carlos Clur, presidente do Grupo Eletrolar All Connected.

Espere por conteúdos inspiradores e exposição de tecnologia inovadora, além de networking de qualidade entre líderes do setor de varejo móvel, empresários e profissionais. **Palestrantes como Dafna Blaschkauer, ex-Apple; Allan Giangrossi, diretor**

*visitors will have a broad view of the challenges and opportunities of the current market”, says Carlos Clur, president at Grupo Eletrolar All Connected.*

*Expect inspiring content and an exhibition of innovative technology, as well as quality networking among leaders in the mobile retail sector, entrepreneurs and professionals. **Speakers include Dafna Blaschkauer, ex-Apple; Allan Giangrossi, senior marketing director at Qualcomm for Latin America; André Vernareccia, SMB marketing partnerships at TikTok Latin America; Marcel Campos, global marketing director at OnePlus; Luciano Neto, product director at DL Comércio e Indústria de Produtos Eletrônicos and head of the Xiaomi project in Brazil; and Hugo Casasanta, CEO at Casa do Celular, have already been confirmed in the lecture line-up.** Many representative names from the mobile market in Brazil and Latin America are still to come.*

*“Our goal is for retailers specializing in mobile devices to leave CBM with their heads bubbling with ideas and new opportunities. It is the ideal place for them to connect with new suppliers, exchange experiences with those who have large store chains like theirs, learn more about digital marketing and how to create new sales opportunities. We want to make these entrepreneurs*

**Com mais de 10 mil visitantes esperados, 10.000 m<sup>2</sup> de feira, mais de 100 expositores e mais de 400 marcas representadas, este é um momento imperdível para o profissional do setor. Já garantiu sua presença? Saiba mais em [convencaobrazilmobile.com](http://www.convencaobrazilmobile.com)**

*With over 10,000 visitors expected, 10,000 sqm of trade fair space, over 100 exhibitors and over 400 brands represented, this is an unmissable moment for industry professionals. Have you already confirmed your presence? Find out more at [www.convencaobrazilmobile.com](http://www.convencaobrazilmobile.com)*

**sênior de marketing da Qualcomm para a América Latina; André Vernareccia, SMB marketing partnerships no TikTok América Latina; Marcel Campos, diretor global de marketing da OnePlus; Luciano Neto, diretor de produtos da DL Comércio e Indústria de Produtos Eletrônicos e head do projeto Xiaomi no Brasil; e Hugo Casasanta, CEO da Casa do Celular, já estão confirmados no line-up de palestras.**

Muitos nomes representativos do mercado mobile do Brasil e da América Latina ainda estão por vir.

“Nosso objetivo é que o lojista especializado em dispositivos móveis saia da CBM com a cabeça borbulhando de ideias e novas oportunidades. É o local ideal para ele se conectar com novos fornecedores, trocar experiências com quem tem grandes redes de lojas parecidas com a dele, aprender mais sobre marketing digital e como criar novas oportunidades de vendas. Queremos fazer esse empreendedor entender que ele pode faturar mais”, explica Cadu Oliveira, sócio-criador da CBM.

Com mais de 10 mil visitantes esperados, 10.000 m<sup>2</sup> de feira, mais de 100 expositores e mais de 400 marcas representadas, este é um momento imperdível para o profissional do setor. Já garantiu sua presença? Saiba mais em [convencaobrazilmobile.com](http://www.convencaobrazilmobile.com) ■■

*understand that they can earn more,” explains Cadu Oliveira, founding partner of CBM.*

*With over 10,000 visitors expected, 10,000 sqm of trade fair space, over 100 exhibitors and over 400 brands represented, this is an unmissable moment for industry professionals. Have you already confirmed your presence? Find out more at [www.convencaobrazilmobile.com](http://www.convencaobrazilmobile.com) ■■*



**CADU OLIVEIRA,**  
**SÓCIO-CRIADOR DA CBM**  
FOUNDING PARTNER OF CBM



# LIGHTING SHOW

SÃO PAULO, BRASIL

## LIGHT UP YOUR BUSINESS

23 A 26 DE JUNHO DE 2025

NOVO DISTRITO ANHEMBI

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

**SEJA UM EXPOSITOR**



### Perfil do **visitante**

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

### Categorias de **exposição**

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

**Faça parte!**

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

Contato: +55 11 3197-4949 | [comercial@grupoelrolar.com.br](mailto:comercial@grupoelrolar.com.br)

EVENTOS  
PARALELOS: **eletrolarshow**  
ALL CONNECTED

**LATIN AMERICAN  
ELECTRONICS**  
International Trade Show

**LATIN AMERICAN  
HOUSEWARES**

**electrocar**  
show



DOSSIÊ / DOSSIER

# ASPIRADOR ROBOT VACUUM **ROBÔ**

Os robôs aspiradores ganham cada vez mais destaque nos lares devido à sua praticidade e conveniência. Projetados para funcionarem de forma autônoma, esses aparelhos proporcionam limpeza eficiente sem a necessidade de intervenção. São apresentados com diversas funções, que vão do mapeamento de áreas até a detecção de obstáculos em seu caminho, o que faz deles os maiores aliados de quem busca comodidade no dia a dia, como pode ser constatado neste **Dossiê**.

*Robot vacuums are gaining more and more prominence in homes due to their practicality and convenience. Designed to operate autonomously, these devices provide efficient cleaning without the need for intervention. They come with various functions, ranging from area mapping to obstacle detection, making them the greatest allies for those seeking comfort in their daily lives, as can be observed in this **Dossier**.*

## ELECTROLUX

O robô aspirador de pó Electrolux Home-E Ultra Experience com Autonomous Technology (ERB40)

é 4 em 1: varre, aspira e passa pano úmido e seco no chão. Com o controle remoto, é possível selecionar as funções programadas. As escovas laterais limpam os cantos, e com a função MOP o aparelho passa pano. Tem filtro HEPA Allergy Protect, que retém as impurezas do ar. Sua bateria de lítio possui 2h20 de autonomia. O produto retorna sozinho à base de carregamento inteligente quando a bateria estiver prestes a acabar. Para facilitar a remoção da sujeira embaixo dos móveis, tem 8 cm de altura.

**The Electrolux Home-E Ultra Experience vacuum robot with Autonomous Technology (ERB40)** is a 4-in-1 device: it sweeps, vacuums, and both wet and dry mops the floor. With the remote control, it's possible to select the programmed functions. The side brushes clean corners, and the MOP function allows the device to mop. It features a HEPA Allergy Protect filter that retains airborne impurities. Its lithium battery provides 2 hours and 20 minutes of runtime. The product automatically returns to its smart charging base when the battery is low.



Preço sugerido em 23/09/2024: R\$ 1.899,90.  
Suggested price on 09/23/2024: BRL 1,899.90.

## EOS

O robô aspirador de pó Inteligente EOS Smart Self Clean Laser MAP

tem tecnologia avançada e controle por Alexa e Google. Limpa todos os tipos de pisos. Seu design inteligente inclui sensores 360° que lhe permitem desviar de móveis, paredes e escadas, além de sensores antiqueda para evitar acidentes em escadas e varandas. Com 8 cm de altura, acessa a parte de baixo dos móveis. O indicador LED de funcionamento e os avisos sonoros informam o usuário sobre o status da limpeza. Tem quatro programas de limpeza e duas escovas laterais que maximizam a aspiração. Com a bateria de lítio de 14,4 V e 2.600 mA, garante até 160 minutos de autonomia.

**The intelligent EOS smart self-clean laser MAP vacuum robot** features advanced technology and is controlled by Alexa and Google. It cleans all types of floors. Its smart design includes 360° sensors that allow it to navigate around furniture, walls, and stairs, as well as anti-fall sensors to prevent accidents on stairs and balconies. At just 8 cm tall, it can access the underside of furniture. The LED indicator shows its operating status, and audio alerts keep the user informed about the cleaning status. It has four cleaning programs and two side brushes that maximize suction. With a 14.4 V lithium battery and 2,600 mAh capacity, it ensures up to 160 minutes of runtime.



## MONDIAL

Com o **robô aspirador de pó Multi Clean RB-09** bivolt e 30 W de potência, é possível varrer, aspirar, limpar e passar pano. O robô limpa diversos tipos de piso e possui sensor antiqueda. Sua função MOP passa pano enquanto aspira, e as duas escovas laterais limpam cantos e frestas. Com design super slim e 7,5 cm de altura, entra com facilidade embaixo de móveis, camas e sofás. Tem reservatório de 140 ml de capacidade. Possui, também, uma proteção com borracha para preservar móveis e pisos contra riscos e danos. Sua lâmpada-piloto indica o funcionamento do aparelho e o status da bateria, que tem autonomia de 90 minutos.

*The **Multi Clean RB-09 vacuum robot** is dual voltage with 30 W of power, allowing for sweeping, vacuuming, cleaning, and mopping. The robot cleans various types of flooring and features an anti-fall sensor. Its MOP function mops while it vacuums, and the two side brushes clean corners and crevices. With a super slim design and a height of 7.5 cm, it easily fits under furniture, beds, and sofas. It has a reservoir with a capacity of 140 ml and features a rubber protection to safeguard furniture and floors against scratches and damage. Its pilot lamp indicates the device's operation and battery status, which has a runtime of 90 minutes.*



**Preço sugerido em 1º/10/2024: R\$ 699,90.**

**Suggested price on 10/01/2024: BRL 699.90.**

## PHILIPS

Recém-lançado, o **robô aspirador de pó e mop Série 3000** se destaca pelo seu alto poder de sucção (4.000 Pa). Possui navegação a laser de 360° (LiDAR), que permite realizar o mapeamento da casa, conexão e controle pelo app HomeRun Robot. Tem uma bateria de longa duração, de 4.800 mAh, permitindo seu funcionamento em até 200 minutos. Passa pano com o acessório MOP, que pode ser removido, e conta, também, com a função retomada automática para a estação de carregamento. O aparelho está disponível em duas cores: beluga escuro e metálico.

*Recently launched, **the Philips Series 3000 vacuum and mop robot** stands out for its high suction power (4,000 Pa). It features 360° laser navigation (LiDAR), enabling home mapping and control via the HomeRun Robot app. With a long-lasting battery of 4,800 mAh, it can operate for up to 200 minutes. It mops using a removable MOP accessory and has an automatic return function to the charging station. The device is available in two colors: dark beluga and metallic.*



**Preço sugerido em 20/09/2024: R\$ 3.499,90.**

**Suggested price on 09/20/2024: BRL 3,499.90.**

## POSITIVO CASA INTELIGENTE



Preço sugerido em 20/09/2024: R\$ 3.299,00.

Suggested price on 09/20/2024: BRL 3,299.00.

Aparelho 3 em 1, varre, aspira e passa pano. O **smart robô aspirador Wi-Fi Laser Autolimpante PRA 2000** tem base autolimpante com reservatório de três litros para acúmulo de resíduos. Eles são recolhidos do robô aspirador ao final de cada ciclo, quando é realizada a higienização do compartimento.

Tem função de mapeamento inteligente, a laser, com sensores que identificam os detalhes de cada cômodo da casa, reconhece obstáculos e permite ao usuário criar barreiras virtuais, impedindo que o dispositivo acesse locais indesejados. Tem três modos de aspiração (silencioso, normal e forte) e bateria com 120 minutos de autonomia. Todas as configurações podem ser feitas pelo aplicativo da Positivo Casa Inteligente.

*This 3-in-1 device sweeps, vacuums, and mops. **The Wi-Fi Laser Self-Cleaning PRA 2000 smart robot vacuum** has a self-cleaning base with a three-liter reservoir for waste accumulation. The waste is collected from the vacuum robot at the end of each cycle when the compartment is sanitized. It features intelligent laser mapping with sensors that identify the details of each room, recognize obstacles, and allow the user to create virtual barriers to prevent the device from accessing unwanted areas. It has three suction modes (silent, normal, and strong) and a battery with a runtime of 120 minutes. All configurations can be managed via the Positivo Casa Inteligente app.*

## SAMSUNG

O **Jet Bot Combo Samsung** tem Clean Station Steam+, uma estação que lava automaticamente os MOPs com vapor e água em alta temperatura. Possui Auto Refill, isto é, retorna à base para se reabastecer em caso de falta de água. Identifica os tipos de piso, e a tecnologia Air Pulse o leva de volta à base quando o compartimento de pó está cheio. Seu sistema de filtragem retém 99,99% dos pós finos. Detecta objetos em sua trajetória a partir do sensor ToF Frontal. Com outro sensor, o dToF LiDAR, aumenta a área de detecção total em 79%. Também gera um mapa 3D, sendo possível definir as áreas pelo aplicativo SmartThings. Tem motor digital Inverter, alta capacidade de sucção e escova para remover pelos de carpetes e pisos. A garantia do motor é de 10 anos.

*The **Samsung Jet Bot Combo** features Clean Station Steam+, a station that automatically washes the MOPs with steam and high-temperature water. It includes Auto Refill, meaning it returns to the base to refill when water runs low. It detects flooring types, and the Air Pulse technology returns it to the base when the dust compartment is full. Its filtration system captures 99.99% of fine dust. It detects objects in its path using a Front ToF sensor. With another sensor, dToF LiDAR, it increases the total detection area by 79%. It also generates a 3D map, allowing area definitions via the SmartThings app. It has a digital Inverter motor, high suction power, and a brush for removing hair from carpets and floors. The motor is guaranteed for 10 years.*



Preço sugerido em 24/09/2024: R\$ 13.084,04.

Suggested price on 09/24/2024: BRL 13,084.04.

## XIAOMI

O **Xiaomi Robot Vacuum S20** possui o laser LDS de última geração para uma leitura 360° do ambiente, fazendo medições precisas de distância para melhor desempenho. Seus sensores reduzem a probabilidade de bater ou travar em obstáculos pelo caminho. Conta com um sensor de quedas, ideal para escadas, e a cobertura de canto inteligente, que permite que limpe os cantos das paredes com eficiência. Equipado com ventilador de sucção de 5.000 Pa e três modos de potência, tem lixeira com capacidade de 400 ml e tanque de água de 270 ml, não sendo necessário reabastecer a água e esvaziar o lixo frequentemente. Possui uma rota de limpeza precisa em zigue-zague e em Y, e bateria de 3.200 mAh.

*The **Xiaomi Robot Vacuum S20** features next-generation LDS laser for a 360° environment reading, making precise distance measurements for better performance. Its sensors reduce the likelihood of bumping or getting stuck on obstacles. It has a drop sensor, ideal for stairs, and smart corner coverage that efficiently cleans wall corners. Equipped with a 5,000 Pa suction fan and three power modes, it has a dustbin capacity of 400 ml and a water tank of 270 ml, eliminating the need to frequently refill water and empty the bin. It follows a precise zigzag and Y-shaped cleaning route and has a 3,200 mAh battery.*



**Preço sugerido em 26/09/2024: R\$ 2.499,99.**

*Suggested price on 09/26/2024: BRL 2,499.99.*



# HEYLI

Caixas de Som Bluetooth

# IMPACTOS DOS MARKETPLACES NO EMPREENDEDORISMO BRASILEIRO

IMPACTS OF MARKETPLACES ON BRAZILIAN ENTREPRENEURSHIP

**MAURICIO SALVADOR**  
**PRESIDENTE DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE COMÉRCIO ELETRÔNICO (ABCOMM)**

*PRESIDENT OF THE BRAZILIAN E-COMMERCE ASSOCIATION (ABCOMM)*



Foto: Divulgação

Os marketplaces têm se destacado como fundamentais para o empreendedorismo digital no Brasil. Pesquisa realizada pela ABComm, em parceria com a Shopee, revela dados que reforçam essa visão e demonstram o impacto profundo do app na vida de milhões de brasileiros: um terço dos vendedores começou a sua jornada de vendas online no marketplace. Isso reflete a acessibilidade e a confiança dos novos empresários no canal online, visto como uma oportunidade de inserção e crescimento no comércio eletrônico.

Segundo a pesquisa, para 30% dos empreendedores locais no marketplace, a Shopee é a principal fonte de renda familiar. Em tempos de incerteza econômica, ter uma fonte de renda estável é crucial, e as vendas online têm se mostrado uma aliada indispensável.

O estudo aponta que 40% dos empreendedores expandiram suas operações após começarem a vender no marketplace. Esse crescimento é impulsionado pela facilidade de uso da ferramenta e pelos recursos oferecidos, permitindo que pequenas e médias empresas escalem suas operações de maneira eficiente.

Apenas na Shopee já são 3 milhões de lojistas brasileiros registrados. Conforme a pesquisa, os vendedores da Shopee também geram oportunidade de emprego para 1,3 milhão de pessoas no País. Ao todo, 25% desses trabalhadores se dedicam exclusivamente às vendas na plataforma.

Mais de 40% dos empreendedores entrevistados têm curso superior, e 65% vendem exclusivamente no formato online. Esse dado mostra o papel da educação na formação de empresários capacitados para enfrentar os desafios do mercado digital. Além disso, 80% dos vendedores relatam grandes conquistas pessoais após começarem a vender na plataforma. ■■

Marketplaces have emerged as fundamental to digital entrepreneurship in Brazil. A study conducted by ABComm, in partnership with Shopee, reveals data that reinforces this view and demonstrates the profound impact of the app on the lives of millions of Brazilians: one-third of sellers began their online sales journey on the marketplace. This reflects the accessibility and trust new entrepreneurs have in the online channel, seen as an opportunity for entry and growth in e-commerce.

According to the research, for 30% of local marketplace entrepreneurs, Shopee is the primary source of family income. In times of economic uncertainty, having a stable income source is crucial, and online sales have proven to be an indispensable ally.

The study shows that 40% of entrepreneurs expanded their operations after starting to sell on the marketplace. This growth is driven by the ease of use of the tool and the resources offered, allowing small and medium-sized businesses to scale their operations efficiently.

Shopee alone has 3 million registered Brazilian sellers. According to the research, Shopee sellers also generate employment opportunities for 1.3 million people in the country. In total, 25% of these workers dedicate themselves exclusively to sales on the platform.

More than 40% of the entrepreneurs interviewed have a college degree, and 65% sell exclusively online. This data highlights the role of education in shaping business owners capable of facing the challenges of the digital market. Furthermore, 80% of sellers report significant personal achievements after starting to sell on the platform. ■■

# CONHECER OS DADOS É A BASE DO NEGÓCIO SUSTENTÁVEL

KNOWING DATA IS THE FOUNDATION OF A SUSTAINABLE BUSINESS

**MARIANO GORDINHO**

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

*EXECUTIVE PRESIDENT OF THE BRAZILIAN ASSOCIATION OF INFORMATION TECHNOLOGY DISTRIBUTION (ABRADISTI)*



Foto: Divulgação

Os mercados assimilam as inovações em ritmos diferentes. No caso da distribuição de TIC, a maturidade também varia, tanto por região como também entre os segmentos da tecnologia. Mais do que conhecer as variáveis, ter informação a respeito do que realmente acontece nos pontos de venda é uma evolução gradual e cada vez mais próxima da realidade.

Sabemos que acertar na hora de montar um portfólio, controlar os estoques e definir as metas e projeções é vital para a saúde financeira e para os resultados. O que os distribuidores têm em comum é a necessidade de avançar em processos de decisão e gerenciais cada vez mais data driven, ou seja, baseados em dados reais.

A Abradisti tem cumprido um papel essencial ao nutrir, não apenas os associados, mas todo o setor de TIC, com dados locais por meio de seus estudos e pesquisas realizados anualmente. Neste momento, o setor de distribuição no País dá mais um passo importante, com o início da edição nacional do Painel de Vendas, em uma parceria da associação com a consultoria global CONTEXT.

Contar com informações precisas e atualizadas sobre a realidade dos mercados locais é essencial para a qualidade do atendimento, assim como para evitar estoques parados, acordos com metas inviáveis e outros riscos à saúde financeira da cadeia de distribuição de TIC. A informação na mão é o ponto de partida para a distribuição ser cada vez mais eficiente e ágil nas respostas ao mercado. ■■

Markets adopt innovations at different rates. In the case of ICT distribution, maturity also varies, both by region and among technology segments. More than just knowing the variables, having information about what is really happening at points of sale is a gradual evolution that is becoming increasingly aligned with reality.

We know that getting it right when building a portfolio, controlling stock, and setting goals and projections is vital for financial health and performance. What distributors have in common is the need to advance decision-making and management processes that are increasingly data-driven, based on real data.

ABRADISTI has played an essential role by providing, not only its members but the entire ICT sector, with local data through its annual studies and research. Currently, the distribution sector in Brazil is taking another important step with the launch of the national edition of the Sales Panel, in partnership with global consultancy CONTEXT.

Having accurate and up-to-date information about local market realities is crucial for the quality of service, as well as for avoiding overstocking, unrealistic target agreements, and other risks to the financial health of the ICT distribution chain. Having the right information in hand is the starting point for distribution to become increasingly efficient and agile in responding to the market. ■■

# QUEDA NA DEMANDA DE SERVIÇOS DE REPAROS

DECLINE IN DEMAND FOR REPAIR SERVICES

## WAGNER GATTO

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

*EXECUTIVE DIRECTOR OF THE BRAZILIAN ASSOCIATION OF ELECTRONICS AFTER-SALES (ABRASA)*



Foto: Arquivo

**A** pesar de todos os esforços e da atuação da ABRASA junto às suas assistências técnicas cadastradas para ajudar a população gaúcha a recuperar seus equipamentos afetados pelas enchentes, os dados mostram uma queda, em torno de 0,69%, na quantidade de Ordens de Serviços aprovadas para o terceiro trimestre de 2024, em relação ao mesmo período do ano passado. Isso causou a diminuição da volumetria e do tíquete médio.

Essa queda ocorreu devido à quantidade de aparelhos perdidos e não recuperados, ao aumento da demanda das vendas de novos produtos e a não realização de reparos em aparelhos mais antigos. A situação foi agravada, também, pelas mudanças climáticas registradas no período.

No entanto, dados das pesquisas realizadas pela ABRASA apontam que no quarto trimestre de 2024 essa curva negativa deve se reverter, mas não será suficiente para reequilibrar o faturamento. Assim, as expectativas do mercado de serviços neste ano são menores na comparação com 2023.

Para 2025, as expectativas são boas, e a ABRASA está trabalhando para o desenvolvimento de novas parcerias e na implantação de novos projetos na gestão de rede nacional de pós-vendas em eletroeletrônicos. Trabalhamos, também, na integração da economia circular na logística reversa. ■■

**D**espite all efforts and ABRASA's work with its registered technical support services to help the population of Rio Grande do Sul recover equipment affected by the floods, data shows a significant drop of around 0.69% in the number of Service Orders approved for the third quarter of 2024 compared to the same period last year. This decline led to a decrease in both volume and average ticket value.

*This drop occurred due to the number of devices lost and unrecovered, the increase in demand for new product sales, and the decision not to repair older devices. The situation was further worsened by the climate changes recorded during the period.*

*However, research conducted by ABRASA indicates that this negative trend should reverse in the fourth quarter of 2024, although it won't be enough to rebalance revenue. Thus, the market outlook for services this year remains lower compared to 2023.*

*For 2025, the outlook is positive, and ABRASA is working on developing new partnerships and implementing new projects in the management of a national electronics after-sales network. We are also working on integrating the circular economy into reverse logistics. ■■*

De 23 a 26 de Junho | 2025  
Novo Distrito Anhembi  
das 13h às 21h | São Paulo - Brasil

# LATIN AMERICAN HOUSEWARES

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



## As últimas tendências e inovações

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

### PERFIL DOS VISITANTES

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



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

Organização  
Grupo **eletrolar**

Realização  
**azuloplay**  
Feiras e Eventos

Mídia Partner  
**ELETROLAR**  
NEWS

EVENTOS PARALELOS:  
**eletrolarshow**  
ALL CONNECTED

**LATIN AMERICAN  
ELECTRONICS**  
International Trade Show

**LIGHTING  
SHOW**  
BY DESIGN

**electrocar**  
show

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

Apoio Institucional  
**ABRADISTI**

**ABRASA**

**abree**

**ACREFI**

**ELETROS**

**greenelectron**

**TEA**

**UBRAFE**

**UNICEF**

**TEA**

**Sindilojas**  
São Paulo

**Sindilojas**  
São Paulo

## EDUCAÇÃO AMBIENTAL: ASPECTO FUNDAMENTAL NA RECICLAGEM DE ELETROELETRÔNICOS E ELETRODOMÉSTICOS

ENVIRONMENTAL EDUCATION: A FUNDAMENTAL ASPECT OF RECYCLING ELECTRONICS AND HOME APPLIANCES

### ROBSON ESTEVES

**PRESIDENTE DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE RECICLAGEM DE ELETROELETRÔNICOS E ELETRODOMÉSTICOS (ABREE)**

*PRESIDENT OF THE BRAZILIAN ASSOCIATION FOR ELECTRONICS AND APPLIANCES RECYCLING (ABREE)*



Foto: Divulgação

A educação ambiental é primordial na gestão de resíduos de eletroeletrônicos e eletrodomésticos. O Brasil, como maior gerador desse tipo de detrito na América do Sul, acumulou 2,4 milhões de toneladas em 2022, conforme um relatório da Organização das Nações Unidas (ONU). Diante disso, promover ações de orientações sustentáveis torna-se indispensável para avançarmos de forma colaborativa, garantindo que todos tenham informações corretas e executem práticas adequadas.

É importante que a sociedade compreenda o conceito de ciclo de vida dos produtos, desde a fabricação até o descarte final. A educação ambiental pode capacitar a população a fazer escolhas mais conscientes, incentivando a reciclagem e o descarte adequado por meio de programas de logística reversa. Isso é fundamental para evitar os riscos ao meio ambiente e à saúde humana, pois muitos desses produtos contêm componentes tóxicos, que podem contaminar o solo e a água quando descartados de maneira inadequada.

Quando falamos sobre educação ambiental, estamos englobando não apenas os adultos, que utilizam eletroeletrônicos e eletrodomésticos com mais ênfase, mas também as crianças e jovens, que podem ser pontes para conscientização de famílias em todo o País. Pensando nisso, lançamos, recentemente, o “ABREE pra educação”, que visa conscientizar crianças e adolescentes sobre a importância da reciclagem desses materiais. Para isso, oferece uma plataforma com conteúdo educativo e interativo.

Investir em educação ambiental protege o meio ambiente e cria uma cultura de responsabilidade compartilhada entre empresas, governo e sociedade. Ou seja, todos saem ganhando! ■■

Environmental education is essential in managing waste from electronics and home appliances. Brazil, as the largest generator of this type of waste in South America, accumulated 2.4 million tons in 2022, according to a report by the United Nations (UN). Considering this, promoting sustainable guidance is crucial for making collaborative progress, ensuring that everyone has accurate information and adopts appropriate practices.

It is important for society to understand the concept of the product life cycle, from manufacturing to final disposal. Environmental education can empower the population to make more conscious choices, encouraging recycling and proper disposal through reverse logistics programs. This is critical to avoid environmental and human health risks, as many of these products contain toxic components that can contaminate soil and water when improperly discarded.

When discussing environmental education, we are addressing not only adults, who use electronics and home appliances more extensively, but also children and young people, who can act as bridges to raise awareness among families across the country. With this in mind, we recently launched ABREE pra educação (ABREE for Education), which aims to raise awareness among children and adolescents about the importance of recycling these materials. The initiative offers an interactive platform with educational content.

Investing in environmental education protects the environment and fosters a culture of shared responsibility between companies, government, and society. In other words, everyone benefits! ■■

## BONS INDICADORES ECONÔMICOS E ONDAS DE CALOR IMPULSIONAM RESULTADOS DA INDÚSTRIA ELETROELETRÔNICA

POSITIVE ECONOMIC INDICATORS AND HEAT WAVES BOOST THE ELECTRONICS INDUSTRY'S RESULTS

### JOSÉ JORGE DO NASCIMENTO JR. PRESIDENTE-EXECUTIVO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS FABRICANTES DE PRODUTOS ELETROELETRÔNICOS (ELETROS)

EXECUTIVE PRESIDENT OF THE NATIONAL ASSOCIATION  
OF ELECTRONICS MANUFACTURERS (ELETROS)



Foto: Divulgação

**A**s sucessivas ondas de calor registradas ao longo de 2024, associadas ao bom momento vivido pela economia brasileira, impactaram positivamente os resultados da indústria eletroeletrônica nacional.

O bom desempenho da economia, puxado pelo controle da inflação, aumento do emprego e da renda, além de uma queda significativa no endividamento das famílias, deu maior fôlego aos consumidores para que voltassem às compras.

O crescimento de 31% nas vendas do nosso setor entre janeiro e agosto – devido, em boa parte, ao desempenho excepcional do segmento de ar-condicionado e eletroportáteis, categoria que abrange os ventiladores – tem tudo para se manter nos meses seguintes.

São boas as perspectivas para que 2024 se torne o melhor ano para o nosso setor nesta última década ao considerarmos que Black Friday e Natal representam nossa sazonalidade, fazendo do quarto trimestre, historicamente, o melhor em vendas para nosso segmento.

Neste cenário, não apenas nossas indústrias são beneficiadas. Todas as cadeias produtivas, incluindo a produção de insumos, operadores logísticos, distribuidores e varejistas, também avançam em seus resultados.

É salutar que a condução de nossa economia se mantenha focada nesses pilares fundamentais para que sigamos em 2025 mantendo este ciclo positivo para nossa economia, representando mais empregos e investimentos para o nosso País. ■■

**T**he successive heat waves recorded throughout 2024, combined with the positive phase of the Brazilian economy, have had a significant impact on the results of the national electronics industry.

The strong economic performance, driven by controlled inflation, rising employment and income, and a significant reduction in household debt, has given consumers more confidence to resume shopping.

The 31% growth in our sector's sales from January to August – driven by the exceptional performance of the air conditioning and small appliance segment, which includes fans – looks set to continue in the coming months.

There are optimistic prospects for 2024 to become the best year for our sector in the past decade, considering that Black Friday and Christmas represent peak sales periods, making the fourth quarter historically the strongest in sales for our industry.

In this scenario, not only are our industries benefiting. The entire supply chain, including raw material producers, logistics operators, distributors, and retailers, is also seeing positive results.

It is vital that the management of our economy remains focused on these fundamental pillars so that we can continue this positive cycle into 2025, resulting in more jobs and investments for our country. ■■

# O IMPACTO DAS 'BETS' SOBRE O VAREJO

## THE IMPACT OF ONLINE "BETTING" ON RETAIL

### KELLY CARVALHO

**ASSESSORA ECONÔMICA DA FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO DO ESTADO DE SÃO PAULO (FECOMERCIO SP)**

*TECHNICAL ADVISOR AT THE FEDERATION OF COMMERCE OF GOODS, SERVICES, AND TOURISM OF THE STATE OF SÃO PAULO (FECOMERCIO SP)*



Foto: Divulgação

**A**s apostas online estão sendo promovidas como uma maneira rápida de ganhar dinheiro, e até como um investimento, atraindo muitos brasileiros. Segundo a FecomercioSP, um terço dos paulistanos que apostam vê essa prática como uma forma imediata de aumentar a renda. No entanto, essa percepção ignora que a maioria dos apostadores perde mais do que ganha, gerando efeitos negativos no orçamento familiar.

O fácil acesso por smartphones e a massiva presença de anúncios aumentam o risco de vício, permitindo que as pessoas apostem a qualquer hora e de qualquer lugar. Isso cria hábitos perigosos, desviando recursos que poderiam ser destinados ao consumo no varejo, como alimentação, vestuário e outras formas de entretenimento e lazer. As propagandas que prometem ganhos rápidos mascaram os riscos e incentivam comportamentos impulsivos.

É urgente a adoção de medidas para reduzir os riscos do vício e do superendividamento. Além disso, é essencial controlar o uso de recursos assistenciais do governo, que podem ser desviados para apostas, agravando as dívidas e provocando consequências sociais e econômicas. O governo, inclusive, já estuda mecanismos para rastrear o CPF nas apostas online a fim de estabelecer algumas limitações.

Por fim, a restrição da publicidade das bets e a implementação de uma tributação justa para os ganhos dos apostadores (e das empresas do setor) gerariam receitas que poderiam ser direcionadas a áreas prioritárias e programas de prevenção ao vício, reduzindo os reflexos socioeconômicos desses jogos. ■■

**O**nline betting is being promoted as a quick way to make money, and even as an investment, attracting many Brazilians. According to FecomercioSP, one-third of São Paulo residents who engage in betting view it as an immediate means of increasing income. However, this perception overlooks the fact that most bettors lose more than they win, leading to negative effects on household budgets.

The easy access through smartphones and the overwhelming presence of advertisements increases the risk of addiction, allowing people to bet anytime, anywhere. This creates dangerous habits, diverting funds that could otherwise be spent on retail, such as food, clothing, and other forms of entertainment and leisure. Advertisements promising quick profits obscure the risks and encourage impulsive behavior.

It is urgent to adopt measures to reduce the risks of addiction and over-indebtedness. Furthermore, it is essential to control the use of government assistance resources, which could be diverted to betting, worsening debt and causing social and economic consequences. The government is already studying mechanisms to track individual taxpayer numbers (CPF) in online betting to establish certain limitations.

Finally, restricting betting advertisements and implementing fair taxation on both the winnings of bettors and the companies in the sector would generate revenue that could be directed to priority areas and addiction prevention programs, mitigating the socioeconomic impacts of these games. ■■

# azulplay MONTAGEM

PARCEIRA OFICIAL DA ELETROLAR SHOW 2025

#ES25 eletrolarshow  
ALL CONNECTED



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

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

**Seu  
Estande  
Merece  
Sempre o  
Melhor!**

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

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

Desde 2015, já realizamos mais de 50% das  
montagens dos nossos expositores. Temos uma equipe  
dedicada a atender nossos clientes com qualidade e  
eficiência.

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

**SEJA UM EXPOSITOR  
EM 2024**



ACESSE O QR CODE E

**SOLICITE O SEU  
MAPA 2024**

# DIA MUNDIAL DO LIXO ELETRÔNICO: LEMBRETE PARA AÇÃO URGENTE

WORLD E-WASTE DAY: A REMINDER FOR URGENT ACTION

**ADEMIR BRESCANSIN**  
**GERENTE-EXECUTIVO DA GREEN ELETRON**  
*EXECUTIVE MANAGER AT GREEN ELETRON*



Foto: Divulgação

O Dia Mundial do Lixo Eletrônico foi lembrado em 14 de outubro último. A data nasceu em 2018 para chamar a atenção sobre a temática do consumo desenfreado e do descarte incorreto de aparelhos eletroeletrônicos quebrados ou no fim de sua vida útil.

Segundo dados recentes do E-Waste Monitor, um dos estudos mais completos sobre o tema, em 2022, em todo o mundo foram geradas 62 milhões de toneladas de lixo eletrônico, e apenas 22% desse montante foi realmente reciclado. Aqui no Brasil, a situação não é diferente. O estudo aponta que os brasileiros geram, em média, todo ano, 2,4 milhões de toneladas de lixo eletrônico. Apenas 770 mil toneladas passam pelo processo de reciclagem.

Nunca é demais alertar que esse tipo de resíduo, seja pilha, bateria ou qualquer eletrodoméstico, contém, muitas vezes, componentes que, ao serem manuseados de forma incorreta, podem contaminar o solo, a água e, conseqüentemente, afetar animais e seres humanos. Além disso, esses produtos, após utilizados, têm a possibilidade de serem totalmente reaproveitados quando encaminhados para a reciclagem.

A Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS) vem obtendo resultados, mesmo que lentos, desde que entrou em vigor. Entretanto, ela não funciona sem a nossa ajuda. Por isso, é importante que todos nós façamos a nossa parte! A indústria e o varejo se responsabilizando pela logística reversa, e os consumidores levando esses produtos a um ponto de coleta específico para isso. O meio ambiente agradece! ■■

World E-Waste Day was observed on October 14. The day was established in 2018 to raise awareness about the issue of excessive consumption and the improper disposal of broken or end-of-life electronics.

According to recent data from the E-Waste Monitor, one of the most comprehensive studies on the subject, 62 million tons of electronic waste were generated worldwide in 2022, and only 22% of that amount was recycled. The situation in Brazil is similar. The study shows that Brazilians generate, on average, 2.4 million tons of e-waste annually. Only 770,000 tons undergo recycling processes.

It is always worth reminding that this type of waste — whether batteries, appliances, or electronics — often contains components that, if handled incorrectly, can contaminate soil and water, thus impacting animals and humans. Additionally, these products, after being used, can be fully repurposed when properly recycled.

The National Solid Waste Policy (PNRS) has seen progress, albeit slow, since it came into force. However, it cannot succeed without our participation. This is why it is important for all of us to do our part! The industry and retailers must take responsibility for reverse logistics, and consumers need to bring these products to designated collection points. The environment will thank us for it! ■■

# IMPORTÂNCIA DO POLO ELETROELETRÔNICO PARA A ZONA FRANCA DE MANAUS E O BRASIL

THE IMPORTANCE OF THE POLO ELETROELETRÔNICO (ELECTRONICS HUB) FOR THE MANAUS FREE TRADE ZONE AND BRAZIL

## BOSCO SARAIVA

**SUPERINTENDENTE DA ZONA FRANCA DE MANAUS (SUFRAMA)**

*SUPERINTENDENT OF THE MANAUS FREE TRADE ZONE (SUFRAMA)*



Foto: Divulgação

**D**os R\$ 114,19 bilhões faturados pelo Polo Industrial de Manaus (PIM) entre janeiro e julho deste ano, cerca de R\$ 47 bilhões – ou 41% do total – foram gerados pelas fábricas de bens de informática e do segmento eletroeletrônico da Zona Franca de Manaus. Essas empresas também foram responsáveis, no mesmo período, pela geração de 44.441 empregos diretos – a maior média mensal de mão de obra entre todos os subsetores do PIM.

Esses indicadores ajudam a ilustrar a grande importância do Polo Eletroeletrônico (inclusive bens de informática) para a indústria regional e para a brasileira. Composto por multinacionais e empresas de alta referência e padrão de competitividade no mercado global, esse segmento é diretamente responsável pela fabricação de produtos que são parte da rotina dos brasileiros, como televisores, smartphones, microcomputadores e tablets.

Como forma de contribuir para o fortalecimento do ambiente de negócios da Zona Franca de Manaus e a melhoria do desempenho das empresas não apenas do segmento eletroeletrônico, como dos diversos outros subsetores do PIM, a Suframa tem rotineiramente visitado e monitorado plantas fabris, e mantido articulações com empresas e entidades de classe. Assim, atua como elo de implementação das diretrizes do governo federal visando à modernização e ao crescimento da indústria nacional.

Espera-se, dessa forma, que os indicadores deste semestre se mantenham positivos, e o segmento eletroeletrônico e o PIM como um todo desfrutem mais uma vez de uma temporada com números expressivos e crescentes de faturamento, investimentos e geração de empregos. ■■

**O**f the BRL 114.19 billion in revenue generated by the Manaus Industrial Hub (PIM) between January and July this year, approximately BRL 47 billion – or 41% of the total – came from the manufacturing of IT goods and electronics in the Manaus Free Trade Zone. These companies were also responsible for creating 44,441 direct jobs during the same period, representing the highest monthly employment average among all PIM sub-sectors.

*These indicators highlight the significant importance of the Polo Eletroeletrônico (including IT products) for both regional and national industries. Comprising multinational companies and highly competitive firms, this segment is directly responsible for producing essential products used by Brazilians in their daily lives, such as televisions, smartphones, computers, and tablets.*

*To strengthen the business environment in the Manaus Free Trade Zone and enhance the performance of companies not only in the electronics segment but across all PIM sub-sectors, Suframa regularly visits and monitors manufacturing plants. The organization also engages with companies and industry associations, acting as a bridge to implement federal government policies aimed at modernizing and expanding the national industry.*

*It is expected that this semester's indicators will remain positive and that the electronics sector – and PIM as a whole – will once again experience a period of impressive and growing figures in revenue, investment, and job creation. ■■*

# WORLD PLASTIC CONNECTION SUMMIT: UM MARCO DE INOVAÇÃO

WORLD PLASTIC CONNECTION SUMMIT:  
A MILESTONE OF INNOVATION

## CARLOS MOREIRA

**DIRETOR-EXECUTIVO DO INSTITUTO NACIONAL DO PLÁSTICO (INP)  
E RESPONSÁVEL POR PROJETOS NO THINK PLASTIC BRAZIL**

*EXECUTIVE DIRECTOR OF THE NATIONAL INSTITUTE OF PLASTIC (INP)  
AND PROJECT LEADER AT THINK PLASTIC BRAZIL*



Foto: Dvulgação

World Plastic Connection Summit, organizado pelo Think Plastic Brazil, tornou-se um marco de inovação, design e sustentabilidade para a indústria plástica brasileira. Surgiu como uma resposta estratégica às adversidades enfrentadas durante e após a pandemia de covid-19 e é composto de oito projetos principais. Seu objetivo é conectar as empresas brasileiras do setor aos mercados internacionais, promovendo uma transformação significativa na percepção global sobre o Brasil em termos de inovação, sustentabilidade e capacidade empresarial.

Um dos grandes diferenciais do Summit é sua abordagem holística, que abrange toda a cadeia produtiva do plástico, desde a produção de matérias-primas até a transformação desses insumos em produtos finais. Envolve varejistas, distribuidores, compradores locais e internacionais. Esse ecossistema cria uma plataforma única de colaboração e troca de conhecimentos. Ao mesmo tempo, promove práticas sustentáveis, como o descarte consciente e a reciclagem eficaz.

Mais que um gerador de negócios, o evento fomenta a inovação, o design e a sustentabilidade. Estimula as empresas a participarem de feiras internacionais, a investirem em marketing global e a melhorarem seus critérios de ESG, fortalecendo a posição do Brasil no setor de plástico em escala global.

A quarta edição do Summit será de 8 a 10 de abril de 2025 e promete ser ainda mais abrangente e inovadora. Será realizada em formato híbrido, em São Paulo, permitindo que participantes de todo o mundo se conectem. As inscrições são gratuitas e já estão abertas. É uma oportunidade imperdível para empresas que desejam impulsionar sua presença internacional. ■■

The World Plastic Connection Summit, organized by Think Plastic Brazil, has become a milestone for innovation, design, and sustainability in the Brazilian plastics industry. It emerged as a strategic response to the challenges faced during and after the COVID-19 pandemic and is composed of eight main projects. Its goal is to connect Brazilian companies in the sector with international markets, fostering a significant transformation in the global perception of Brazil in terms of innovation, sustainability, and business capability.

One of the key differentiators of the Summit is its holistic approach, covering the entire plastics production chain – from raw materials to the transformation of these inputs into final products. It involves retailers, distributors, local and international buyers. This ecosystem creates a unique platform for collaboration and knowledge exchange, while simultaneously promoting sustainable practices such as conscious disposal and effective recycling.

More than just a business generator, the event encourages innovation, design, and sustainability. It motivates companies to participate in international fairs, invest in global marketing, and improve their ESG (Environmental, Social, and Governance) criteria, strengthening Brazil's position in the global plastics sector.

The fourth edition of the Summit will take place from April 8 to 10, 2025 and promises to be even more comprehensive and innovative. It will be held in a hybrid format in São Paulo, allowing participants from around the world to connect. Registration is free and already open, offering an unmissable opportunity for companies looking to expand their international presence. ■■



**“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](#)**

# Perfeita para a indústria e o varejo

Fornecedores vendem diretamente ao  
pequeno varejo, aumentando a agilidade  
no fechamento de negócios



**Plataforma simples  
e fácil de utilizar**



Apoio:

**eletrobank**

# eletrocompras

## PLATAFORMA B2B



Oferece ao pequeno varejista  
suporte ativo nas compras  
feitas direto da indústria.



Um novo canal de vendas com  
negociações preestabelecidas,  
protegendo a rentabilidade  
da indústria e do varejo.



 [eletrocompras.com](https://eletrocompras.com)

 [contato@eletrocompras.com.br](mailto:contato@eletrocompras.com.br)

# #ES

# eletrolarshow ALL CONNECTED



**MULTISSETORIAL,  
MULTICANAL, COM MAIS  
CAPILARIDADE ENTRE A  
INDÚSTRIA E O VAREJO!**

DE 23 A 26 JUNHO DE 2025  
SÃO PAULO - SP - BRASIL

**AGORA EM UM NOVO LOCAL: NOVO DISTRITO ANHEMBI**

Entrada exclusiva para empresas e profissionais do setor devidamente identificados. Permitida a entrada somente para maiores de 18 anos.

EVENTOS  
PARALELOS:

**LATIN  
AMERICAN  
ELECTRONICS**  
International Trade Show

**LATIN  
AMERICAN  
HOUSEWARES**  
International Trade Show

**LIGHTING  
SHOW**  
SÃO PAULO, BRASIL

**eletrocar**  
show

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

ORGANIZAÇÃO

Grupo  
**eletrolar**

REALIZAÇÃO

**azuloplay**  
Feiras e Eventos

MÍDIA PARTNER

**ELETROLAR**  
NEWS

APOIO INSTITUCIONAL

**ABRADI**

**ABRASA**

**abree**

**ACEFRI**  
A CASA DA COBERTURA VEICULAR

**ELETROS**

**greeneletron**

**SEBRAE**

**UBRAFE**

**unicef**

**SEBRAE**