

26 Anos / Years – nº 165 – 2025

# ELETRONIC NEWS

REVISTA DE NEGÓCIOS PARA A INDÚSTRIA E O VAREJO

TI E UD

## NEWS

EDITORA  
C&C

Exclusive interview

## Entrevista exclusiva CASAS BAHIA

+ DE 1.000 LOJAS EM 500 CIDADES, 25 CDs  
E FATURAMENTO DE R\$ 40 BI EM 2023

+ 1,000 STORES IN 500 CITIES, 25 DISTRIBUTION  
CENTERS AND REVENUE OF BRL 40 BILLION IN 2023

**“Vamos dar lucro para depois crescer.”**

*“We will make a profit and then grow.”*

*Renato Franklin*

**CONVENÇÃO BRAZIL  
MOBILE & EXPO**

**INOVAÇÃO, PRODUTOS E SERVIÇOS  
DE 22 A 23 DE MARÇO**

**BRAZIL MOBILE CONVENTION & EXPO**  
Innovation, products and services  
from March 22<sup>nd</sup> to 23<sup>rd</sup>

**CIRCUITO DE NEGÓCIOS  
EM 2025**

**GRANDES OPORTUNIDADES  
EM TRÊS PAÍSES**

**BUSINESS CIRCUIT IN 2025**  
Great opportunities in  
three countries

**DIA DAS MÃES**

**CUIDADOS PESSOAIS, REFRIGERADORES,  
SMARTPHONES & WEARABLES  
E TELEVISORES**

**MOTHER'S DAY**  
Personal Care, Refrigerators,  
Smartphones & Wearables and Televisions

**Panasonic**



VOCÊ PODE FAZER A DIFERENÇA COM ESCOLHAS

# S I M P L E S

SUSTENTABILIDADE E O  
MELHOR DA TECNOLOGIA JAPONESA  
NO TOQUE DE UM BOTÃO.

LEIA O QR CODE



E SAIBA MAIS!

Panasonic GREEN IMPACT

**BRITANIA**  
**CUIDANDO**  
**DE QUEM CUIDA**

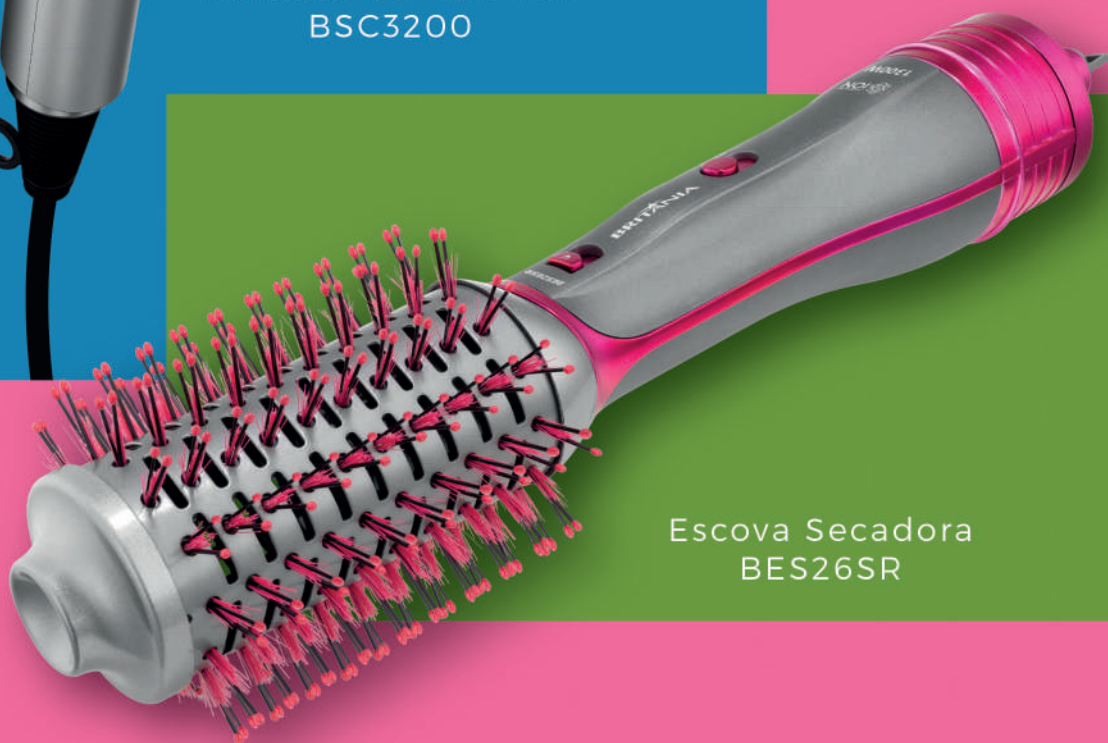
Air Fryer Oven  
BAF16A



Eletrrodomésticos que **simplificam**  
a rotina e **transformam** o dia a dia  
do seu cliente!



Secador de Cabelos  
BSC3200



Escova Secadora  
BES26SR

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

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

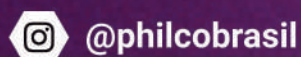
**BRITÂNIA**  
Para Britaniar sua vida

# NEGÓCIO DE MÃE

## Philco

Força e Dedicação geram  
**CONQUISTAS  
INCRÍVEIS**

Pelo terceiro ano consecutivo a **Philco** apoia e incentiva o **empreendedorismo feminino** por meio de voluntariado corporativo e capacitações.



#ForçaDeMãe

#EmpreendedorismoComFilho • #ForçaDeMãe • #MaesQueEmpreendem



**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 MONDIAL: A Nº 1 DO BRASIL É O PRESENTE IDEAL PARA O DIA DAS MÃES!**



Deixe seu ponto de venda pronto para encantar neste Dia das Mães e ofereça a escolha preferida dos brasileiros! A Air Fryer Mondial combina inovação, praticidade e design moderno para tornar a experiência na cozinha mais saudável e especial. Líder de mercado, é perfeita para clientes que desejam surpreender as mães com um presente útil, elegante e cheio de benefícios.

**ELEITA A  
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

AMOR DE **MÃE** É IGUAL A AIWA:  
QUEM CONHECE QUER PRA SEMPRE.



QUEM CONHECE QUER PRA SEMPRE

pág. **26** **MATÉRIA DE CAPA**  
**CASAS BAHIA**

*“A primeira alavanca do nosso plano estratégico é o resgate da cultura da empresa.”* Renato Franklin, CEO

COVER STORY / CASAS BAHIA

*“The first lever of our strategic plan is the recovery of the company's culture.”*

<b>ESPECIAL DIA DAS MÃES</b>	
MOTHER'S DAY SPECIAL .....	<b>68</b>
CUIDADOS PESSOAIS / PERSONAL CARE .....	<b>70</b>
REFRIGERADORES / REFRIGERATORS .....	<b>81</b>
SMARTPHONES E WEARABLES / SMARTPHONES AND WEARABLES .....	<b>94</b>
TELEVISORES / TELEVISIONS .....	<b>103</b>

<b>EDITORIAL</b> .....	<b>16</b>
------------------------	-----------

<b>PÁGINAS VERDES – MDIC: INDÚSTRIA BRASILEIRA É UMA DAS MAIS SUSTENTÁVEIS DO MUNDO</b>	
GREEN PAGES – MDIC: BRAZILIAN INDUSTRY IS ONE OF THE MOST SUSTAINABLE IN THE WORLD.....	<b>18</b>

<b>FEIRA INTERNACIONAL AMBIENTE</b>	
TENDÊNCIAS GLOBAIS EM LIFESTYLE	
AMBIENTE INTERNATIONAL FAIR – GLOBAL TRENDS IN LIFESTYLE .....	<b>42</b>

<b>CONVENÇÃO BRAZIL MOBILE &amp; EXPO</b>	
PRODUTOS E SERVIÇOS PARA IMPULSIONAR AS VENDAS NO SETOR B2B	
BRAZIL MOBILE CONVENTION & EXPO – PRODUCTS AND SERVICES TO BOOST SALES IN THE B2B SECTOR.....	<b>48</b>

<b>CIRCUITO DE NEGÓCIOS EM 2025</b>	
BUSINESS CIRCUIT IN 2025 .....	<b>118</b>
<b>18ª ELETROLAR SHOW / 18<sup>TH</sup> ELETROLAR SHOW</b>	
<b>5ª ELECTRONICS HOME ARGENTINA / 5<sup>TH</sup> ELECTRONICS HOME ARGENTINA</b>	
<b>1ª ELECTRONICS HOME MÉXICO / 1<sup>ST</sup> ELECTRONICS HOME MEXICO</b>	

<b>ELECTRONICS HOME MEXICO</b>	
CÂMARA MÉXICO-BRASIL DÁ SEU APOIO À FEIRA	
ELECTRONICS HOME MEXICO – MEXICO-BRAZIL CHAMBER GIVES ITS SUPPORT TO THE FAIR .....	<b>126</b>

<b>CADERNO ELETROCAR – VEÍCULOS ELETRIFICADOS TÊM VOLUME HISTÓRICO DE VENDAS</b>	
ELETROCAR SUPPLEMENT – ELECTRIFIED VEHICLES HAVE HISTORIC SALES VOLUME .....	<b>130</b>

<b>CONSUMO – CENÁRIO DE PLENO EMPREGO FAVORECE A DEMANDA</b>	
CONSUMPTION – FULL EMPLOYMENT SCENARIO FAVORS DEMAND.....	<b>142</b>

<b>CES 2025 – TECNOLOGIA, AUTOMAÇÃO E SUSTENTABILIDADE</b>	
CES 2025 – TECHNOLOGY, AUTOMATION AND SUSTAINABILITY.....	<b>148</b>

<b>DOSSIÊ – DOSSIER / TABLETS</b> .....	<b>154</b>
---	------------

<b>ARTIGOS – ARTICLES</b>	
ABCOMM.....	<b>158</b>
ABRADISTI.....	<b>159</b>
ABRASA.....	<b>160</b>
ABREE.....	<b>161</b>
ACSP.....	<b>164</b>
ELETROS.....	<b>165</b>
FECOMERCIOSP.....	<b>166</b>
GREEN ELETRON.....	<b>167</b>
SUFRAMA.....	<b>168</b>
THINK PLASTIC BRASIL.....	<b>169</b>

ESCOVAS SECADORAS

# SPACE SHINE

Realce o brilho deste Dia das Mães com as Escovas Space Shine da Mondial. Tecnologia que transforma, design que encanta, sucesso garantido nas suas vendas!



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

**MONDIAL**  
*a escolha inteligente*

# Eficiência e modernidade na sua cozinha!



CAPACIDADE  
DE 6,5 LITROS



12 RECEITAS  
PREDEFINIDAS



TECNOLOGIA  
BLADELESS



GRELHA  
REMOVÍVEL



A nova Air Fryer ARF 1465 Turbo Black da Amvox, combina potência de 1700W e um design robusto. Com um visor transparente, você pode acompanhar o preparo das suas receitas em tempo real, garantindo que cada receita fique sempre no ponto perfeito.



X @amvox\_

Instagram @amvox\_

Facebook amvoxbrasil

LinkedIn company/amvox

Website amvox.com.br

ACA 680

# FANTASY

Com o lançamento  
ACA 680 Fantasy da Amvox,  
a festa começa com você.  
Transforme cada momento  
com uma caixa de som  
estilosa e vibrante!



**680W DE  
POTÊNCIA**



**BLUETOOTH  
DISCONNECT**



**EQUALIZADOR**



**WOOFER DE 12"**  
Com suspensão  
emborrachada



**TWEETER  
DE 1,5"**



**SHOW DE LED**



**RÁDIO FM**



**Amvox**

**E** stá próxima a realização da Convenção Brazil Mobile & Expo, o maior evento de tecnologia deste trimestre. De 21 a 23 de março, no Distrito Anhembi, na capital paulista, reunirá fabricantes de dispositivos móveis, empresas especializadas em soluções tecnológicas e também em serviços, que apresentarão o que há de mais inovador nesse segmento. Será uma oportunidade ímpar de negócios para a indústria e o varejo em um mercado marcado pela constante evolução.

A matéria de capa traz a entrevista de Renato Franklin, CEO de Casas Bahia, que, desde 2023, comanda a empresa na trajetória de resgate de suas origens. Para o Dia das Mães, destacamos os produtos que prometem grandes vendas. Em alto crescimento também estão os veículos eletrificados. O ano de 2024 terminou com um volume histórico de 177.358 unidades vendidas, aumento de 89% sobre 2023. Em *Páginas Verdes*, mostramos como o Brasil caminha para uma economia de baixo carbono.

Grandes Negócios!

**T** he Brazil Mobile & Expo Convention, the largest technology event of this quarter, is coming up soon. From March 21 to 23, in the Distrito Anhembi, in the capital of São Paulo, it will bring together manufacturers of mobile devices, companies specialized in technological solutions and in services, who will present the most innovative products in this segment. It will be a unique business opportunity for the industry and retail in a market marked by constant evolution.

The cover story features an interview with Renato Franklin, CEO at Casas Bahia, who, since 2023, has led the company on its journey to reclaim its origins. For Mother's Day,

we highlight the products that promise big sales. Electrified vehicles are also experiencing high growth. The year 2024 ended with a historic volume of 177,358 units sold, an increase of 89% over 2023. In Green Pages, we show how Brazil is moving towards a low-carbon economy.



Carlos Clur

Great Business!

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

Diretor / Director - Mariano Botindari

Head de Vendas / Head of Sales - Márcia Gonçalves

Editora-chefe / Chief Editor - Leda Cavalcanti

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

Repórteres / Reporters - Dilnara Titara e Igor Lopes - redacao@editoracec.com.br

Revisoras / Reviewers - Abgail Cardoso e Maria Inês Caravaggi

Fotografia / Photography - Fredy Uehara / Uehara Fotografia

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

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

Veronika Fabricio Lagrutta

Gerente de Marketing Internacional / International Marketing Manager - Roberta Zogbi

Marketing e Assinaturas / Marketing and Subscriptions - Tatiana Lopes

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

Michele Vargas e Ricardo 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 commercial@grupoletrolar.com

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

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

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

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



REVISTA  
**ELETROLAR**  
NEWS

anatec  
www.anatec.org.br

**guzzini**<sup>65</sup>  
MADE IN ITALY SINCE 1912

A Guzzini traz a cultura italiana  
para o sua loja.

# Dolceevita

Design sustentável

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

# PÁGINAS VERDES

GREEN PAGES

PENSE VERDE, RESPONSABILIDADE & SUSTENTABILIDADE

## Green Talk

Por / by Leda Cavalcanti

### ECONOMIA DE BAIXO CARBONO É FOCO DO BRASIL



#### LOW-CARBON ECONOMY IS BRAZIL'S FOCUS

**RODRIGO ROLLEMBERG,**  
Secretário de Economia Verde, Descarbonização e  
Bioindústria do Ministério do Desenvolvimento,  
Indústria, Comércio e Serviços – MDIC

SECRETARY OF GREEN ECONOMY, DECARBONIZATION AND  
BIOINDUSTRY OF THE MINISTRY OF DEVELOPMENT, INDUSTRY,  
COMMERCE AND SERVICES – MDIC

#### Sobre /About

Rodrigo Rollemberg, bacharel em História pela Universidade de Brasília (UnB), é secretário de Economia Verde, Descarbonização e Bioindústria do Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços – MDIC. Natural do Rio de Janeiro e servidor da carreira de analista legislativo do Senado Federal, foi deputado distrital de 1995 a 1998 (suplente) e de 1999 a 2002; deputado federal pelo Distrito Federal, de 2007 a 2011; senador pelo DF, de 2011 a 2014; e governador do Distrito Federal, de 2015 a 2018. Também ocupou os cargos de secretário de Turismo, Lazer e Juventude do DF e de secretário de Ciência e Tecnologia para Inclusão Social do Ministério da Ciência e Tecnologia no primeiro mandato do governo Lula. Presidiu a Comissão de Meio Ambiente, Defesa do Consumidor e Fiscalização e Controle do Senado Federal, durante a votação do Código Florestal.

Rodrigo Rollemberg, a graduate in History from the University of Brasília (UnB), is the Secretary of Green Economy, Decarbonization and Bioindustry of the Ministry of Development, Industry, Commerce and Services – MDIC. Born in Rio de Janeiro and a legislative analyst at the Federal Senate, he was a district deputy from 1995 to 1998 (alternate) and from 1999 to 2002; federal deputy for the Federal District, from 2007 to 2011; senator for the Federal District, from 2011 to 2014; and Governor of the Federal District from 2015 to 2018. He also held the positions of Secretary of Tourism, Leisure and Youth of the Federal District and Secretary of Science and Technology for Social Inclusion of the Ministry of Science and Technology in the first term of the Lula government. He chaired the Committee on the Environment, Consumer Protection and Oversight and Control of the Federal Senate, during the vote on the Forest Code.

**P**or décadas, a indústria brasileira tem trabalhado para adotar práticas mais sustentáveis e, nesse ponto, é uma das principais do mundo. Utiliza grande parte de sua matriz energética extremamente renovável, particularmente a elétrica, devido à abundância de energia solar, fotovoltaica e hidrelétrica. O País também tem uma das maiores taxas de reciclagem do mundo, o que reduz em muito o consumo de energia e as emissões na produção de alumínio.

A indústria siderúrgica utiliza uma quantidade significativa de carvão vegetal, que é mais sustentável que o mineral. A indústria de papel e celulose tem grandes áreas de florestas plantadas, o que evita o uso de florestas nativas e aumenta a remoção de gases de efeito estufa. A indústria cimenteira, há muitos anos, se adaptou ao uso de combustíveis alternativos, como pneus, que de outra forma poderiam acabar no meio ambiente.

Novas leis, como as dos mercados de carbono, hidrogênio e energia eólica offshore, devem criar oportunidades para a indústria emitir ainda menos com o uso de combustíveis nacionais de baixa emissão. E o MDIC desenvolve novas políticas públicas, como a Estratégia Nacional de Descarbonização Industrial. “As indústrias devem continuar a investir no País, considerando nossa matriz energética limpa e a legislação de sustentabilidade cada vez mais favorável. E indústrias de outros países devem considerar a descarbonização de sua produção investindo no Brasil, uma prática denominada powershoring”, diz Rodrigo Rollemberg.

*For decades, Brazilian industry has been working to adopt more sustainable practices and, in this regard, it is one of the leading in the world. It uses a large part of its energy matrix extremely renewable, particularly electricity, due to the abundance of solar, photovoltaic and hydroelectric energy. The country also has one of the highest recycling rates in the world, which greatly reduces energy consumption and emissions in aluminum production.*

*The steel industry uses a significant amount of charcoal, which is more sustainable than mineral charcoal. The pulp and paper industry has large areas of planted forests, which avoids the use of native forests and increases the removal of greenhouse gases. The cement industry, many years ago, adapted to the use of alternative fuels, such as tires, which would otherwise end up in the environment.*

*New laws, such as those on carbon markets, hydrogen and offshore wind energy, should create opportunities for the industry to emit even less by using low-emission domestic fuels. And the MDIC is developing new public policies, such as the National Strategy for Industrial Decarbonization. “Industries must continue to invest in the country, considering our clean energy matrix and increasingly favorable sustainability legislation. And industries from other countries must consider decarbonizing their production by investing in Brazil, a practice called powershoring,” says Rodrigo Rollemberg.*



### COMO O MDIC ATUA NA QUESTÃO DO MEIO AMBIENTE?

**RODRIGO ROLLEMBERG** – Com a recriação do Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC), no primeiro dia do governo do presidente Lula, foi instituída a Secretaria de Economia Verde, Descarbonização e Bioindústria (SEV). Ela atua por meio da proposição, implementação e avaliação de políticas públicas para o desenvolvimento da economia verde; a descarbonização dos setores produtivos; o fomento à bioindústria no País; e a promoção da complexidade industrial relacionada ao uso sustentável de biomassa e de patrimônio genético brasileiros. Por isso, atua promovendo a agenda legislativa verde em conjunto com diversos atores públicos e privados, como os Ministérios da Fazenda, de Minas e Energia, do Meio Ambiente, Confederação Nacional da Indústria e associações produtivas.

### HOW DOES THE MDIC ACT ON ENVIRONMENTAL ISSUES?

**RODRIGO ROLLEMBERG** – With the re-creation of the Ministry of Development, Industry, Commerce and Services (MDIC), on the first day of President Lula's government, the Secretariat of Green Economy, Decarbonization and Bioindustry (SEV) was established. It acts by proposing, implementing and evaluating public policies for the development of the green economy; the decarbonization of productive sectors; the promotion of bioindustry in the country; and the promotion of industrial complexity related to the sustainable use of biomass and Brazilian genetic heritage. For this reason, it works to promote the green legislative agenda together with several public and private actors, such as the Ministries of Finance, Mines and Energy, Environment, the National Confederation of Industry and productive associations.

**A matriz energética brasileira já é mais renovável que a das maiores economias mundiais e há um vasto campo para**

### O BRASIL AVANÇOU NESSE TEMA?

**RR** – Conseguimos aprovar as leis do hidrogênio, do combustível do futuro e do mercado regulado de carbono. Lideramos políticas e buscamos atrair investimentos para a indústria brasileira. Entre outras ações, a SEV desenvolve a Estratégia Nacional de Descarbonização Industrial, que conterà os meios de implementação para a descarbonização da indústria brasileira, que já tem índices de emissão inferiores aos de outros países, mas precisa de melhores políticas para fazer ainda mais. Uma das ações do MDIC foi se associar ao Acelerador de Transição Industrial (ITA). O Brasil tem uma base industrial significativa, abundância de recursos naturais e acesso à energia renovável de baixo custo, o que o posiciona para se estabelecer como uma potência global na produção de bens industriais verdes. O ITA ajudará a fortalecer os investimentos para as indústrias verdes emergentes do Brasil mobilizarem o capital necessário para descarbonizar a economia global.

### DENTRE AS AÇÕES EMPREENDIDAS, QUAIS OS PRINCIPAIS RESULTADOS OBTIDOS?

**RR** – O governo federal tem desenvolvido iniciativas, como o Pacto pela Transformação Ecológica entre os Três

### HAS BRAZIL MADE PROGRESS ON THIS ISSUE?

**RR** – We were able to approve laws on hydrogen, the fuel of the future, and the regulated carbon market. We are leading policies and seeking to attract investment to Brazilian industry. Among other actions, SEV is developing the National Strategy for Industrial Decarbonization, which will contain the means of implementation for the decarbonization of Brazilian industry, which already has lower emission rates than other countries, but needs better policies to do even more. One of the actions of MDIC was to join the Industrial Transition Accelerator (ITA). Brazil has a significant industrial base, abundant natural resources, and access to low-cost renewable energy, which positions it to establish itself as a global powerhouse in the production of green industrial goods. ITA will help strengthen investments for Brazil's emerging green industries to mobilize the capital needed to decarbonize the global economy.

### AMONG THE ACTIONS UNDERTAKEN, WHAT ARE THE MAIN RESULTS OBTAINED?

**RR** – The federal government has developed initiatives such as the Pact for Ecological Transformation between the Three Powers; the update of the Climate Plan,

Poderes; a atualização do Plano Clima, considerando o horizonte entre 2024 e 2035, com a elaboração de Estratégias Nacionais de Mitigação e Adaptação, bem como dos respectivos Planos Setoriais: o de Transformação Ecológica; a Política Nacional de Transição Energética (PNTE); o desenvolvimento da Taxonomia Sustentável Brasileira; o lançamento da Plataforma de Investimentos em Transformação Climática e Ecológica do Brasil (BIP) e do Programa de Mobilização de Capital Privado Externo e Proteção Cambial (Eco Invest Brasil); e a retomada do Fundo Clima e do Fundo Amazônia. Para ter uma ideia do impacto de uma só dessas iniciativas sobre a economia do País, o Banco Nacional de Desenvolvimento



**desenvolver a economia verde no País, aproveitando as oportunidades oriundas dos recursos naturais.**

Econômico e Social (BNDES) liberou, em sete meses de 2024, o correspondente a 2,5 vezes de todas as aprovações da história do programa BNDES Fundo Clima de 2013 a 2023 (R\$ 3 bilhões, a valores de hoje). Ou seja, de abril a outubro de 2024, o banco aprovou R\$ 7,3 bilhões para operações do Fundo Clima. Isso representa 70% dos cerca de R\$ 10,4 bilhões aportados pela União ao BNDES, em abril, para financiamento de projetos de mitigação da mudança climática e dos seus efeitos. O MDIC e a SEV contribuíram decisivamente em várias ações.

#### **E SOBRE OS OUTROS PROGRAMAS?**

**RR** – Cito o Programa de Mobilidade Verde e Inovação (Mover), que estimula investimentos em novas tecnologias e aumenta as exigências de descarbonização da frota automotiva brasileira. Ele prevê R\$ 19,3 bilhões em incentivos até 2028 e é um dos principais impulsores da série de investimentos anunciados pela indústria automotiva, em torno de R\$ 130 bilhões. Além disso, os servidores do Ministério e da Secretaria de Economia Verde atuaram ativamente na construção do arcabouço técnico e legal do Programa Combustível do Futuro, que promove a descarbonização da matriz de transportes no Brasil; do marco legal do hidrogênio de baixo carbono, que, por meio do Programa de De-

*The Brazilian energy matrix is already more renewable than that of the world's largest economies and there is a vast field for developing the green economy in the country, taking advantage of the opportunities arising from natural resources.*

*considering the horizon between 2024 and 2035, with the elaboration of National Mitigation and Adaptation Strategies, as well as the respective Sectoral Plans: the Ecological Transformation Plan; the National Energy Transition Policy (PNTE); the development of the Brazilian Sustainable Taxonomy; the launch of the Brazil Climate and Ecological Transformation Investment Platform (BIP) and the Foreign Private Capital Mobilization and Exchange Rate Protection Program (Eco Invest Brasil); and the resumption of the Climate Fund and the Amazon Fund. To give you an idea of the impact of just one of these initiatives on the country's economy, the National Bank for Economic and Social Development (BNDES) released, in seven months of 2024, the equivalent of 2.5*

envolvimento do Hidrogênio de Baixa Emissão de Carbono (PHBC), prevê a concessão de R\$ 18,3 bilhões de crédito fiscal entre 2028 e 2032; da criação do Sistema Brasileiro de Comércio de Emissões de Gases de Efeito Estufa (SBCE), que estabelece tetos para emissões e um mercado de venda de títulos; e do Selo Amazônia, que definirá as diretrizes nacionais para a normalização e certificação de serviços e produtos industrializados, comprovadamente produzidos a partir de matérias-primas e insumos da biodiversidade amazônica, que atendam a requisitos de sustentabilidade ambiental, econômica e social. Outra iniciativa importante foi o lançamento do projeto CBA Conecta, cujo objetivo é fomentar um ambiente de colaboração e de parcerias entre o Centro de Biotecnologia da Amazônia, localizado em Manaus (AM), e indústrias locais.

### QUE BENEFÍCIOS TRAZ ESSE MODELO DE ATUAÇÃO?

**RR** – Com ele, o CBA deixa de ser unicamente um centro de pesquisa para ser um centro de bionegócios e, em parceria com as empresas privadas, especialmente as do Polo Industrial de Manaus, pode desenvolver produtos a partir da biodiversidade da Amazônia. Destaco, ainda, a participação do MDIC e da SEV para o lançamento, no Brasil, do Acelerador de Transição Industrial (ITA), criado em dezembro de 2023, na COP28, pelos Emirados Árabes Unidos, pela Convenção-Quadro das Nações Unidas sobre Mudanças Climáticas (UNFCCC) e pela Bloomberg Philanthropies, para reunir líderes globais, instituições

times all the approvals in the history of the BNDES Climate Fund program from 2013 to 2023 (BRL3 billion, at today's values). In other words, from April to October 2024, the bank approved BRL7.3 billion for Climate Fund operations. This represents 70% of the approximately BRL10.4 billion contributed by the Union to BNDES in April to finance projects to mitigate climate change and its effects. The MDIC and SEV contributed decisively to several actions

### AND WHAT ABOUT THE OTHER PROGRAMS?

**RR** – I would like to mention the Green Mobility and Innovation Program (Mover), which encourages investments in new technologies and increases the requirements for decarbonizing the Brazilian automotive fleet. It provides for BRL19.3 billion in incentives through 2028 and is one of the main drivers of the series of investments announced by the automotive industry, around BRL130 billion. In addition, employees of the Ministry and the Secretariat of Green Economy actively worked on building the technical and legal framework for the Fuel of the Future Program, which promotes the decarbonization of the transportation matrix in Brazil; the legal framework for low-carbon hydrogen, which, through the Low-Carbon Hydrogen Development Program (PHBC), provides for the granting of BRL18.3 billion in tax credits between 2028 and 2032; the creation of the Brazilian Greenhouse Gas Emissions Trading System (SBCE), which establishes emissions ceilings and a market for the sale of bonds; and the Amazon Seal, which will define national guidelines for the standardization and certification of industrialized products and services, demonstrably produced from raw materials and inputs from Amazonian biodiversity, which meet environmental, economic and social sustainability requirements. Another important initiative was the launch of the CBA Conecta project, whose objective is to foster an environment of collaboration and partnerships between the Amazon Biotechnology Center, located in Manaus (AM), and local industries.

### WHAT BENEFITS DOES THIS OPERATING MODEL BRING?

**RR** – With it, the CBA ceases to be just a research center and becomes a bio business center and, in partnership with private companies, especially those from the Manaus Industrial Hub, can develop products from the biodiversity of the Amazon. I would also like to highlight the participation of MDIC and SEV in the launch, in Brazil, of the Industrial Transition Accelerator (ITA), created in December 2023, at COP28, by the United Arab Emirates, the United Nations

**Novas leis, como as dos mercados de carbono, hidrogênio e energia eólica offshore, devem criar oportunidades para a indústria emitir ainda menos com o uso de combustíveis nacionais de baixa emissão.**

*New laws, such as those on carbon, hydrogen and offshore wind energy markets, should create opportunities for industry to emit even less by using low-emission domestic fuels.*



financeiras e governos com o objetivo de desbloquear investimentos em escala e implantar soluções de descarbonização.

### **HÁ A CONVICÇÃO DE QUE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO ESTÁ LIGADO À PRESERVAÇÃO DO MEIO AMBIENTE?**

**RR** – Essa convicção ficou explícita na declaração final da Cúpula do G20, publicada em novembro de 2024, no Rio de Janeiro. Os líderes enfatizaram o papel do desenvolvimento sustentável em suas três dimensões – econômica, social e ambiental – como princípio orientador para a cooperação em prol das pessoas, do planeta e da prosperidade, com o objetivo final de superar nossos desafios coletivos. Quanto a finanças sustentáveis, reconheceram “a importância de otimizar as operações dos fundos verticais climáticos e ambientais, alinhando-os às necessidades, prioridades e estratégias dos países para fortalecer a apropriação nacional e maximizar o impacto dos investimentos”. Também reafirmaram que os países em desenvolvimento precisam ser apoiados em suas transições para emissões de baixo carbono e que trabalharão para facilitar o financiamento de baixo custo para tal fim. E manifestaram o apoio a cadeias de fornecimento confiáveis, diversificadas, sustentáveis e responsáveis para transições energéticas, inclusive para minerais e materiais críticos beneficiados na fonte, semicondutores e tecnologias. Esse conceito de desen-

*Framework Convention on Climate Change (UNFCCC) and Bloomberg Philanthropies, to bring together global leaders, financial institutions and governments with the aim of unlocking investments at scale and implementing decarbonization solutions.*

### **IS THERE A CONVICTON THAT ECONOMIC DEVELOPMENT IS LINKED TO ENVIRONMENTAL PRESERVATION?**

**RR** – This conviction was made explicit in the final declaration of the G20 Summit, published in November 2024, in Rio de Janeiro. The leaders emphasized the role of sustainable development in its three dimensions – economic, social and environmental – as a guiding principle for cooperation in favor of people, the planet and prosperity, with the goal of overcoming our collective challenges. Regarding sustainable finance, they recognized “the importance of optimizing the operations of vertical climate and environmental funds, aligning them with the needs, priorities and strategies of countries to strengthen national ownership and maximize the impact of investments”. They also reaffirmed that developing countries need to be supported in their transitions to low-carbon emissions and that they will work to facilitate low-cost financing for this purpose. And they expressed support for reliable, diversified, sustainable and responsible supply chains for energy transitions, including for minerals and critical materials processed at

volvimento sustentável já faz parte das mais diversas cadeias produtivas.

### **O BRASIL CAMINHA PARA TER UMA ECONOMIA DE BAIXO CARBONO?**

**RR** – Sim. Cito duas iniciativas importantes para facilitar essa caminhada de médio e longo prazos rumo à economia de baixo carbono. A primeira foi a aprovação do marco legal do hidrogênio de baixo carbono. A aprovação das Leis nº 14.948/2024 e 14.990/2024 traz segurança jurídica, previsibilidade e atratividade para investimentos em hidrogênio verde no Brasil. Por meio do Regime Especial de Incentivos para a Produção de Hidrogênio de Baixa Emissão de Carbono (Rehidro), o marco regulatório estende às empresas produtoras de hidrogênio de baixo carbono incentivos tributários previstos na Lei 11.488/07 – que criou o Regime Especial de Incentivos para o Desenvolvimento da Infraestrutura (Reidi) –, concedendo suspensão de PIS, Cofins e PIS/Cofins-Importação na compra ou importação de máquinas, aparelhos, instrumentos e equipamentos novos e de materiais de construção destinados aos projetos de hidrogênio. A segunda foi a aprovação do mercado de carbono no Brasil, com a instituição do Sistema Brasileiro de Comércio de Emissões (SBCE). O mercado de carbono pode ser uma ferramenta crucial para o Brasil atingir suas metas de redução de emissões de gases de efeito estufa, estabelecidas na sua Contribuição Nacionalmente Determinada (NDC) no âmbito do Acordo de Paris. Ao precificar as emissões de carbono, o mercado incentiva a descarbonização da economia, premiando empresas e setores que reduzirem suas emissões e penalizando aqueles que não o fizerem.

### **O BRASIL APROVEITA BEM OS SEUS RECURSOS NATURAIS?**

**RR** – A matriz energética brasileira já é mais renovável que a das maiores economias mundiais, o que representa uma vantagem comparativa no contexto da transição energética. Mas há um vasto campo para desenvolvermos ainda mais a economia verde em nosso País e aproveitarmos as oportunidades oriundas de nossos recursos naturais. Para isso, o governo federal tem diversos instrumentos de políticas públicas que já estão em implantação. Por exemplo, a Nova Indústria Brasil (NIB), que conta com recursos de R\$ 342,7 bilhões para o apoio a projetos até 2026, tem como uma de suas missões a bioeconomia, descarbonização e transição e segurança energéticas para garantir os recursos para futuras gerações. Essa missão tem como meta aspiracional para 2033 promover a indústria verde, reduzindo em 30% a emissão de CO<sub>2</sub> por valor adicionado da indústria, ampliando em 50% a participação dos biocombustíveis na matriz energética de transportes e aumentando o uso tecnológico e sustentável da biodiversidade pela indústria em 1% ao ano. Nesse sentido, em 2023, somente para a Missão 5,

source, semiconductors and technologies. This concept of sustainable development is already part of the most diverse production chains.

### **IS BRAZIL ON ITS WAY TO A LOW-CARBON ECONOMY?**

**RR** – Yes. I will mention two important initiatives to facilitate this medium - and long-term journey towards a low-carbon economy. The first was the approval of the legal framework for low-carbon hydrogen. The approval of Laws No. 14,948/2024 and 14,990/2024 brings legal certainty, predictability, and attractiveness to investments in green hydrogen in Brazil. Through the Special Incentive Regime for the Production of Low-Carbon Hydrogen (Rehidro), the regulatory framework extends tax incentives to companies producing low-carbon hydrogen as provided for in Law 11,488/07 – which created the Special Incentive Regime for the Development of Infrastructure (Reidi) – granting suspension of PIS, Cofins, and PIS/Cofins-Import on the purchase or import of new machinery, devices, instruments, and equipment, and construction materials intended for hydrogen projects. The second was the approval of the carbon market in Brazil, with the establishment of the Brazilian Emissions Trading System (SBCE). The carbon market can be a crucial tool for Brazil to achieve its greenhouse gas emissions reduction targets, established in its Nationally Determined Contribution (NDC) under the Paris Agreement. By pricing carbon emissions, the market incentivizes the decarbonization of the economy, rewarding companies and sectors that reduce their emissions and penalizing those that do not.

### **DOES BRAZIL MAKE GOOD USE OF ITS NATURAL RESOURCES?**

**RR** – Brazil's energy matrix is already more renewable than that of the world's largest economies, which represents a comparative advantage in the context of the energy transition. However, there is a vast field for us to further develop the green economy in our country and take advantage of the opportunities arising from our natural resources. To this end, the federal government has several public policy instruments that are already being implemented. For example, the New Industry Brazil (NIB), which has BRL342.7 billion in resources to support projects through 2026, has as one of its missions the bioeconomy, decarbonization, and energy transition and security to guarantee resources for future generations. This mission has as an aspirational goal for 2033 to promote green industry, reducing CO<sub>2</sub> emissions by 30% per industry value added, increasing the share of biofuels in the transportation energy matrix by 50%, and increasing the technological and sustainable use of biodiversity by industry by 1% per year. In this sense, in 2023, for Mission 5 alone, the Study and Project Financing Agency (Finep) supported 179 projects,

a Financiadora de Estudos e Projetos (Finep) apoiou 179 projetos, totalizando R\$ 2,541 bilhões – montante referente a recursos da Finep e contrapartidas.

#### **QUAIS OS MAIORES IMPACTOS DAS MUDANÇAS CLIMÁTICAS NA ECONOMIA?**

**RR** – Os impactos são amplos e diversos. Em julho, um relatório da Organização Internacional do Trabalho (OIT) – “Heat at work: Implications for safety and health” – alertou para o aumento do número de trabalhadores e trabalhadoras expostos ao estresse térmico em todo o mundo. Segundo esse estudo, a região das Américas registrou o aumento mais rápido na proporção de lesões ocupacionais relacionadas com o calor desde 2000, com aumento de 33,3%. No Rio Grande do Sul, o volume de pagamentos do mercado segurador atendendo aos avisos de sinistros relativos às enchentes chegou a R\$ 5,6 bilhões no fim de julho de 2024, conforme estimativas da Confederação Nacional de Seguradoras (CNSeg). Nesse contexto, o BNDES, por meio de 8.439 operações, disponibilizou R\$ 17,01 bilhões em aprovações de crédito (capital de giro; máquinas e equipamentos; investimento e reconstrução) a esse estado. Por sua vez, em setembro, o governo federal editou a Medida Provisória nº 1.258/2024, que abriu R\$ 514,4 milhões em crédito extraordinário para ações emergenciais de combate aos efeitos dos incêndios e à situação de grave estiagem que atingiram grande parte da Região Norte e a Amazônia Legal. ■■

totaling BRL2.541 billion – an amount referring to Finep resources and counterparts.

#### **WHAT ARE THE BIGGEST IMPACTS OF CLIMATE CHANGE ON THE ECONOMY?**

**RR** – The impacts are broad and diverse. In July, a report by the International Labor Organization (ILO) – “Heat at work: Implications for safety and health” – warned of the increase in the number of workers exposed to heat stress worldwide. According to this study, the Americas region recorded the fastest increase in the proportion of heat-related occupational injuries since 2000, with an increase of 33.3%. In Rio Grande do Sul, the volume of payments from the insurance market in response to claims related to floods reached BRL5.6 billion at the end of July 2024, according to estimates by the National Confederation of Insurers (CNSeg). In this context, BNDES, through 8,439 operations, made BRL17.01 billion available in credit approvals (working capital; machinery and equipment; investment and reconstruction) to this state. In turn, in September, the federal government issued Provisional Measure No. 1,258/2024, which opened BRL514.4 million in extraordinary credit for emergency actions to combat the effects of the fires and the severe drought situation that affected a large part of the North Region and the Legal Amazon. ■■



# BA FA BA BA S S S S

RENATO FRANKLIN,  
CEO  
CEO



**MATÉRIA DE CAPA / CASAS BAHIA**  
COVER STORY / CASAS BAHIA

por / by **Dilnara Titara**  
e / and **Igor Lopes**

# “DEDICAÇÃO TOTAL A VOCÊ”: O RESGATE DAS ORIGENS DE CASAS BAHIA

“TOTAL DEDICATION TO YOU”: RECOVERING  
THE ORIGINS OF CASAS BAHIA

**Com mais de 1.000 lojas no País, a empresa, que vem de quatro trimestres consecutivos de crescimento, se reconecta aos clientes com o slogan que marca a sua trajetória.**

*With more than 1,000 stores in the country, the company, which has seen four consecutive quarters of growth, reconnects with its customers with the slogan that marks its trajectory.*



A marca Casas Bahia é uma das mais emblemáticas do varejo brasileiro e se conecta diretamente com as aspirações e necessidades do Brasil real. No comando da empresa desde maio de 2023, o **CEO Renato Franklin** está liderando a companhia rumo ao resgate de suas origens e transformação estratégica.

Nesta entrevista, ele conta como a volta ao foco em móveis, eletrodomésticos e tecnologia tem impulsionado a marca e consolidado sua posição como referência no setor. Compartilha desafios, aprendizados e os passos para equilibrar expansão com eficiência. Dá, também,

The Casas Bahia brand is one of the most iconic in Brazilian retail and connects directly with the aspirations and needs of the real Brazil. At the helm of the company since May 2023, **CEO Renato Franklin** is leading the company towards reclaiming its origins and strategic transformation.

In this interview, he explains how the return to focus on furniture, home appliances and technology has boosted the brand and consolidated its position as a reference in the sector. He shares challenges, lessons learned and the steps to balance expansion with efficiency. He also gives a clear vision of the future of retail and the role of Casas Bahia in democratizing access to credit.



A Megaloja Casas Bahia no Shopping Aricanduva é uma das maiores lojas da rede no Brasil, inaugurada em junho de 2024. Com uma área de mais de 3.500 m<sup>2</sup>.

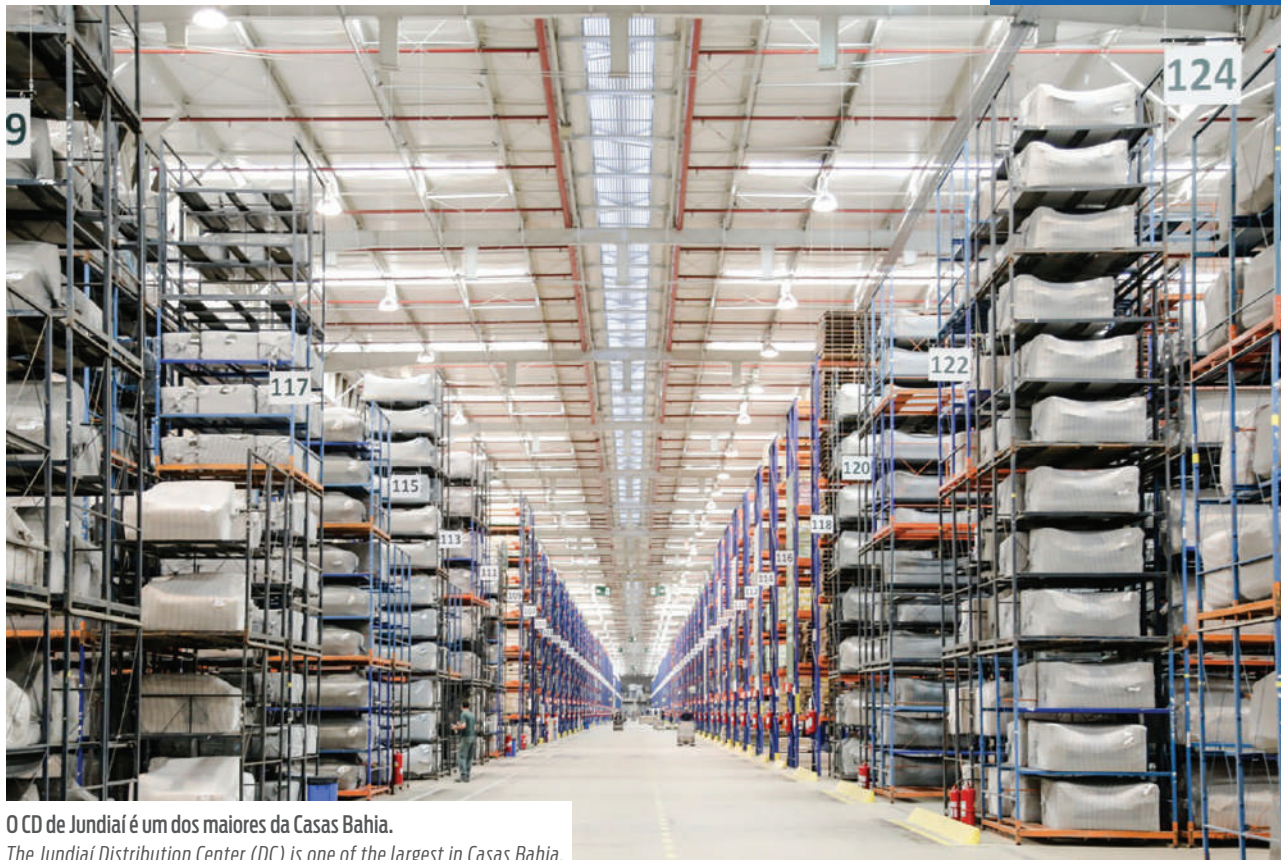
The Casas Bahia Megastore at Shopping Aricanduva is one of the largest stores in the network in Brazil, opened in June 2024. With an area of over 3,500 sqm.

#### **HOW IS THIS RETURN TO ITS ROOTS GOING AND HOW DOES IT INFLUENCE THE COMPANY'S CURRENT STRATEGIES?**

**RENATO FRANKLIN** – Casas Bahia has 72 years of history and, in fact, serves the real Brazil. It serves the A class, but also the B, C, D and E classes. It has 108 million customers, almost 95% of Brazil's economically active population. Returning to our essence is essential for two main reasons. First, because that is where our strength lies. We started out selling furniture, home appliances and technology equipment. And, obviously, during the pandemic, due to this capillarity, this brand strength, we wanted to try to do everything. And then the fight became very expensive, and it is difficult to make a profit from the sale of low-ticket items. So, we changed our strategy, returning to furniture, home appliances, technology, television, cell phones, laptops. The beginning is always a challenge, since we reduced the company's revenue by 14%. On the other hand, we have grown 30% in furniture, 20% in white goods, 20% in cell phones, and television continues to be our flagship product – we have been the leader for a long time in Brazil. The company has had four consecutive quarters of growth, with improved margins and serving the population with this strong and caring brand. The slogan "Total dedication to you" undoubtedly helps to reconnect. I think that from the point of view of marketing and awareness, we have grown a lot.

#### **WHAT HAPPENED ALONG THE WAY? WAS THERE AN EXCESSIVE INVESTMENT IN TECHNOLOGY FOR AN AUDIENCE THAT WAS NOT YET READY? WHAT COULD HAVE GONE WRONG?**

**RF** – Actually, my mandate is to discipline capital



O CD de Jundiaí é um dos maiores da Casas Bahia.  
*The Jundiaí Distribution Center (DC) is one of the largest in Casas Bahia.*

uma visão clara sobre o futuro do varejo e o papel de Casas Bahia para democratizar o acesso ao crédito.

### COMO ESTÁ SENDO ESSA VOLTA ÀS ORIGENS E DE QUE FORMA ELA INFLUENCIA AS ESTRATÉGIAS ATUAIS DA EMPRESA?

**RENATO FRANKLIN** – **A Casas Bahia tem 72 anos de história e, de fato, atende o Brasil real. Atende a classe A, mas também as classes B, C, D e E. São 108 milhões de clientes, quase 95% da população economicamente ativa do Brasil. Voltar para a nossa essência é fundamental por dois grandes motivos. Primeiro, é onde está a nossa fortaleza. Nascemos vendendo móveis, eletrodomésticos e equipamentos de tecnologia. E, obviamente, durante a pandemia, por essa capilaridade, essa força de marca, veio a vontade de tentar fazer tudo. E aí a briga ficou muito cara e é difícil rentabilizar a venda de itens de tiquete baixo. Então, mudamos a estratégia, voltamos para móveis, eletrodomésticos, tecnologia, televisão, celular, notebooks.** O início é sempre aquele desafio, uma vez que diminuimos em 14% a receita da companhia. Em compensação, temos crescido 30% em

*allocation. So, it works almost like an investment fund. I look at each business in the company and each sales channel. We continue to do what has a margin, and we stop doing what doesn't. So, looking at the businesses we had, some categories, especially e-commerce, had a negative margin in the bottom line. Because, initially, it seems like you are making money, but there is a logistical cost to deliver to the customer's home, free shipping and interest-free installments. I think the previous strategy was very much based on the logic of "let's grow and then make a profit". And we changed it to "let's make a profit and then grow". And then we focused on what we really have strength and scale in. In the physical store, I have a little more margin. We sell services together and have the little payment slip, which helps. The credit card has a 26% penetration in the physical store. In digital, the historical penetration was 2.3%. So, it is more difficult to have a contribution to profitability. We recently managed to increase the penetration of credit in digital to almost 10%. This will enable us to grow in e-commerce as well. The company used to be 50% physical store and 50% e-commerce, today it is 60% physical store and 40% e-commerce.*

# CASAS BAHIA EM NÚMEROS

## CASAS BAHIA IN NUMBERS

72 ANOS  
DE HISTÓRIA

MAIS DE 1.000 LOJAS

PRESEÇA EM MAIS DE  
500 MUNICÍPIOS  
EM 22 ESTADOS  
BRASILEIROS

35.000  
FUNCIONÁRIOS

108 MILHÕES  
DE CLIENTES

25 CENTROS DE  
DISTRIBUIÇÃO

VENDAS: 60%  
LOJA FÍSICA E 40%  
NO ONLINE

50%  
DAS VENDAS SÃO DE  
ELETRODOMÉSTICOS

40 FATURAMENTO:  
BILHÕES  
(2023)

72 years of history • More than 1,000 stores • Presence in more than 500 cities in 22 Brazilian states  
35 thousand employees • 108 million customers • 25 distribution centers • Sales: 60% in physical stores, 40% online  
50% of sales are of home appliances • Revenue: BRL 40 billion (2023)

móveis, 20% em linha branca, 20% em celulares, e televisão continua o carro-chefe – lideramos há bastante tempo no Brasil todo. A companhia vem de quatro trimestres consecutivos de crescimento, com melhoria de margem e atendendo a população com essa marca tão forte e carinhosa. O slogan “Dedicação total a você”, sem dúvida, ajuda a reconectar. Acho que do ponto de vista de marketing, de awareness, crescemos bastante.

**O QUE OCORREU NO MEIO DO CAMINHO? HOUVE ALGUMA APOSTA EXCESSIVA EM TECNOLOGIA PARA UM PÚBLICO QUE AINDA NÃO ESTAVA PRONTO? O QUE PODE TER DADO ERRADO?**

**RF** – Na verdade, o meu mandato é de disciplina de alocação de capital. Então, funciona quase igual a um fundo de investimento. Olho para cada negócio da companhia e para cada canal de venda. Naquilo que tem margem continuamos e, no que não tem, deixamos de fazer. Então, olhando para os negócios que tínhamos, em algumas categorias, principalmente no e-commerce, havia margem negativa na última linha. Porque, inicialmente, parece que você está ganhando dinheiro, mas há um custo logístico para entregar na

E-commerce started growing again in the fourth quarter of 2024. We expect to maintain more or less these 60% and 40% with slightly higher growth in physical stores than in e-commerce in the coming years.

**WHAT ARE THE BIGGEST CHALLENGES OF THIS JOURNEY AND HOW HAS THE COMPANY TRANSFORMED ITSELF TO REMAIN RELEVANT IN SUCH A COMPETITIVE MARKET?**

**RF** – It has changed several times, and I think the biggest challenge is how to maintain the culture. **The first lever of our strategic plan is this recovery of the Casas Bahia culture. So, we return to the origin, a total dedication to you, with the store earning a lot, the entire corporate team thinking and living in that environment and exchanging information with the salesperson. This brings a very clear focus on the customer, a commitment to profitability, and a lot of simplicity. Retail needs to be simple, the company is very large, with more than 40 billion GMV, more than 35 thousand employees, the largest logistics company in Brazil, 25 distributed distribution centers, a huge credit system, but it has to be simple.**

casa do cliente, no frete grátis e no parcelamento sem juros. Acho que a estratégia anterior estava muito na lógica do “vamos crescer para depois dar lucro”. E mudamos para “vamos dar lucro para depois crescer”. E aí focamos naquilo em que a gente realmente tem força e escala. Na loja física, tenho um pouco mais de margem. A gente vende serviços junto e tem o carnezinho, que ajuda. O crediário tem uma penetração de 26% na loja física. No digital, a penetração histórica era 2,3%. Então, é mais difícil ter uma contribuição de rentabilidade. Conseguimos, recentemente, aumentar a penetração do crediário no digital para quase 10%. Isso vai nos possibilitar um crescimento também no e-commerce. A companhia era, antes, 50% loja física e 50% e-commerce, hoje é 60% loja física e 40% e-commerce. O e-commerce voltou a crescer já no quarto trimestre de 2024. Esperamos manter mais ou menos esses 60% e 40% com crescimento um pouco maior em loja física do que no e-commerce para os próximos anos.

### QUAIS OS MAIORES DESAFIOS DESSA JORNADA E COMO A EMPRESA SE TRANSFORMOU PARA CONTINUAR RELEVANTE EM UM MERCADO TÃO COMPETITIVO?

RF – Ela mudou várias vezes, e acho que o maior desafio é como você mantém a cultura. **A primeira avanço do nosso plano estratégico é esse resgate da cultura de Casas Bahia. Então, voltamos à origem, uma dedicação total a você, com a loja ganhando muito, todo o time corporativo pensando e vivendo aquele ambiente e trocando informações com o vendedor. Isso traz o foco muito claro no cliente, em compromisso com a rentabilidade, muita simplicidade. O varejo precisa ser simples, a empresa é muito grande, tem mais de 40 bilhões de GMV, mais de 35 mil funcionários, a maior logística do Brasil, 25 CDs espalhados, um crediário gigante, mas tem que ser simples.**

### QUAL É O PLANO DE EXPANSÃO DE VOCÊS?

RF – O principal plano é o foco em eficiência operacional e crescimento da estrutura existente. Há, sim, uma abertura pontual de loja, mas o plano de expansão forte começa após 2025, no início de 2026, depois de arrumada toda a operação e ficarmos com um fluxo de caixa livre e robusto o suficiente que nos permita ter um Capex de expansão. **Há mais ou menos 200 cidades nas quais enxergamos potencial para uma loja e também em algumas das 500 onde estamos presentes. Queremos ter mais market share no Nordeste, no Centro-Oeste e no Sul do Brasil, onde ainda há muito potencial de crescimento.**

“

**A companhia era, antes, 50% loja física e 50% e-commerce, hoje é 60% loja física e 40% e-commerce. O e-commerce voltou a crescer já no quarto trimestre de 2024. Esperamos manter mais ou menos esses 60% e 40% com crescimento um pouco maior em loja física do que no e-commerce para os próximos anos.**

”

*“The company used to be 50% physical store and 50% e-commerce, today it is 60% physical store and 40% e-commerce. E-commerce started growing again in the fourth quarter of 2024. We expect to maintain more or less this 60% and 40% with slightly higher growth in physical stores than in e-commerce in the coming years.”*

### WHAT IS YOUR EXPANSION PLAN?

RF – The main plan is to focus on operational efficiency and growth of the existing structure. Yes, there is a one-off store opening, but the major expansion plan begins after 2025, in early 2026, after the entire operation is in place and we have a sufficiently robust free cash flow to allow us to have expansion Capex. **There are approximately 200 cities in which we see potential for a store and also in some of the 500 cities where we are present. We want to have more market share in the Northeast, Midwest and South of Brazil, where there is still a lot of growth potential.**

**COMO VOCÊS ESTÃO EQUILIBRANDO ESSA EXPANSÃO COM EFICIÊNCIA OPERACIONAL, ESPECIALMENTE NO CENÁRIO ECONÔMICO DESAFIADOR COMO O NOSSO?**

**RF** – Quando se consegue uma escala comercial junto ao fornecedor para trazer um preço competitivo no produto e ainda ter margem para pagar o custo da companhia, conseguimos crescer. Um lado que nos ajuda é que vemos a indústria de eletrodomésticos no Brasil se transformando. Tivemos a entrada de vários novos players, principalmente a indústria chinesa chegando, com novidades e bastante investimento para impulsionar. Eles investem bastante nas lojas físicas para a gente melhorar o mostruário e dar uma experiência melhor ao cliente, e isso estimula a indústria que já está no Brasil, seja ela internacional ou nacional, a também investir e trazer novidades. Esse movimento como um todo acaba estimulando a renovação dos ativos, então o consumidor vê uma geladeira mais eficiente de consumo e quer trocar a sua, uma televisão com inteligência artificial, um celular com câmera melhor, com mais memória. Há vários itens chegando com preços mais baratos que nos anos anteriores e com mais tecnologia. Isso nos permite estar

**HOW ARE YOU BALANCING THIS EXPANSION WITH OPERATIONAL EFFICIENCY, ESPECIALLY IN A CHALLENGING ECONOMIC SCENARIO LIKE OURS?**

**RF** – When we achieve commercial scale with the supplier to offer a competitive price for the product and still have margin to cover the company's costs, we are able to grow. One thing that helps us is that we see the home appliance industry in Brazil changing. We have had the arrival of several new players, mainly the Chinese industry, with new products and significant investment to boost it. They invest heavily in physical stores so that we can improve the display and provide a better experience for the customer, and this encourages the industry that is already in Brazil, whether international or national, to also invest and bring new products. This movement as a whole ends up encouraging the renewal of assets, so the consumer sees a more efficient refrigerator and wants to replace theirs, a television with artificial intelligence, a cell phone with a better camera, with more memory. There are several items arriving at cheaper prices than in previous years and with more technology. This allows us to always be innovating, renewing and stimulating growth. We still feel that a large part of the Brazilian population wants to change, has income, but needs flexibility to be able to pay. Therefore, credit plays a key role in growth. It is very strong and has been a very important lever to enable the company's growth, even with the most adverse scenario and high interest rates.



**Megaloja da Marginal Tietê: a primeira unidade com mais de 9.000 m<sup>2</sup>.**  
*Marginal Tietê Megastore: the first unit with more than 9,000 sqm.*

sempre inovando, renovando e estimulando o crescimento. Ainda sentimos que grande parte da população brasileira tem vontade de trocar, tem renda, mas precisa de flexibilidade para poder pagar. Então, o crediário tem um papel-chave no crescimento. Ele é muito forte e tem sido uma alavanca bastante importante para possibilitar o crescimento da companhia, mesmo com o cenário mais adverso e com taxa de juros alta.

### **QUANDO VOCÊ COMENTA SOBRE CREDIÁRIO, NOS LEMBRAMOS DE UMA MÚSICA DOS MAMONAS ASSASSINAS: “A MINHA FELICIDADE É O CREDIÁRIO DA CASAS BAHIA”.**

**RF** – Há várias músicas espontâneas, isso é muito legal. São várias músicas da cultura popular brasileira que citam o crediário Casas Bahia. A marca Casas Bahia é uma marca do povo brasileiro. Somos Top of Mind há 19 anos consecutivos em eletrodomésticos e a marca mais lembrada entre todas as indústrias no Sudeste brasileiro.

### **ISSO É UM LADO POSITIVO DE VOCÊS TEREM VOLTADO AO NOME CASAS BAHIA? REMETE À CONFIANÇA?**

**RF** – Exatamente, e conversa com o nosso público consumidor. Quando se tem uma identidade para falar com o público do mercado de capitais, que era a Via, e outra que fala com o consumidor, você perde a oportunidade de uma conversa institucional como a nossa, de falar de nossas marcas que estão no coração de todos os brasileiros por gerações.

### **WHEN YOU MENTION CREDIT, WE REMEMBER A SONG BY MAMONAS ASSASSINAS: “MY HAPPINESS IS THE CASAS BAHIA CREDIT.”**

**RF** – There are several spontaneous songs, that’s really cool. There are several songs from Brazilian popular culture that mention the Casas Bahia credit. The Casas Bahia brand is a brand of the Brazilian people. We have been Top of Mind for 19 consecutive years in home appliances and the most remembered brand among all industries in the Brazilian Southeast.

### **IS THIS A POSITIVE ASPECT OF YOU RETURNING TO THE CASAS BAHIA NAME? DOES IT CONVEY TRUST?**

**RF** – Exactly, and it speaks to our consumer audience. When you have one identity to speak to the capital market audience, which was Via, and another that speaks to the consumer, you lose the opportunity for an institutional conversation like ours, to talk about our brands that have been in the hearts of all Brazilians for generations.

### **YOU HAVE INVESTED IN RETAIL MEDIA. HOW DOES THIS AREA FIT INTO YOUR BUSINESS VISION AND WHAT ARE YOUR GOALS IN THIS SEGMENT?**

**RF** – Retail Media is an important lever for retail as a whole. In more developed countries, there are retailers that have 50% of their revenue coming from Retail Media. Our plan is not of that magnitude. We are thinking of single-digit penetration. In the long term, if it reaches 4%, it will already be transformative for

**“Retail Media é uma alavanca importante para o varejo como um todo. Em países mais desenvolvidos, há varejistas que têm 50% da receita vindo de Retail Media. Nosso plano não é dessa magnitude. Pensamos em um dígito de penetração. No longo prazo, se tiver 4%, já é transformador para a companhia.”**

*“Retail Media is an important lever for retail as a whole. In more developed countries, there are retailers that have 50% of their revenue coming from Retail Media. Our plan is not of that magnitude. We are thinking of single-digit penetration. In the long term, if it reaches 4%, it will already be transformative for the company.”*



CD de Jundiaí: 170 mil m<sup>2</sup>, mais de 1 milhão de itens circulam pelo depósito todos os meses.

Jundiaí DC: 170,000 sqm, with over 1 million items circulating through the warehouse every month.

### VOCÊS TÊM INVESTIDO EM RETAIL MEDIA. COMO ESSA ÁREA SE ENCAIXA NA VISÃO DE NEGÓCIO E QUAIS SÃO OS OBJETIVOS NESSE SEGMENTO?

RF – Retail Media é uma alavanca importante para o varejo como um todo. Em países mais desenvolvidos, há varejistas que têm 50% da receita vindo de Retail Media. Nosso plano não é dessa magnitude. Pensamos em um dígito de penetração. No longo prazo, se tiver 4%, já é transformador para a companhia. **Começamos recentemente, lançamos nossa plataforma em março de 2024 e a consideramos a mais completa do mercado, porque ela engloba realmente uma omnicanalidade. Temos atributos e propriedades fortes no e-commerce, trabalhamos muito com CRM, vendendo pela base de clientes que temos para**

*the company. We recently started, we launched our platform in March 2024 and we consider it the most complete on the market, because it truly encompasses omnichannel. We have strong attributes and properties in e-commerce, we work a lot with CRM, selling through the customer base we have to create specific promotions for a niche of customers. We also work with over 1,000 physical stores. We have over 50,000 screens on display, where we can place industry or supplier media selling that product. All of this together, working in physical stores, with e-commerce and on a data monetization front, has huge potential. The return for the supplier is also very good, because it catches the customer at the end of the funnel. The customer entered the store determined to buy, and that is the opportunity for the supplier to influence the customer towards its brand and sell its attributes. This year it will already generate around a hundred million reais in revenue, with a margin of almost 80%, and we see room for at least doubling it next year.*

**fazer promoções específicas a um nicho de clientes. Também trabalhamos as mais de 1.000 lojas físicas. Temos mais de 50 mil telas expostas, onde conseguimos colocar a mídia da indústria ou do fornecedor vendendo aquele produto. Isso tudo junto, trabalhando em loja física, com o e-commerce e numa frente de data monetization, tem um potencial muito grande.** O retorno para o fornecedor também é muito bom, porque ele pega o cliente já no fim do funil. O cliente entrou na loja decidido a comprar e aí está a oportunidade que ele tem de o influenciar para a sua marca e vender o atributo dela. Este ano já vai fazer cerca de uma centena de milhões de reais de receita, com a margem de quase 80%, e enxergamos que há espaço para, pelo menos, dobrar no próximo ano.

### COMO VOCÊ VÊ OS PRINCIPAIS DESAFIOS E OPORTUNIDADES PARA O SETOR NOS PRÓXIMOS ANOS?

**RF** – Eu acho que vai passar muito por experiência do cliente. O cliente quer loja física, ela continua como um driver importante. Quando falamos de um bem de alto valor agregado, mais de cinco, seis mil reais, que é o preço de uma televisão, uma geladeira, o cliente quer ir lá e olhar o produto para decidir. E, às vezes, também quer ajuda, porque há milhões de modelos de televisores. Ele quer comprar uma televisão, mas tem perguntas sobre o que precisa. É para ambiente claro ou escuro? Preciso pagar por essa tecnologia ou aquela outra me atende? Vou jogar? Vou ver mais futebol? Vou assistir a séries? Então, para cada tipo de uso, há um equipamento que vai ter o melhor custo-benefício para aquele cliente. O nosso vendedor atua como um consultor de vendas. E eu entendo que o varejo tem muito a evoluir com esse foco na experiência do cliente para poder sempre trazer novidades, sempre sendo aquele ponto que zera a fricção ao cliente e facilita a compra. Sem dúvida, essa tem sido a fortaleza da companhia. Quando vemos as vendas do e-commerce, quase 25% delas são impulsionadas pelo nosso vendedor falando por WhatsApp com o cliente e ajudando na escolha do produto. Então, acho que essas são as principais alavancas voltadas para a experiência do cliente, trazendo competitividade e flexibilidade nos meios de pagamento.

### COMO VOCÊ VÊ A CASAS BAHIA NOS PRÓXIMOS CINCO A DEZ ANOS E QUAIS SÃO OS GRANDES MARCOS QUE GOSTARIA DE ALCANÇAR DURANTE A SUA GESTÃO?

**RF** – Temos uma visão muito clara para a companhia. Somos líderes na venda de eletrodomésticos e queremos, sem dúvida, nos manter como a melhor varejista de eletrodomésticos e móveis do Brasil, sendo



Megaloja Shopping Aricanduva.  
Mega Store Aricanduva Mall.

### HOW DO YOU SEE THE MAIN CHALLENGES AND OPPORTUNITIES FOR THE SECTOR IN THE COMING YEARS?

**RF** – I think it will depend a lot on customer experience. Customers want a physical store, which continues to be an important driver. When we talk about a high-value-added product, more than BRL5,000 or BRL6,000, which is the price of a television or a refrigerator, customers want to go there and look at the product to make a decision. And sometimes they also want help, because there are millions of models of televisions. They want to buy a television, but they have questions about what they need. Is it for a light or dark environment? Do I need to pay for this technology or will that other one suit me? Will I play? Will I watch more football? Will I watch series? So, for each type of use, there is a piece of equipment that will offer the best cost-benefit for that customer. Our salesperson acts as a sales consultant. And I understand that retail has a lot to evolve with this focus on customer experience to always be able to bring new products, always being

# CASASBAHIA



referência e primeira escolha para todos os consumidores, oferecendo uma jornada simples, descomplicada e personalizada em qualquer canal. **Temos uma liderança muito forte no Sudeste. Quando olhamos São Paulo e Rio de Janeiro, apesar de estarmos crescendo e ganhando participação, o market share já é muito alto. Quando olhamos o Nordeste, o Centro-Oeste e o Sul, o potencial de crescimento é maior e ali teremos uma expansão mais forte de lojas para chegarmos aos mesmos níveis de market share que temos no Sudeste.**

#### QUAIS OS GRANDES MARCOS QUE VOCÊ QUER DEIXAR DE LEGADO?

**RF** – Acho que o principal marco é melhorar a rentabilidade da companhia através de maior eficiência operacional, o que nos possibilitará ser mais atrativos do ponto de vista de opções de crédito. Hoje, o custo do crédito no Brasil é muito caro, seja pela taxa de juros,

that point that eliminates friction for the customer and makes the purchase easier. Without a doubt, this has been the company's strength. When we look at e-commerce sales, almost 25% of them are driven by our salespeople talking to the customer on WhatsApp and helping them choose the product. So, I think these are the main levers focused on the customer experience, bringing competitiveness and flexibility in payment methods.

#### HOW DO YOU SEE CASAS BAHIA IN THE NEXT FIVE TO TEN YEARS AND WHAT ARE THE MAJOR MILESTONES YOU WOULD LIKE TO ACHIEVE DURING YOUR TENURE?

**RF** – We have a very clear vision for the company. We are leaders in the sale of home appliances, and we want, without a doubt, to remain the best retailer of home appliances and furniture in Brazil, being a reference and first choice for all consumers, offering a simple, uncomplicated and personalized journey in any channel. **We have a very strong leadership in the Southeast. When we look at São Paulo and Rio de Janeiro, although we are growing and gaining market share, the market share is already very high. When we look at the Northeast, the Midwest and the South, the growth potential is greater and there we will have a stronger expansion of stores to reach the same levels of market share that we have in the Southeast.**

#### WHAT MAJOR MILESTONES DO YOU WANT TO LEAVE AS A LEGACY?

**RF** – I think the main milestone is to improve the company's profitability through greater operational efficiency, which will enable us to be more attractive from the

## MATÉRIA DE CAPA – COVER STORY

seja por todo o custo de operação. Se ficarmos mais eficientes, conseguimos ser mais competitivos e oferecer um crédito mais barato para a população que precisa. O outro marco é voltar a crescer e gerar emprego. A inclusão verdadeira é o emprego formal. Isso dá dignidade às pessoas, permite a elas realizar sonhos e dar uma condição digna para suas famílias. Esses são os dois principais marcos que eu gostaria de deixar.

### **QUE MENSAGEM VOCÊ QUER PASSAR AOS PROFISSIONAIS DO VAREJO QUE ACOMPANHAM A TRAJETÓRIA DE CASAS BAHIA E BUSCAM INSPIRAÇÃO PARA OS SEUS NEGÓCIOS?**

**RF** – Mais do que sermos otimistas, precisamos entender que há oportunidades. Estamos vivendo um cenário macro desafiador, e acho que o brasileiro sempre gosta de reclamar mais do que deveria. Os últimos 10 anos foram desafiadores para a economia brasileira, e há vários casos de crescimento consolidado e forte. Nesse último ano, se olharmos para Casas Bahia, o mercado não foi diferente. O macro foi desafiador, e ainda tomamos a decisão dura de deixar algumas categorias e reduzir um pouco o tamanho da empresa. Conseguimos fazer isso ganhando eficiência operacional e aumentando a margem. Há quatro trimestres consecutivos, com um crescimento importante nas categorias core, mostramos que o Brasil tem sempre muitas oportunidades e que conseguimos sim, se trabalharmos duro e com disciplina, captá-las e gerar valor para todos os stakeholders, bem como empregos, colaborando para o crescimento das pessoas. ■■

*point of view of credit options. Today, the cost of credit in Brazil is very expensive, whether due to interest rates or overall operating costs. If we become more efficient, we can be more competitive and offer cheaper credit to the population that needs it. The other milestone is to return to growth and generate jobs. True inclusion is formal employment. This gives people dignity, allows them to realize their dreams and provide decent conditions for their families. These are the two main milestones I would like to leave behind.*

### **WHAT MESSAGE DO YOU WANT TO CONVEY TO RETAIL PROFESSIONALS WHO FOLLOW CASAS BAHIA'S TRAJECTORY AND SEEK INSPIRATION FOR THEIR BUSINESSES?**

**RF** – More than being optimistic, we need to understand that there are opportunities. We are living in a challenging macro scenario, and I think Brazilians always like to complain more than they should. The last 10 years have been challenging for the Brazilian economy, and there are several cases of consolidated and strong growth. This past year, if we look at Casas Bahia, the market was no different. The macro was challenging, and we also made the tough decision to leave some categories and reduce the size of the company a little. We were able to do this by gaining operational efficiency and increasing margins. For four consecutive quarters and with significant growth in core categories over four quarters, we have shown that Brazil always has many opportunities and that we can, if we work hard and with discipline, capture them and generate value for all stakeholders, as well as jobs and contribute to people's growth. ■■

**“Desafios e oportunidades para o setor vão passar muito pela experiência do cliente. Quando falamos de um bem de alto valor agregado, mais de cinco, seis mil reais, que é o preço de uma televisão, o cliente quer ir à loja física e olhar o produto para decidir. E, às vezes, também quer ajuda, porque há milhões de modelos de televisores.”**

*“Challenges and opportunities for the sector will largely depend on customer experience. When we talk about a high-value-added product, more than BRL5,000 or BRL6,000, which is the price of a television, the customer wants to go to the physical store and look at the product to make a decision. And sometimes they also want help, because there are millions of television models.”*

## HK ENCHANT SPEAKER

Design elegante. Experiência musical superior



Com o **Harman Kardon Enchant Speaker**, você vivencia uma experiência sonora imersiva com **Dolby Atmos® Music** e drivers avançados que preenchem qualquer ambiente. Compacto, ele se adapta ao espaço e oferece qualidade de áudio superior onde quer que esteja.

Compatível com **AirPlay 2**, **Alexa**, **Chromecast™** e **Spotify Connect**, oferece controle fácil e rápido de suas playlists. Seu design minimalista, feito com materiais reciclados, combina elegância e sustentabilidade, elevando qualquer ambiente.



Saiba mais

**harman/kardon®**  
by HARMAN

# PLATINIUM

## EXCELÊNCIA, DESEMPENHO E HARMONIA:


COOKTOP FISCHER 5 BOCAS COM  
TRIPLA CHAMA PLATINIUM GÁS,  
a combinação perfeita para encantar  
seus clientes e os apaixonados  
pela gastronomia.




## CHAMA DESLOCADA

Agrega mais conforto e  
aproveitamento de espaço  
para as panelas e utensílios.



 **TREMPES DUPLAS**  
garantem robustez e  
estabilidade ao acomodar  
as panelas.

 **ALTA  
PERFORMANCE**  
queimadores com  
tecnologia italiana de alta  
eficiência e durabilidade.

 **POTÊNCIA**  
com 12.450W, é um dos  
cooktops mais potentes  
do mercado.



## CHAMA AUXILIAR

Ideal para receitas delicadas,  
a chama auxiliar é indicada  
para preparos que requerem  
cozimento mais lento.

@ **fischer**.oficial

f **Fischer**oficial

**fischer**.com.br

**Fischer**

AMBIENTE:  
A LIFESTYLE SHOW



por / by **Dilnara Titara**

# AMBIENTE: UM SHOW DE LIFESTYLE



**Ambiente, a maior feira internacional dedicada ao lifestyle, design e bens de consumo, foi realizada de 7 a 11 de fevereiro, em Frankfurt, na Alemanha. Reuniu tendências globais e inovações sustentáveis. Em paralelo, ocorreram as feiras Christmasworld e Creativeworld.**

*Ambiente, the largest international fair dedicated to lifestyle, design and consumer goods, was held from February 7 to 11 in Frankfurt, Germany. It brought together global trends and sustainable innovations. The Christmasworld and Creativeworld fairs were held in parallel.*

**A** sustentabilidade segue como um dos pilares centrais da Ambiente. Em 2025, o programa Ethical Style, que celebrou uma década de existência, contou com 354 expositores certificados por suas práticas responsáveis. Esses expositores foram avaliados por uma comissão independente e internacional, considerando critérios como materiais recicláveis, economia de recursos, produção artesanal, inovações tecnológicas e condições de trabalho justas.

Marcas como o Studio Poemi (Romênia), que cria utensílios de cerâmica com esmaltes ecológicos, e a iniciativa MADE51 da ONU, que conecta refugiados ao mercado global de artesanato, foram alguns dos destaques que reforçaram o compromisso do evento com práticas sustentáveis. O selo Ethical Style esteve presente em áreas especiais, como a Galleria 0 e o Hall 3.1, apresentando uma curadoria de produtos que combinaram inovação, tradição e responsabilidade ambiental.

**S**ustainability continues to be one of Ambiente's central pillars. In 2025, the Ethical Style program, which celebrated its 10<sup>th</sup> anniversary, featured 354 exhibitors certified for their responsible practices. These exhibitors were evaluated by an independent, international committee, considering criteria such as recyclable materials, resource conservation, artisanal production, technological innovations and fair working conditions.

Brands such as Studio Poemi (Romania), which creates ceramic utensils with ecological glazes, and the UN's MADE51 initiative, which connects refugees to the global crafts market, were some of the highlights that reinforced the event's commitment to sustainable practices. The Ethical Style seal was present in special areas, such as Galleria 0 and Hall 3.1, presenting a curation of products that combined innovation, tradition and environmental responsibility.



## AMBIENTE GIVING

O segmento Giving teve como destaque o Hall 4.2, um espaço dedicado a presentes, artigos de papelaria, escola e escritório. Com a presença de mais de 300 fornecedores, essa área ofereceu uma seleção variada e inspiradora para impulsionar as vendas ao longo de todo o ano. Uma apresentação especial, Ms. Paper & Friends, trouxe ideias criativas sobre como montar e exibir gamas de produtos de forma estratégica para atrair consumidores e aumentar a conversão no ponto de venda.

## AMBIENTE 365

**Mais do que um evento presencial, a Ambiente é uma plataforma que conecta profissionais do setor ao longo de todo o ano. Com o conceito Ambiente 365, os participantes puderam explorar tendências, descobrir novos fornecedores e acessar conteúdos exclusivos digitalmente.** Recursos como a pesquisa de expositores e produtos, a Conzoom Solutions – plataforma que reúne insights e diretrizes para o comércio – e o nmedia.hub, uma ferramenta para pedidos e conteúdos voltados ao setor de casa e moradia, garantem que as oportunidades de negócios estejam sempre à disposição, a qualquer momento.



## AMBIENTE GIVING

The Giving segment featured Hall 4.2, a space dedicated to gifts, stationery, school and office supplies. With over 300 suppliers present, this area offered a diverse and inspiring selection to boost sales throughout the year. A special presentation, Ms. Paper & Friends, provided creative ideas on how to strategically assemble and display product ranges to attract consumers and increase conversion at the point of sale.

## AMBIENTE 365

**More than just an in-person event, Ambiente is a platform that connects industry professionals throughout the year. With the Ambiente 365 concept, participants were able to explore trends, discover new suppliers and access exclusive content digitally.** Resources such as exhibitor and product searches, Conzoom Solutions – a platform that brings together insights and guidelines for the trade – and nmedia.hub, a tool for orders and content aimed at the home and living sector, ensure that business opportunities are always available, at any time.

**O MERCADO GLOBAL EM UM MESMO AMBIENTE**

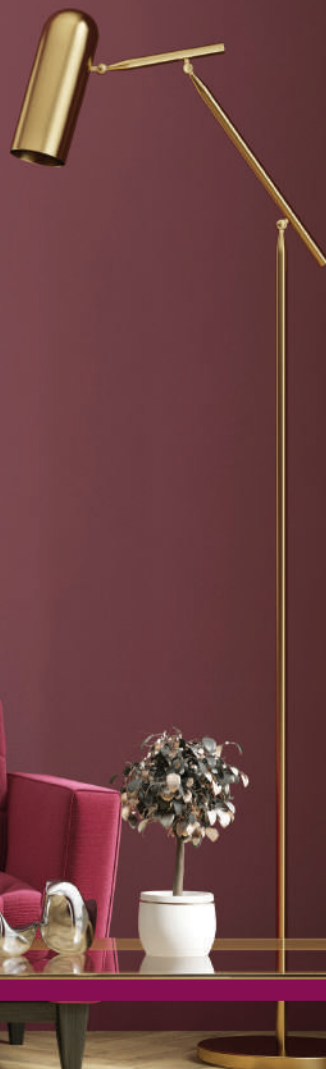
Dividida nas áreas Dining, Living, Giving e Working, a Ambiente estrutura suas exposições para atender diferentes canais de comércio e distribuição. Cada tema reuniu soluções que foram desde utensílios de mesa e cozinha, passando por design de interiores e móveis, até presentes criativos e equipamentos para escritórios.

A edição de 2025 marcou mais um capítulo na história de sucesso da feira, reafirmando sua posição como evento indispensável para profissionais do varejo e da indústria que buscam inovação, sustentabilidade e conexões globais. Seja presencialmente em Frankfurt ou digitalmente ao longo do ano, é o ponto de encontro definitivo para o mercado de bens de consumo. ■■

**THE GLOBAL MARKET IN A SINGLE ENVIRONMENT**

Divided into the Dining, Living, Giving and Working areas, Ambiente structures its exhibitions to serve different trade and distribution channels. Each theme brought together solutions ranging from tableware and kitchenware, through interior design and furniture, to creative gifts and office equipment.

The 2025 edition marked another chapter in the fair's success story, reaffirming its position as an essential event for retail and industry professionals seeking innovation, sustainability and global connections. Whether in person in Frankfurt or digitally throughout the year, it is the ultimate meeting point for the consumer goods market. ■■





# interiorlifestyle

## SOUTH AMERICA

licensed by  
Messe Frankfurt Exhibition GmbH

23 A 26 DE JUNHO DE 2025  
DISTRITO ANHEMBI

#ES | eletrolarshow  
ALL CONNECTED

## LATEST TRENDS INNOVATIONS

Inspirada no sucesso da Ambiente, a maior feira internacional de bens de consumo do mundo, a Interior Lifestyle South America chega à Eletrolar Show All Connected em sua 18ª edição, uma plataforma essencial para marcas nacionais e internacionais que querem fortalecer seus negócios e encontrar novas oportunidades estratégicas no mercado sul-americano.

messe frankfurt



EVENTOS  
PARALELOS:

#ES | eletrolarshow  
ALL CONNECTED

LATIN  
AMERICAN  
ELECTRONICS  
International Trade Show

LIGHTING  
SHOW  
LAS VEGAS, NEVADA

eletoCAR  
show

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





CONVENÇÃO BRAZIL MOBILE & EXPO  
BRAZIL MOBILE CONVENTION & EXPO

por / by Igor Lopes  
e / and Tamara Rangel

# CBM 2025: O FUTURO DO MOBILE PARA O VAREJO B2B

APARELHOS, ACESSÓRIOS E SOLUÇÕES  
TECNOLÓGICAS PARA O MERCADO.

CBM 2025: THE FUTURE  
OF MOBILE FOR B2B RETAIL

*Devices, accessories and technological  
solutions for the market.*

**D**e 22 a 23 de março, a CBM – Convenção Brazil Mobile 2025 reunirá o que há de mais inovador no mercado móvel no recém-reformado Distrito Anhembi, em São Paulo (SP). Em uma área de 10 mil m<sup>2</sup>, os principais fabricantes de smartphones, acessórios e soluções tecnológicas apresentarão produtos e serviços voltados para impulsionar as vendas no setor B2B.

Além de expositores de aparelhos e acessórios, o evento contará com empresas especializadas em serviços estratégicos para varejistas, como contabilidade, assessoria jurídica, soluções de CRM e gestão de relacionamento com clientes. Tudo para contribuir com vendas mais eficientes.

**F**rom March 22 to 23, CBM – Brazil Mobile Convention 2025 will bring together the most innovative products in the mobile market in the recently renovated Distrito Anhembi, in São Paulo (SP). In an area of 10 thousand sqm the main manufacturers of smartphones, accessories and technological solutions will present products and services aimed at boosting sales in the B2B sector.

In addition to exhibitors of devices and accessories, the event will feature companies specialized in strategic services for retailers, such as accounting, legal advice, CRM solutions and customer relationship management. All to contribute to more efficient sales.

## EMPRESAS QUE JÁ CONFIRMARAM PRESENÇA

COMPANIES THAT HAVE ALREADY CONFIRMED THEIR PRESENCE



## AGÊNCIA DROP

Seu diferencial no mercado é oferecer soluções que vão além do marketing tradicional. O trabalho começa com uma análise detalhada dos dados e do mercado de cada cliente por meio de uma consultoria completa, que abrange desde aspectos comerciais até questões fiscais e financeiras da empresa.

A metodologia inclui aulas semanais para implementar processos de gestão e vendas, garantindo melhor desempenho com clientes e colaboradores. Somente após estruturar esses pilares, a Agência Drop inicia a construção de marca nas redes sociais com um time especializado em Social Media e Tráfego Pago.

**“Cuidamos da casa antes de gerar mais demanda”, destaca Murillo Pinna, fundador da agência. Essa abordagem estratégica, já validada com resultados consistentes, permite que os clientes cresçam de forma gradual e sustentável.**

*Its competitive advantage in the market is that it offers solutions that go beyond traditional marketing. The work begins with a detailed analysis of each client's data and market through comprehensive consulting that covers everything from commercial aspects to the company's tax and financial issues.*

*The methodology includes weekly classes to implement management and sales processes, ensuring better performance with clients and employees. Only after structuring these pillars does Agência Drop begin building a brand on social media with a team specialized in social media and paid traffic.*

**“We take care of the house before generating more demand,” highlights Murillo Pinna, founder of the agency. This strategic approach, already validated with consistent results, allows clients to grow gradually and sustainably.**

# AMET

Está pronta para surpreender na CBM 2025 com lançamentos que prometem elevar os padrões do mercado mobile. Entre os destaques está uma nova geração de películas para smartphones, que oferece mais proteção e inovação, além de acessórios tecnológicos que aliam design sofisticado e funcionalidade prática.

A renomada linha de áudio da marca também será ampliada com novos fones de ouvido e caixas de som, projetados para proporcionar uma experiência sonora incomparável. Uma grande novidade, mantida em sigilo, será revelada durante o evento.

**"A CBM é o palco perfeito para esse lançamento especial. É a nossa terceira participação no evento que se consolidou como referência nacional no setor. Tenho certeza de que esta edição será incrível, uma oportunidade perfeita para continuarmos a contribuir com inovação e tecnologia no mercado mobile", diz Cliford Oliveira, CEO da Amet.**

*AMET is ready to surprise at CBM 2025 with launches that promise to raise the standards of the mobile market. Among the highlights is a new generation of smartphone screen protectors, which offer more protection and innovation, as well as technological accessories that combine sophisticated design and practical functionality.*

*The brand's renowned audio line will also be expanded with new headphones and speakers, designed to provide an incomparable sound experience. A major new product, kept confidential, will be revealed during the event.*

**"CBM is the perfect stage for this special launch. It is our third participation if has established itself as a national reference in the sector. I am sure that this edition will be incredible, a perfect opportunity for us to continue contributing with innovation and technology in the mobile market", says Cliford Oliveira, CEO at Amet.**



**ASSL**  
CONTABILIDADE ESTRATÉGICA

## ASSL CONTABILIDADE ESTRATÉGICA

Com mais de 350 empresas de lojistas de celulares e assistências técnicas atendidas, a ASSL Contabilidade Estratégica se destaca no mercado por sua abordagem consultiva. Em 2024, alcançou a marca histórica de ajudar seus clientes a economizar mais de R\$ 5 milhões em 12 meses, consolidando-se como uma das TOP 10 empresas de contabilidade em São Paulo.

**A ASSL vai além do papel tradicional do contador, atuando como um verdadeiro consultor de negócios. A empresa ajuda empresários a entenderem e otimizarem margem de lucro, redução de impostos, riscos trabalhistas e gestão estratégica, promovendo soluções personalizadas, que resultam em um alto impacto financeiro e operacional.**

Por isso, tornou-se referência em contabilidade estratégica para o setor mobile, sendo reconhecida por sua qualidade e expertise. Detém selos como o PQEC e nota máxima no Google Negócios.

*With over 350 cell phone retailers and technical support companies served, ASSL CONTABILIDADE ESTRATÉGICA stands out in the market for its consultative approach. In 2024, it achieved the historic milestone of helping its clients save over BRL5 million in 12 months, consolidating its position as one of the TOP 10 accounting firms in São Paulo.*

**ASSL goes beyond the traditional role of an accountant, acting as a true business consultant. The company helps entrepreneurs understand and optimize profit margins, tax reduction, labor risks and strategic management, promoting customized solutions that result in a high financial and operational impact.**

*For this reason, it has become a reference in strategic accounting for the mobile sector, being recognized for its quality and expertise. It holds seals such as PQEC and a top score on Google Business.*

## ATLÂNTICO ELETRÔNICOS

É especializada na venda de celulares iPhone seminovos de qualidade superior, adquiridos diretamente de operadoras nos Estados Unidos por meio de um escritório em Miami. Os produtos são distribuídos em São Paulo e no Paraguai, onde mantém pontos de venda estratégicos. A Atlântico se destaca no setor pela combinação de rigor no processo de seleção, garantia estendida e compromisso com a satisfação do cliente.

**Na CBM, apresentará a linha de celulares iPhone seminovos, com destaque para dispositivos que aliam performance impecável, tecnologia de ponta e estética premium. Cada aparelho é submetido a testes rigorosos, garantindo aos clientes a confiança de um produto de alta qualidade a preço competitivo.**

*Specializes in the sale of top-quality pre-owned iPhone cell phones, purchased directly from carriers in the United States through an office in Miami. The products are distributed in São Paulo and Paraguay, where it has strategic points of sale. Atlântico stands out in the sector for its combination of rigorous selection processes, extended warranties and commitment to customer satisfaction.*

**At CBM, it will present its line of pre-owned iPhone cell phones, highlighting devices that combine impeccable performance, cutting-edge technology and premium aesthetics. Each device is subjected to rigorous testing, ensuring customers can trust a high-quality product at a competitive price.**

# AURAFIT

## AURAFIT SMARTWATCH

Marca presença na CBM com a missão de apresentar sua mais recente série de relógios inteligentes. Focada em pesquisa e desenvolvimento de dispositivos vestíveis, a empresa combina design inovador e tecnologia de ponta para oferecer soluções que promovem um estilo de vida saudável e inteligente.

Os relógios Aurafit são equipados com tecnologia avançada para monitoramento contínuo da frequência cardíaca, saturação de oxigênio no sangue e análise de modos esportivos, tudo em um design elegante e de alto desempenho, indicados tanto para entusiastas do fitness quanto como assistentes de saúde no dia a dia.

Para a empresa, a CBM é uma oportunidade estratégica para expandir sua presença internacional, fortalecer parcerias na América Latina e entender melhor as demandas. **"Acreditamos no poder da inovação tecnológica para promover um estilo de vida saudável e esperamos explorar o potencial do mercado de dispositivos vestíveis junto a novos parceiros", diz a diretora-executiva da empresa, Hellen Huang.**

*The company is present at CBM with the mission of presenting its latest series of smart watches. Focused on research and development of wearable devices, the company combines innovative design and cutting-edge technology to offer solutions that promote a healthy and intelligent lifestyle.*

*Aurafit watches are equipped with advanced technology for continuous monitoring of heart rate, blood oxygen saturation and analysis of sports modes, all in an elegant and high-performance design, suitable for both fitness enthusiasts and as a daily health assistant.*

*For the company, CBM is a strategic opportunity to expand its international presence, strengthen partnerships in Latin America and better understand demands. **"We believe in the power of technological innovation to promote a healthy lifestyle, and we hope to explore the potential of the wearable device market together with new partners," says the company's CEO, Hellen Huang.***

## CAPINHAS NO ATACADO

Fundada em 2014 como uma empresa familiar, transformou-se em referência no mercado de acessórios para celulares. Com mais de 4.000 itens, incluindo películas, cabos, carregadores e caixas de som, a empresa atua 100% online, oferecendo qualidade, inovação e ótimo custo-benefício a clientes de todo o Brasil.

Na CBM 2025, a Capinhas no Atacado realizará o lançamento do carregador portátil de alta capacidade, que alia tecnologia de ponta a um design moderno e compacto, além de sua linha completa de acessórios.

**“Estamos entusiasmados em participar da CBM, reforçando nosso compromisso com a excelência e a satisfação dos clientes”, afirma Caio Davanso, CEO da empresa.**

***Founded in 2014 as a family business, it has become a reference in the cell phone accessories market. With over 4,000 items, including screen protectors, cables, chargers and speakers, the company operates 100% online, offering quality, innovation and excellent value for money to customers throughout Brazil.***

***At CBM 2025, Capinhas no Atacado will launch its high-capacity portable charger, which combines cutting-edge technology with a modern and compact design, in addition to its full line of accessories.***

*“We are excited to participate in CBM, reinforcing our commitment to excellence and customer satisfaction,” says Caio Davanso, CEO of the company.*



## CAPTAIN MOBILE PARTS

Com mais de 15 anos de experiência no setor, a Captain Mobile Parts (CMP) se destaca pelo compromisso com a qualidade e pelo atendimento excepcional ao cliente.

**Na CBM, apresentará ampla gama de smartphones certificados, tanto seminovos quanto novos. O inventário inclui desde os modelos mais recentes e desejados até opções acessíveis para diversos perfis de consumidores.** Todos os dispositivos passam por um rigoroso processo de teste e classificação, garantindo a entrega de produtos de alta qualidade, respaldados por uma política de garantia abrangente.

A equipe de vendas, multilíngue e experiente, se dedica a entender as necessidades específicas de cada mercado varejista, oferecendo soluções ideais a preços competitivos. A empresa também promete suporte pós-venda ágil e políticas de devolução flexíveis.

*With over 15 years of industry experience, Captain Mobile Parts (CMP) stands out for its commitment to quality and exceptional customer service.*

**At CBM, it will showcase a wide range of certified smartphones, both pre-owned and new. The inventory ranges from the latest and most sought-after models to affordable options for a variety of consumer profiles. All devices undergo a rigorous testing and grading process, ensuring the delivery of high-quality products, backed by a comprehensive warranty policy.**

*The multilingual and experienced sales team is dedicated to understanding the specific needs of each retail market, offering optimal solutions at competitive prices. The company also promises fast after-sales support and flexible return policies.*

## DAPON

**Em sua primeira participação na CBM, apresentará as principais novidades das marcas que representa no Brasil, como Baseus, QCY, Ugreen e Havit. Com foco na qualidade e competitividade, a Dapon ajuda os revendedores e clientes a priorizarem produtos que atendem às suas expectativas e com preços acessíveis.**

Todos os produtos do catálogo são homologados, com estoque local e garantia de um ano, oferecendo confiança e excelência. Em 2024, a Dapon passou por uma reestruturação estratégica, com investimentos em logística e marketing, o que já resultou em melhorias significativas nos processos de entrega.

Em 2025, o objetivo é oferecer um atendimento ainda mais próximo, com os melhores acessórios mobile sempre disponíveis para pronta entrega.

***In its first participation at CBM, it will present the main new products from the brands it represents in Brazil, such as Baseus, QCY, Ugreen and Havit. With a focus on quality and competitiveness, Dapon helps resellers and customers prioritize products that meet their expectations and at affordable prices.***

*All products in the catalog are approved, with local stock and a one-year warranty, offering reliability and excellence. In 2024, Dapon underwent a strategic restructuring, with investments in logistics and marketing, which has already resulted in significant improvements in delivery processes.*

*In 2025, the goal is to offer even closer service, with the best mobile accessories always available for immediate delivery.*

dapon



## ESCRITÓRIO CARLOS MARTINS

Com mais de 300 clientes em todo o Brasil, o Escritório Carlos Martins é referência em serviços contábeis para o segmento de lojas de iPhone. Liderado pelo CEO e contador Carlos Martins, oferece soluções personalizadas para os desafios do mercado mobile, garantindo regularidade fiscal e segurança para os negócios.

Com um ecossistema estruturado de serviços, a empresa combina ética, eficiência e compromisso, proporcionando agilidade e tranquilidade aos empreendedores. **"Estamos focados em conscientizar lojistas e facilitar suas operações no competitivo mercado de tecnologia", afirma Carlos Martins.**

*With over 300 clients throughout Brazil, Escritório Carlos Martins is a reference in accounting services for the iPhone store segment. Led by CEO and accountant Carlos Martins, the firm offers customized solutions for the challenges of the mobile market, ensuring tax compliance and security for businesses.*

*With a structured ecosystem of services, the company combines ethics, efficiency and commitment, providing agility and peace of mind to entrepreneurs. "We are focused on raising awareness among retailers and facilitating their operations in the competitive technology market," says Carlos Martins.*

## FÁBRICA DE PELÍCULAS

A empresa 100% nacional estreia na CBM em 2025, apresentando sua linha completa de películas para todos os dispositivos do mercado. Com produção ágil, destaca-se por lançar soluções para os mais recentes dispositivos em tempo recorde, sempre com excelente custo-benefício.

**Outro diferencial é o serviço de marca própria, que permite a criação de linhas personalizadas de acessórios para varejistas e atacadistas, um projeto já implementado com sucesso em todo o Brasil.**

*The 100% Brazilian company will debut at CBM in 2025, presenting its complete line of films for all devices on the market. With agile production, it stands out for launching solutions for the latest devices in record time, always with excellent cost-benefit.*

**Another differential is the private label service, which allows the creation of customized lines of accessories for retailers and wholesalers, a project already successfully implemented throughout Brazil.**

FÁBRICA DE  
PELÍCULAS



FLEX WHOLESAL E ELECTRONICS  
CELULARES SEMINOVOS  
E ELETRONICOS

## FLEX WHOLESAL E ELETRONICOS

Com 10 anos de experiência, a empresa se destaca como uma fonte confiável de dispositivos eletrônicos usados e acessórios de qualidade a preços imbatíveis. Neste ano, a marca participa da CBM com uma ampla seleção de produtos, desde smartphones e consoles de jogos até acessórios de última geração.

Para eles, essa parceria reforça o compromisso de trazer as melhores oportunidades ao mercado e de fortalecer conexões com novos e antigos parceiros.

*With 10 years of experience, the company stands out as a reliable source of used electronic devices and quality accessories at unbeatable prices. This year, the brand is participating in CBM with a wide selection of products, from smartphones and game consoles to state-of-the-art accessories.*

*For them, this partnership reinforces their commitment to bringing the best opportunities to the market and strengthening connections with new and old partners.*

## FORMÍDIA EMBALAGENS

Referência nacional em embalagens premium para o segmento de lojas de smartphones, a Formídia marca presença na CBM 2025. Com 28 anos de trajetória, a empresa se destaca por atender lojistas de todo o Brasil, oferecendo soluções que combinam design sofisticado e funcionalidade.

**"Estamos empolgados em mostrar o que há de mais moderno em embalagens que elevam a experiência dos clientes no varejo de tecnologia", afirma Gerusa Ribeiro, CEO da Formídia.**

Entre os destaques estão sacolas de papel que aliam sustentabilidade e sofisticação, e as novas caixas para cases, que agregam valor ao produto. Com essas soluções, lojistas que criam marcas próprias podem ampliar sua identidade visual e aumentar significativamente os lucros.

*A national reference in premium packaging for the smartphone retail segment, Formídia will be present at CBM 2025. With 28 years of experience, the company stands out for serving retailers throughout Brazil, offering solutions that combine sophisticated design and functionality.*

**"We are excited to showcase the latest in packaging that enhances the customer experience in technology retail," says Gerusa Ribeiro, CEO at Formídia.**

*The highlights include paper bags that combine sustainability and sophistication, and new boxes for cases, which add value to the product. With these solutions, retailers that create their own brands can expand their visual identity and significantly increase profits.*



## GSHIELD

Conhecida pela qualidade de seus produtos e atendimento ao cliente, a Gshield chega à CBM com o objetivo de ampliar seu alcance e reforçar a parceria com lojistas de todo o Brasil.

Apresentará seu portfólio exclusivo de acessórios de alta qualidade, além de benefícios diferenciados, como programas especiais para revendedores, cashback e prêmios, além das suas já renomadas garantias de produto e tela.

**"Nosso objetivo é levar o melhor do mercado em acessórios premium e mostrar os diferenciais únicos que só a Gshield oferece", destaca Isabel Silva, gerente comercial da marca.** Além disso, a empresa promete surpresas e interatividade. Em seu estande, os visitantes terão acesso a demonstrações de produtos, promoções exclusivas e experiências inovadoras.

*Known for the quality of its products and customer service, Gshield is coming to CBM with the goal of expanding its reach and strengthening its partnership with retailers throughout Brazil.*

*It will showcase its exclusive portfolio of high-quality accessories, as well as differentiated benefits, such as special programs for resellers, cashback and prizes, in addition to its already renowned product and screen warranties.*

**"Our goal is to bring the best in the market in premium accessories and showcase the unique differences that only Gshield offers," highlights Isabel Silva, the brand's sales manager.** In addition, the company promises surprises and interactivity. At its stand, visitors will have access to product demonstrations, exclusive promotions and innovative experiences.

## HK REFURBISHED STOCK

Quando uma empresa se mostra pronta para crescer, o maior desafio nem sempre está nas vendas ou no marketing. No setor de dispositivos recondicionados, o obstáculo mais significativo, em geral, é atender ao aumento da demanda gerado por novos esforços comerciais.

Dobrar ou até triplicar os estoques necessários pode obrigar os clientes a buscarem novos fornecedores, levando em conta que os parceiros habituais muitas vezes não conseguem lidar com volumes maiores ou manter a qualidade.

**A HK Refurbished Stock oferece soluções de estoque confiáveis e previsíveis aos clientes brasileiros, entregando smartphones recondicionados de alta qualidade e com histórico comprovado de sucesso nas Américas.**

*When a company is ready to grow, the biggest challenge is not always sales or marketing. In the refurbished device industry, the most significant hurdle is often meeting the increased demand generated by new business efforts.*

*Doubling or even tripling the inventory requirements can force customers to seek new suppliers, as their usual partners are often unable to handle higher volumes or maintain consistent quality.*

**HK Refurbished Stock offers reliable and predictable inventory solutions to Brazilian customers, delivering high-quality refurbished smartphones with a proven track record of success in the Americas.**



# hoco.

Premium product

## HOCO

**Referência internacional em acessórios para dispositivos móveis, a Hoco faz sua estreia oficial no Brasil durante a CBM 2025, sob a liderança do Grupo GotUp. Com presença consolidada em mercados como Rússia, Emirados Árabes e Europa, a marca aposta no Brasil como seu próximo grande destino.**

A empresa é reconhecida por sua inovação e qualidade. Oferece produtos com garantia de até dois anos. Participar da maior feira de telefonia celular e acessórios da América Latina é um marco estratégico para o grupo e suas marcas.

**An international reference in mobile device accessories, Hoco makes its official debut in Brazil during CBM 2025, under the leadership of the Grupo GotUp, With a consolidated presence in markets such as Russia, the United Arab Emirates and Europe, the brand is betting on Brazil as its next big destination.**

The company is recognized for its innovation and quality. It offers products with a warranty of up to two years. Participating in the largest mobile phone and accessories fair in Latin America is a strategic milestone for the group and its brands.



## HPRIME AND PROTECT

**Participante da CBM pela primeira vez, a empresa garante compromisso com a inovação e a excelência. Para o evento, prepara um espaço dedicado às conexões e ao futuro dos acessórios premium.**

A CBM será uma oportunidade para parceiros de longa data e novos clientes conhecerem as tecnologias da empresa e serviços que redefinem a lucratividade e o suporte ao lojista no mercado de acessórios.

**Participating in CBM for the first time, the company guarantees its commitment to innovation and excellence. For the event, it is preparing a space dedicated to connections and the future of premium accessories.**

*CBM will be an opportunity for long-standing partners and new customers to learn about the company's technologies and services that redefine profitability and support for retailers in the accessories market.*

## HREBOS

Referência em acessórios premium de celular, a HREBOS se destaca pela qualidade excepcional e design sofisticado dos produtos. O compromisso da marca é atender às altas exigências dos consumidores modernos, garantindo inovação e confiabilidade.

**Com um portfólio ampliado continuamente, oferece aos clientes não apenas produtos, mas soluções completas para o desenvolvimento de marcas próprias, incluindo fabricação personalizada, homologação técnica, criação de identidade visual, embalagens e registro de marca.**

O plano exclusivo HREBOS Partner foi criado para fortalecer as parcerias. Oferece vantagens que promovem o crescimento sustentável e lucrativo de seus clientes. Na CBM, lança uma promoção imperdível para apoiar seus parceiros na diversificação de portfólios com os produtos da marca. Será uma oportunidade única de transformar possibilidades em resultados concretos.

*A reference in premium cell phone accessories, HREBOS stands out for the exceptional quality and sophisticated design of its products. The brand is committed to meeting the high demands of modern consumers, ensuring innovation and reliability.*

**With a continually expanding portfolio, it offers customers not only products, but complete solutions for the development of their own brands, including customized manufacturing, technical approval, creation of visual identity, packaging and brand registration.**

*The exclusive HREBOS Partner plan was created to strengthen partnerships. It offers advantages that promote sustainable and profitable growth for its customers. At CBM, it is launching an unmissable promotion to support its partners in diversifying their portfolios with the brand's products. It will be a unique opportunity to transform possibilities into concrete results.*



## HUBCLASS

Reconhecida por sua excelência em mentoria, marketing e soluções financeiras, está pronta para se destacar na CBM 2025. No estande, vai apresentar ferramentas completas para alavancar o mercado de iPhone, consolidando-se como uma parceira estratégica dos lojistas.

Durante o evento, os visitantes poderão conhecer soluções inovadoras, projetadas para transformar desafios em oportunidades. A Hubclass promete entregar estratégias que combinam tecnologia e inteligência de mercado para maximizar lucros e expandir negócios.

**“Participar da CBM é reafirmar nosso compromisso com os lojistas, mostrando que o sucesso é possível com as estratégias certas”, destaca Alex Lemos, sócio da empresa.**

*Recognized for its excellence in mentoring, marketing and financial solutions, it is ready to stand out at CBM 2025. At its booth, it will present comprehensive tools to leverage the iPhone market, consolidating itself as a strategic partner for retailers.*

*During the event, visitors will be able to learn about innovative solutions designed to transform challenges into opportunities. Hubclass promises to deliver strategies that combine technology and market intelligence to maximize profits and expand business.*

**“Participating in CBM is reaffirming our commitment to retailers, showing that success is possible with the right strategies,” highlights Alex Lemos, partner of the company.**

## iFRAMES

**A empresa transforma tecnologia em arte com quadros personalizados, feitos à mão, que celebram a evolução de produtos icônicos, como o iPhone. Utiliza componentes eletrônicos reais, e cada peça destaca o design minimalista e a história de inovações que marcaram o mundo.**

Participar da CBM é uma oportunidade para apresentar essas criações a um público que valoriza a estética e a funcionalidade tecnológica. O evento também facilita conexões estratégicas e abre portas para novos negócios.

Com produtos como o quadro que reúne todos os modelos de iPhone desde 2007, a iFrames reforça o seu compromisso com peças exclusivas que unem arte, história e inovação.

***The company transforms technology into art with custom, hand-crafted frames that celebrate the evolution of iconic products, such as the iPhone. It uses real electronic components, and each piece highlights the minimalist design and the history of innovations that have marked the world.***

*Participating in CBM is an opportunity to present these creations to an audience that values aesthetics and technological functionality. The event also facilitates strategic connections and opens doors to new business.*

*With products such as the frame that brings together all iPhone models since 2007, iFrames reinforces its commitment to exclusive pieces that combine art, history and innovation.*

## IMPLASTEC

Com 41 anos de tradição, a Implastec participa da CBM 2025, quando apresentará soluções essenciais ao mercado de eletrônica, manutenção e reparo. O portfólio inclui produtos de alta performance para gerenciamento térmico, limpeza e manutenção eletrônica, atendendo às mais exigentes demandas do varejo.

**Entre os destaques está a linha TS, com produtos como TS-EXTREME, TS-PUTTY e TS-COLD, que garantem eficiência na dissipação de calor, além do TS-PAD, uma almofada térmica de alta condutividade.**

Para limpeza eletrônica, oferece o Álcool Isopropílico 99,8% e o Cleaner, formulado para componentes sensíveis. O Limpa-Telas, ideal para remover sujeiras e manchas, e o REVITEC, revitalizador de peças, completam a oferta da empresa.

*With 41 years of tradition, Implastec is participating in CBM 2025, where it will present essential solutions for the electronics, maintenance and repair market. The portfolio includes high-performance products for thermal management, cleaning and electronic maintenance, meeting the most demanding retail demands.*

**Among the highlights is the TS line, with products such as TS-EXTREME, TS-PUTTY and TS-COLD, which guarantee efficient heat dissipation, in addition to TS-PAD, a high-conductivity thermal pad.**

*For electronic cleaning, it offers 99.8% Isopropyl Alcohol and Cleaner, formulated for sensitive components. Screen Cleaner, ideal for removing dirt and stains, and REVITEC, a parts revitalizer, complete the company's offering.*



## INOV PAY

Especialista em soluções de pagamento físico e digital, a Inovpay está transformando a gestão financeira de pequenos e médios varejistas. Durante a CBM 2025, destacará suas máquinas de cartão de última geração, que oferecem velocidade e confiabilidade, além de contas digitais integradas para maior praticidade e controle financeiro.

A empresa também apresentará links de pagamento com tecnologia 3DS, garantindo mais segurança e menos chargebacks nas transações online. **"Nossa missão é simplificar o dia a dia dos lojistas, garantindo mais segurança e confiança nas vendas", afirma Fernando Talarico, CEO.** O evento será uma ótima oportunidade para os varejistas conhecerem soluções que podem impulsionar seus negócios, diz ele.

*A specialist in physical and digital payment solutions, Inovpay is transforming the financial management of small and medium-sized retailers. During CBM 2025, it will highlight its state-of-the-art card machines, which offer speed and reliability, as well as integrated digital accounts for greater convenience and financial control.*

*The company will also present payment links with 3DS technology, ensuring greater security and fewer chargebacks in online transactions. "Our mission is to simplify the day-to-day lives of retailers, ensuring greater security and confidence in sales," says Fernando Talarico, CEO. The event will be a great opportunity for retailers to learn about solutions that can boost their business, he says.*

## MERCADO PHONE

A empresa está empolgada em revelar as suas novidades na CBM 2025. **Apresentará o sistema de gestão e o CRM completos, especialmente desenvolvidos para lojas mobile, com diferenciais como Inteligência Artificial de Pós-Venda, sistema fiscal integrado, aplicativos para iOS e Android, assinaturas digitais, testes de IMEI, gestão de ordens de serviço, relatórios de tráfego pago e integração com PowerBI.**

Durante o evento, além de apresentar essas novidades, apresentará o seu time de embaixadores com um kit exclusivo. Será também uma excelente oportunidade para estabelecer novos relacionamentos e parcerias valiosas.

*The company is excited to reveal its new products at CBM 2025. **It will present its complete management system and CRM, specially developed for mobile stores, with features such as Post-Sales Artificial Intelligence, an integrated tax system, iOS and Android applications, digital signatures, IMEI tests, service order management, paid traffic reports and integration with PowerBI.***

*During the event, in addition to presenting these new products, it will present its team of ambassadors with an exclusive kit. It will also be an excellent opportunity to establish new relationships and valuable partnerships.*

# OBLI\*

## OBLI

Com metas ambiciosas para 2025, a **Obli visa a um crescimento expressivo em múltiplas frentes, como capinhas para celulares, frames, películas e acessórios. A estratégia inclui a expansão de mercado, o fortalecimento em setores estratégicos e a evolução contínua de produtos e serviços.** A previsão é superar os resultados de 2024, impulsionada por marketing inovador, parcerias estratégicas, como o estande na CBM, e compromisso com a excelência e a eficiência.

Em 2024, a empresa alcançou marcos relevantes, como o lançamento de produtos inovadores que se tornaram referência no segmento, a entrada em novos mercados que ampliou seus horizontes e a consolidação da marca com revendas em mais de 15 estados brasileiros. Essas conquistas não apenas reforçaram a posição da empresa como estabeleceram as bases para um 2025 de realizações ainda maiores.

*With ambitious goals for 2025, **Obli aims for significant growth on multiple fronts, such as cell phone cases, frames, films and accessories. The strategy includes market expansion, strengthening in strategic sectors and the continuous evolution of products and services.** The forecast is to surpass the results of 2024, driven by innovative marketing, strategic partnerships, such as the stand at CBM, and commitment to excellence and efficiency.*

*In 2024, the company achieved relevant milestones, such as the launch of innovative products that became a reference in the segment, the entry into new markets that expanded its horizons and the consolidation of the brand with resellers in more than 15 Brazilian states. These achievements not only reinforced the company's position but also laid the foundation for a 2025 of even greater achievements.*

## PAYMOBI

A empresa oferece uma plataforma inovadora que permite aos lojistas expandir suas vendas de forma segura e ágil. Sua solução de venda parcelada no boleto proporciona a oferta de crédito diretamente aos clientes, reduzindo a inadimplência e ampliando a margem de lucro, ao mesmo tempo que elimina a dependência de financeiras externas.

Além disso, a Paymobi oferece a possibilidade de gerar comissões adicionais com a venda de seguros para celulares, integrando tecnologia e segurança de forma digital e prática.

**“Participar da CBM 2025 é uma oportunidade para reforçar nosso compromisso de ajudar os lojistas a superarem desafios e transformarem suas operações em negócios mais rentáveis e eficientes”, afirma Hugo Luvison, CEO da empresa.**

*The company offers an innovative platform that allows retailers to expand their sales in a safe and agile manner. Its installment payment solution via payment slip allows customers to receive credit directly, reducing defaults and increasing profit margins, while eliminating dependence on external financial institutions.*

*In addition, Paymobi offers the possibility of generating additional commissions by selling cell phone insurance, integrating technology and security in a digital and practical way.*

**“Participating in CBM 2025 is an opportunity to reinforce our commitment to helping retailers overcome challenges and transform their operations into more profitable and efficient businesses,” says Hugo Luvison, CEO of the company.**




## PEINING

Tradicional parceira do Grupo Eletrolar All Connected, a Peining também participa da CBM. A empresa, com mais de sete anos de atuação no mercado brasileiro, vai apresentar soluções tecnológicas inovadoras e tem a intenção de reforçar sua posição como uma das principais em acessórios para celulares e dispositivos eletrônicos do país.

**“A parceria com o Grupo Eletrolar tem sido essencial para impulsionar nosso crescimento. Levaremos para a CBM o DNA da nossa marca: inovação, qualidade e praticidade. Cada produto desenvolvido reflete nosso compromisso com a tecnologia aliada ao design, proporcionando experiências únicas aos usuários”, diz Danilo Goes, diretor comercial da Peining.**

*A traditional partner of the Grupo Eletrolar All Connected, Peining is also participating in CBM. The company, which has been operating in the Brazilian market for over seven years, will present innovative technological solutions and intends to reinforce its position as one of the leading suppliers of cell phone accessories and electronic devices in the country.*

**“The partnership with the Grupo Eletrolar has been essential to boost our growth. We will bring our brand’s DNA to CBM: innovation, quality and practicality. Each product developed reflects our commitment to technology combined with design, providing unique experiences to users,” says Danilo Goes, commercial director at Peining.**

## QUARTT

Especializada em produtos de alta qualidade no mercado de peças para dispositivos móveis, a Quartt testa previamente 100% das peças comercializadas, o que garante um padrão sem igual no mercado. Com essa iniciativa, a taxa de devoluções caiu drasticamente, e a satisfação de seus clientes na ponta final aumentou. Essa abordagem consolidou sua reputação no setor como uma fornecedora confiável e de alta qualidade.

**A empresa está introduzindo uma nova linha de produtos premium, chamada Ecolaine. É desenvolvida com foco em sustentabilidade, utiliza embalagens feitas de materiais recicláveis e, assim, alinha inovação com responsabilidade ambiental.** Com sede em São Paulo e filiais em Barueri, Fortaleza, Recife e Natal, a Quartt possui atualmente seis unidades operacionais.

*Specializing in high-quality products for the mobile device parts market, Quartt pre-tests 100% of the parts sold, which guarantees an unparalleled standard in the market. With this initiative, the return rate has dropped dramatically and customer satisfaction at the end of the line has increased. This approach has consolidated its reputation in the industry as a reliable and high-quality supplier.*

**The company is introducing a new line of premium products, called Ecolaine. It is developed with a focus on sustainability, uses packaging made from recyclable materials and, thus, aligns innovation with environmental responsibility.** Headquartered in São Paulo and with branches in Barueri, Fortaleza, Recife and Natal, Quartt currently has six operational units.

The logo for Quartt, featuring the word "quartt" in a lowercase, rounded, purple font. A small purple triangle is positioned to the left of the letter 'q'.

## REFRESHED CELL

O objetivo da empresa é oferecer soluções tecnológicas inovadoras e sustentáveis. Especialista em adquirir, recondicionar e entregar dispositivos de alta qualidade, combina acessibilidade com responsabilidade ambiental. Seus esforços atendem à crescente demanda por tecnologia enquanto reduzem o lixo eletrônico e as emissões de carbono, pavimentando o caminho para um futuro mais verde.

**Na CBM deste ano, a Refreshed Cell apresentará seus produtos mais inovadores, como Chromebooks, MacBooks e tablets reconicionados, que passam por rigorosos diagnósticos para garantir qualidade. O evento será uma oportunidade para se conectar a líderes da indústria e inspirar um compromisso coletivo com a sustentabilidade.**

*The company's mission is to provide innovative and sustainable technology solutions. Specializing in sourcing, refurbishing and delivering high-quality devices, it combines affordability with environmental responsibility. Its efforts meet the growing demand for technology while reducing e-waste and carbon emissions, paving the way for a greener future.*

**At this year's CBM, Refreshed Cell will showcase its most innovative products, including refurbished Chromebooks, MacBooks and tablets, which undergo rigorous diagnostics to ensure quality. The event will be an opportunity to connect with industry leaders and inspire a collective commitment to sustainability.**



## ROCK SPACE

Uma das grandes empresas do mercado de proteção de telas sob demanda, a Rock Space se destaca pela qualidade em acessórios eletrônicos. A empresa tem grandes expectativas para a CBM 2025. Com um portfólio de produtos que combina tecnologia de ponta, oferece não apenas acessórios diferenciados, mas também soluções inovadoras no mercado de personalização e proteção de dispositivos móveis.

**De acordo com Hicham Hamze, diretor da empresa, a participação na feira será uma excelente oportunidade para fortalecer a presença da marca no mercado e expandir parcerias comerciais, alinhando-se às crescentes demandas dos consumidores por soluções práticas e tecnológicas.**

Com foco nas tendências e necessidades do setor, a Rock Space Brasil promete proporcionar aos visitantes uma experiência única, mostrando a qualidade e a eficiência de seus produtos. A empresa espera sair da CBM com novas oportunidades de negócios e uma rede ainda mais forte de parceiros comerciais.

*One of the largest companies in the on-demand screen protection market, Rock Space stands out for its quality in electronic accessories. The company has high expectations for CBM 2025. With a product portfolio that combines cutting-edge technology, it offers not only unique accessories, but also innovative solutions in the market for personalizing and protecting mobile devices.*

**According to Hicham Hamze, the company's director, participating in the fair will be an excellent opportunity to strengthen the brand's presence in the market and expand commercial partnerships, aligning itself with the growing consumer demand for practical and technological solutions.**

*With a focus on the trends and needs of the sector, Rock Space Brasil promises to provide visitors with a unique experience, showcasing the quality and efficiency of its products. The company expects to leave CBM with new business opportunities and an even stronger network of commercial partners.*

## TENFRONT

Na última edição da CBM, a Tenfront apresentou uma solução inovadora que vem transformando o varejo de acessórios para celulares em todo o Brasil. Desde o evento, mais de 1.100 lojistas passaram a adotar a plataforma, movimentando acima de R\$ 300 milhões em vendas e redefinindo suas operações com automação inteligente.

**"Não importa o tamanho da loja, nossa solução oferece recursos únicos no mercado. Com suporte completo e insights baseados em dados reais, ajudamos os lojistas a vender mais e de forma estratégica", afirma Sergio Oliveira, fundador da Tenfront.**

Com uma interface moderna e fácil de usar, a plataforma proporciona eficiência e praticidade, liberando tempo para que os lojistas se concentrem em fazer crescer seus negócios sem abrir mão da qualidade de vida.

*At the last edition of CBM, Tenfront presented an innovative solution that has been transforming the retail of cell phone accessories throughout Brazil. Since the event, more than 1,100 retailers have adopted the platform, generating over BRL 300 million in sales and redefining their operations with intelligent automation.*

**"No matter the size of the store, our solution offers unique resources on the market. With full support and insights based on real data, we help retailers sell more and strategically," says Sergio Oliveira, founder of Tenfront.**

*With a modern and easy-to-use interface, the platform provides efficiency and practicality, freeing up time for retailers to focus on growing their businesses without sacrificing quality of life.*

## TX MÍDIA

É uma das maiores aceleradoras do Brasil para o segmento de assistência técnica. Com o projeto “Assistências Lucrativas”, a empresa atende mais de 240 clientes ativos, sendo 80% do segmento mobile. Tem expertise também em nichos como informática, drones e linha branca.

O grande diferencial da TX Mídia é sua capacidade de manter anúncios no Google Ads, mesmo em um mercado altamente restrito, ajudando seus clientes a quadruplicar o faturamento médio online. Além disso, a empresa adota uma abordagem educacional, com mais de 110 aulas gravadas que profissionalizam gestores de assistência em temas como gestão, liderança e cultura empresarial.

**“Queremos gerar relacionamento físico, fortalecer nossa marca e mostrar que é possível fazer uma assistência técnica faturar R\$ 100 mil por mês com serviços bem estruturados e estratégias de marketing eficientes”, afirma Thiago Noronha, cofundador da empresa.**

*It is one of the largest accelerators in Brazil for the technical assistance segment. With the “Lucrative Assistance” project, the company serves more than 240 active clients, 80% of whom are in the mobile segment. It also has expertise in niches such as IT, drones and white goods.*

*TX Mídia’s biggest differentiator is its ability to maintain ads on Google Ads, even in a highly restricted market, helping its clients quadruple their average online revenue. In addition, the company adopts an educational approach with more than 110 recorded classes that professionalize assistance managers in topics such as management, leadership and corporate culture.*

**“We want to generate physical relationships, strengthen our brand and show that it is possible for a technical assistance company to earn R\$100,000 per month with well-structured services and efficient marketing strategies”, says Thiago Noronha, co-founder of the company.**

## UMIDIGI

*Além dos sonhos*

## UMIDIGI

Reconhecida por oferecer smartphones de alta qualidade a preços acessíveis, a UMIDIGI enxerga na CBM uma oportunidade única de fortalecer sua presença no mercado brasileiro e apresentar inovações ao público local.

Durante o evento, destacará seus mais recentes lançamentos, como o UMIDIGI Note 90C, que combina design elegante, desempenho robusto e recursos avançados, incluindo bateria de longa duração e câmeras de alta resolução.

Com o objetivo de estabelecer parcerias estratégicas com revendedores e distribuidores, a empresa busca ampliar o acesso dos consumidores brasileiros aos dispositivos móveis de alta tecnologia e excelente custo-benefício.

*Recognized for offering high-quality smartphones at affordable prices, UMIDIGI sees CBM as a unique opportunity to strengthen its presence in the Brazilian market and introduce innovations to the local public.*

*During the event, it will highlight its latest launches, such as the UMIDIGI Note 90C, which combines elegant design, robust performance and advanced features, including long-lasting battery and high-resolution cameras.*

*With the aim of establishing strategic partnerships with resellers and distributors, the company seeks to expand Brazilian consumers’ access to high-tech, cost-effective mobile devices.*

## WIWU

A empresa acredita que a tecnologia tem o poder de transformar vidas. Com design moderno e funcionalidade, cria acessórios inovadores que tornam o dia a dia mais conectado e eficiente. O crescimento da WIWU no Brasil é resultado de parcerias sólidas e do compromisso de oferecer produtos de alta qualidade.

**Para a CBM 2025, levará ampla gama de acessórios premium, pensados para consumidores exigentes e com foco em inovação e praticidade, contam Ali e Abbas El Zein, executivos da WiWU Brasil. "Nos- sa missão é inspirar e conectar pessoas por meio da tecnologia. Participar de eventos como este reforça o nosso compromisso com a excelência e aproxima ainda mais a nossa marca dos clientes."**

Os executivos estão empolgados com o evento, onde poderão compartilhar novidades e consolidar sua presença no mercado com a criação de experiências únicas e impactantes.

*The company believes that technology has the power to transform lives. With modern design and functionality, it creates innovative accessories that make everyday life more connected and efficient. WIWU's growth in Brazil is the result of solid partnerships and a commitment to offering high-quality products.*

**For CBM 2025, it will bring a wide range of premium accessories, designed for demanding consumers and with a focus on innovation and practicality, say Ali and Abbas El Zein, executives at WiWU Brazil. "Our mission is to inspire and connect people through technology. Participating in events like this reinforces our commitment to excellence and brings our brand even closer to our customers."**

*The executives are excited about the event, where they will be able to share news and consolidate their presence in the market by creating unique and impactful experiences.*



## YGGY

Tem grandes expectativas para a CBM 2025, no sentido de reforçar sua presença no mercado de acessórios premium para smartphones. **"Participar da CBM é essencial para estarmos mais próximos do nosso público e entender melhor as demandas do mercado. Esses eventos são uma plataforma única para criarmos sinergia, inspirarmos e sermos inspirados", afirma Nicolas Galvão, diretor de operações da YGGY.**

No evento, a YGGY apresentará sua linha de proteção completa para iPhone, incluindo cases, películas e protetores de câmera desenvolvidos com tecnologia de ponta. Os produtos aliam design sofisticado, máxima proteção e garantia de tela, proporcionando aos consumidores a união perfeita entre funcionalidade e estética. ■■

*Has high expectations for CBM 2025, with the aim of strengthening its presence in the premium smartphone accessories market. "Participating in CBM is essential for us to be closer to our audience and better understand market demands. These events are a unique platform for us to create synergy, inspire and be inspired", says Nicolas Galvão, YGGY's operations director.*

*At the event, YGGY will present its complete line of protection for iPhone, including cases, films and camera protectors developed with cutting-edge technology. The products combine sophisticated design, maximum protection and screen guarantee, providing consumers with the perfect combination of functionality and aesthetics. ■■*

# #ES

## eletrolarshow ALL CONNECTED

23 A 26 DE JUNHO DE 2025  
SÃO PAULO - SP - BRASIL  
[WWW.ELETROLARSHOW.COM.BR](http://WWW.ELETROLARSHOW.COM.BR)



### MULTISSETORIAL, MULTICANAL, COM MAIS CAPILARIDADE ENTRE A INDÚSTRIA E O VAREJO!

## AGORA EM UM NOVO LOCAL: NOVO DISTRITO ANHEMBI

EVENTOS  
PARALELOS:

**LATIN  
AMERICAN  
ELECTRONICS**  
International Trade Show

interiorlifestyle  
SOUTH AMERICA

**LIGHTING  
SHOW**  
SÃO PAULO, BRASIL

**eletrocar**  
show

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

Entrada exclusiva para empresas e profissionais do setor devidamente identificados. Permitida a entrada somente para maiores de 18 anos.

ORGANIZAÇÃO  
Grupo  
**eletrolar**

REALIZAÇÃO  
**azuloplay**  
Feiras e Eventos

MÍDIA PARTNER  
**ELETROLAR**  
NEWS

APOIO INSTITUCIONAL  
ABRADISTI

**ABRASA**

**abree**

**ACEFREI**  
A CASA NA CRIANÇA REALIZADA

**ELETROS**

**greenelectron**

**SEBRAE**

**UBRAFE**  
União Brasileira das Federações de Férias

**UNICEF**



ESPECIAL

# DIA DAS MÃES

MOTHER'S DAY SPECIAL

**70**

**CUIDADOS PESSOAIS:  
BEM-ESTAR E PRATICIDADE**

*PERSONAL CARE: WELL-BEING AND PRACTICALITY*

**81**

**REFRIGERADORES:  
MAIS TECNOLOGIA NOS NOVOS PRODUTOS**

*REFRIGERATORS: MORE TECHNOLOGY IN NEW PRODUCTS*

**94**

**SMARTPHONES & WEARABLES:  
EXPECTATIVA DE BOAS VENDAS**

*SMARTPHONES & WEARABLES: GOOD SALES EXPECTATION*

**103**

**TELEVISORES:  
APARELHOS MAIORES SÃO A TENDÊNCIA**

*TELEVISIONS: LARGER DEVICES ARE THE TREND*



# PRATICIDADE E BEM-ESTAR COMO FOCO NO DIA DAS MÃES

Escovas secadoras, massageadores e secadores de cabelo são opções que atendem às diversas necessidades.

PRACTICALITY AND WELL-BEING AS  
THE FOCUS ON MOTHER'S DAY

*Drying brushes, massagers, and hair dryers  
are options that meet various needs.*

por / by **Dilnara Titara**

O Dia das Mães é a melhor oportunidade para presentear com produtos que aliam cuidado, praticidade e tecnologia. Itens como escovas secadoras, massageadores de ombro e secadores de cabelo se destacam por proporcionarem momentos de autocuidado e relaxamento no dia a dia. Essas opções refletem a busca por presentes que unem funcionalidade e bem-estar, oferecendo um toque especial para a rotina.

*Mother's Day is the best opportunity to gift that combine care, practicality, and technology. Items such as drying brushes, shoulder massagers, and hair dryers stand out for providing moments of self-care and relaxation in daily life. These options reflect the search for gifts that unite functionality and well-being, offering a special touch to the routine.*

O período que antecede a data é um dos mais movimentados do ano para o varejo, especialmente no segmento de cuidados pessoais. De acordo com empresas do setor, a procura por itens dessa categoria cresce significativamente. **“É uma das melhores épocas para a venda dos produtos, com aumento em torno de 30% a 40% em relação aos meses normais, bastante similar à Black Friday”, destaca Stephanie Dias, gerente de produto em eletroportáteis da Elgin.**

Produtos práticos e inovadores tornam-se escolhas certas para presentear, refletindo a valorização de presentes úteis e de alta qualidade. **“Na época do Dia das Mães, a procura desses itens aumenta consideravelmente – em torno de 50% –, justamente porque os consumidores procuram novidades e boas opções de custo-benefício”, diz Bruno Pereira, gerente sênior e de gestão de marca da Cadence.**

#### AQUECIMENTO NAS VENDAS E AUMENTO DA DEMANDA

O Dia das Mães é uma das principais épocas para a venda de produtos de cuidados pessoais, pois são

The period leading up to the date is one of the busiest of the year for retail, especially in the personal care segment. According to industry companies, the demand for items in this category increases significantly. **“It is one of the best times for selling these products, with an increase of around 30% to 40% compared to normal months, quite similar to Black Friday,” highlights Stephanie Dias, product manager for small appliances at Elgin.**

Practical and innovative products become right choices for gifting, reflecting the appreciation of useful and high-quality gifts. **“During Mother's Day, the demand for these items increases considerably – around 50% – precisely because consumers are looking for new products and good cost-benefit options,” says Bruno Pereira, senior manager and brand management at Cadence.**

#### SALES BOOST AND INCREASED DEMAND

Mother's Day is one of the main periods for selling personal care products, as they are versatile gifts, says **Jacques Ivo Krause, executive director of**





versáteis para presentear, relata **Jacques Ivo Krause, diretor-executivo de engenharia e comércio exterior da Mondial**. “É uma escolha que representa cuidado, carinho e praticidade para todas as mulheres. Normalmente, esse período responde por 14% da venda anual.”

As vendas são muito positivas no período de março a maio, destaca **Cristiane Clausen, diretora-executiva da Britânia**, pois existem fatores específicos que impulsionam a demanda pelos produtos, como campanha do Dia das Mães e mudanças sazonais no comportamento do consumidor. “É um momento estratégico para focar esforços de marketing e vendas, aproveitando o aumento natural da procura.”

#### EXPECTATIVAS OTIMISTAS

Para 2025, as expectativas são de crescimento das vendas em relação ao ano passado. As empresas apostam na diversificação do portfólio e na oferta de modelos com diferentes faixas de preço, ampliando o acesso aos produtos. O investimento em tecnologia e design também tem sido um diferencial importante para atrair

engineering and foreign trade at Mondial. “It is a choice that represents care, affection, and practicality for all women. Normally, this period accounts for 14% of annual sales.”

Sales are very positive from March to May, highlights **Cristiane Clausen, executive director at Britânia**, as there are specific factors that drive the demand for products, such as Mother’s Day campaigns and seasonal changes in consumer behavior. “It is a strategic time to focus marketing and sales efforts, taking advantage of the natural increase in demand.”

#### OPTIMISTIC EXPECTATIONS

For 2025, expectations are for sales growth compared to last year. Companies are betting on portfolio diversification and offering models with different price ranges, expanding product accessibility. Investment in technology and design has also been an important differentiator to attract consumers looking to surprise with creative and functional gifts.

**Glicia Mota Romanon, commercial director of small appliances at Philco, projects above-average growth.** “The expectation is that the demand for

**A cesta de cuidados pessoais teve aumento de 10% nas vendas em 2024 ante 2023, com especial destaque para secadores e modeladores de cabelo. Os dados são da NIQ T&D/GfK.**

*The personal care basket saw a 10% increase in sales in 2024 compared to 2023, with a notable highlight on hair dryers and stylers. The data is from NIQ T&D/GfK.*

consumidores que buscam surpreender com presentes criativos e funcionais.

**Glicia Mota Romanon, diretora comercial de eletroportáteis da Philco, projeta um crescimento acima da média.**

“A expectativa é que a procura por itens de cuidados pessoais atrelados à inovação e à tecnologia cresça mais, impulsionada pelas novas funcionalidades e pela busca dos consumidores por experiências mais completas. No caso dos secadores de cabelo, as vendas podem crescer até 20% na comparação com os meses regulares.”

**De acordo com Lucas Gregol, gerente de vendas da Dellamed, “as vendas dos massageadores podem crescer até 50% em maio, em relação a outros meses”.**

Essa data, que impulsiona o consumo, reflete o potencial de mercado para itens que aliam praticidade, tecnologia e bem-estar, e reforça a importância de estratégias no ponto de venda para atrair consumidores e maximizar os resultados do setor. Veja os destaques para o Dia das Mães.

*personal care items linked to innovation and technology will grow more, driven by new functionalities and consumers' search for more complete experiences. In the case of hair dryers, sales may increase by up to 20% compared to regular months.”*

**According to Lucas Gregol, sales manager at Dellamed, “massager sales may grow by up to 50% in May compared to other months.”**

*This date, which drives consumption, reflects the market potential for items that combine practicality, technology, and well-being and reinforces the importance of in-store strategies to attract consumers and maximize industry results. Check out the highlights for Mother's Day.*



## BRITÂNIA

Para a data, indica o **secador de cabelos Britânia BSC3400**, que combina tecnologia, praticidade e cuidados com a beleza. Tem 1.600 W de potência e motor turbo BLDC de alta rotação, que garante secagem rápida sem comprometer a saúde dos fios. A tecnologia Tourmaline Ion reduz o frizz e deixa os cabelos mais macios e brilhantes. Leve, o secador tem design moderno e slim, e inclui a tecnologia Silence Turbo, que proporciona um fluxo de ar potente e silencioso. Possui três temperaturas, três velocidades e jato de ar frio, permitindo até nove combinações para modelar e finalizar os fios. Vem com bocal concentrador e cabo de dois metros. Sua grade traseira é removível, para fácil limpeza.

For the occasion, it recommends the **Britânia BSC3400 Hair Dryer**, which combines technology, practicality, and beauty care. It has 1,600 W of power and a high-speed BLDC turbo motor, ensuring fast drying without compromising hair health. The Tourmaline Ion technology reduces frizz and makes hair softer and shinier. Lightweight, the dryer features a modern and slim design and includes Silence Turbo technology, providing a powerful and quiet airflow. It has three temperatures, three speeds, and a cold air shot, allowing up to nine combinations for styling and finishing. It comes with a concentrator nozzle and a two-meter cord. Its rear grille is removable for easy cleaning.



**Cristiane Clausen,**  
diretora-executiva da Britânia  
*Executive Director at Britânia*

“É um momento estratégico para focar esforços de marketing e vendas, aproveitando o aumento natural da procura.”

“A strategic time to focus marketing and sales efforts, taking advantage of the natural increase in demand.”

## CADENCE

O destaque para a data é a **escova secadora Cadence UAU 4 em 1 – ESC800** bivolt manual. O produto possui um bocal secador vertical desmontável. É leve, compacto e versátil. Tem 1.200 W de potência, três velocidades e quatro temperaturas, além de design moderno e ergonômico, ideal para levar em viagens. Por ter dois bocais, a escova seca, alisa, modela e escova, e seus íons de turmalina promovem mais proteção aos cabelos. Conta, também, com cabo inteligente, giratório, com alça e 1,80 m de comprimento.

The highlight for the occasion is the **Cadence UAU 4-in-1 Drying Brush – ESC800** manual bivolt. The product features a detachable vertical drying nozzle. It is lightweight, compact, and versatile. It has 1,200 W of power, three speeds, and four temperatures, along with a modern and ergonomic design, ideal for travel. With two nozzles, the brush dries, straightens, styles, and brushes, and its tourmaline ions provide more hair protection. It also has a smart, rotating cable with a handle and a length of 1.80 m.



Preço sugerido em 06/01/2025: R\$ 179,90.

Suggested price on 01/06/2025: BRL 179.90.

“Na época do Dia das Mães, a procura desse item aumenta consideravelmente – em torno de 50%.”

“During Mother’s Day, demand for this item increases considerably – around 50%.”

## DELLAMED

O **massageador Abraçamed** de ombros tem três níveis de intensidade e 24 W de potência. Seus massageadores são bidirecionais. Possui o sistema one-click, é revestido com malha de Neoprene, o que proporciona mais resistência, e é anti-odores. Sua capa pode ser retirada para lavagem. Tem adaptador 12 V automotivo para uso no acendedor do veículo, é bivolt e pesa 1,35 kg. O massageador tem um modelo que pode ser utilizado em diversas partes do corpo, principalmente na lombar ou no pescoço. Tem alças para que os braços fiquem presos. É indicado para relaxamento ou alguma dor muscular.

The **Abraçamed Shoulder Massager** has three intensity levels and 24 W of power. Its massagers are bidirectional. It features a one-click system, is covered with neoprene mesh for greater durability, and is odor-resistant. Its cover can be removed for washing. It includes a 12 V automotive adapter for use in the vehicle's cigarette lighter, is bivolt, and weighs 1.35 kg. The massager has a model that can be used on various body parts, especially the lower back or neck. It has straps to hold the arms in place. It is recommended for relaxation or muscle pain relief.



**Preço sugerido em 10/12/2024: R\$ 299,00.**

*Suggested price on 12/10/2024: BRL 299.00.*



**Lucas Gregol,**  
gerente de vendas da Dellamed  
*Sales Manager at Dellamed*

“As vendas dos massageadores podem crescer até 50% em maio, em relação a outros meses.”

“Massager sales may grow by up to 50% in May compared to other months.”

## ELGIN

Para a data, a marca destaca a linha Glossy Color. O portfólio possui o secador de cabelos para viagem bivolt, a prancha, a escova secadora e o **secador de cabelos Glossy Color**, que conta com 2.000 W de potência e turmaline íon, para selar as cutículas dos fios e deixar o cabelo mais macio e brilhante. Tem sete combinações, sendo duas velocidades, três temperaturas e função Cool Shot, um jato de ar frio. Possui bocal concentrador, grade traseira removível, anel para pendurar e cordão elétrico de dois metros para facilitar o manuseio.

*For the occasion, the brand highlights the Glossy Color line. The portfolio includes the Bivolt Travel Hair Dryer, the Flat Iron, the Drying Brush, and the **Glossy Color Hair Dryer**, which has 2,000 W of power and tourmaline ion to seal hair cuticles and leave hair softer and shinier. It has seven combinations, including two speeds, three temperatures, and a Cool Shot function for a cold air blast. It features a concentrator nozzle, a removable rear grille, a hanging ring, and a two-meter power cord for easy handling.*



**Preço sugerido em 03/01/2025: R\$ 149,99.**

*Suggested price on 01/03/2025: BRL 149.99.*



**É uma das melhores épocas para a venda dos produtos, com aumento em torno de 30% a 40% em relação aos meses normais, bastante similar à Black Friday.”**



**One of the best times for product sales, with an increase of around 30% to 40% compared to normal months, quite similar to Black Friday.”**



**Stephanie Dias,**  
gerente de produto em eletroportáteis da Elgin  
*Product Manager for Small Appliances at Elgin*

## MONDIAL

O destaque para o Dia das Mães é a nova **escova se-  
cadora Space Shine**, disponível em duas versões de  
cores: grafite (ES-20) e lilás (ES-21). A principal caracte-  
rística é o formato slim da escova, com menor diâme-  
tro, e indicada para todos os tipos de cabelo, inclusive  
os mais curtos e com franjas. Bivolt e com design com-  
pacto, proporciona praticidade no transporte em malas  
e mochilas. Conta com 1.300 W de potência e cerdas  
duplas, que são mais firmes, resistentes e duráveis. A  
escova vem com um suporte exclusivo de apoio duran-  
te e após o uso.

The highlight for Mother's Day is the new **Space Shine  
Drying Brush**, available in two color versions: graphite  
(ES-20) and lilac (ES-21). Its main feature is the slim brush  
design with a smaller diameter, making it suitable for all  
hair types, including shorter hair and bangs. Bivolt and  
compact, it is convenient for carrying in suitcases and  
backpacks. It has 1,300 W of power and double bristles,  
which are firmer, more resistant, and durable. The brush  
comes with an exclusive support stand for use during  
and after styling.



**Preço sugerido em 09/01/2025: R\$ 199,90.**  
Suggested price on 01/09/2025: BRL 199.90.



**Jacques Ivo Krause,**  
diretor-executivo de engenharia e  
comércio exterior da Mondial  
*Executive Director of Engineering  
and Foreign Trade at Mondial*

“É uma escolha que representa cuidado,  
carinho e praticidade para todas as  
mulheres. Normalmente esse período  
responde por 14% da venda anual.”

“A choice that represents care, affection,  
and practicality for all women. This  
period normally accounts for 14% of  
annual sales.”

## PHILCO

Destaca o **secador de cabelos PSC3500 4 em 1**, que seca, alisa, modela e cria cachos. Um lançamento equipado com a tecnologia Fast Dry, oferecendo secagem três vezes mais rápida e silenciosa, graças ao motor BLDC. Os íons de Tourmaline mantêm a hidratação natural dos fios, reduzem o frizz e amaciam os fios. Tem três temperaturas, três velocidades e jato de ar frio. Seu design leve e dobrável facilita o manuseio, tornando-o ideal para viagens. Inclui concentrador de ar, dois cacheadores (direito e esquerdo), uma escova oval e a escova raquete para alisar e uniformizar. Com revestimento em cerâmica e tecnologia multicerdas, distribui o calor de forma homogênea. ■■

Highlights **the PSC3500 4-in-1 Hair Dryer**, which dries, straightens, styles, and curls. A launch equipped with Fast Dry technology, offering drying three times faster and quieter thanks to the BLDC motor. Tourmaline ions maintain the hair's natural hydration, reduce frizz, and soften strands. It has three temperatures, three speeds, and a cold air shot. Its lightweight and foldable design makes it easy to handle, making it ideal for travel. It includes an air concentrator, two curling attachments (right and left), an oval brush, and a paddle brush to straighten and even out hair. With a ceramic coating and multi-bristle technology, it distributes heat evenly. ■■



“Para este ano, projetamos um crescimento acima da média.”

“For this year, we project above-average growth.”



**Glicia Mota Romanon,**  
diretora comercial de eletroportáteis da Philco  
Commercial Director of Small Appliances at Philco

REFRIGERADORES  
REFRIGERATORS

DIA  
DAS  
**MÃES**  
MOTHER'S DAY

# MAIS TECNOLOGIA E FUNCIONALIDADE NAS NOVAS GELADEIRAS

MORE TECHNOLOGY AND  
FUNCTIONALITY IN NEW  
REFRIGERATORS

por / by **Leda Cavalcanti**

colaboração / Collaboration **Gustavo Sumares**



## O bom desempenho de vendas da linha branca, no ano passado, estimula os lançamentos para o Dia das Mães de 2025 e cria a expectativa de grandes negócios.

*The good sales performance of the white goods last year is encouraging launches for Mother's Day 2025 and creating expectations of good business.*

No primeiro semestre de 2024, as vendas da linha branca cresceram 16% na comparação com o mesmo período do ano anterior, segundo dados da Eletros, lembra **Marcelo Pinto, diretor-superintendente da Esmaltec**. "Esse avanço reflete uma melhora nos indicadores macroeconômicos, que impactam positivamente o setor. Essa tendência favorece as vendas no Dia das Mães, uma das datas mais importantes para o varejo."

**Emerson Wojcik, diretor comercial da Philco**, diz que o excelente desempenho da linha branca em

In the first half of 2024, sales of white goods grew 16% compared to the same period of the previous year, according to data from Eletros, recalls **Marcelo Pinto, superintendent director at Esmaltec**. "This growth reflects an improvement in macroeconomic indicators, which have a positive impact on the sector. This trend favors sales on Mother's Day, one of the most important dates for retail."

**Emerson Wojcik, commercial director at Philco**, says that the excellent performance of white goods in 2024 is a factor that directly contributes to increasing sales on



2024 é um fator que contribui diretamente para elevar as vendas no Dia das Mães. “Com crescimento significativo nesse segmento, continuamos investindo no desenvolvimento de produtos mais sustentáveis, econômicos e alinhados às necessidades do consumidor.”

O Dia das Mães é considerado pelo varejo como a maior data comemorativa para vendas, afirma **Maurício Mota, gerente nacional de vendas externas da EOS**. “Neste ano, nossa expectativa é dobrar a receita obtida em 2024, pois estamos entrando com uma linha completa de produtos que têm grande participação de vendas nessa data.”

**Head de marketing da Bel Micro, Iris Ramadas** diz que o crescimento das vendas foi expressivo no ano, impulsionado pela busca por produtos mais eficientes e duráveis. “Essa tendência positiva deve se estender ao Dia das Mães. O refrigerador é um investimento de longo prazo, proporciona anos de uso e contribui para a qualidade de vida de toda a família.”



Mother's Day. “With significant growth in this segment, we continue to invest in the development of more sustainable, economical products that are aligned with consumer needs.”

Mother's Day is considered by retailers to be the biggest sales celebration, says **Maurício Mota, national sales manager at EOS**. “This year, we expect to double our revenue in 2024, as we are introducing a full line of products that have a large share of sales on this date.”

**Bel Micro's head of marketing, Iris Ramadas**, says that sales growth was significant this year, driven by the search for more efficient and durable products. “This positive trend should continue on Mother's Day. A refrigerator is a long-term investment, provides years of use and contributes to the quality of life of the entire family.”

#### **STRONG APPEAL**

Days like Mother's Day have a special appeal and many people look for gifts that combine utility and care, says **Edianne Lima, white goods manager at LG do Brasil**. “Home appliances play an important role in this context. We are confident that this good moment in the segment can translate into even better results on the 2025 date. We are betting on growth of approximately 30% compared to last year's Mother's Day.”

In 2024, TCL SEMP debuted in the white goods category. And the products performed well, says **Nikolas Corbacho, product manager at TCL SEMP**. “We had above-average sales. The expectation for 2025 is to substantially exceed the sales achieved in 2024, since we will have even more products distributed and a greater presence in the main retailers throughout Brazil.”

Mother's Day is a very important date for national retail, says **Gabriel Roz, senior manager of the home appliances division at Samsung Brazil**. “We are preparing to offer more technological, efficient products with an elegant design. The kitchen has always been a space for integration and celebration. With the evolution of technology, the refrigerator has become a functional part of the space, the protagonist of a new way of experiencing these moments.”

The positive performance of the white goods market in 2024 reinforces companies' expectations. “With the strong demand for high-quality products and our

**APELO FORTE**

Datas como a das mães têm apelo especial e muitos buscam presentes que aliam utilidade e cuidado, diz **Edianne Lima, gerente de produtos de linha branca da LG do Brasil**. “Os eletrodomésticos têm papel importante nesse contexto. Confiamos que esse bom momento do segmento pode se traduzir em resultados ainda melhores na data de 2025. Apostamos em crescimento aproximado de 30% na comparação com o Dia das Mães do ano passado.”

Em 2024, a TCL SEMP estreou na categoria de linha branca. E os produtos tiveram boa performance, conta **Nikolas Corbacho, gerente de produtos da TCL SEMP**. “Tivemos vendas acima da média. A expectativa para 2025 é superar de forma substancial as vendas alcançadas em 2024, uma vez que teremos ainda mais produtos distribuídos e maior presença nos principais varejistas de todo o Brasil.”

O Dia das Mães é uma data muito importante para o varejo nacional, diz **Gabriel Roz, gerente sênior da divisão de home appliances da Samsung Brasil**. “Estamos nos preparando para oferecer produtos mais tecnológicos, eficientes e com design elegante. A cozinha sempre foi um espaço de integração e celebração. Com a evolução da tecnologia, o refrigerador se tornou parte funcional do espaço, protagonista de um novo jeito de experienciar esses momentos.”

A performance positiva da linha branca em 2024 reforça a expectativa das empresas. “Com a forte demanda por produtos de alta qualidade e nosso portfólio alinhado às necessidades dos consumidores, estamos confiantes em superar as vendas do ano passado, especialmente considerando a relevância da data para o varejo e a preferência por produtos que unem funcionalidade e design diferenciado”, diz **Luisa Gimenes, gerente de produto kitchen da Panasonic**.

O desempenho da categoria, em 2024, reforça o potencial de vendas no Dia das Mães deste ano, concorda **Frederico Muzzi, gerente de categoria do Electrolux Group**. “Especialmente por se tratar de uma data tão significativa para o varejo. Produtos como refrigeradores continuam sendo grandes protagonistas, pois unem funcionalidade, tecnologia e impacto emocional no presente.”



**A categoria de refrigeradores teve expansão de 16% em volume de vendas em 2024 na comparação com 2023. É uma das que têm vida útil mais longa, podendo superar os sete anos de uso. Estratégias específicas para comunicar benefícios que geram demanda pelos produtos podem desempenhar papel crucial nas vendas.**

*The refrigerator category experienced a 16% growth in sales volume in 2024 compared to 2023, according to NIQ T&D/GfK data. It is one of the longest-lasting product categories, with a lifespan exceeding seven years. Specific strategies to communicate benefits that drive product demand can play a crucial role in sales.*

*portfolio aligned with consumer needs, we are confident of surpassing last year's sales, especially considering the relevance of the date for retail and the preference for products that combine functionality and unique design,” says **Luisa Gimenes, kitchen's product manager at Panasonic**.*

*The category's performance in 2024 reinforces the sales potential for Mother's Day this year, agrees **Frederico Muzzi, category manager at Electrolux Group**. “Especially because it is such a significant date for retail. Products such as refrigerators continue to be major players, as they combine functionality, technology and emotional impact in the present.”*

## DESTAQUES PARA A DATA

### HIGHLIGHTS FOR THE DATE

## BEL MICRO

Sua sugestão é o **refrigerador HQ Frost Free Multidoor HQ 426L**. Projetado para a máxima praticidade, combina design elegante e organização inteligente. Com espaços otimizados, torna o armazenamento fácil e intuitivo, o que facilita o acesso a todos os alimentos. Além disso, sua tecnologia avançada garante economia de energia e desempenho superior.

**"A combinação de modelos inovadores, como a nossa HQ Frost Free, com condições de pagamento facilitadas e promoções especiais deve atrair ainda mais consumidores**. Principalmente por estarmos presentes com nossos produtos nos maiores marketplaces do País, com preços convidativos, entrega rápida e pagamentos facilitados", diz Iris Ramadas.

Their suggestion is the **HQ Frost Free Multidoor HQ 426L refrigerator**. Designed for maximum practicality, it combines elegant design and intelligent organization. With optimized spaces, it makes storage easy and intuitive, which facilitates access to all foods. In addition, its advanced technology guarantees energy savings and superior performance.

**"The combination of innovative models, such as our HQ Frost Free, with easy payment terms and special promotions should attract even more consumers**. Mainly because we are present with our products in the largest marketplaces in the country, with attractive prices, fast delivery and easy payments", says Iris Ramada.

Refrigerador HQ Frost Free  
Multidoor HQ 426L  
*HQ Frost Free Multidoor  
HQ 426L Refrigerator*



**Iris Ramadas,**  
head de marketing da Bel Micro  
*Head of Marketing at Bel Micro*



## ELECTROLUX

Destaca a **geladeira Electrolux Efficient Inverse com AutoSense 490L (IB7S)**, diz Frederico Muzzi. "Usando a inteligência artificial, a tecnologia AutoSense controla a temperatura automaticamente e prolonga a vida dos alimentos em até 30%. Exclusiva da marca, essa tecnologia identifica os momentos de maior uso e de abertura de portas, ficando automaticamente mais fria. Reconhece quando o uso é menor, como à noite ou nas férias, e estabiliza a temperatura, além de reduzir possíveis ruídos."

Com a tecnologia Inverter, é uma das mais econômicas do segmento: economiza até 42% de energia. Tem o FoodControl, que ajuda a controlar a validade dos alimentos frescos, e a gaveta HortiNatura, que preserva o frescor de frutas e vegetais por até duas vezes mais tempo. Com a Ice Max, é simples produzir gelo. Tem abertura exclusiva, que permite a reposição da água sem respingos, sem misturar odores do freezer. E o sistema FastAdapt possibilita inúmeras configurações internas para armazenar alimentos de diferentes tamanhos.

*The **Electrolux Efficient Inverse refrigerator with AutoSense 490L (IB7S)** stands out, says Frederico Muzzi. "Using artificial intelligence, AutoSense technology automatically controls the temperature and extends the life of food by up to 30%. Exclusive to the brand, it identifies times of greatest use and door opening, automatically becoming colder. It recognizes when use is less, such as at night or on vacation, and stabilizes the temperature, in addition to reducing possible noise."*

*With Inverter technology, it is one of the most economical in the segment: it saves up to 42% energy. It has FoodControl, which helps control the expiration date of fresh food, and the HortiNatura drawer, which preserves the freshness of fruits and vegetables for up to twice as long. With Ice Max, it is simple to make ice. It has an exclusive opening, which allows water to be refilled without splashing, without mixing odors from the freezer. And the FastAdapt system allows for numerous internal configurations to store food of different sizes.*



Geladeira Electrolux Efficient Inverse com AutoSense 490L (IB7S)  
*Electrolux Efficient Inverse Refrigerator with AutoSense 490L (IB7S)*

**Preço sugerido em 20/01/2025: R\$ 4.899,00.**  
*Suggested price on 01/20/2025: BRL 4,899.00.*



**Frederico Muzzi,**  
gerente de categoria do Electrolux Group  
*Category Manager at Electrolux Group*

## EOS

A empresa, que já atuava na categoria de refrigeradores compactos (frigobares) e refrigeradores expositores mais focados no atendimento aos estabelecimentos comerciais, entrou, em janeiro de 2025, no segmento de refrigeradores residenciais, conta Maurício Mota.

"Nosso foco são famílias pequenas e apartamentos compactos, ou até mesmo um segundo refrigerador, com preço acessível, para dar conta de uma capacidade extra. **Para a data, o destaque é o modelo Duplex Inox ERV270S, com 240 litros de capacidade. É prático, moderno e essencial.**"

The company, which already operated in the category of compact refrigerators (mini fridges) and display refrigerators more focused on serving commercial establishments, entered the residential refrigerator segment in January 2025, says Maurício Mota.

"Our focus is on small families and compact apartments, or even a second refrigerator, at an affordable price, to handle extra capacity. **For the date, the highlight is the Duplex Inox ERV270S model, with a 240-liter capacity. It is practical, modern and essential.**"

Refrigerador Duplex Inox ERV270S  
Duplex Inox ERV270S Refrigerator

**Preço sugerido em 14/01/2025: R\$ 2.599,00.**  
Suggested price on 01/14/2025: BRL 2,599.00.



**Maurício Mota,**  
gerente nacional de vendas  
externas da EOS  
National Sales Manager at EOS



## ESMALTEC

O **refrigerador ROC35 PRO** é considerado o mais econômico do Brasil, afirma Marcelo Pinto. “Esse modelo conta com a avançada tecnologia Inverter, que garante maior eficiência, resfriamento mais rápido, menor variação de temperatura e alimentos frescos por mais tempo. **Além disso, somos pioneiros em democratizar o uso do compressor Inverter em refrigeradores de degelo manual, tornando esse produto acessível a mais consumidores.**”

Com baixo consumo de energia, ajuda a reduzir a conta de luz. Combina inovação, economia e acessibilidade. Opera perfeitamente, mesmo com oscilações de tensão elétrica. O refrigerador tem capacidade total de 259 litros. A capacidade do congelador é de 27 litros. Possui classificação A+++, prateleiras internas removíveis e pés elevados com niveladores.



Refrigerador ROC35 PRO  
ROC35 PRO Refrigerator

**Preço médio sugerido em 14/01/2025: R\$ 1.889,00.**

*Average suggested price on 01/14/2025: BRL 1,889.00.*

*The ROC35 PRO refrigerator is considered the most economical in Brazil, says Marcelo Pinto. “This model features advanced Inverter technology, which ensures greater efficiency, faster cooling, less temperature variation and fresh food for longer. **In addition, we are pioneers in democratizing the use of the Inverter compressor in manual defrost refrigerators, making this product accessible to more consumers.**”*

*With low energy consumption, it helps reduce the electricity bill. It combines innovation, economy and accessibility. It operates perfectly, even with fluctuations in electrical voltage. The refrigerator has a total capacity of 259 liters. The freezer capacity is 27 liters. It has an A+++ rating, removable internal shelves and raised feet with levelers.*



**Marcelo Pinto,**  
diretor-superintendente da Esmaltec  
*Executive Director at Esmaltec*

## LG DO BRASIL

A geladeira Duplex GN-B372 da marca é considerada a mais econômica do Brasil em sua categoria. **"Isso porque ela tem capacidade de 375 litros, consumo de apenas 30,1 kWh por mês e classificação energética A+++.** Une eficiência, design moderno e tecnologia para atender às necessidades dos consumidores mais exigentes, e está disponível na nova cor branca, além do tradicional Inox Look", diz Edianne Lima.

É equipada com o compressor Smart Inverter, tem operação silenciosa e garantia de 10 anos. Possui, também, diversas tecnologias que ajudam a preservar os alimentos frescos por mais tempo, como o Linear Cooling, que mantém a temperatura estável, reduzindo variações, e o sistema Multi Air Flow, com múltiplas saídas de ar, garantindo temperatura uniforme em todo o interior da geladeira.

The brand's **GN-B372 Duplex refrigerator** is considered the most economical in Brazil in its category. **"That's because it has a capacity of 375 liters, consumes only 30.1 kWh per month and has an A+++ energy rating.** It combines efficiency, modern design and technology to meet the needs of the most demanding consumers, and is available in the new white color, in addition to the traditional Inox Look", says Edianne Lima.

It is equipped with the Smart Inverter compressor, has silent operation and a 10-year warranty. It also has several technologies that help preserve fresh food for longer, such as Linear Cooling, which keeps the temperature stable, reducing variations, and the Multi Air Flow system, with multiple air outlets, ensuring uniform temperature throughout the interior of the refrigerator.

Geladeira Duplex GN-B372  
GN-B372 Duplex Refrigerator  
**Preço sugerido em 15/01/2025: R\$ 3.699,00  
na cor branca e R\$ 3.899,00 na cor inox.**  
*Suggested price on 01/15/2025: BRL3,699.00  
in white and BRL3,899.00 in stainless steel.*



**Edianne Lima,**  
gerente de produtos de linha  
branca da LG do Brasil  
*Product Manager for Home  
Appliances at LG Brazil*



## PANASONIC

Seu lançamento mais recente no segmento de geladeiras é a **BB65 Black Glass, modelo premium**, que combina design sofisticado com acabamento em vidro preto, oferecendo uma proposta contemporânea e alinhada às principais tendências de decoração.

**"Tem portas de vidro e a inovadora gaveta Fresh Freezer, que permite o ajuste entre quatro diferentes temperaturas de maneira independente do restante da geladeira**, garantindo maior flexibilidade para armazenar diferentes tipos de alimentos", diz Luisa Gimenes.

Outro diferencial do modelo é a eficiência energética. Com um consumo reduzido, é capaz de economizar mais de 43% de energia, impactando diretamente na conta de luz. Certificada pelo Inmetro com a classificação A+++, é uma das geladeiras bottom freezer mais econômicas e sustentáveis do mercado brasileiro.

*Its most recent launch in the refrigerator segment is the **BB65 Black Glass, a premium model** that combines sophisticated design with a black glass finish, offering a contemporary proposal aligned with the main decoration trends. "It has glass doors and the innovative Fresh Freezer drawer, which allows adjustment between four different temperatures independently of the rest of the refrigerator, ensuring greater flexibility for storing different types of food", says Luisa Gimenes.*

*Another distinguishing feature of the model is its energy efficiency. With reduced consumption, it is capable of saving more than 43% of energy, directly impacting the electricity bill. Certified by Inmetro with the A+++ rating, it is one of the most economical and sustainable bottom freezer refrigerators on the Brazilian market.*



Geladeira BB65 Black Glass  
BB65 Black Glass Refrigerator

**Preço sugerido em 17/01/2025: R\$ 6.699,00.**

**Suggested price on 01/17/2025: BRL 6,699.00.**



**Luisa Gimenes,**  
gerente de produto kitchen da Panasonic  
Kitchen Product Manager at Panasonic

## PHILCO

O **refrigerador Side by Side Philco PRF613ID** é um presente sofisticado e funcional para o Dia das Mães, diz Emerson Wojcik. "Une design moderno e alta tecnologia. **Com 513 litros de capacidade total, com freezer e refrigerador lado a lado, tem classificação energética A+++**, que garante até 30% de economia de energia. O compressor Eco Inverter trabalha silenciosamente e aumenta a durabilidade do produto."

Com a tecnologia Smart Cooling e sensores inteligentes Smart Sensor, mantém a temperatura uniforme, otimiza a conservação dos alimentos e evita quedas bruscas de temperatura no freezer. Tem dispenser 3 em 1 para água, gelo em cubos e gelo triturado, sistema Frost Free, que elimina a necessidade de descongelamento, iluminação interna em LED, filtro de água de alta capacidade e aviso sonoro de porta aberta. O display digital permite ajustar facilmente as temperaturas e modos de operação.

The **Philco PRF613ID Side by Side refrigerator** is a sophisticated and functional gift for Mother's Day, says Emerson Wojcik. "It combines modern design and high technology. **With a total capacity of 513 liters, with freezer and refrigerator side by side, it has an A+++ energy rating, which guarantees up to 30% energy savings.** The Eco Inverter compressor works silently and increases the durability of the product."

With Smart Cooling technology and Smart Sensor intelligent sensors, it maintains a uniform temperature, optimizes food preservation and prevents sudden drops in temperature in the freezer. It has a 3-in-1 dispenser for water, ice cubes and crushed ice, Frost Free system, which eliminates the need for defrosting, internal LED lighting, high-capacity water filter and audible door open warning. The digital display allows you to easily adjust temperatures and operating modes.

Refrigerador Side by Side Philco PRF613ID  
Philco PRF613ID Side by Side Refrigerator



**Emerson Wojcik,**  
diretor comercial da Philco  
Commercial Director at Philco



## SAMSUNG

O **refrigerador Family Hub RS58 (585L)** tem diversas tecnologias que facilitam a rotina, diz Gabriel Roz, gerente sênior da divisão de home appliances da Samsung Brasil. "A partir de sua tela inicial de 21", é possível exibir e compartilhar fotos, vídeos, desenhos e anotações, manter-se atualizado com as principais informações do dia a partir do "Resumo Matinal" e editar e sincronizar a agenda da família." **O refrigerador tem uma câmera interna que mostra o que há dentro dele a qualquer momento e de qualquer lugar pelo smartphone ou pela tela inicial, sem abrir a porta.**

A tecnologia embutida indica quantos dias faltam para o alimento vencer e permite criar a lista de compras com um toque ou comando de voz. Pelo Smart View™ é possível assistir aos conteúdos do celular ou aos programas de TV. Tem conexão Bluetooth e acesso à internet. Junto com o aplicativo SmartThings da casa, é possível usar a tela da geladeira para controlar outros produtos inteligentes. Tem as tecnologias Digital Inverter, com 20 anos de garantia no compressor, Space Max (paredes externas mais finas) e All Around Cooling (saídas de ar para manter a temperatura estável).



Refrigerador Family Hub RS58 (585L)  
Family Hub RS58 Refrigerator (585L)

**Preço sugerido em 16/01/2025: R\$ 17.999,00.**

**Suggested price on 01/16/2025: BRL 17,999.00.**

*The **Family Hub RS58 (585L) refrigerator** has several technologies that make your routine easier, says Gabriel Roz, senior manager of the home appliances division at Samsung Brazil. "From its 21-inch home screen, you can view and share photos, videos, drawings and notes, keep up to date with the day's main information from the "Morning Summary" and edit and synchronize the family's schedule." **The refrigerator has an internal camera that shows what's inside it at any time and from anywhere via your smartphone or home screen, without opening the door.***

*The built-in technology indicates how many days are left until food expires and allows you to create a shopping list with a touch or voice command. With Smart View™, you can watch content on your cell phone or TV programs. It has Bluetooth connectivity and internet access. Together with the SmartThings app in your home, you can use the refrigerator's screen to control other smart products. It has Digital Inverter technology, with a 20-year warranty on the compressor, Space Max (thinner external walls) and All Around Cooling (air outlets to maintain a stable temperature).*



**Gabriel Roz,**

gerente sênior da divisão de home appliances da Samsung Brasil  
Senior Manager of the Home Appliances Division at Samsung Brazil

## TCL SEMP

A **geladeira TCL Multidoor com a zona Flex** é o destaque. Com modelos que variam de capacidade total entre 516 e 589 litros, está disponível na cor inox, conta Nikolas Corbacho. **"Tem tecnologia Twin Eco Inverter, que permite maior economia de energia e baixíssimo nível de ruído, resfriamento ultrarrápido, para preservar o frescor, a umidade e os nutrientes de vegetais e frutas,** e Metal Cooling, para distribuição da temperatura da geladeira de maneira uniforme, contribuindo para a preservação dos alimentos."

Com o controle ultrapreciso, é possível ajustar a temperatura da geladeira e do freezer de maneira independente, tudo isso com operação silenciosa do sistema. A zona Flex é outro destaque: com 79 litros de capacidade, uma das portas do congelador pode ter a sua temperatura ajustada entre menos 22°C e 5°C positivo, podendo ser utilizada como cervejeira ou até mesmo ampliar o espaço do refrigerador. ■■

The **TCL Multidoor refrigerator with the Flex zone** is the highlight. With models ranging in total capacity from 516 to 589 liters, it is available in stainless steel, says Nikolas Corbacho. **"It has Twin Eco Inverter technology, which allows for greater energy savings and very low noise levels, ultra-fast cooling to preserve the freshness, moisture and nutrients of vegetables and fruits, and Metal Cooling, for even temperature distribution in the refrigerator, contributing to food preservation."**

With ultra-precise control, it is possible to adjust the temperature of the refrigerator and freezer independently, all with silent operation of the system. The Flex zone is another highlight: with a 79-liter capacity, one of the freezer doors can have its temperature adjusted between minus 22°C and plus 5°C, and can be used as a beer cooler or even to expand the refrigerator space. ■■

Geladeira TCL Multidoor  
TCL Multidoor Refrigerator

**Preço sugerido em 15/01/2025: a partir de R\$ 7.499,00.**

*Suggested price on 01/15/2025: from BRL 7,499.00.*



**Nikolas Corbacho,**  
gerente de produtos da TCL SEMP  
Product Manager at TCL SEMP





# APARELHOS DOS MAIS DESEJADOS

Os segmentos de smartphones e dispositivos vestíveis se preparam para boas vendas na data. Os primeiros, porque são imprescindíveis nos dias atuais. Os segundos, pelo fato de serem grandes aliados para o bem-estar e prática de atividades físicas.

## MOST DESIRED DEVICES

*The smartphone and wearable device segments are preparing for strong sales during this occasion. Smartphones remain essential in today's world, while wearables have become valuable allies for well-being and fitness activities.*

---

por / by Gustavo Sumares

**N**a comparação de 2024 com 2023, o mercado de smartphones se manteve estável, mostram dados da **NIQ T&D/ GfK**. O estudo aponta que, entre o quarto trimestre de 2023 e o terceiro trimestre do ano passado, 26% dos compradores estavam com seu aparelho há dois anos e 27% disseram que seu aparelho tinha três anos de uso.

**As fabricantes de smartphones enxergam no Dia das Mães uma oportunidade para atingir bons resultados.** Enquanto algumas apostam em dispositivos com recursos bastante sofisticados, outras focam na especificidade dos consumidores que demandam um produto mais acessível, sem abrir mão da qualidade.

**Os wearables registraram crescimento de 37% no volume de vendas em 2024 na comparação com o ano anterior, mostra estudo da NIQ T&D/ GfK.** Produtos como fones de ouvido sem fio e relógios inteligentes são aliados dos que praticam atividades físicas e uma opção de presente para as mães.

**W**hen comparing 2024 to 2023, the smartphone market remained stable, according to data from **NIQ T&D/GfK**. The study indicates that between Q4 2023 and Q3 2024, 26% of buyers had used their device for two years, and 27% said their device was three years old.

**Smartphone manufacturers see Mother's Day as an opportunity to achieve strong results.** While some focus on high-end features, others cater to consumers looking for more affordable options without compromising quality.

**Wearables experienced a 37% growth in sales volume in 2024 compared to the previous year, according to NIQ T&D/GfK.** Wireless earbuds and smartwatches have become essential for fitness enthusiasts and a popular gift choice for mothers.





**Os wearables registraram crescimento de 37% no volume de vendas em 2024 na comparação com 2023, mostra estudo da NIQ T&D/ GfK.**

*Wearables saw a 37% increase in sales volume in 2024 compared to 2023, according to a study by NIQ T&D/GfK.*

#### EXPECTATIVAS

A tecnologia desperta o desejo do consumidor. “Temos observado um crescimento constante no interesse dos clientes pelos lançamentos mais recentes, especialmente em datas comemorativas como o Dia das Mães, e a previsão é que essa tendência continue”, conta **Cristiano Freitas, diretor de negócios de mobilidade da Positivo Tecnologia.**

No caso dos **dispositivos vestíveis**, a abordagem é semelhante. As empresas confiam nos bons resultados dos relógios inteligentes e dos fones de ouvido sem fio. “Estamos focados em fortalecer ainda mais a nossa presença no mercado brasileiro, destacando a qualidade premium e a inovação dos nossos produtos”, diz **Murillo Marques Neto, gerente de produtos da Huawei Consumer Business Brasil.**

#### EXPECTATIONS

Technology sparks consumer desire. “We have observed a continuous increase in customer interest in the latest releases, especially during commemorative dates like Mother’s Day, and we expect this trend to continue,” says **Cristiano Freitas, Mobility Business Director at Positivo Tecnologia.**

For **wearable devices**, the approach is similar. Companies expect strong sales for smartwatches and wireless earbuds. “We are focused on further strengthening our presence in the Brazilian market, highlighting the premium quality and innovation of our products,” says **Murillo Marques Neto, Product Manager at Huawei Consumer Business Brazil.**

## APARELHOS PARA A DATA

DEVICES FOR THE OCCASION

### INFINIX

Marca global licenciada pela Positivo Tecnologia para desenvolver, fabricar e comercializar seus smartphones no Brasil, a **Infinix** está atenta ao Dia das Mães. "Prendemos aproveitar a data comemorativa para "oferecer produtos inovadores e com ótimo custo-benefício, atendendo às necessidades de diferentes perfis de consumidores", diz Cristiano Freitas.

Nesse sentido, destaca o **smartphone Infinix Note 40 5G, com tela de 6,78", em resolução Full HD+, 8 GB de RAM, câmera de 50 MP e bateria com capacidade de 5.000 mAh e compatibilidade com carregamento rápido de até 33 W.** "O dispositivo acompanha o ritmo do dia a dia, proporciona autonomia o tempo todo", comenta. A empresa recomenda atenção às ofertas atraentes que poderão surgir perto da data.

*A global brand licensed by Positivo Tecnologia to develop, manufacture, and market its smartphones in Brazil, **Infinix** is fully engaged in Mother's Day promotions. "We aim to take advantage of this special occasion to offer innovative products with great value for money, meeting the needs of different consumer profiles," says Cristiano Freitas.*

*One highlight is the **Infinix Note 40 5G, featuring a 6.78" Full HD+ display, 8 GB of RAM, a 50 MP camera, and a 5,000 mAh battery with 33 W fast charging support.** "This device keeps up with daily routines, providing all-day autonomy," he adds. The company recommends keeping an eye out for attractive offers closer to the date.*



Infinix Note 40 5G

**Preço sugerido em 10/01/2025: R\$ 1.299,00.**

*Suggested price on 01/10/2025: BRL 1,299.00.*



**Cristiano Freitas,**  
diretor de negócios de mobilidade da Positivo Tecnologia  
*Mobility Business Director at Positivo Tecnologia*

## HUAWEI

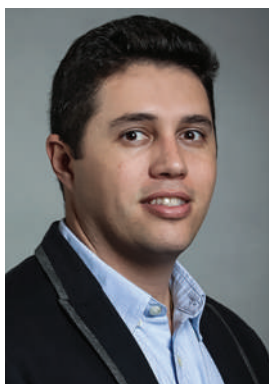
Os recém-lançados **fonos de ouvido sem fio FreeBuds 4 Pro** são o destaque da empresa para a data. **"Contam com recursos inteligentes que permitem atender ou rejeitar chamadas com movimentos da cabeça, além de cancelamento de ruídos, drivers de 11 milímetros e tecnologia Huawei Sound,** que proporciona qualidade sonora premium", conta Murillo Marques Neto.

The recently launched **FreeBuds 4 Pro wireless earbuds** are the company's highlight for the occasion. **"They feature intelligent controls that allow users to answer or reject calls with head movements, in addition to noise cancellation, 11mm drivers, and Huawei Sound technology for premium audio quality,"** says Murillo Marques Neto.

Fones de ouvido FreeBuds 4 Pro  
FreeBuds 4 Pro

**Preço sugerido em 10/01/2025: R\$ 1.699,00.**

*Suggested price on 01/10/2025: BRL 1,699.00.*



**Murillo Marques Neto,**  
gerente de produtos da Huawei Consumer Business Brasil  
*Product Manager at Huawei Consumer Business Brazil*

## MOTOROLA

Aposta na tecnologia e no design, diz **Marcelo Daou, head de produtos da Motorola Brasil**. "Os consumidores buscam presentes que atendam às necessidades tecnológicas de diferentes perfis e proporcionem uma experiência de estilo. É uma proposta que se conecta com o espírito da data." **O smartphone Motorola Edge 50 Neo tem tela pOLED de 6,4", 16 GB de RAM e sistema de câmera triplo com sensor principal de 50 MP, lente ultra-wide de 13 MP e teleobjetiva de 10 MP. Está disponível na cor 17-1230 Mocha Mousse, escolhida pela Pantone como a Cor do Ano 2025.**

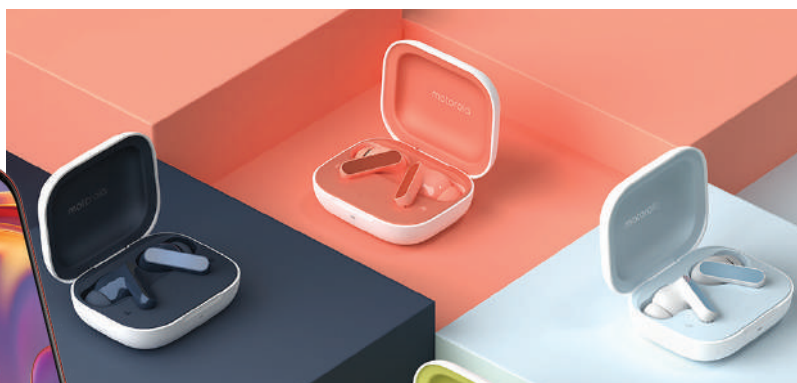
Em dispositivos vestíveis, destaca os **fones de ouvido sem fio Moto Buds**. Com drivers dinâmicos e certificação Hi-Res Audio, têm som imersivo, com áudio balanceado e graves aprimorados para ouvir música e fazer chamadas ou vídeo conferências. Oferecem nove horas de bateria com uma única carga e mais duas horas após 10 minutos de carga. Também podem emitir alertas sonoros individuais para facilitar a localização do usuário.

Technology and design are the company's focus, according to **Marcelo Daou, Head of Products at Motorola Brazil**. "Consumers are looking for gifts that meet different technological needs while offering a stylish experience. This approach aligns perfectly with the spirit of the occasion," he says. **The Motorola Edge 50 Neo smartphone features a 6.4" pOLED display, 16 GB of RAM, and a triple camera system, including a 50 MP main sensor, a 13 MP ultra-wide lens, and a 10 MP telephoto lens. It is available in the color 17-1230 Mocha Mousse, chosen by Pantone as the 2025 Color of the Year.**

For wearables, Motorola highlights its **Moto Buds wireless earbuds**, which feature dynamic drivers and Hi-Res Audio certification for immersive, balanced sound with enhanced bass, making them perfect for music, calls, and video conferencing. The earbuds offer nine hours of battery life on a single charge, with an additional two hours after just 10 minutes of charging. They also feature individual sound alerts to help locate them easily.



Motorola Edge 50 Neo  
**Preço sugerido em 10/01/2025: R\$ 2.799,00.**  
Suggested price on 01/10/2025: BRL 2,799.00.



Moto Buds  
**Preço sugerido em 10/01/2025: R\$ 399,00.**  
Suggested price on 01/10/2025: RBRL\$ 399.00.



**Marcelo Daou,**  
head de produtos da Motorola Brasil  
Head of Products at Motorola Brazil

## OPPO

A empresa está otimista em relação à data. “Estamos confiantes em que superaremos o desempenho do ano passado, impulsionados por nossos contínuos investimentos no mercado brasileiro, que incluem o lançamento de produtos inovadores e o fortalecimento de nossas parcerias com o varejo”, afirma **Ethan Xue, presidente da OPPO na América Latina.**

Para o período, apresenta o **smartphone OPPO A40, que se destaca pela qualidade das câmeras e longa duração da bateria.** “A OPPO tem o compromisso de oferecer produtos de alta qualidade com preços justos, e o Dia das Mães será uma excelente oportunidade para presentear com tecnologia e inovação”, complementa.

*The company is optimistic about Mother's Day. “We are confident that we will surpass last year's performance, driven by our continued investments in the Brazilian market, including the launch of innovative products and the strengthening of our retail partnerships,” says **Ethan Xue, President at OPPO Latin America.***

*For the occasion, **OPPO presents the OPPO A40, a smartphone known for its high-quality cameras and long battery life.** “OPPO is committed to offering high-quality products at fair prices, and Mother's Day will be an excellent opportunity to gift technology and innovation,” he adds.*

OPPO A40

**Preço sugerido em 20/12/2024: R\$ 1.259,00.**

*Suggested price on 12/20/2024: BRL 1,259.00.*



**Ethan Xue,**  
presidente da OPPO na América Latina  
*President at OPPO Latin America*



## REALME

Sua expectativa para o Dia das Mães é continuar crescendo no mercado brasileiro, conta **Tanya Tang, diretora de marketing da Realme**. "Vamos apostar em produtos alinhados ao perfil das presenteadas nessa data, considerando desde o preço encontrado para a compra dos aparelhos até seus benefícios, como o bom desempenho de câmera e opções com alto armazenamento interno e memória."

A empresa destaca o **smartphone Realme 13+ 5G, cujos principais diferenciais são a bateria de 5.000 mAh de capacidade e o carregador de 80 W, que promete atingir 50% de bateria em 19 minutos, bem como os 512 GB de armazenamento interno**. "Oferece espaço de sobra para guardar vídeos e fotografias", segundo Tang. A empresa espera oferecer opções competitivas para a compra do dispositivo nas principais datas do varejo. ■■

*Realme's goal for Mother's Day is to continue expanding its presence in the Brazilian market, says **Tanya Tang, Marketing Director at Realme**. "We are focusing on products tailored to the needs of gift recipients on this occasion, considering both pricing and benefits such as excellent camera performance and large internal storage," she explains.*

*The company highlights the **Realme 13+ 5G, whose key features include a 5,000 mAh battery with 80 W fast charging, capable of reaching 50% battery in just 19 minutes, as well as 512 GB of internal storage**. "It offers plenty of space to store videos and photos," says Tang. The company plans to offer competitive deals for the device during key retail periods. ■■*



Realme 13+ 5G 512 GB

**Preço sugerido em 10/01/2025: R\$ 2.699,00.**

**Suggested price on 01/10/2025: BRL 2.699.00.**



**Tanya Tang,**  
diretora de marketing da Realme  
Marketing Director at Realme

TELEVISORES  
TELEVISIONS

DIA  
DAS  
MÃES  
MOTHER'S DAY

# EM FRENTE À TV

IN FRONT OF THE TV

por / by **Leda Cavalcanti**

colaboração / Collaboration **Gustavo Sumares**



**Entretenimento em família é um predicado da categoria de televisores, que, em 2024, teve 5% de expansão em volume de vendas ante o ano anterior, conforme dados da NIQ T&D/ GfK. As novas tecnologias estimulam as vendas.**

*Family entertainment is a predicate of the television category, which, in 2024, had a 5% increase in sales volume compared to the previous year, according to data from NIQ T&D/GfK. New technologies stimulate sales.*

**P**resentear com uma televisão no Dias das Mães é uma forma de demonstrar carinho e cuidado, diz **Bernardo Cunha Pontes, diretor-executivo da marca AIWA**. “Escolher uma smart TV para a ocasião proporcionará momentos de entretenimento em família. Diante de um mercado mais exigente, os modelos com alta definição de imagem e qualidade sonora se destacam. Para a data, prevemos crescimento de vendas acima de 10% em relação a 2024.”

O presente é promissor, a TV é o centro de entretenimento da casa, afirma **Alexandre Gleb, gerente de produtos de TV da Samsung Brasil**. “É uma forma de reunir a família, algo que toda mãe preza. A tendência dos modelos de telas maiores, de 65” e acima, mais a

**G**iving a television as a gift on Mother’s Day is a way to show affection and care, says **Bernardo Cunha Pontes, executive director of the AIWA brand**. “Choosing a smart TV for the occasion will provide moments of family entertainment. Faced with a more demanding market, models with high-definition images and sound quality stand out. For the date, we expect sales growth of over 10% compared to 2024.”

The gift is promising, the TV is the entertainment center of the home, says **Alexandre Gleb, TV product manager at Samsung Brazil**. “It is a way to bring the family together, something that every mother values. The trend for larger screen models, 65” and above, plus the demand for innovation, can elevate the





demanda por inovação podem elevar a experiência de entretenimento com uma variedade de soluções poderosas baseadas em IA.”

A integração da internet e dos conteúdos de streaming na interface das smart TVs oferece o melhor entretenimento, diz **Nikolas Corbacho, gerente de produtos da TCL SEMP**. “Com o avanço da tecnologia, as TVs maiores requerem menos distância para a tela, proporcionam melhor ângulo de visão, mais qualidade de contraste e reprodução de cores. Confiamos na alta da demanda por TVs premium, principalmente os modelos de 65” e acima.”

#### TECNOLOGIA E CONEXÃO

A combinação de tecnologia, entretenimento e momentos de conexão em família torna o televisor uma excelente escolha, diz **Diego Oliveira, gerente de produtos de TV da LG do Brasil**. “Imagine a alegria de uma mãe ao assistir ao seu filme favorito com

entertainment experience with a variety of powerful AI-based solutions.”

The integration of the internet and streaming content into the smart TV interface offers the best entertainment, says **Nikolas Corbacho, product manager at TCL SEMP**. “With the advancement of technology, larger TVs require less distance from the screen, provide better viewing angles, and better contrast and color reproduction. We expect the demand for premium TVs, especially models 65” and above, to increase.”

#### TECHNOLOGY AND CONNECTION

The combination of technology, entertainment and moments of family connection makes the TV an excellent choice, says **Diego Oliveira, TV product manager at LG do Brasil**. “Imagine the joy of a mother watching her favorite movie in cinema quality and in the comfort of her own home. We see a trend of greater appreciation for products that deliver technology, and

**No ano passado, a categoria de televisores teve 5% de expansão em volume de vendas ante o ano anterior, conforme dados da NIQ T&D/ GfK.**

*Last year, the television category saw a 5% increase in sales volume compared to the previous year, according to data from NIQ T&D/GfK.*

qualidade de cinema e no conforto de casa. Vemos uma tendência de maior valorização de produtos que entregam tecnologia, e tudo indica que será mais um período positivo para a categoria.”

O Dia das Mães é também uma oportunidade para impulsionar o mercado, conta **Amanda Urzum, diretora comercial da Philco**. “É a segunda data com maior venda de TVs do ano, perde apenas para a Black Friday. Com novos modelos chegando, trazendo tecnologias e inovações, esperamos superar as expectativas e alcançar um crescimento expressivo nas vendas.”

Aumento significativo nas vendas de TVs é o que a Philips espera, diz **Bruno Morari, diretor de marketing e produtos do Grupo TPV (marcas Philips e AOC)**. “O crescimento será impulsionado pela alta procura e promoções típicas da data. A evolução constante dos modelos tende a atrair consumidores que desejam presentear com itens modernos. Tudo isso contribui para a previsão de vendas superiores às registradas em outros períodos.”

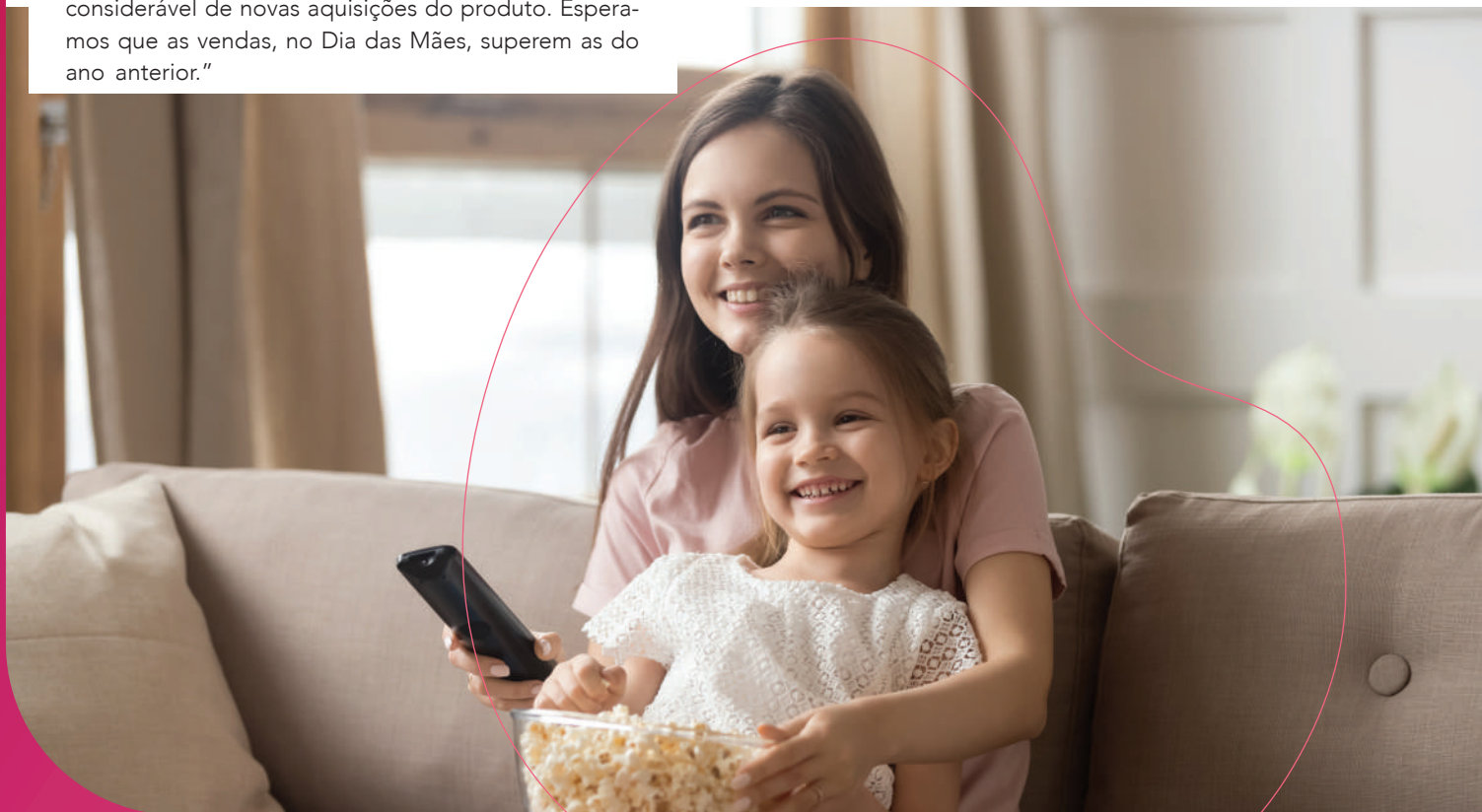
Estimulada pela busca por experiências de entretenimento cada vez mais sofisticadas em casa, a categoria continua em alta, afirma **Iris Ramada, head de marketing da Bel Micro**. “Com o crescimento dos streamings e o acesso à tecnologia, tivemos um aumento considerável de novas aquisições do produto. Esperamos que as vendas, no Dia das Mães, superem as do ano anterior.”

*everything indicates that this will be another positive period for the category.”*

*Mother’s Day is also an opportunity to boost the market, says **Amanda Urzum, commercial director at Philco**. “It is the second biggest date for TV sales of the year, second only to Black Friday. With new models arriving, bringing technologies and innovations, we hope to exceed expectations and achieve significant growth in sales.”*

*A significant increase in TV sales is expected, says **Bruno Morari, marketing and product director for the Grupo TPV (Philips and AOC brands)**. “The growth will be driven by high demand and promotions typical of the date. The constant evolution of models tends to attract consumers who want to give modern gifts. All of this contributes to the forecast of higher sales than those recorded in other periods.”*

*Stimulated by the search for increasingly sophisticated entertainment experiences at home, the category continues to grow, says **Iris Ramada, head of marketing at Bel Micro**. “With the growth of streaming services and access to technology, we have seen a considerable increase in new product purchases. We expect sales on Mother’s Day to exceed those of the previous year.”*



## TVs PARA A DATA

### TVs FOR THE DATE

# AIWA

Destaca o modelo **smart TV AIWA 75" Google TV 4K, com comando de voz Dolby Vision&Atmos AWS-TV-75-BL-01-G**. Com 75", oferece uma imagem de cinema e áudio imersivo, ao reunir tecnologias como Dolby Vision e Dolby Atmos. **Com borda ultra-fina, traz a elegância do minimalismo ao ambiente. Tem o sistema operacional Google TV e processador com IA Quad-Core, Bluetooth, ALLMM, para melhor experiência gamer, e quatro entradas HDMI 2.1.**

É equipado com 4K Ultra HD. Os mais de 8 milhões de pixels na tela e a resolução quatro vezes maior que o Full HD acentuam contrastes e cores. A tecnologia HDR10 (High Dynamic Range) oferece uma tela realista. O áudio chega a todo o ambiente com o Dolby Atmos. Tem Perfis Google e Watchlist. É possível comandar a TV de outros equipamentos da casa. Possui controle remoto virtual e Chrome Cast Built-in.

Highlights the **AIWA 75" GOOGLE TV 4K smart TV model, with Dolby Vision&Atmos voice control AWS-TV-75-BL-01-G**. With 75", it offers a cinematic image and immersive audio, by combining technologies such as Dolby Vision and Dolby Atmos. **With an ultra-thin bezel, it brings the elegance of minimalism to the environment. It has the Google TV operating system and a processor with Quad-Core AI, Bluetooth, ALLMM, for a better gaming experience, and four HDMI 2.1 inputs.**

It is equipped with 4K Ultra HD. The more than 8 million pixels on the screen and the resolution four times greater than Full HD accentuate contrasts and colors. HDR10 (High Dynamic Range) technology offers a realistic screen. The audio reaches the entire room with Dolby Atmos. It has Google and Watchlist profiles. It is possible to control the TV from other devices in the house. It has a virtual remote control and Chrome Cast Built-in.



**Bernardo Cunha Pontes,**  
diretor-executivo da marca AIWA  
executive director of the AIWA brand



Smart TV AIWA 75" Google TV 4K

**Preço sugerido em 11/01/2025: R\$ 6.749,90.**

**Suggested price on 11/01/2025: BRL 6,749.90.**

## AOC

Sugere a **linha 7045/78G AOC Roku TV**, com televisores de 50" e 55". **Os modelos 7045/78G apresentam resolução 4K, processador Quad-Core, frequência de 60 Hz e conexão Wi-Fi dual-band, oferecendo eficiência e rapidez para um streaming fluido e sem travamentos.**

Os modelos conjugam qualidade de hardware com o intuitivo sistema operacional Roku e foram desenvolvidos especialmente para o público que valoriza o custo-benefício sem abrir mão de recursos que melhoram a experiência de assistir televisão.

*Recommends the **7045/78G AOC Roku TV line**, with 50" and 55" televisions. **The 7045/78G models feature 4K resolution, a Quad-Core processor, 60Hz frequency and dual-band Wi-Fi connection, offering efficiency and speed for smooth, lag-free streaming.***

*The models combine hardware quality with the intuitive Roku operating system and were developed especially for audiences who value cost-benefit without giving up features that improve the television watching experience.*



Televisor 7045  
7045 Television



**Bruno Morari,**  
diretor de marketing e produtos do Grupo TPV (marcas Philips e AOC)  
*marketing and product director at Grupo TPV (Philips and AOC brands)*

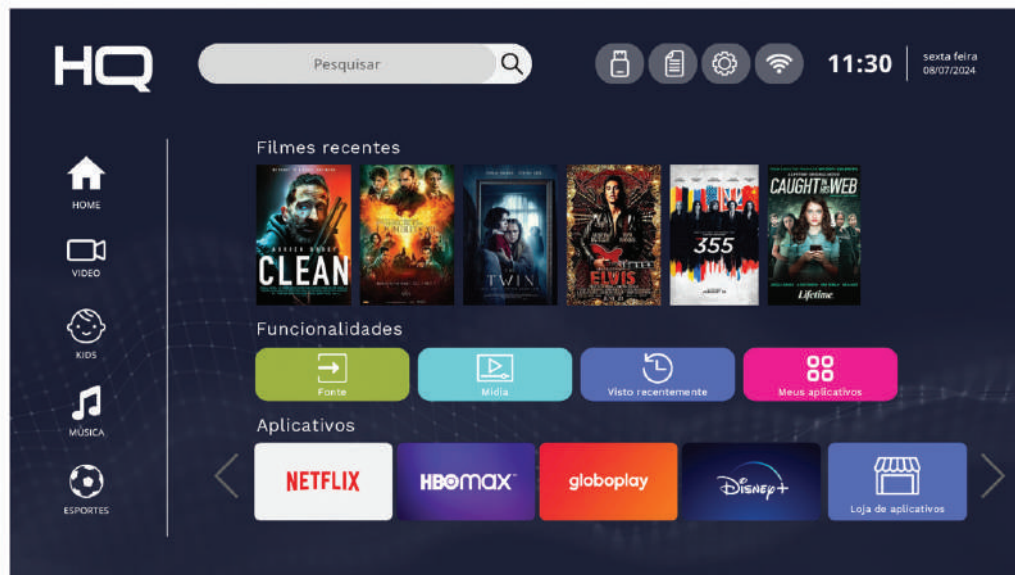
## BEL MICRO

Disponibiliza a TV HQ Smart 65". **Com design elegante e moldura fina, ela se encaixa perfeitamente em qualquer ambiente. Possui resolução 4K e sistema Android, tornando a experiência de assistir aos conteúdos favoritos mais prazerosa.**

O aparelho combina estilo, custo-benefício e tecnologia, destaca a empresa, que prepara o lançamento de modelos e linhas com tecnologias mais avançadas e preços mais competitivos.

Available the 65" HQ Smart TV. **With an elegant design and thin frame, it fits perfectly into any environment. It has 4k resolution and an Android system, making the experience of watching your favorite content more enjoyable.**

The device combines style, cost-benefit and technology, highlights the company, which is preparing to launch models and lines with more advanced technologies and more competitive prices.



TV HQ Smart 65"  
65" HQ Smart TV



**Iris Ramadas,**  
head de marketing da Bel Micro  
head of marketing at Bel Micro

## LG

Um destaque é a **smart TV LG OLED evo AI C4 4K 55"**. É apresentada em tamanhos entre 42" e 83". **Com tecnologia exclusiva da LG, que proporciona brilho 30% maior, contraste infinito e cores mais vivas para uma qualidade de imagem superior, tem resolução 4K Ultra HD. Oferece imagens com definição muito alta e detalhes que otimizam a experiência de visualização.** Tem garantia de até cinco anos de atualizações, o que mantém a TV sempre com as tecnologias mais recentes. Possui processador  $\alpha 9$  AI Gen7.

Utiliza inteligência artificial para aprimorar automaticamente a qualidade de imagem e som. O Dolby Vision e o Dolby Atmos proporcionam imagens mais realistas com HDR avançado e som tridimensional. Tem compatibilidade para gamers: suporte a 144 Hz, AMD FreeSync Premium, G-Sync e VRR, para uma jogabilidade fluida e sem atrasos. Sua tela reduz reflexos em até 99% e garante visualização nítida até em ambientes iluminados. Tem webOS Re:New, sistema operacional atualizado com funcionalidades avançadas, entradas HDMI 2.1 e USB, conectividade Bluetooth e Wi-Fi. É compatível com assistentes de voz.

A highlight is the **LG OLED evo AI C4 4K 55" smart TV**. It is available in sizes ranging from 42" to 83". **With exclusive LG technology, which provides 30% greater brightness, infinite contrast and more vivid colors for superior image quality, it has 4K Ultra HD resolution. It offers images with very high definition and details that optimize the viewing experience.** It has a guarantee of up to five years of updates, which keeps the TV always with the latest technologies. It has an  $\alpha 9$  AI Gn7 processor.

It uses artificial intelligence to automatically improve image and sound quality. Dolby Vision and Dolby Atmos provide more realistic images with advanced HDR and three-dimensional sound. It is compatible with gamers: support for 144 Hz, AMD FreeSync Premium, G-Sync and VRR, for fluid and lag-free gameplay. Its screen reduces reflections by up to 99% and ensures clear viewing even in bright environments. It has webOS Re:New, an updated operating system with advanced features, HDMI 2.1 and USB inputs, Bluetooth and Wi-Fi connectivity. It is compatible with voice assistants.



Smart TV LG OLED evo AI C4 4K 55

LG OLED evo AI C4 4K 55 Smart TV

**Preço sugerido em 15/01/2: R\$ 5.999,00.**

**Suggested price on 01/15/2: BRL 5,999.00.**



**Diego Oliveira,**  
gerente de produtos de TV da LG do Brasil  
TV product manager at LG Brazil

## PHILCO

Para a data, destaca os televisores de 58". O **PTV-58GAGSKSBL 4K LED oferece um tamanho de tela que permite vivenciar uma experiência audiovisual completa e intuitiva, com resolução 4K e velocidade de resposta 50% mais rápida em relação aos demais modelos da categoria**, informa a empresa.

O televisor proporciona uma verdadeira imersão visual e sonora, devido à tecnologia Dolby Áudio, assim como cores realistas e contrastes. Conta com o processador Quad-Core. Com design elegante e borda infinita, adapta-se a todos os ambientes.

*For the date, the company highlights the 58" televisions. The **PTV58GAGSKSBL 4K LED offers a screen size that allows you to experience a complete and intuitive audiovisual experience, with 4K resolution and a response speed 50% faster than other models in the category**, according to the company.*

*The television provides true visual and sound immersion, thanks to Dolby Audio technology, as well as realistic colors and contrasts. It has a Quad-Core processor. With an elegant design and infinite edge, it adapts to all environments.*



PTV58GAGSKSBL 4K LED  
PTV58GAGSKSBL 4K LED



**Amanda Urzum,**  
diretora comercial da Philco  
commercial director at Philco

## PHILIPS

Seu destaque é a **The One (PUG8808), disponível com telas de 55", 65" e 75"**. Conta com a **Ambilight, tecnologia exclusiva da marca, em três lados, alocada na borda traseira do televisor. O aparelho é compatível com os principais formatos HDR e oferece imagens brilhantes e nítidas.** Outro diferencial é o painel com frequência nativa de 120 Hz, que garante imagens em movimento com extrema fluidez.

Conta, também, com os recursos Dolby Vision e Dolby Atmos, para uma ótima experiência de imagem e som. Compatível com HDMI 2.1, VRR e AMD FreeSync, possui recursos para uma jogabilidade responsiva e suave. O modo game também é beneficiado com o Ambilight, que garante maior emoção.

*The highlight is **The One (PUG8808), available with 55", 65" and 75" screens. It features Ambilight, the brand's exclusive technology, on three sides, located on the rear edge of the TV. The device is compatible with the main HDR formats and offers bright and sharp images.** Another differential is the panel with a native frequency of 120 Hz, which guarantees extremely fluid moving images.*

*It also has Dolby Vision and Dolby Atmos features, for a great image and sound experience. Compatible with HDMI 2.1, VRR and AMD FreeSync, it has features for responsive and smooth gameplay. Game mode also benefits from Ambilight, which guarantees greater excitement.*



The One (PUG8808)

## SAMSUNG

A **QLED Q60D** nos tamanhos de 50", 55", 65" e 75" é uma opção da marca. **Por meio de um processador exclusivo, o Quantum Lite 4K, os usuários têm um produto que faz otimização de qualquer conteúdo transmitido, transformando a resolução dele para o 4K ou o mais próximo disso.** A TV traz um outro nível de contraste, com tons de preto mais profundos, além de imagens mais vibrantes e com mais brilho para uma experiência imersiva que o painel de pontos quânticos da Samsung consegue garantir.

Para deixar a experiência ainda mais completa, é possível conectar o modelo de **soundbar HW-Q600C**, que possui 3.1.2 canais e contempla a tecnologia Dolby Atmos somada ao DTS:X. Esse combo torna a experiência de assistir a filmes em casa mais imersiva e traz a sensação de que o som parte de diferentes direções.

The **QLED Q60D** in sizes of 50", 55", 65" and 75" is an option from the brand. **Through an exclusive processor, Quantum Lite 4K, users have a product that optimizes any transmitted content, transforming its resolution to 4K or as close to it as possible.** The TV brings another level of contrast, with deeper black tones, as well as more vibrant and brighter images for an immersive experience that Samsung's quantum dot panel can guarantee.

To make the experience even more complete, it is possible to connect the HW-Q600C soundbar model, which has 3.1.2 channels and includes Dolby Atmos technology combined with DTS:X. This combo makes the experience of watching movies at home more immersive and gives the sensation that the sound comes from different directions.



TV QLED Q60D  
Q60D QLED TV

**Preço sugerido em 17/01/2025: de R\$ 2.849,00 até R\$ 7.199,00.**

**Soundbar HW-Q600C: R\$ 2.099,00.**

*Suggested price on 01/17/2025: from BRL 2,849.00 to BR 7,199.00.*

*Q600C Soundbar: BRL 2,099.00.*



**Alexandre Gleb,**  
gerente de produtos de TV da Samsung Brasil  
TV product manager at Samsung Brazil

## TCL SEMP

Para a data das mães, destaca a Série C, composta por televisores premium. Dentre elas, a **TCL Ultra-Premium 4K QD-Mini LED TV C855 entrega qualidade de som e imagem imersiva, resolução 4K, sistema operacional Google TV, que oferece todo o HUB de serviços Google, além de uma tecnologia de painel QLED Mini LED, que proporciona alto nível de contraste e brilho.**

Conta com os sistemas Dolby Vision IQ e Dolby Vision Gaming e processador AiPQ Pro com Inteligência Artificial, que otimiza a imagem de acordo com o conteúdo que está sendo reproduzido. O Dolby Atmos oferece uma imersão total no entretenimento, além de subwoofer integrado, todos assinados pela Onkyo e com tecnologia DTS Virtual:X, para fornecer uma experiência de espaço multidimensional. ■■

*For Mother's Day, the C Series stands out, consisting of premium televisions. Among them, the **TCL Ultra-Premium 4K QD-Mini LED TV C855 delivers immersive sound and image quality, 4K resolution, Google TV operating system, which offers the entire HUB of Google services, in addition to QLED Mini LED panel technology, which provides a high level of contrast and brightness.***

*It has the Dolby Vision IQ and Dolby Vision Gaming systems and AiPQ Pro processor with Artificial Intelligence, which optimizes the image according to the content being played. Dolby Atmos offers total immersion in entertainment, in addition to an integrated subwoofer, all signed by Onkyo and with DTS Virtual:X technology, to provide a multidimensional space experience. ■■*



TCL Ultra-Premium 4K QD-Mini LED TV C855



**Nikolas Corbacho,**  
gerente de produtos da TCL SEMP  
product manager at TCL SEMP



# 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@grupoetrolar.com.br](mailto:comercial@grupoetrolar.com.br)

EVENTOS  
PARALELOS: **eletrolarshow**  
ALL CONNECTED

**LATIN AMERICAN ELECTRONICS**  
International Trade Show

**LATIN AMERICAN HOUSEWARES**

**electrocar**  
show

# azul play MONTAGEM

PARCEIRA OFICIAL DA ELETROLAR SHOW 2025



**+ DE 16 ANOS DE EXPERIÊNCIA**  
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!**

Sua marca merece o melhor estande, 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.

# #ES25

# eletrolarshow ALL CONNECTED



## Qualidade Agilidade Facilidade

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

**CONFIRA ALGUNS DOS PROJETOS MONTADOS NAS ÚLTIMAS EDIÇÕES**



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

**SEJA UM EXPOSITOR  
EM 2025**



ACESSE O QR CODE E

**SOLICITE O SEU  
MAPA 2025**



GET READY FOR THE BUSINESS  
MARATHON IN 2025: GREAT  
OPPORTUNITIES IN DIFFERENT  
COUNTRIES



FEIRAS DE NEGÓCIOS EM 2025  
BUSINESS FAIRS IN 2025

# PREPARE-SE PARA A MARATONA DE NEGÓCIOS EM 2025: GRANDES OPORTUNIDADES EM DIFERENTES PAÍSES



## FEIRAS DE NEGÓCIOS EM 2025 – BUSINESS FAIRS IN 2025

O ano de 2025 promete ser intenso para o setor de negócios com uma agenda repleta de eventos estratégicos que movimentarão o mercado no Brasil e na América Latina. Para varejistas, indústrias e visitantes estarem preparados para essa maratona de negócios, é essencial maximizar oportunidades, explorar novos mercados e fortalecer parcerias.

**“Nosso trabalho é focado em criar plataformas que não apenas conectem empresas, mas que realmente intensifiquem negócios e abram novas fronteiras para nossos expositores e visitantes. Em cada feira que organizamos, seja no Brasil, na Argentina ou no México, estamos comprometidos em oferecer um ambiente estratégico para fomentar parcerias, apresentar inovações e explorar novos mercados”,** diz Carlos Clur, presidente do Grupo Eletrolar All Connected.

The year 2025 promises to be intense for the business sector, with a schedule full of strategic events that will drive the market in Brazil and Latin America. For retailers, industries, and visitors to be prepared for this business marathon, it is essential to maximize opportunities, explore new markets, and strengthen partnerships.

**“Our work is focused on creating platforms that not only connect companies but truly enhance business opportunities and open new frontiers for our exhibitors and visitors. At each fair we organize, whether in Brazil, Argentina, or Mexico, we are committed to offering a strategic environment to foster partnerships, present innovations, and explore new markets,”** says Carlos Clur, President at Grupo Eletrolar All Connected.

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





# BRASIL – CBM (CONVENÇÃO BRAZIL MOBILE)

## BRAZIL – CBM (CONVENÇÃO BRAZIL MOBILE)

Abrindo a maratona de eventos em 2025, de 22 a 23 de março acontece a 3ª Convenção Brazil Mobile (CBM), no Distrito Anhembi, em São Paulo. A CBM se consolida como o maior evento do setor de mobile na América Latina, reunindo CEOs de grandes empresas de tecnologia, fabricantes de dispositivos móveis, varejistas, distribuidores, atacadistas e especialistas da indústria.

Com o objetivo de explorar tendências e inovações, a CBM contará com palestras de líderes do setor, workshops, exposições de produtos e soluções tecnológicas. Além disso, será um espaço para ampliar o networking, gerar negócios e entender como o mercado mobile moldará o futuro.

*Kicking off the event marathon in 2025, the 3rd Brazil Mobile Convention (CBM) will take place from March 22 to 23 at Distrito Anhembi, São Paulo. CBM has established itself as the largest mobile sector event in Latin America, bringing together CEOs of major technology companies, mobile device manufacturers, retailers, distributors, wholesalers, and industry specialists.*

*Aiming to explore trends and innovations, CBM will feature keynote speeches by industry leaders, workshops, product exhibitions, and technology solutions. Additionally, it will be a space to expand networking, generate business opportunities, and understand how the mobile market will shape the future.*

**CBM, 22 a 23 de março –  
DISTRITO ANHEMBI – São Paulo, Brasil**

**Electronics Home México, 17 a 19 de junho –  
CITIBANAMEX – Ciudad de México, México**

**Eletrolar Show, 23 a 26 de junho –  
DISTRITO ANHEMBI – São Paulo, Brasil**

**Electronics Home Argentina,  
30 de junho a 2 de julho –  
COSTA SALGUERO – Buenos Aires, Argentina**

*CBM, March 22 to 23 –  
DISTRITO ANHEMBI – São Paulo, Brazil*

*Electronics Home Mexico, June 17 to 19 –  
CITIBANAMEX – Mexico City, Mexico*

*Eletrolar Show, June 23 to 26 –  
DISTRITO ANHEMBI – São Paulo, Brazil*

*Electronics Home Argentina,  
June 30 to July 2 –  
CENTRO COSTA SALGUERO – Buenos Aires, Argentina*



# MÉXICO

MEXICO

**A maratona continua no México. De 17 a 19 de junho será realizada a primeira edição da Electronics Home México**, evento que promete conectar toda a cadeia de eletrônicos da região, oferecendo uma nova plataforma para as empresas expandirem sua atuação no mercado latino-americano – uma feira onde os grandes players estarão presentes.

**Em paralelo, também ocorrerão as feiras Latin American Electronics e Latin American Housewares**, que já são reconhecidas como importantes espaços para fornecimento e sourcing de produtos nos setores de eletroeletrônicos e utilidades domésticas.

*The marathon continues in Mexico. From June 17 to 19, the first edition of Electronics Home Mexico will be held, an event that promises to connect the entire electronics supply chain in the region, offering a new platform for companies to expand their presence in the Latin American market, a fair where major players will be present.*

*Simultaneously, the Latin American Electronics and Latin American Housewares fairs will take place, already recognized as important spaces for product sourcing and supply in the electronics and housewares sectors.*

# ARGENTINA

**Encerrando a maratona, de 30 de junho a 02 de julho ocorre a Electronics Home Argentina**, que ganha destaque em um momento de abertura econômica e estabilidade no mercado, com novas oportunidades de negócios proporcionadas pela flexibilização das políticas de importação.

*Wrapping up the business marathon, from June 30 to July 2, Electronics Home Argentina will take place, gaining prominence in a moment of economic opening and market stability, with new business opportunities driven by the relaxation of import policies.*



# BRAZIL BRASIL



No Brasil, em um novo espaço, no Distrito Anhembi, a 18ª Eletrolar Show e a 1ª Eletrocar Show serão realizadas em paralelo, de 23 a 26 de junho, reunindo inovações nos setores de eletroeletrônicos, eletrodomésticos e mobilidade elétrica. Além disso, o lançamento da Interior Lifestyle South America, como extensão da renomada feira Ambiente, agora no País, trará tendências globais de design de interiores e estilo de vida diretamente para o mercado latino-americano, destacando o Brasil como um polo estratégico de negócios.

No mesmo espaço e período serão realizadas, também, a Latin American Electronics, consolidada como uma feira de fornecimento e sourcing para as categorias de eletroeletrônicos, incentivando os fabricantes locais a buscarem novas tendências de mercado, produtos e inovações sem a alocação de investimentos; e a Lighting Show, que apresentará soluções inovadoras e tendências para o setor de iluminação.

*In Brazil, at a new venue, Distrito Anhembi, the 18th Eletrolar Show and the 1st Eletrocar Show will be held simultaneously from June 23 to 26, showcasing innovations in the electronics, home appliances, and electric mobility sectors. Additionally, the launch of Interior Lifestyle South America, as an extension of the renowned Ambiente fair, now in Brazil, will bring global interior design and lifestyle trends directly to the Latin American market, positioning Brazil as a strategic business hub.*

*During the same event period, Latin American Electronics will also take place, consolidated as a sourcing and supply fair for the electronics sector, encouraging local manufacturers to explore new market trends, products, and innovations without the need for large investments. The Lighting Show will present innovative solutions and trends for the lighting sector.*

O cenário atual derruba barreiras e cria um ambiente favorável para investidores e fabricantes explorarem o potencial do mercado argentino.

Para os visitantes dessas feiras, planejar cada etapa da jornada é fundamental. Estudar os expositores, agendar reuniões e entender os diferenciais de cada evento pode garantir uma experiência produtiva e enriquecedora. Esteja pronto para aproveitar as inúmeras oportunidades que essas feiras trarão para o setor em 2025! ■■

*The current scenario breaks down barriers and creates a favorable environment for investors and manufacturers to explore the potential of the Argentine market.*

*For visitors to these fairs, planning each step of the journey is crucial. Studying exhibitors, scheduling meetings, and understanding the unique features of each event can ensure a productive and enriching experience. Be ready to take advantage of the countless opportunities these fairs will bring to the sector in 2025! ■■*

# INTERNATIONAL

## TRADESHOW

17 A 19 DE JUNHO DE 2025  
CITIBANAMEX - CIDADE DO MÉXICO  
[WWW.ELECTRONICSHOME.MX](http://WWW.ELECTRONICSHOME.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:  
ELECTRONICS HOME MEXICO 2025  
SUA FONTE DE NEGÓCIOS!

EVENTOS  
PARALELOS:

**LATIN  
AMERICAN  
ELECTRONICS**  
International Trade Show

**LATIN  
AMERICAN  
HOUSEWARES**  
International Trade Show

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

# ELECTRONICS HOME . Mexico

## SUA PORTA DE ENTRADA PARA NOVOS MERCADOS

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

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

## DESCUBRA O POTENCIAL DO MERCADO MEXICANO

### ✓ CONECTIVIDADE SEM LIMITES

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

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

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

### ✓ VISIBILIDADE GLOBAL

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

### ✓ ACELERADO: MARKET GROWTH

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

## PRINCIPAIS CATEGORIAS DE EXPOSIÇÃO

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

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



AL PUEBLO MEXICANO  
LA COLONIA ALEMANA  
17 DE SEPTIEMBRE  
1921

# ELECTRONICS HOME MÉXICO ABRE NOVAS PERSPECTIVAS ÀS EMPRESAS

FEIRA QUE SERÁ REALIZADA DE  
17 A 19 DE JUNHO DE 2025 CRIA MUITAS  
OPORTUNIDADES DE NEGÓCIOS AOS  
EXPOSITORES E RECEBE O APOIO  
INSTITUCIONAL DA CÂMARA MÉXICO-BRASIL.

ELECTRONICS HOME MEXICO OPENS  
NEW PERSPECTIVES FOR COMPANIES

*The fair, which will be held from June 17 to 19, 2025, creates many business opportunities for exhibitors and receives institutional support from the Mexico-Brazil Chamber.*

## ELECTRONICS HOME MÉXICO

Uma janela de oportunidades. É assim que **Miguel Ruiz, presidente da Câmara México-Brasil (Camebra)** define a Electronics Home, feira de eletroeletrônicos, eletrodomésticos e tecnologia, que o Grupo Eletrolar All Connected realiza na Cidade do México, de 17 a 19 de junho de 2025. **“Nunca houve uma feira tão organizada para estreitar os laços comerciais entre os dois países. O México conhece pouco do que o Brasil está fazendo e vice-versa”, diz Miguel. O evento tem o apoio institucional da Camebra.**

México e Brasil são os dois países mais importantes da América Latina, destaca Miguel. “Eles têm mais de 60% do PIB e mais de 60% da população da região. O relacionamento entre ambos está crescendo e na visita que fez ao México, em 2024, o presidente Luiz Inácio Lula da Silva falou, em sua apresentação, da importância de um país para o outro. Quase 80% do PIB do México depende do comércio exterior, e precisamos de parceiros grandes e sólidos, como o Brasil.”

As oportunidades são muitas, mas os dois países não têm se explorado mutuamente, o intercâmbio ainda é pobre. “Temos um acordo forte com os Estados Unidos e Canadá, que possibilita ao México exportar US\$ 1 bilhão. O Brasil, por muito tempo, ficou centrado no mercado doméstico, 20% do que produz vai para o mercado externo, e no México ocorre o inverso”, diz o presidente da Camebra. As relações entre o Canadá, os Estados Unidos e o México são baseadas no Tratado Norte-Americano de Livre Comércio (NAFTA), que entrou em vigor em 1º de janeiro de 1994.

A window of opportunity. This is how **Miguel Ruiz, president at Chamber Mexico-Brazil (Camebra)**, defines Electronics Home, a trade fair for electronics, home appliances and technology that the Grupo Eletrolar All Connected is holding in Mexico City from June 17 to 19, 2025. **“There has never been a trade fair so well organized to strengthen trade ties between the two countries. Mexico knows little about what Brazil is doing and vice versa,” says Miguel. The event has the institutional support of Camebra.**

Mexico and Brazil are the two most important countries in Latin America, Miguel highlights. “They account for more than 60% of the region’s GDP and more than 60% of its population. The relationship between the two is growing, and during his visit to Mexico in 2024, President Luiz Inácio Lula da Silva spoke in his presentation about the importance of one country to the other. Almost 80% of Mexico’s GDP depends on foreign trade, and we need large, solid partners like Brazil.”

There are many opportunities, but the two countries have not explored each other’s opportunities, and trade is still poor. “We have a strong agreement with the United States and Canada, which allows Mexico to export US\$1 billion. For a long time, Brazil was focused on the domestic market, with 20% of its production going to the foreign market, while the opposite is true in Mexico,” says the president at Camebra. Relations between Canada, the United States and Mexico are based on the North American Free Trade Agreement (NAFTA), which came into effect on January 1, 1994.



## MOMENTO IDEAL

**"Estamos em um momento ideal para ampliar as relações e estreitar os laços empresariais entre os dois países. Ambos têm muito a fazer e precisam atrair outros para um grande comércio. Queremos trabalhar mais com os países do Mercosul", afirma Miguel.** Esse maior fortalecimento inclui uma série de possibilidades, como, por exemplo, a não exigência do visto de entrada no México para turistas brasileiros e a apresentação do Brasil com muito mais força do que somente com a visão do turismo.

Brasil e México têm condições de selarem alianças estratégicas. Na área industrial é uma hora perfeita, pois os Estados Unidos fecharam algumas plantas no México, conta Miguel. "A economia mexicana está em uma situação estável, com tendência a moderado crescimento. Há 17 anos, o país registra mais empregos formais, o consumo aumenta e o agronegócio começa a crescer

## IDEAL MOMENT

**"This is the ideal time to expand relations and strengthen business ties between the two countries. Both have a lot to do and need to attract others to engage in major trade. We want to work more with the Mercosur countries," says Miguel.** This greater strengthening includes a series of possibilities, such as, for example, not requiring a visa to enter Mexico for Brazilian tourists and presenting Brazil with much more strength than just from the tourism perspective.

Brazil and Mexico are in a position to form strategic alliances. In the industrial sector, it is a perfect time, since the United States has closed some plants in Mexico, says Miguel. "The Mexican economy is in a stable situation, with a tendency towards moderate growth. For 17 years, the country has registered more formal jobs, consumption is increasing, and agribusiness is beginning to grow significantly. We are a country that is very

**“A feira vai despertar interesse porque não é comum termos a presença do Brasil em um evento desses. Queremos conversar com as empresas brasileiras para entender o País e como podemos avançar juntos.”**

**“The fair will spark interest because it is not common for Brazil to be present at an event like this. We want to talk to Brazilian companies to understand the country and how we can move forward together.”**



bastante. Somos um país muito aberto ao mundo, com grande potencial de consumo. E o Brasil, agora, também se mostra mais aberto para os acordos.”

Os dois países têm semelhanças, a começar pelos povos indígenas, lembra Miguel. "Da mesma forma que o Brasil, somos grandes produtores. Podemos, inclusive, fabricar juntos alguns itens. O México pode comprar insumos do Brasil. **Por sua vez, o setor eletroeletrônico é dinâmico, a tecnologia abastece o mercado diariamente com novidades, e a feira vai ajudar muito nas relações. Vai despertar interesse porque não é comum termos a presença do Brasil em um evento desses. Queremos conversar com as empresas brasileiras para entender o País e como podemos avançar juntos.** ■■

open to the world, with great consumption potential. And Brazil is now also showing itself to be more open to agreements.”

The two countries have similarities, starting with the indigenous peoples, Miguel recalls. "Like Brazil, we are major producers. We can even manufacture some items together. Mexico can buy raw materials and inputs from Brazil. **In turn, the electronics sector is dynamic, technology supplies the market with new products every day, and the fair will greatly help relations. It will spark interest because it is not common for Brazil to be present at an event like this. We want to talk to Brazilian companies to understand the country and how we can move forward together.** ■■

A close-up photograph of a blue electric vehicle (EV) being charged. An orange charging cable is plugged into the car's charging port, which is open. The car's body is a vibrant blue, and the charging port is a circular white opening. The background is slightly blurred, showing the car's side mirror and another wheel. The overall scene is brightly lit, suggesting an outdoor charging station.

*ELECTRIFIED VEHICLES EXCEED  
FORECASTS AND BREAK SALES RECORDS  
TREND EXPECTED TO CONTINUE IN 2025*

# **ELETRIFICADOS SUPERAM PREVISÕES E BATEM RECORDE DE VENDAS**

**TENDÊNCIA DEVE  
SE MANTER EM 2025**

**M**esmo as previsões otimistas não consideravam um crescimento tão expressivo das vendas de veículos eletrificados. **O ano de 2024 terminou com um volume histórico: foram licenciadas 177.358 unidades, crescimento de 89% sobre 2023 (93.927).**

E as vendas de dezembro indicam que 2025 deve manter o segmento em crescimento contínuo: foram vendidos, no último mês do ano, 21.634 veículos, volume bem acima da média mensal, que foi de 14,7 mil unidades.

**“Temos muito a comemorar. Foi um ano espetacular para a eletromobilidade, um ano de crescimento sustentável e números muito expressivos”, diz Ricardo Bastos, presidente da Associação Brasileira do Veículo Elétrico (ABVE).**

Nos números acima não estão incluídos os veículos comerciais: foram vendidos, ainda, 408 caminhões e 314 ônibus, todos elétricos puros.

**E**ven optimistic forecasts did not consider such significant growth in sales of electrified vehicles. **The year 2024 ended with a historic volume: 177,358 units were licensed, an 89% increase over 2023 (93,927).**

And December sales indicate that 2025 should keep the segment growing continuously: 21,634 were sold in the last month of the year, a volume well above the monthly average, which was 14.7 thousand units.

**“We have a lot to celebrate. It was a spectacular year for electric mobility, a year of sustainable growth and very impressive numbers”, says Ricardo Bastos, president at Brazilian Electric Vehicle Association (ABVE).**

The above figures do not include commercial vehicles: 408 trucks and 314 buses were also sold, all pure electric.



## O PLUG-IN NA DIANTEIRA

Com as dúvidas do consumidor em relação à eficiência do elétrico puro no que se refere ao abastecimento (afinal, a infraestrutura ainda é incipiente), o plug-in acabou se transformando na preferência do brasileiro que aposta na eletrificação. O híbrido, que oferece a possibilidade de recarga externa na bateria, teve a maior participação no ano passado: nada menos que 71% das vendas foram do modelo plug-in, com 125.624 veículos licenciados, um crescimento de 140% sobre 2024.

Os híbridos sem recarga externa (HEV, HEV flex e MHEV) ficaram com 29% de participação (51.733), incluindo os micro-híbridos, que usam uma bateria de apenas 12 volts e criaram uma polêmica no mercado.

## THE PLUG-IN IS IN THE LEAD

With consumers' doubts regarding the efficiency of pure electric vehicles in terms of refueling (after all, the infrastructure is still in its infancy), the plug-in ended up becoming the preference of Brazilians who are betting on electrification. The hybrid, which offers the possibility of external recharging of the battery, had the largest share last year: no less than 71% of sales were of the plug-in model, with 125,624 vehicles registered, a growth of 140% over 2024.

Hybrids without external recharging (HEV, HEV flex and MHEV) had a 29% share (51,733), including micro-hybrids, which use a battery of just 12 volts and have created controversy in the market.

## VENDAS EM 2024

SALES IN 2024

SEGMENTO SEGMENT	UNIDADES UNITS	PARTICIPAÇÃO SHARE
PHEV	64.009	36,09%
BEV	61.615	34,74%
HEV flex	20.277	11,43%
MHEV	16.185	9,13%
HEV	15.271	9,13%

## MICRO-HÍBRIDO É CARRO ELETRIFICADO?

Com o lançamento do Pulse Hybrid e do Fastback Hybrid, a Fiat introduziu uma nova categoria de carro eletrificado que a ABVE classifica como micro-híbrido, mas isso criou uma polêmica técnica, pois há dúvidas se eles podem ser considerados veículos eletrificados, uma vez que possuem uma bateria de apenas 12 volts e não têm tração elétrica. Para Ricardo Bastos, são carros que não entregam ao consumidor uma experiência real de eletromobilidade.

De qualquer forma, pelo poder da Fiat, as vendas nesse segmento tendem a crescer. Em menos de dois meses (o lançamento foi no início de novembro de 2024), foram vendidas 3.828 unidades.

A ABVE considera veículos eletrificados as tecnologias com grau significativo de eletrificação: os 100% elétricos (BEV), híbridos plug-in (PHEV), híbridos puros (HEV), híbridos a gasolina/álcool (HEV Flex) e mild hybrid (MHEV). E avalia que alguns dos novos modelos que estão sendo lançados como híbridos, a rigor, não podem ser considerados eletrificados.

## IS A MICRO-HYBRID AN ELECTRIFIED CAR?

With the launch of the Pulse Hybrid and the Fastback Hybrid, Fiat introduced a new category of electrified car that ABVE classifies as a micro-hybrid, but this has created a technical controversy, as there are doubts as to whether they can be considered electrified vehicles, since they have a battery of only 12 volts and do not have electric traction. For Ricardo Bastos, these are cars that do not provide the consumer with a real electromobility experience.

In any case, due to Fiat's power, sales in this segment tend to grow. In less than two months (the launch was in early November 2024), 3,828 units were sold.

ABVE considers electrified vehicles to be technologies with a significant degree of electrification: 100% electric (BEV), plug-in hybrid (PHEV), pure hybrid (HEV), gasoline/alcohol hybrid (HEV Flex), and mild hybrid (MHEV). And it assesses that some of the new models that are being launched as hybrids, strictly speaking, cannot be considered electrified.

“Eles não apenas não oferecem ao consumidor as vantagens de dirigir um verdadeiro veículo elétrico, como têm pouca ou nenhuma contribuição para a redução das emissões de gás carbônico (CO<sup>2</sup>) e outros gases do efeito estufa”, explica Ricardo.

### MERCADO DE USADOS COMEÇA A DESPONTAR

Embora a presença dos carros eletrificados no mercado brasileiro ainda seja incipiente, já começam a despontar negócios importantes no setor de usados. **Uma boa notícia é que, ao contrário do que muita gente supunha, os carros eletrificados estão apresentando um bom valor de revenda.**

O Selo Maior Valor de Revenda, que há 23 anos avalia a depreciação de veículos no mercado brasileiro, revelou que o segmento acompanha o comportamento dos carros a combustão. **A Certificação 2024, entregue aos ganhadores em dezembro último, destacou o Ford Mustang como o elétrico puro mais valorizado do mercado, com depreciação de apenas 5,2% após um ano de uso, enquanto o Volvo XC90 plug-in teve depreciação ainda menor, apenas 3,8%. Foi o melhor desempenho do mercado brasileiro, incluindo os modelos a combustão.**

O aumento de vendas de eletrificados usados foi expressivo em 2024. Foram 67.797 unidades de híbridos, um aumento de 86,8%, e 10.733 elétricos puros, alta de 212% em relação ao ano anterior.

*“Not only do they not offer consumers the advantages of driving a true electric vehicle, but they also make little or no contribution to reducing carbon dioxide (CO<sup>2</sup>) emissions and other greenhouse gases,” explains Ricardo.*

### USED CAR MARKET BEGINS TO EMERGE

*Although the presence of electric cars in the Brazilian market is still in its infancy, important businesses are already beginning to emerge in the used car sector. **The good news is that contrary to what many people assumed, electric cars are showing a good resale value.***

*The Highest Resale Value Seal, which has been evaluating vehicle depreciation in the Brazilian market for 23 years, revealed that the segment follows the behavior of combustion cars. **The 2024 Certification, awarded to the winners last December, highlighted the Ford Mustang as the most valued pure electric car on the market, with depreciation of only 5.2% after one year of use, while the Volvo XC90 plug-in had even lower depreciation, only 3.8%. It was the best performance in the Brazilian market, including combustion models.***

*The increase in sales of used electrified vehicles was significant in 2024. There were 67,797 hybrid units, an increase of 86.8%, and 10,733 pure electric vehicles, an increase of 212% compared to the previous year.*



## HÍBRIDOS USADOS MAIS VENDIDOS

BEST-SELLING USED HYBRIDS

Unidades  
Units

1º COROLLA 1.248	2º COROLLA CROSS 1.145	3º BYD DOLPHIN 636	4º VOLVO XC60 465	5º BYD SONG PLUS 340
6º TOYOTA RAV 4 283	7º BMW SÉRIE X 270	8º VOLVO XC40 222	9º TIGGO 5X 188	10º TIGGO 8 171

## ELÉTRICOS PUROS USADOS MAIS VENDIDOS

BEST SELLING USED

PURE ELECTRICS

Unidades  
Units

1º BYD DOLPHIN 636	2º VOLVO XC40 103	3º GWM ORA 99	4º BYD GS 65	5º NISSAN LEAF 61
6º BYD YUAN 59	7º PORSCHE TAYCAN 58	8º BMW X 57	9º MINI 55	10º VOLVO C40 40

Embora os veículos elétricos sejam apontados como o futuro da sustentabilidade, com o potencial de reduzir a dependência de combustíveis fósseis e minimizar os impactos ambientais, os desafios para sua real implantação no Brasil ainda são grandes.

### DESAFIOS PARA O CARRO ELÉTRICO

**Cristiane Pimentel, do Instituto dos Engenheiros Elétricos e Eletrônicos (IEEE)**, organização mundial que reúne cientistas voltados para a tecnologia em benefício da humanidade, afirma que o carro elétrico no Brasil está em franca expansão, mas enfrenta desafios significativos para a adoção em larga escala.

**"Ao contrário de países desenvolvidos, que contam com tecnologias robustas e infraestrutura avançada, o Brasil enfrenta particularidades econômicas e territoriais que tornam a transição mais complexa. Para viabilizar a mobilidade elétrica no País, a expansão da rede de estações de carregamento é essencial."**

Com uma rede ainda concentrada nas grandes cidades, a especialista acredita que o processo de implantação do abastecimento pode levar de cinco a 15 anos.

De qualquer forma, a rede de eletropostos no Brasil vem crescendo de forma expressiva, tornando a mobilidade elétrica mais acessível.

Although electric vehicles are seen as the future of sustainability, with the potential to reduce dependence on fossil fuels and minimize environmental impacts, the challenges for their actual implementation in Brazil are still great.

### CHALLENGES FOR ELECTRIC CARS

**Cristiane Pimentel, from the Institute of Electrical and Electronics Engineers (IEEE)**, a global organization that brings together scientists focused on technology for the benefit of humanity, states that electric cars are expanding rapidly in Brazil, but face significant challenges for large-scale adoption.

**"Unlike developed countries, which have robust technologies and advanced infrastructure, Brazil faces economic and territorial peculiarities that make the transition more complex. To make electric mobility viable in the country, expanding the network of charging stations is essential."**

With a network still concentrated in large cities, the expert believes that the process of implementing charging stations could take five to 15 years.

In any case, the network of electric charging stations in Brazil has been growing significantly, making electric mobility more accessible.



### **ELETROPOSTOS, UMA REDE EM CONSTRUÇÃO**

A rede de eletropostos registrou 12.137 pontos de recarga para veículos elétricos em 2024, segundo a Tupi Mobilidade, aplicativo líder no setor no Brasil e na América latina, reduzindo as incertezas quanto ao uso de veículos elétricos em maiores distâncias. Desses, 10.621 são postos de carregamento lento e 1.516 de carregamento rápido.

É uma rede ainda muito limitada, considerando o tamanho do território brasileiro, mas os principais centros urbanos das Regiões Sul e Sudeste (São Paulo, Rio de Janeiro, Curitiba, Belo Horizonte e Porto Alegre) podem se considerar bem atendidos.

Algumas marcas têm ampliado a rede com instalação de eletropostos próprios, para atender seus clientes e usuários de outras marcas, com postos instalados em

### **ELECTRIC CHARGING STATIONS, A NETWORK UNDER CONSTRUCTION**

The electric charging station network registered 12,137 charging points for electric vehicles in 2024, according to Tupi Mobilidade, a leading app in the sector in Brazil and Latin America, reducing uncertainties regarding the use of electric vehicles over longer distances. Of these, 10,621 are slow-charging stations and 1,516 are fast-charging stations.

It is still a very limited network, considering the size of the Brazilian territory, but the main urban centers of the South and Southeast Regions (São Paulo, Rio de Janeiro, Curitiba, Belo Horizonte and Porto Alegre) can consider themselves well served.

Some brands have expanded their networks by installing their own charging stations to serve their customers

pontos estratégicos, como concessionárias, supermercados e shopping centers. Empresas de energia e tecnologia, como Enel X, Weg, Eletrobras e Raízen, também montam redes próprias.

Os pontos de recarga podem ser localizados por aplicativos, alguns deles indicam o tempo de recarga e horário de funcionamento, além do tipo de carregador: AC (lento) ou DC (rápido).

**Davi Bertoncetto, diretor da Tupi, acredita que a rede de eletropostos vai continuar tendo crescimento expressivo, mas não como nos últimos anos, quando os números dobraram. Ele estima que em 2025 haverá crescimento de postos ultrarrápidos e que o Brasil terá 20 mil pontos instalados até o fim do ano, sendo 4 mil DC.**

Além disso, o uso de carregadores portáteis pode aliviar a pressão pelo aumento da rede de eletropostos, além de facilitar a vida do usuário. No caso do modelo plug-in, o carregamento em casa ou no local de trabalho é uma boa alternativa, uma vez que o uso da eletricidade não é essencial para a condução. Ao contrário, o dono do plug-in pode até se valer da energia contida na bateria do seu carro para uso domiciliar.

and users of other brands, with stations installed in strategic locations, such as dealerships, supermarkets and shopping centers. Energy and technology companies, such as Enel X, Weg, Eletrobras and Raízen, have also set up their own networks.

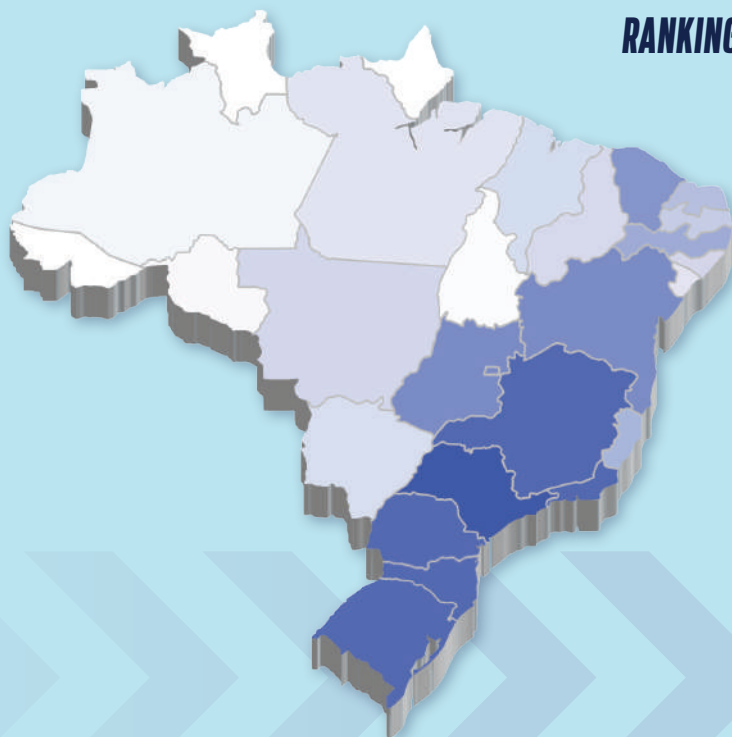
Charging points can be located using apps, some of which indicate the charging time and operating hours, as well as the type of charger: AC (slow) or DC (fast).

**Davi Bertoncetto, director at Tupi, believes that the network of electric charging stations will continue to grow significantly, but not as in recent years, when the numbers doubled. He estimates that by 2025 there will be an increase in ultra-fast charging stations and that Brazil will have 20,000 points installed by the end of the year, four thousand of which will be DC.**

In addition, the use of portable chargers can alleviate the pressure to expand the network of electric charging stations, in addition to making life easier for users. In the case of the plug-in model, charging at home or at work is a good alternative, since the use of electricity is not essential for driving. On the contrary, the owner of the plug-in can even use the energy contained in their car's battery for domestic use.

## RANKING DE CARREGADORES POR ESTADOS

### RANKING OF CHARGERS BY STATE



ESTADO STATE	QUANTIDADES QUANTITY	% %
SÃO PAULO	3.969	32,70
RIO DE JANEIRO	1.176	9,69
RIO GRANDE DO SUL	1.001	8,25
SANTA CATARINA	888	7,32
MINAS GERAIS	869	7,16
PARANÁ	841	6,93
BAHIA	391	3,22
GOIÁS	391	3,22
DISTRITO FEDERAL	376	3,10
<b>TOTAL</b>	<b>12.137</b>	<b>100</b>

#### UMA PAELLA COM A ENERGIA DO HAVAL H6

**Nós fizemos uma experiência com o GWM Haval H6, o híbrido mais vendido do Brasil em 2024, com 22.893 unidades emplacadas.** Usamos a bateria desse modelo plug-in como fonte de energia para preparar uma paella numa panela elétrica conectada ao carro. E deu tudo certo!

O sistema pode ser usado em várias situações, como num acampamento em local sem energia elétrica, podendo fazer a iluminação, a ventilação artificial, o churrasquinho sem sujeira e até o cafezinho. E pode ser muito útil também em caso de falta de energia na casa. A bateria do Haval H6 funciona como uma fonte de energia, podendo conectar qualquer tipo de aparelho, nas voltagens 220 ou 110.

Operar a fonte de energia é muito simples: o carro vem com o cabo V2L, que deve ser conectado na mesma entrada do carregamento da bateria. No painel, acione o Assistente de Consumo de Energia e, em seguida, habilite o V2L na multimídia.

#### A PAELLA POWERED BY THE HAVAL H6

**We conducted an experiment with the GWM Haval H6, the best-selling hybrid in Brazil in 2024, with 22,893 units registered.** We used the battery of this plug-in model as a power source to prepare a paella in an electric cooker connected to the car. And it all worked out!

The system can be used in various situations, such as camping in a place without electricity, providing lighting, artificial ventilation, a mess-free barbecue and even making coffee. And it can also be very useful in case of a power outage at home. The Haval H6 battery works as a power source, allowing you to connect any type of device, at 220 or 110 voltages.

Operating the power source is very simple: the car comes with the V2L cable, which must be connected to the same input as the battery charger. On the dashboard, activate the Energy Consumption Assistant and then enable V2L on the multimedia system.





## ELETRICIDADE É SOLUÇÃO PARA O TRANSPORTE URBANO DE CARGA

O uso do veículo elétrico nos grandes centros urbanos caiu como uma luva no interesse dos transportadores e de entregadores de mercadorias. **Nos últimos tempos, as grandes empresas de delivery passaram a incluir na frota vans e outros veículos comerciais para atender às necessidades de redução das emissões.** Em alguns casos, as antigas frotas de veículos a combustão foram simplesmente substituídas por modelos de emissão zero.

Não por acaso, várias marcas passaram a atender a essa crescente demanda, pois o número de empresas que operam com veículos elétricos puros é imenso: Ambev, Mercado Livre, Magazine Luiza, Carrefour, Pão de Açúcar, Amazon, Correios, DHL e daí por diante.

Desde 2023, a Ford atende grandes frotistas. Em março do ano passado, passou a comercializar a E-Transit, nos modelos furgão e chassi cabine, somando 360 unidades emplacadas até o momento.

Os principais clientes da empresa estão no segmento logístico e e-commerce, implementando iniciativas de ESG e redução de custo operacional da frota. O carro oferece múltiplas aplicações e flexibilidade para ser convertido em transporte de passageiros ou ambulâncias. A versão chassi é destinada a áreas de difícil acesso e operação rodoviária, podendo receber implementos como baú, plataforma e carga seca.

## ELECTRICITY IS THE SOLUTION FOR URBAN FREIGHT TRANSPORT

The use of electric vehicles in large urban centers has been a perfect fit for transporters and delivery people. **In recent times, large delivery companies have started to include vans and other commercial vehicles in their fleets to meet the need to reduce emissions.** In some cases, the old fleets of combustion vehicles have simply been replaced by zero-emission models.

It is no coincidence that several brands have started to meet this growing demand, as the number of companies operating pure electric vehicles is immense: Ambev, Mercado Livre, Magazine Luiza, Carrefour, Pão de Açúcar, Amazon, Correios, DHL and so on.

Ford has been serving large fleets since 2023. In March of last year, it began selling the E-Transit in van and chassis cab models, totaling 360 units registered to date.

The company's main customers are in the logistics and e-commerce segments, implementing ESG initiatives and reducing fleet operating costs. The vehicle offers multiple applications and flexibility to be converted into passenger or ambulance transport. The chassis version is intended for areas with difficult access and road operations, and can accommodate implements such as box trucks, platforms and dry cargo.

A Transit é líder no segmento de veículos comerciais elétricos até cinco toneladas e acima de 6 m<sup>3</sup>, e a projeção para este ano é de crescimento. A Stellantis oferece o Peugeot ë-Expert, o Citroën ë-Jumpy e o Fiat e-Scudo. Os três modelos são equipados com o mesmo motor elétrico de 136 cv com torque de 26,5 kgfm. Também são equipados com a mesma bateria de 75 kW. A BYD atende o segmento com a eT3, com capacidade de carga de 808 kg e 3,3 mil litros de volume, e roda 170 km com uma carga na bateria. E a JAC oferece dois modelos no Brasil: a E-JV5.5 (1.020 kg de capacidade de carga e autonomia de 300 km) e uma van com motor de 204 cv.

*Transit is the leader in the electric commercial vehicle segment for up to five tons and over 6 m<sup>3</sup>, and growth is projected for this year. Stellantis offers the Peugeot ë-Expert, the Citroën ë-Jumpy and the Fiat e-Scudo. The three models are equipped with the same 136 hp electric motor with 26.5 kgfm of torque. They are also equipped with the same 75 kW battery. BYD serves the segment with the eT3, with a load capacity of 808 kg and 3,300 liters of volume and runs 170 km on a single battery charge. And JAC offers two models in Brazil: The E-JV5.5 (1,020 kg of load capacity and 300 km of autonomy) and a van with a 204 hp engine.*

### **RENAULT ELÉTRICOS SÃO ELEITOS OS CARROS DO ANO NA EUROPA**

Dois carros elétricos puros da Renault ganharam o concurso Carro do Ano 2025 na Europa, título concedido pelo júri Coty Carro do Ano, o 5 E-Tech e o Alpine A290. Ambos são construídos sobre a mesma e única plataforma Ampr Small da Ampere na Europa.

O Renault 5 concorreu com seis finalistas: Alfa Romeo Junior, Citroën C3-ëC3, Cupra Terramar, Dacia Duster, Hyundai Inster e Kia EV3, todos eletrificados, sendo a maioria 100% elétricos. ■■

### **RENAULT ELECTRIC CARS ARE ELECTED EUROPEAN CARS OF THE YEAR**

*Two pure electric cars from Renault have won the European Car of the Year 2025 competition, awarded by the Coty Car of the Year jury: the 5 E-Tech and the Alpine A290. Both are built on the same Ampere Small platform, the only one in Europe.*

*The Renault 5 competed with six finalists: Alfa Romeo Junior, Citroën C3-ëC3, Cupra Terramar, Dacia Duster, Hyundai Inster and Kia EV3, all of which are electrified, the majority of which are 100% electric. ■■*





**“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](#)**

## APPROPRIATE STRATEGIES AND NEW FINANCING MODALITIES ARE ALLIES OF THE ELECTRONICS SECTOR

*After 2024 brought great results to the electronics segment, 2025 may seem challenging at first, but it is not. The important thing now is to encourage the generation of demand and maximize opportunities.*





**CONSUMO EM 2025**  
*CONSUMPTION IN 2025*

por / by **Leda Cavalcanti**

# **ESTRATÉGIAS ADEQUADAS E NOVAS MODALIDADES DE FINANCIAMENTO SÃO ALIADAS DO SETOR DE ELETROS**

**Após 2024 ter trazido ótimos resultados ao segmento de eletros, 2025 pode parecer, em princípio, desafiador, mas não é. O importante, agora, é incentivar a geração de demanda e maximizar as oportunidades.**

**O** Brasil está em um cenário de pleno emprego, e levar em conta esse fator é essencial para que a massa salarial se direcione para eletrônicos e bens duráveis. Estratégias adequadas e novas modalidades de financiamento são importantes, diz **Mateus Rabelo, líder das categorias de eletrônicos e duráveis (T&D) na NIQ Brasil.**

**QUAIS CATEGORIAS DEVERÃO SE DESTACAR EM 2025?**

**MATEUS RABELO** – É importante comentar que, para as categorias que tiveram crescimento elevado em 2024, a manutenção de uma base de tamanho similar em 2025 pode ser um cenário positivo. **É possível que tablets, smartphones e wearables tenham um cenário de destaque.**

**SÃO MUITOS OS DESAFIOS PARA AS CATEGORIAS MANTEREM O CRESCIMENTO?**

**MR** – **Algumas cestas e categorias tiveram crescimento de duplo dígito na comparação de 2024 com 2023.** Isso traz uma base grande para comparação. Dessa forma, é importante seguir gerando demanda e

**B**razil is in a scenario of full employment, and taking this factor into account is essential for the salary mass to be directed towards electronics and durable goods. Appropriate strategies and new financing modalities are important, says **Mateus Rabelo, leader of the electronics and durable goods (T&D) categories at NIQ Brazil.**

**WHICH CATEGORIES ARE EXPECTED TO STAND OUT IN 2025?**

**MATEUS RABELO** – It is important to note that, for the categories that had high growth in 2024, maintaining a base of similar size in 2025 may be a positive scenario. **It is possible that tablets, smartphones and wearables will have a standout scenario.**

**ARE THERE MANY CHALLENGES FOR CATEGORIES TO MAINTAIN GROWTH?**

**MR** – **Some baskets and categories had double-digit growth when comparing 2024 with 2023.** This provides a large basis for comparison. Therefore, it is important to continue generating demand and



“Modalidades recentes de financiamento, como os carnês digitais e o PIX parcelado, podem ser alternativas interessantes para garantir a conversão.”

“Recent financing methods, such as digital payment slips and PIX installments, may be interesting alternatives to guarantee conversion.”



**MATEUS RABELO,**  
LÍDER DAS CATEGORIAS DE ELETRÔNICOS  
E DURÁVEIS (T&D) NA NIQ BRASIL  
LEADER OF THE ELECTRONICS AND DURABLE  
GOODS (T&D) CATEGORIES AT NIQ BRAZIL

maximizando as oportunidades de substituição para categorias maduras, como as da linha branca. Por outro lado, para aquelas categorias cujo tamanho se encontra ainda em construção, um caminho possível é seguir crescendo através do contato e conversão com grupos em que a penetração tem oportunidades de melhoria.

#### QUAIS AS PERSPECTIVAS PARA O SEGMENTO DE ELETROS EM 2025?

**MR – A entrada de novos fabricantes em mercados como os de linha branca, televisores e smartphones pode resultar na oferta de um sortimento competitivo, especialmente quando falamos de produtos de perfil premium acessível.** Essa chegada poderá trazer uma resposta dos fabricantes já bem estabelecidos, fato que no fim do dia poderá gerar mais opções de compra aos consumidores.

#### A TAXA DE JUROS PODE SER UM EMPECILHO PARA O AUMENTO DO CONSUMO?

**MR – A alta de juros pode representar um obstáculo. Porém é importante termos em mente que hoje estamos numa mínima histórica de taxa de desocupação (6,1% em novembro de 2024). Esse cenário de pleno emprego pode ser uma oportunidade, de forma que, se há tendência ao consumo, será crucial gerar demanda para que a massa salarial se direcione para eletrônicos e duráveis.** Além disso, modalidades recentes de financiamento, como os carnês digitais e o PIX parcelado, podem ser alternativas interessantes para garantir a conversão.

maximizing substitution opportunities for mature categories, such as white goods. On the other hand, for those categories whose size is still being constructed, one possible path is to continue growing through contact and conversion with groups in which penetration has opportunities for improvement.

#### WHAT ARE THE PROSPECTS FOR THE ELECTRONICS SEGMENT IN 2025?

**MR – The entry of new manufacturers into markets such as white goods, televisions and smartphones may result in the offering of a competitive assortment, especially when we talk about affordable premium products.** This arrival may bring a response from already well-established manufacturers, a fact that may ultimately generate more purchasing options for consumers.

#### COULD INTEREST RATES BE AN OBSTACLE TO INCREASED CONSUMPTION?

**MR – High interest rates could be an obstacle. However, it is important to keep in mind that we are currently at a historic low in unemployment (6.1% in November 2024). This scenario of full employment could be an opportunity, so that if there is a trend towards consumption, it will be crucial to generate demand so that the wage bill is directed towards electronics and durable goods.** In addition, recent financing options, such as digital payment plans and PIX, which can be paid in installments, could be interesting alternatives to ensure conversion.

## CONSUMO DE ELETRÔNICOS E T&D EM 2024

As categorias de Eletrônicos & Duráveis (T&D) tiveram crescimento próximo de 9% na comparação de 2024 com 2023. A linha branca e os eletroportáteis foram os destaques.

DADOS: DA NIQ T&D/GfK – PERÍODO: 4ºT DE 2023 ATÉ O 3ºT DE 2024

## ELECTRONICS CONSUMPTION AND T&D in 2024

The Electronics & Durables (T&D) categories grew by nearly 9% when comparing 2024 to 2023. White goods and small appliances were the highlights.

Data: from NIQ T&D/GfK – Period: Q4 2023 to Q3 2024



**REFRIGERADORES:** expansão de 16% em volume na comparação 2024 versus 2023.

Refrigerators: 16% growth in volume when comparing 2024 versus 2023.



**MÁQUINAS DE LAVAR:** crescimento de 17% em volume. Os produtos trocados tinham idade média de 6,5 anos.

Washing machines: 17% growth in volume. The products exchanged had an average age of 6.5 years.



**TELEVISORES:** expansão de vendas de 5%. Dos que compraram o aparelho, 23% o fizeram para ter uma TV adicional.

Televisions: 5% sales growth. Of those who bought the device, 23% did so to have an additional TV.



**CUIDADOS PESSOAIS:** barbeadores, depiladores, secadores, modeladores e aparadores de cabelo tiveram vendas 10% superiores. O destaque ficou com secadores e modeladores de cabelo.

Personal Care: shavers, epilators, hair dryers, hair curlers and trimmers had 10% higher sales. The highlight was hair dryers and hair curlers.



**ASPIRADORES DE PÓ:** expansão de 18% em volume, na comparação de 2024 com 2023, sendo que 33% dos consumidores disseram que essa foi sua primeira compra na categoria.

Vacuum cleaners: 18% growth in volume, comparing 2024 with 2023, with 33% of consumers saying this was their first purchase in the category.



**SMARTPHONES:** o mercado ficou com tamanho estável no período de 2024 x 2023. Dentre os compradores, 26% contaram que seu produto anterior tinha dois anos de uso, e 27% estavam com o aparelho há três anos.

Smartphones: the market remained stable in size between 2024 and 2023. Among buyers, 26% said their previous product was two years old, and 27% had had the device for three years.



**TABLETS:** crescimento de 17% entre o 4T 2023 e o 3T 2024. Quase 50% dos consumidores informaram que foi a sua primeira compra na categoria.

Tablets: 17% growth between Q4 2023 and Q3 2024. Almost 50% of consumers said this was their first purchase in the category.

**WEARABLES:** expansão de 37% no volume de vendas.

Wearables: 37% growth in sales volume.





WWW.ELECTRONICSHOME.COM.AR

# EH ELECTRONICS HOME • Argentina

A FERIA DE NEGÓCIOS  
MAIS IMPORTANTE DO PAÍS.

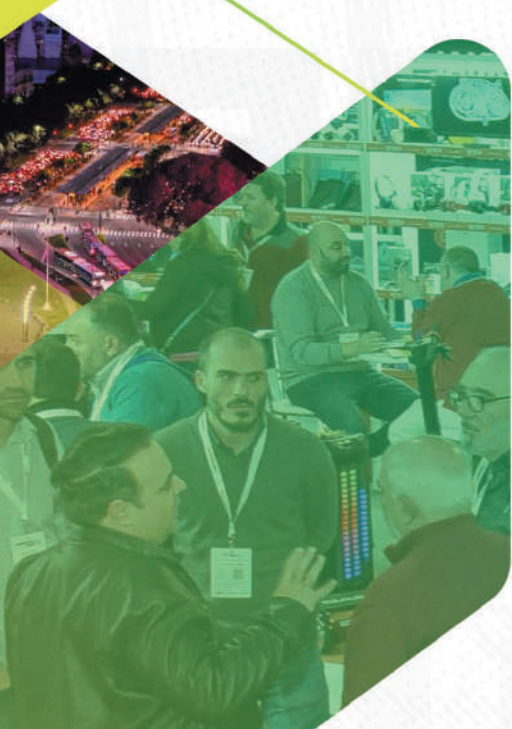
ESTAMOS ESPERANDO POR VOCÊ

5° EDIÇÃO

2025

30 DE JUNHO A 02 DE JULHO

COSTA SALGUERO, BUENOS AIRES



20  
25



# CES 2025: IDEAS AND TRENDS IMPACTING RETAIL

*EVENT HIGHLIGHTED TECHNOLOGY,  
AUTOMATION AND SUSTAINABILITY*



CES 2025

por / by Igor Lopes

# CES 2025: IDEIAS E TENDÊNCIAS QUE IMPACTAM O VAREJO

EVENTO DESTACOU A TECNOLOGIA, A  
AUTOMAÇÃO E A SUSTENTABILIDADE.

Maior feira de tecnologia do mundo, a CES é realizada todos os anos no mês de janeiro, em Las Vegas (EUA), apresentando inovações que prometem revolucionar o varejo B2B. Em 2025, com mais de 150 mil participantes, 4.500 expositores e 6.000 jornalistas, o evento apontou o rumo que o setor de eletroeletrônicos seguirá neste ano. O Grupo Eletrolar All Connected, como sempre, esteve presente e atento às melhores novidades.

**Com um cenário repleto de inteligência artificial, automação e soluções sustentáveis, a CES 2025 mostrou que o futuro do setor está mais próximo do que imaginamos.** Para os tomadores de decisão do varejo, a feira foi uma mina de ideias e tendências que irão impactar os negócios.

The world's largest technology fair, CES, is held every year in January in Las Vegas (USA), showcasing innovations that promise to revolutionize B2B retail. In 2025, with more than 150,000 attendees, 4,500 exhibitors and 6,000 journalists, the event pointed the way the electronics sector will follow this year. As always, Grupo Eletrolar All Connected was present and attentive to the best news.

**With a scenario full of artificial intelligence, automation and sustainable solutions, CES 2025 showed that the future of the sector is closer than we imagine.** For retail decision-makers, the fair was a mine of ideas and trends that will impact business.





## INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL PERSONALIZADA: O NOVO VENDEDOR DO VAREJO

A IA domina o cenário tecnológico, mas na CES 2025 ela ganhou um toque mais humano. A **OpenAI** e a **Microsoft** apresentaram sistemas de IA capazes de criar campanhas de marketing personalizadas em tempo real, analisando o comportamento do consumidor e ajustando estratégias de vendas automaticamente. Imagine um sistema que sugere produtos para cada cliente com base no histórico de compras, preferências e até no seu humor, tudo detectado por câmeras inteligentes. Um dos produtos que chamaram atenção foi o **Smart Retail Assistant, um software integrado a plataformas de e-commerce** que oferece sugestões de upsell e cross-sell durante o processo de compra. Para o varejo B2B, isso significa maior conversão e fidelização de clientes.

### PERSONALIZED ARTIFICIAL INTELLIGENCE: THE NEW RETAIL SALESPERSON

AI dominates the technology landscape, but at CES 2025 it has gained a more human touch. **OpenAI** and **Microsoft** showcased AI systems capable of creating personalized marketing campaigns in real time, analyzing consumer behavior and automatically adjusting sales strategies. Imagine a system that suggests products to each customer based on their purchase history, preferences and even mood, all detected by smart cameras. One of the products that caught everyone's attention was **Smart Retail Assistant, a software integrated with e-commerce platforms** that offers upsell and cross-sell suggestions during the purchase process. For B2B retail, this means greater conversion and customer loyalty.

## AUTOMAÇÃO E LOGÍSTICA 4.0: AGILIDADE É A PALAVRA-CHAVE

Um dos temas quentes na CES 2025 foi a logística. A **Amazon** apresentou seu novo sistema de armazenamento autônomo, o **AutoStock**, que utiliza robôs para gerenciar estoques em tempo real, reduzindo erros e aumentando a eficiência. A **DHL** mostrou drones de entrega capazes de transportar cargas maiores e com maior autonomia, ideais para entregas em áreas remotas. Para o varejo B2B, a mensagem foi clara: quem não investir em automação logística vai ficar para trás. A integração de sistemas como o AutoStock com plataformas de gestão de pedidos reduz custos operacionais e melhora a experiência do cliente final.

### AUTOMATION AND LOGISTICS 4.0: AGILITY IS THE KEY WORDE

One of the hot topics at CES 2025 was logistics. **Amazon** introduced its new autonomous storage system, **AutoStock**, which uses robots to manage inventory in real time, reducing errors and increasing efficiency. **DHL** showed off delivery drones capable of transporting larger loads and with greater autonomy, ideal for deliveries in remote areas. For B2B retail, the message was clear: those who do not invest in logistics automation will be left behind. Integrating systems like AutoStock with order management platforms reduces operational costs and improves the end customer experience.

## SUSTENTABILIDADE: TECNOLOGIA A SERVIÇO DO PLANETA

Hoje, a sustentabilidade não é mais um diferencial, mas uma necessidade. Na feira, várias empresas apresentaram soluções eco-friendly ao varejo. A **Samsung** lançou uma linha de displays de LED feitos com materiais reciclados, e a **HP** mostrou impressoras 3D que utilizam resíduos plásticos para criar embalagens personalizadas. Um dos destaques foi o **EcoPack**, embalagem inteligente que muda de cor conforme a validade do produto, o que diminui o desperdício de alimentos. Para o varejo B2B, isso significa se alinhar às demandas dos consumidores por práticas sustentáveis, além de reduzir custos com descarte e logística reversa.

## SUSTAINABILITY: TECHNOLOGY AT THE SERVICE OF THE PLANET

Today, sustainability is no longer a differentiator, but a necessity. At the fair, several companies presented eco-friendly solutions for retail. **Samsung** launched a line of LED displays made from recycled materials and **HP** showed 3D printers that use plastic waste to create customized packaging. One of the highlights was **EcoPack**, a smart packaging that changes color depending on the product's expiration date, which reduces food waste. For B2B retail, this means aligning with consumer demands for sustainable practices, in addition to reducing costs with disposal and reverse logistics.



## REALIDADE AUMENTADA: EXPERIÊNCIAS IMERSIVAS NO VAREJO

A realidade aumentada (RA) ganhou espaço na CES 2025, especialmente para o varejo. A **Meta** (antigo Facebook) apresentou óculos de RA que permitem visualizar produtos em 3D antes de comprar, ideais para negócios B2B que vendem móveis, equipamentos industriais ou maquinários. Outro destaque foi o Virtual Showroom, uma plataforma que permite criar vitrines virtuais personalizadas para clientes. Imagine mostrar toda a sua linha de produtos em um ambiente imersivo, sem precisar de espaço físico. Para o varejo B2B, isso significa economia de recursos e maior engajamento com os clientes.

## AUGMENTED REALITY: IMMERSIVE EXPERIENCES IN RETAIL

Augmented reality (AR) gained ground at CES 2025, especially in retail. **Meta** (formerly Facebook) presented AR glasses that allow you to view products in 3D before purchasing, ideal for B2B businesses that sell furniture, industrial equipment or machinery. Another highlight was the Virtual Showroom, a platform that allows you to create personalized virtual showcases for customers. Imagine showing your entire product line in an immersive environment, without needing a physical space. For B2B retail, this means saving resources and greater engagement with customers.

## PAGAMENTOS DO FUTURO: SEGURANÇA E CONVENIÊNCIA

Na CES deste ano, a **Visa** apresentou um sistema de pagamento por reconhecimento facial, enquanto a **Mastercard** lançou cartões biodegradáveis com tecnologia de pagamento por aproximação. Para o varejo B2B, a novidade foi o **B2B Pay**, uma plataforma que integra pagamentos, gestão de contratos e análise de crédito em um único sistema. Com isso, as transações entre empresas ficam mais seguras, rápidas e transparentes.

## PAYMENTS OF THE FUTURE: SECURITY AND CONVENIENCE

At this year's CES, **Visa** introduced a facial recognition payment system, while **Mastercard** launched biodegradable cards with contactless payment technology. For B2B retail, the new feature was **B2B Pay**, a platform that integrates payments, contract management and credit analysis into a single system. This makes transactions between companies safer, faster and more transparent.

## O VAREJO B2B NUNCA MAIS SERÁ O MESMO

A feira deixou claro que o futuro do varejo B2B será moldado por tecnologia, automação e sustentabilidade. Para os tomadores de decisão, a hora é de investir em soluções que não apenas aumentem a eficiência operacional, mas também criem experiências memoráveis para os clientes. É hora de abraçar tendências que vão revolucionar o negócio. O futuro já começou e está mais próximo do que se imagina. ■■

## B2B RETAIL WILL NEVER BE THE SAME AGAIN

The show made it clear that the future of B2B retail will be shaped by technology, automation and sustainability. For decision-makers, now is the time to invest in solutions that not only increase operational efficiency, but also create memorable experiences for customers. It is time to embrace trends that will revolutionize the business. The future has already begun and is closer than you think. ■■





DOSSIÊ / DOSSIER

# t tablet

Os tablets se consolidaram como um dos dispositivos mais versáteis do mercado ao combinarem praticidade, conectividade e funcionalidades que atendem às necessidades do dia a dia dos usuários. Em 2024, tiveram expansão do volume de vendas de 17% na comparação com o ano anterior, conforme dados da NIQ T&D/ GfK. Entre o quarto trimestre de 2023 e o terceiro trimestre de 2024, quase 50% das pessoas que compraram um tablet no período o fizeram pela primeira vez, o que pode indicar um renovado interesse dos consumidores pelo produto.

Tablets have established themselves as one of the most versatile devices on the market by combining practicality, connectivity, and features that meet users' everyday needs. In 2024, tablet sales grew by 17% compared to the previous year, according to data from NIQ T&D/GfK. Between Q4 2023 and Q3 2024, nearly 50% of people who purchased a tablet during this period were first-time buyers, suggesting a renewed consumer interest in the product.

## POSITIVO

O **Positivo Vision TAB10** tem capa com teclado de conexão física, que facilita a digitação e não demanda cabos, e processador de oito núcleos, que proporciona muito mais desempenho durante o uso de múltiplos aplicativos. Seu design inovador traz acabamento leather feeling, que tem textura suave ao toque, e especificações técnicas avançadas para uma experiência fluida. Tem 4 GB de memória RAM, 128 GB de capacidade de armazenamento e tela HD IPS de 10.1" com resolução de 1280 x 800 e tecnologia full lamination screen. Leve, pesa 500 g, o tablet vem com bateria de 6.000 mAh, câmeras frontal (5 MP) e traseira (13 MP) e sistema operacional Android 13.

The **Positivo Vision TAB10** features a keyboard cover with a physical connection, making typing easier without the need for cables, and an octa-core processor, providing much greater performance when using multiple applications. Its innovative design includes a leather-feeling finish, offering a smooth texture to the touch, and advanced technical specifications for a seamless experience. It has 4 GB of RAM, 128 GB of storage capacity, and a 10.1" HD IPS screen with a 1280 x 800 resolution and full lamination screen technology. Lightweight at 500 g, the tablet comes with a 6,000 mAh battery, front (5 MP) and rear (13 MP) cameras, and runs on Android 13.



**Preço sugerido em 02/01/2025: R\$ 1.349,00.**

*Suggested price on 01/02/2025: BRL 1,349.00*

## SAMSUNG

O destaque é a versatilidade do **Tab S10 Ultra**, que auxilia tanto na vida pessoal como na profissional. Desenvolvido para inteligência artificial tem espessura de 5,4 mm e tela AMOLED Dinâmico 2X de 14,6", que pode ser dividida em três seções. Conta com assistente de notas, que grava vozes e as transcreve automaticamente. Seu corpo de alumínio protege contra danos e arranhões, e a classificação IP68 garante resistência à água e à poeira. Vem equipado com a S Pen, uma capa teclado e um mouse Bluetooth, funcionando também como um notebook. O produto tem avançado sistema de resfriamento, taxa de atualização de 120 Hz e tela antirreflexo.

The highlight is the versatility of the **Tab S10 Ultra**, which supports both personal and professional life. Designed for artificial intelligence, it has a 5.4 mm thickness and a 14.6" Dynamic AMOLED 2X display, which can be split into three sections. It includes a note assistant that records voice and automatically transcribes them. Its aluminum body provides protection against damage and scratches, and its IP68 rating ensures resistance to water and dust. The tablet comes equipped with an S Pen, a keyboard cover, and a Bluetooth mouse, allowing it to function like a laptop. It features an advanced cooling system, a 120 Hz refresh rate, and an anti-glare screen.



**Preço sugerido em 08/01/2025: R\$ 10.145,05.**

*Suggested price on 01/08/2025: BRL 10,145.05*

## VAIO

Projetado para oferecer uma experiência diferenciada, o **tablet TL10** vem acompanhado de um teclado acoplável que transforma o dispositivo em uma ferramenta de produtividade semelhante a um computador, sendo indicado para tarefas profissionais e educacionais. Conta com 8 GB de memória RAM, que garante um processamento de dados ágil, e 128 GB de armazenamento. A tela de 10,4", com resolução 2 K, oferece uma experiência visual de alta qualidade, enquanto o acabamento em alumínio com bordas arredondadas reflete o padrão de elegância e resistência da marca.

*Designed to offer a unique experience, the **TL10 tablet** comes with a detachable keyboard, transforming the device into a productivity tool like a computer, making it ideal for professional and educational tasks. It features 8 GB of RAM, ensuring fast data processing, and 128 GB of storage. The 10.4" screen, with 2K resolution, provides high-quality visuals, while its aluminum finish with rounded edges reflects the brand's elegance and durability standards.*



**Preço sugerido em 02/01/2025: R\$ 1.749,00.**

**Suggested price on 01/02/2025: BRL 1,749.00**



**Preço sugerido em 10/12/2024: R\$ 1.699,99.**

**Suggested price on 12/10/2024: BRL 1,699.99**

## XIAOMI

O **tablet Redmi Pad SE** possui bateria duradoura, imagens e áudio de qualidade. Tem tela de 11" e 90 Hz, com resolução FHD+ para cores realistas e detalhes nítidos e velocidade de 90 Hz. É equipado com quatro alto-falantes, a partir da tecnologia Dolby Atmos®. O usuário pode aproveitar todo o aparelho por até 14 horas de reprodução de vídeo contínua. Tem processador Snapdragon® 680 para mais velocidade em apps e jogos com expansão gratuita de 3 GB de memória RAM, totalizando até 7 GB. Com design metálico diferenciado, o tablet está disponível nas cores: roxo, cinza e verde.

*The **Redmi Pad SE Tablet** offers long battery life, high-quality images, and audio. It features an 11" screen with a 90 Hz refresh rate and FHD+ resolution, delivering realistic colors and sharp details. It is equipped with four speakers featuring Dolby Atmos® technology. Users can enjoy up to 14 hours of continuous video playback. It has a Snapdragon® 680 processor for faster performance in apps and games, along with 3 GB of free RAM expansion, totaling up to 7 GB. With a distinctive metallic design, the tablet is available in purple, gray, and green.*

# O FUTURO DO DINHEIRO EM 2025 COM OS PAGAMENTOS DIGITAIS E AS CRIPTOMOEDAS

THE FUTURE OF MONEY IN 2025 WITH DIGITAL  
PAYMENTS AND CRYPTOCURRENCIES

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

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



Foto: Divulgação

O futuro dos pagamentos já começou. A adoção crescente de novas tecnologias redefine como interagimos com o dinheiro, proporcionando uma experiência mais personalizada, transparente e conectada à economia global.

Diante disso, o ano de 2025 marca um avanço significativo nos pagamentos digitais, impulsionado pelo lançamento do Drex, o real digital desenvolvido pelo Banco Central do Brasil. A criptomoeda oficial promete revolucionar o mercado ao integrar inovação, segurança e conveniência, ampliando o acesso a transações financeiras mais rápidas e eficientes.

Com a popularização do Drex, carteiras digitais tendem a ganhar força para oferecer checkouts fluidos e, consequentemente, aumentar a segurança nas compras online. O movimento acompanha a crescente demanda por opções de pagamento diversificadas, permitindo que consumidores escolham métodos que melhor se adequem ao seu perfil e às suas necessidades. O Drex também facilitará pagamentos em tempo real, reduzindo custos de transações e atraindo tanto grandes varejistas quanto pequenos negócios.

Segundo a Associação Brasileira de Comércio Eletrônico (ABComm), o e-commerce brasileiro deverá atingir faturamento de R\$ 224,7 bilhões em 2025, com um tíquete médio de R\$ 515,83. O número de pedidos chegará a 435,6 milhões, com 94,05 milhões de compradores online. A expansão reflete o impacto positivo da inovação tecnológica sobre o comércio eletrônico e reforça o papel estratégico das criptomoedas e das soluções digitais no cotidiano. ■■

The future of payments has already begun. The growing adoption of new technologies is reshaping how we interact with money, offering a more personalized, transparent, and globally connected financial experience.

In this context, 2025 marks a significant leap forward in digital payments, driven by the launch of Drex, the digital real developed by the Central Bank of Brazil. This official cryptocurrency is expected to revolutionize the market by integrating innovation, security, and convenience, expanding access to faster and more efficient financial transactions.

With the popularization of Drex, digital wallets are likely to gain traction, enabling seamless checkouts and enhancing security in online purchases. This shift aligns with the growing demand for diversified payment options, allowing consumers to choose methods that best fit their profile and needs. Drex will also facilitate real-time payments, reduce transaction costs, and appeal to both large retailers and small businesses.

According to the Brazilian Association of Electronic Commerce (ABComm), Brazilian e-commerce is projected to reach BRL 224.7 billion in revenue in 2025, with an average ticket of 515.83. The number of orders is expected to hit 435.6 million, with 94.05 million online buyers. This expansion reflects the positive impact of technological innovation on e-commerce, reinforcing the strategic role of cryptocurrencies and digital solutions in everyday transactions. ■■

# BALANÇO DE 2024, PERSPECTIVAS PARA 2025 E A MISSÃO DO NOSSO ECOSSISTEMA DE TIC

## REVIEW OF 2024, PROSPECTS FOR 2025, AND THE MISSION OF OUR ICT ECOSYSTEM

### MARIANO GORDINHO

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

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



Foto: Divulgação

**E**m 2024, recebemos a adesão de importantes empresas e fortalecemos ainda mais nossa representatividade como voz do setor de TIC no Brasil. Esse avanço institucional reforça nossa missão de defender interesses comuns, impulsionar o desenvolvimento das empresas e promover a evolução sustentável do setor.

Dedicamos atenção especial aos nossos Grupos de Trabalho (GTs), como o GT Tributário, que assumiu protagonismo no debate sobre a reforma tributária – cujo primeiro estágio está em vigor desde janeiro de 2025. Nosso papel foi dar visibilidade às discussões, compartilhar informações e solicitar um senso de urgência sobre o tema.

No âmbito da gestão de pessoas, ampliamos o programa DesenvolverRH, que qualifica líderes de RH e de outras áreas das empresas associadas, impulsionando a competitividade e a inovação na cadeia de distribuição.

Outro marco foi o lançamento do Mkt + IAGen, programa de capacitação em Inteligência Artificial Generativa, desenvolvido com especialistas da Fundação Getúlio Vargas (FGV). Essa ação mantém nossos associados atualizados sobre tendências tecnológicas em um momento em que a IA desponta como fator estratégico nos negócios. Também reforçamos nossa presença em eventos de destaque, como a Eletrolar Show.

Apesar de um cenário econômico desafiador, o setor de TIC demonstrou resiliência e desempenho relevante. Acreditamos que os estudos de 2025 apontarão crescimento de dois dígitos no faturamento da distribuição alcançado em 2024, resultado expressivo diante das circunstâncias globais. Seguiremos empenhados em aprimorar o ecossistema de distribuição de TI no Brasil ao lado de nossos associados e parceiros. ■■

**I**n 2024, important companies confirmed their membership further strengthening our role as the voice of the ICT sector in Brazil. This institutional progress reinforces our mission to defend common interests, drive business development, and promote the sustainable growth of the sector.

We devoted special attention to our Working Groups (GTs), particularly the Taxation GT, which played a leading role in the debate on tax reform — with its first stage in effect since January 2025. Our role was to bring visibility to discussions, share information, and stress the urgency of this issue.

In the people management sector, we expanded the DesenvolverRH program, which trains HR leaders and other professionals from our member companies, boosting competitiveness and innovation in the distribution chain.

Another major milestone was the launch of Mkt + IAGen, a training program in Generative Artificial Intelligence, developed with experts from Fundação Getúlio Vargas (FGV). This initiative keeps our members up to date on technology trends at a time when AI is emerging as a strategic business driver. We also reinforced our presence at major industry events, such as the Eletrolar Show.

Despite a challenging economic landscape, the ICT sector demonstrated resilience and strong performance. We believe that 2025 studies will confirm double-digit growth in distribution revenue for 2024, a remarkable achievement given global condition. We remain committed to improving the IT distribution ecosystem in Brazil, working side by side with our members and partners. ■■

## CONSUMIDORES PREFEREM ATENDIMENTO HUMANO NO PÓS-VENDAS DE ELETROELETRÔNICOS

CONSUMERS PREFER HUMAN ASSISTANCE IN AFTER-SALES SERVICE FOR ELECTRONICS

### WAGNER GATTO

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

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



Foto: Arquivo

Com a evolução de tecnologias embarcadas nos produtos, a rede de pós-vendas em eletroeletrônicos, além de prestar atendimento na instalação dos aparelhos, habilitando suas inúmeras funções, tem na inteligência artificial (IA) um facilitador que proporciona inúmeras vantagens na prestação de serviços. Entre elas, na gestão, permite desde a visualização de controles de estoques/compras, com base no histórico por linha de produtos e modelos em suas variações e especificações técnicas.

A inteligência artificial será um norteador nas tendências quanto à realização de orçamentos e aprovações das ordens de serviço (O.S.) em suas múltiplas características de consertos, considerando-se o modelo do produto e o perfil regionalizado do consumidor.

Nesse cenário, a Abrasa tem procurado capacitar os prestadores de serviços, pois projeta que haverá maior demanda no setor. Isso porque os consumidores, cada vez mais, estão procurando as assistências técnicas para tirar dúvidas de funcionamento ou consertar um defeito no produto.

É notório, porém, que os consumidores querem ser atendidos por uma pessoa em vez de serem direcionados às mensagens eletrônicas ou aos SACs. Eles consideram que seu problema é individual e preferem o atendimento personalizado. Através da IA, muitas vezes, isso não é possível, seja pelo menu de opções, seja pelo tempo de espera e/ou demora, o que ocasiona desistência da consulta. Essa já é uma preocupação do Departamento de Defesa do Consumidor do Ministério de Justiça (DPDC), que deverá editar, em breve, uma portaria regulando a questão. ■■

With the advancement of embedded technologies in products, the electronics after-sales network has taken on a broader role, not only assisting with device installation and activation of numerous functions but also integrating artificial intelligence (AI) as a key facilitator that offers numerous advantages in service provision. Among these benefits, AI enhances management capabilities, allowing for real-time tracking of inventory and purchases based on historical data by product line, model variations, and technical specifications.

Artificial intelligence will serve as a key guide for trends in service estimates and order approvals, particularly in repair services, by factoring in the product model and the regionalized consumer profile.

In this context, ABRASA has been working to train service providers, as it anticipates increasing demand in the sector. Consumers are increasingly turning to technical assistance services – whether to clarify product functionality doubts or to repair defects.

However, it is evident that consumers prefer to interact with a human representative rather than being directed to automated messages or call center systems. They perceive their problems as unique and favor personalized service. In many cases, AI does not provide this level of personalization, whether due to limited menu options, long wait times, or delays, leading to consumer frustration and abandonment of service requests. This issue has already caught the attention of the Consumer Protection Department of the Ministry of Justice (DPDC), which is expected to soon create a regulation addressing the matter. ■■

## AUMENTAR A CONSCIENTIZAÇÃO E A EDUCAÇÃO AMBIENTAL FRENTE À RECICLAGEM DE ELETROELETRÔNICOS E ELETRODOMÉSTICOS É O PLANO PARA 2025

INCREASING AWARENESS AND ENVIRONMENTAL EDUCATION ON THE RECYCLING OF ELECTRONICS AND APPLIANCES IS THE PLAN FOR 2025

### ROBSON ESTEVES

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

*PRESIDENT OF THE BRAZILIAN ASSOCIATION FOR RECYCLING OF ELECTRONIC AND ELECTRICAL EQUIPMENT AND APPLIANCES (ABREE)*



Foto: Divulgação

Com a chegada de 2025, a ABREE olha para 2024 para observar aprendizados e trilhar expectativas para o futuro. Assim, definimos que um dos caminhos mais importantes para a maior consolidação de nosso trabalho é ampliar ainda mais nosso papel na conscientização e educação ambiental voltada à reciclagem desses equipamentos. Nosso objetivo é nos fortalecer como referência nacional no setor, trabalhando de forma contínua esses aspectos. Afinal, esses fatores são parte crucial no processo de logística reversa, considerando que ele se inicia com o descarte adequado dos produtos pós-consumo de uso doméstico.

Com atuação em diversas frentes, buscamos sempre avançar na promoção de atividades de educação não formal para crianças e adolescentes. Em uma das iniciativas para 2025, trabalharemos para engajar os moradores das cidades onde a ABREE realizará campanhas itinerantes, divulgando a importância do descarte correto e da mudança de comportamento.

Em paralelo, intensificaremos a atuação no ambiente digital, utilizando as redes sociais da associação como ferramenta estratégica para ampliar o alcance da mensagem. Outro foco será o envolvimento dos parceiros estratégicos que possam amplificar nossas ações e contribuir para a construção e a consolidação dessa causa ambiental. Dessa forma, buscamos reforçar nosso papel e impacto, fortalecendo as associadas atuais e atraindo novas parceiras para aumentar os resultados positivos e as chances de um mundo mais saudável ambientalmente. Todas essas iniciativas serão realizadas em conformidade com as exigências regulamentares vigentes, garantindo transparência e alinhamento com as normas do setor. ■■

With the arrival of 2025, ABREE looks back at 2024 to reflect on lessons learned and set expectations for the future. Thus, we have defined that one of the most important steps toward further consolidating our work is to expand our role in awareness and environmental education focused on the recycling of these devices. Our goal is to strengthen our position as a national reference in the sector, working continuously on these aspects. After all, these factors play a crucial role in the reverse logistics process, considering that it begins with the proper disposal of post-consumer household products.

With a multifaceted approach, we are always striving to advance the promotion of informal educational activities for children and adolescents. As part of our 2025 initiatives, we will work to engage residents of cities where ABREE will conduct traveling campaigns, raising awareness about proper disposal and encouraging behavioral change.

At the same time, we will enhance our digital presence, using the association's social media platforms as a strategic tool to broaden the reach of our message. Another key focus will be the engagement of strategic partners who can amplify our actions and contribute to building and solidifying this environmental cause. In this way, we seek to reinforce our role and impact, strengthening our current associates while attracting new partners to increase positive results and enhance the chances of a healthier environment. All of these initiatives will be carried out in full compliance with current regulatory requirements, ensuring transparency and alignment with industry standards. ■■

# 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)

# O SIMPLES NACIONAL NA UTI DA REFORMA TRIBUTÁRIA

## SIMPLES NACIONAL IN THE ICU OF TAX REFORM

### ROBERTO MATEUS ORDINE

**PRESIDENTE DA ASSOCIAÇÃO COMERCIAL DE SÃO PAULO (ACSP)**

*PRESIDENT OF THE SÃO PAULO COMMERCIAL ASSOCIATION (ACSP)*



Foto: Divulgação

**A**provado no dia 17 de dezembro, o projeto de lei que regulamenta as mudanças na Reforma Tributária apresenta isenções e reduções de tributos para alguns setores. Essas alterações realizadas, entretanto, são prejudiciais ao pequeno empresário, que sofrerá desvantagem competitiva diante das grandes empresas.

A perda de competitividade é uma preocupação real para os pequenos empresários, que devem sair do Simples Nacional e passarão a pagar uma alíquota única de 28%, considerada a maior do mundo. Se em mais de 170 países o IVA (Imposto sobre Valor Agregado) é uma tributação única e compatível para os regimes estabelecidos, sem prejuízos aos empresários, porque aqui no Brasil precisamos tributar por igual, pequenas e grandes empresas, prejudicando o pequeno empreendedor na geração de créditos?

Os reflexos negativos na economia vão começar a dar sinais muito antes do previsto. A inviabilização das empresas do Simples Nacional, que representa 95% do total delas no Brasil, é um deles. Das 24 milhões de empresas do País, aproximadamente 9 milhões estão incorporadas no Simples Nacional e 14 milhões são MEIs.

É difícil imaginar que um regime desenvolvido para dar força, incentivo e reduzir a informalidade do pequeno empresário chega às vias de tornar o negócio insustentável, tendo que pagar uma alíquota cheia, que comprometerá seu capital de giro.

Já sabemos quais serão as consequências na economia: desemprego e aumento da informalidade. É inconcebível pensar em produtividade e crescimento econômico dessa forma. A isonomia fiscal é o caminho. ■■

**A**pproved on December 17, the bill regulating changes in the Tax Reform introduces tax exemptions and reductions for certain sectors. However, these changes harm small business owners, who will face a competitive disadvantage against large corporations.

*The loss of competitiveness is a serious concern for small entrepreneurs, who will be forced out of Simples Nacional and subjected to a flat 28% tax rate – the highest in the world.*

*If in more than 170 countries, VAT (Value Added Tax) operates as a single, fair taxation system without harming businesses, why does Brazil insist on taxing small and large companies equally, making it harder for small businesses to generate tax credits?*

*The negative economic effects will appear much sooner than expected. The collapse of Simples Nacional, which represents 95% of all businesses in Brazil, is one of them. Out of the 24 million companies in the country, approximately 9 million are registered under Simples Nacional, while 14 million are individual micro-entrepreneurs (MEIs).*

*It is hard to believe that a system designed to empower small businesses, encourage growth, and reduce informality is now being dismantled, forcing them to pay a full tax rate that will cripple their working capital.*

*We already know the consequences for the economy: job losses and a rise in informal labor. It is inconceivable to expect productivity and economic growth under these conditions.*

*Tax fairness is the only path forward. ■■*

# O QUE PODEMOS ESPERAR DE 2025?

WHAT CAN WE EXPECT FROM 2025?

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

EXECUTIVE PRESIDENT OF THE NATIONAL ASSOCIATION  
OF MANUFACTURERS OF ELECTRONIC PRODUCTS (ELETROS)



Foto: Divulgação

O ano de 2024 foi um divisor de águas para o setor eletroeletrônico. As vendas da indústria ao varejo alcançaram o maior crescimento dos últimos dez anos, consolidando um momento histórico para o mercado.

O desempenho foi impulsionado pelo ambiente mais propício com o aumento na geração de empregos, que criou um círculo virtuoso e trouxe maior segurança às famílias para a retomada do consumo, aliada ao período em que os juros permaneceram em patamares mais baixos, o que facilitou o acesso ao crédito e alimentou a demanda.

Esperar que 2025 repita esses resultados pode ser precipitado. O panorama econômico que se desenha – com dólar elevado e juros altos – exige maior cautela nos próximos meses. Há sinais de um esforço mais rigoroso na condução da política macroeconômica para trazer a inflação de volta à meta estipulada pelo Banco Central. Medidas como a redução de gastos públicos e o controle cambial precisam ganhar força.

Embora seja cedo para prever uma desaceleração do consumo com absoluta certeza, o histórico econômico indica que taxas de juros elevadas e dólar valorizado, aliados a um ambiente de restrição fiscal, tendem a desaquecer o mercado.

Apesar dessas incertezas, é fundamental mantermos o foco e o esforço coletivo. Com trabalho dedicado e ações coordenadas, podemos transformar desafios em oportunidades, pavimentando o caminho para um cenário mais positivo.

Como principal entidade representativa da indústria eletroeletrônica, a Eletros seguirá comprometida na defesa de pautas estratégicas para o setor. Nossa agenda prioritária inclui a redução do Custo Brasil e o estímulo a políticas públicas e industriais que fomentem o consumo e melhorem a eficiência. ■■

The year 2024 was a watershed moment for the consumer electronics and households sector. Industry sales to retail recorded the highest growth in the past ten years, marking a historic period for the market.

This performance was driven by a more favorable environment, with job creation increasing, which created a virtuous cycle and provided greater financial security for families, leading to a resumption of consumer spending. This was further supported by a period of lower interest rates, which facilitated credit access and fueled demand.

Expecting 2025 to repeat these results may be premature. The emerging economic outlook – characterized by a strong dollar and high interest rates – calls for greater caution in the coming months. There are clear signs of a stricter approach to macroeconomic policies to bring inflation back to the target set by the Central Bank. Measures such as reducing public spending and controlling exchange rates need to gain momentum.

Although it is too early to predict a slowdown in consumption with absolute certainty, economic history suggests that high interest rates and a strong dollar, combined with fiscal constraints, tend to cool down the market.

Despite these uncertainties, it is crucial to maintain focus and collective effort. With dedicated work and coordinated actions, we can turn challenges into opportunities, paving the way for a more positive scenario.

As the main representative entity of the electrical and electronics industry, Eletros will remain committed to advocating for strategic issues within the sector. Our priority agenda includes reducing the "Custo Brasil" (Brazilian Cost) and promoting public and industrial policies that stimulate consumption and improve efficiency. ■■

# 2025: UM ANO DE MUITOS DESAFIOS PARA O VAREJO

2025: A YEAR OF MANY CHALLENGES FOR RETAIL

## FÁBIO PINA

**ASSESSOR DA FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO DO ESTADO DE SÃO PAULO (FECOMERCIOSP)**

*ADVISOR AT THE FEDERATION OF COMMERCE OF GOODS, SERVICES AND TOURISM OF THE STATE OF SÃO PAULO (FECOMERCIOSP)*



Foto: Divulgação

**E**m 2025, o cenário do varejo promete ser substancialmente mais provocador do que o do ano passado, quando houve um crescimento expressivo, na casa de 7% a 8%, incentivado, principalmente, pela melhora nas condições de emprego e renda. Contudo, as condições macroeconômicas que sustentaram esse desempenho mostram sinais de reversão, levantando questionamentos acerca da capacidade de o setor manter o ritmo de expansão.

Em 2024, o mercado de trabalho teve função fundamental no fortalecimento da demanda do consumidor. Os aumentos do emprego e da renda geraram uma base sólida para o desenvolvimento do varejo. No entanto, neste ano, é improvável que as vagas cresçam na mesma magnitude que no ano anterior. A desaceleração no ritmo de contratações, em combinação com restrições em setores produtivos, sugere que o impulso gerado pela recuperação desse mercado será mais modesto.

Essa mudança deve se refletir diretamente na capacidade da população de sustentar níveis mais elevados de consumo, especialmente em uma conjuntura na qual a inflação e os juros mais elevados comprometem o orçamento doméstico. Após um período de relativo controle, a inflação – que voltou a crescer no fim de 2024 – deve impactar o poder de compra das famílias em 2025.

Diante desse panorama, as empresas do varejo precisarão adotar estratégias diferenciadas para se manterem competitivas e reduzirem os efeitos adversos de um contexto macroeconômico menos auspicioso. ■■

**I**n 2025, the retail landscape is expected to be significantly more challenging than in the previous year, when the sector experienced strong growth of around 7% to 8%, driven primarily by improvements in employment and income conditions. However, the macroeconomic factors that supported this performance are now showing signs of reversal, raising concerns about the sector's ability to maintain its growth pace.

In 2024, the labor market played a crucial role in strengthening consumer demand. The increase in employment and income provided a solid foundation for retail expansion. However, in 2025, it is unlikely that job creation will continue at the same pace as the previous year. A slower hiring rate, combined with constraints in productive sectors, suggests that the momentum generated by labor market recovery will be more modest.

This shift is expected to directly affect the population's ability to sustain higher levels of consumption, especially in a scenario where inflation and higher interest rates put pressure on household budgets.

After a period of relative stability, inflation – which began rising again at the end of 2024 – is likely to impact families' purchasing power in 2025.

Given this outlook, retail companies will need to adopt differentiated strategies to remain competitive and mitigate the negative effects of a less favorable macroeconomic environment. ■■

# 2025: UM ANO DECISIVO PARA A LOGÍSTICA REVERSA DE ELETROELETRÔNICOS NO BRASIL

## 2025: A DECISIVE YEAR FOR REVERSE LOGISTICS OF ELECTRONIC WASTE IN BRAZIL

**ADEMIR BRESCANSIN**  
**GERENTE-EXECUTIVO DA GREEN ELETRON**  
 EXECUTIVE MANAGER OF GREEN ELETRON



Foto: Divulgação

**É** impossível, no início de um novo ano, não olhar para trás a fim de poder traçar metas e entender os desafios do ano que acaba de chegar. E isso vale tanto para a vida pessoal quanto para a profissional.

No que diz respeito à logística reversa de eletroeletrônicos, pilhas e baterias em fim de vida útil, área de atuação da Green Eletron, maior entidade gestora do setor no Brasil, 2025 tem um gosto muito especial.

Como preveem o Acordo Setorial e o Decreto Federal nº 10.240/20 para a logística reversa de produtos eletroeletrônicos e seus componentes, até o fim deste ano todos os municípios brasileiros com mais de 80 mil habitantes deverão ter Pontos de Entrega Voluntária (PEVs), sendo um a cada 25 mil habitantes, totalizando 5.050 e cobrindo 65% da população.

Além disso, a meta que fabricantes, importadores, distribuidores e comerciantes têm para realizar a coleta e destinação final ambientalmente correta de eletroeletrônicos é a maior e mais desafiadora desde quando a lei entrou em vigor: 17% do que foi colocado no mercado brasileiro no ano de 2018, aproximadamente 12 mil toneladas.

Apesar de metas tão ousadas, a experiência mostra que, com muito trabalho, é possível cumpri-las, como temos feito todos esses anos. Entretanto, para que possamos avançar é imprescindível que governo, fabricantes, importadores, distribuidores, comerciantes e população façam a sua parte para que, em um futuro próximo, possamos ser uma sociedade mais consciente sobre o seu papel na economia circular. ■■

**A**t the beginning of a new year, it is impossible not to look back to set goals and understand the challenges of the year that has just begun. This applies both to personal life and to professional endeavors.

When it comes to the reverse logistics of electronic waste, batteries, and end-of-life accumulators, the area in which Green Eletron operates as the largest managing entity in the sector in Brazil, 2025 carries special significance.

According to the Sectoral Agreement and Federal Decree No. 10,240/20 for the reverse logistics of electronic products and their components, by the end of this year, all Brazilian municipalities with more than 80,000 inhabitants must have Voluntary Drop-off Points (PEVs), with one for every 25,000 inhabitants, totaling 5,050 collection points and covering 65% of the population.

Furthermore, the collection and environmentally responsible final disposal target for manufacturers, importers, distributors, and retailers is the largest and most challenging since the law came into effect: 17% of the volume placed on the Brazilian market in 2018, approximately 12,000 tons.

Despite such ambitious goals, experience has shown that, with hard work, it is possible to meet them, as we have done over the years. However, for us to move forward, it is essential that the government, manufacturers, importers, distributors, retailers, and the population each do their part, so that in the near future, we can become a more conscious society regarding its role in the circular economy. ■■

# PREVISÃO É DE RECORDE HISTÓRICO NO FATURAMENTO DO POLO INDUSTRIAL DE MANAUS

## HISTORIC REVENUE RECORD EXPECTED FOR THE MANAUS INDUSTRIAL HUB

### BOSCO SARAIVA

**SUPERINTENDENTE DA ZONA FRANCA DE MANAUS (SUFRAMA)**

*SUPERINTENDENT OF THE MANAUS FREE TRADE ZONE (SUFRAMA)*



Foto: Divulgação

Os dados mais atualizados da Suframa indicam que o Polo Industrial de Manaus (PIM) obteve faturamento de R\$ 188,44 bilhões até novembro de 2024. Assim, fica muito próximo de confirmar as projeções de faturamento acima de R\$ 200 bilhões no ano, o que representa novo recorde histórico para a Zona Franca de Manaus. Esse resultado teve a participação decisiva dos segmentos Eletroeletrônico e de Bens de Informática, que, juntos, somaram faturamento de R\$ 77,15 bilhões no período em questão e participação superior a 40% no resultado global.

A contribuição desses segmentos se deu não só no crescimento do faturamento do PIM, como na elevação dos indicadores de geração de empregos. Até novembro, essas indústrias foram responsáveis pela manutenção de 45.270 postos de trabalho diretos, entre efetivos, temporários e terceirizados. Foi também o melhor resultado de mão de obra entre todos os segmentos do PIM – o segundo melhor nesse quesito foi o polo de Duas Rodas, com 23.051 postos de trabalho.

Esses indicadores ajudam a demonstrar a elevada importância da indústria eletroeletrônica para a geração de empregos e de investimentos na área incentivada administrada pela Suframa para o País, uma vez que mais de 90% dos produtos desses segmentos, como televisores, microcomputadores, telefones celulares e tablets, têm como destinação final o mercado nacional.

A Suframa segue em intensa articulação com entidades de classe, como a Eletros e outros parceiros, com o objetivo de fazer com que os resultados do Polo Eletroeletrônico – e do PIM como um todo – sejam ainda mais prósperos e frutíferos em 2025, o que, sem dúvida, impactará de forma decisiva a melhoria da qualidade de vida da população regional. ■■

The latest data from Suframa indicate that the Manaus Industrial Hub (PIM) achieved revenues of BRL 188.44 billion by November 2024. This puts it very close to confirming projections of revenues exceeding BRL 200 billion for the year, which would represent a new historic record for the Manaus Free Trade Zone.

This result was heavily driven by the Electronics and IT Goods segments, which together accounted for BRL 77.15 billion in revenue during this period, contributing to over 40% of the total result.

The impact of these sectors was not only reflected in PIM's revenue growth but also in the increase in employment generation indicators. By November 2024, these industries were responsible for maintaining 45,270 direct jobs, including permanent, temporary, and out-sourced positions.

This was also the highest employment level among all PIM sectors – the second highest being the Two-Wheel Vehicle Hub, which maintained 23,051 jobs.

These figures highlight the significant role of the electronics industry in job creation and investment within the Suframa-administered incentive area, contributing to Brazil's economy. More than 90% of the products in these sectors, including televisions, microcomputers, mobile phones, and tablets, are destined for the domestic market.

Suframa remains actively engaged with industry associations, such as Eletros and other partners, to ensure even greater success for the Electronics Hub and PIM as a whole in 2025. These continued efforts will undoubtedly have a decisive impact on improving the quality of life for the regional population. ■■

## COLOR TREND 2026: MARCELO ROSENBAUM À FRENTE DAS TENDÊNCIAS DE CORES PARA PLÁSTICOS

COLOR TREND 2026: MARCELO ROSENBAUM LEADING  
THE COLOR TRENDS FOR PLASTICS

### CARLOS MOREIRA

**DIRETOR-EXECUTIVO DO INSTITUTO NACIONAL DO PLÁSTICO (INP)  
E RESPONSÁVEL POR PROJETOS NO THINK PLASTIC BRAZIL**

*EXECUTIVE DIRECTOR OF INP AND RESPONSIBLE FOR PROJECTS  
AT THINK PLASTIC BRAZIL*



Foto: Divulgação

A edição 2026 do Color Trend, guia internacional de tendências de cores para o setor de plástico transformado, terá a curadoria de Marcelo Rosenbaum, renomado arquiteto e designer brasileiro. O lançamento será em 8 de abril de 2025, durante o IV World Plastic Connection Summit. O evento será realizado de 8 a 10 de abril no Novotel Center Norte, em São Paulo.

Com sua sensibilidade cultural e visão inovadora, Rosenbaum trará uma abordagem única, destacando narrativas e cores que refletem a riqueza da cultura brasileira. Essa edição promete revolucionar o mercado, posicionando o Brasil como um protagonista global em design e inovação.

Entre as novidades está o See Color, método de linguagem tátil desenvolvido por Sandra Regina Marchi, da Universidade Federal do Paraná (UFPR). Esse recurso promove acessibilidade ao incluir pessoas com deficiência visual e daltonismo no processo criativo.

O Color Trend 2026 não apenas explora novas cores e conceitos, mas também reafirma o compromisso do setor com a inclusão e a sustentabilidade. As inscrições para o evento, que reúne os principais players da indústria e coloca o Brasil no centro das atenções do mercado global de plásticos, estão abertas no site do Summit. ■■

The 2026 edition of Color Trend, the international color trend guide for the transformed plastics sector, will be curated by Marcelo Rosenbaum, a renowned Brazilian architect and designer.

The launch event will take place on April 8, 2025, during the IV World Plastic Connection Summit, held from April 8 to 10 at Novotel Center Norte in São Paulo.

With his cultural sensitivity and innovative vision, Rosenbaum will bring a unique approach, highlighting narratives and colors that reflect the richness of Brazilian culture. This edition is set to revolutionize the market, positioning Brazil as a global leader in design and innovation.

One of the key innovations is See Color, a tactile language method developed by Sandra Regina Marchi from the Federal University of Paraná (UFPR). This tool enhances accessibility by including people with visual impairments and color blindness in the creative process. The Color Trend 2026 not only explores new colors and concepts but also reaffirms the industry's commitment to inclusion and sustainability.

Registrations for the event, which brings together the industry's key players and places Brazil at the center of the global plastics market, are now open on the Summit's website. ■■

# eletrocar show

23-26

**Junho 2025**

*Distrito Anhembi*



**O FUTURO  
É AGORA!**

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



**Eletrocar show** é o maior evento do mercado de veículos elétricos do Brasil, oferecendo uma oportunidade única de apresentar os mais recentes produtos e serviços. A Eletrocar show gera oportunidades de negócios e destaca sua presença entre os mais importantes profissionais do setor.

## O MAIOR EVENTO ELÉTRICO NA AMÉRICA LATINA!

Será um evento de networking incomparável, proporcionando a todos os participantes amplas oportunidades para melhorar sua posição no mercado e ampliar a visibilidade de sua marca entre os principais profissionais do mercado de veículos elétricos.

### PERFIL DOS VISITANTES

Montadoras · Importadores · Representantes · Revendedores  
Compradores corporativos · Gerentes de frota  
Infraestrutura · Governo · Finanças e Investidores

### SETORES PRESENTES

Veículos pesados e leves · Motocicletas e scooters elétricas  
Bicicletas Elétricas · Componentes · Fornecedores de  
Infraestrutura · Soluções de mobilidade urbana

## O que **ESPERAR** **EM 2025?**

**+40.000** Visitantes & Compradores

**+8.000** Profissionais & Empresários

**+250** Veículos em exposição

**+160** Marcas Expostas

**+120** Palestrantes & Painelistas





CONVENÇÃO  
**BRAZIL  
MOBILE**  
2025

Seja um expositor da maior  
convenção mobile da América Latina.

Março 22 a 23, 2025

Distrito Anhembi - São Paulo, SP

**UMA IMERSÃO COMPLETA**

No vibrante e dinâmico  
Universo do Varejo Mobile.

**+PALESTRANTES 2025**

Alguns dos Grandes Especialistas em Mobile



**THIAGO** REIS  
CEO E FUNDADOR  
GROWTH MACHINE



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



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



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



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



**ALLAN** GIANGROSSI  
DIRETOR DE MARKETING  
QUALCOMM



**LUCIANO** BARBOSA  
DL PRODUCT DIRECTOR  
HEAD OF OPERATIONS  
XIAOMI BRASIL



**DEMA** OLIVEIRA  
CEO AND FOUNDING PARTNER  
GOSHENLAND  
EX-SAMSUNG

Vem muito mais pela frente. Garanta seu ingresso!

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

ORGANIZAÇÃO

Grupo  
**eletrolar**

REALIZAÇÃO

**azuloplay**  
Feiras e Eventos

Contato:

+55 11 3197-4949

[comercial@grupeeletrolar.com.br](mailto:comercial@grupeeletrolar.com.br)



Escaneie o QRcode  
e se torne um expositor