

## **Loja própria mostra a tecnologia do futuro**

*Renato Cruz*

*Fabricantes de eletrônicos testam novidades direto com consumidor*

Quer saber quais são os produtos que vão chegar aos mercados nos próximos meses? Já dá para testar alguns deles nas lojas próprias dos fabricantes de eletroeletrônicos, que mostram novidades que nem estão à venda no País (ou estão à venda de forma muito limitada). É o caso do televisor com tela de diodo orgânico emissor de luz (Oled, na sigla em inglês), tecnologia usada normalmente para telas pequenas, em aparelhos como celulares. A TV tem 11 polegadas, tela com três milímetros de espessura, custa US\$ 2,5 mil nos Estados Unidos e está em exposição na loja Sony Style, do Shopping Cidade Jardim, em São Paulo.

"Essa televisão é um objeto de desejo", afirmou Paulo Jaen, gerente de Negócios Diretos da Sony. Muitos consumidores vêm o produto e querem comprar. A Sony inaugurou sua primeira loja em abril, em São Paulo, e a segunda, em Brasília, começou a funcionar no mês passado. "Como negócio, o resultado das lojas é muito pequeno", reconheceu Jaen. "O importante é reforçar a presença da marca e conhecer melhor o consumidor."

A Sony vende os produtos em suas lojas, enquanto outros fabricantes, como a Panasonic e a Samsung, usam seus estabelecimentos para mostrar os produtos, sem vendê-los. "Se não vendêssemos, não conseguiríamos conhecer a experiência completa do consumidor, que inclui o pós-venda", disse o gerente da Sony. As concorrentes que não vendem argumentam que não querem competir com os parceiros comerciais.

A Samsung criou a sua loja do Shopping Morumbi, em São Paulo, há três anos, sendo pioneira neste movimento no Brasil. "Nós usamos a loja-conceito como laboratório", disse Carlos Werner, responsável pela Diretoria de Marketing da Samsung. "Prestamos muita atenção no que o consumidor diz para a gente." Ele citou como exemplo os televisores brancos, que foram colocados primeiro na loja, para testar o interesse do cliente, antes de serem lançados comercialmente. "Se houver muito interesse em algum produto exposto, podemos até importá-lo, vendendo-o através de um dos parceiros."

As lojas do fabricante oferecem a oportunidade de os consumidores testarem os produtos, com seus acessórios, tirarem dúvidas e compararem modelos. A Sony e a Samsung oferecem treinamento gratuito para quem compra.

Também no Shopping Morumbi está a loja da Panasonic, que começou a funcionar no mês passado. A empresa levou para o estabelecimento vários produtos das linhas de beleza pessoal e da linha branca que não existem no Brasil, para testar sua aceitação. É possível conhecer na loja o curvex EH2331, um aparelho para curvar os cílios, e um processador de lixo orgânico, que aquece os resíduos a 130 graus e transformando-o em adubo.

Uma das atrações da loja da Panasonic é uma TV de plasma de 103 polegadas. Antes da alta do dólar, ela custava R\$ 200 mil. "Foram vendidas perto de 30 unidades no Brasil, em um ano e meio", afirmou Marcelo Miake, gerente-geral de Marketing da Panasonic. Agora, a empresa aguarda a chegada de um novo carregamento, com cerca de 10 aparelhos, a um preço de R\$ 220 mil. Esse valor não inclui o sistema de som, que sai por cerca de R\$ 40 mil.

Fora do Brasil, a estratégia de lojas próprias foi um dos fatores de recuperação da Apple, que enfrentou uma crise antes do sucesso do iPhone. As lojas que só vendem Apple no Brasil não pertencem à fabricante.

A HP abriu este mês seis lojas próprias no País e a Nokia tem uma desde outubro. "Com a loja, deixamos de assistir cinema para assistir teatro", comparou Luciane Matiello, diretora de Marketing da Nokia, referindo-se ao contato direto com o consumidor.

## PRODUTOS EXCLUSIVOS



### PC resistente

- O Toughbook, da Panasonic, resiste a água, poeira e pancadas. Deve começar a ser vendido no País em 2009



### Ferro de passar sem fio

- O aparelho da Panasonic tem uma base que fica ligada à tomada. Ele esquenta quando se encontra sobre essa base



### Parede digital

- A tela de 150 polegadas da Panasonic é um produto-conceito, não está à venda. Ela lê os movimentos das mãos



### Tela fina

- O televisor com tecnologia Oled da Sony tem tela com três milímetros de espessura. Está à venda somente fora do País



### Geladeira multimídia

- O aparelho da Samsung tem uma tela destacável que permite gravar mensagens, assistir TV e ouvir rádio



### TV Armani

- O televisor de LCD da Samsung, assinado pelo estilista italiano, tem distribuição limitada no Brasil

Fonte: O Estado de S.Paulo, São Paulo, 14 dez. 2008, Economia & Negócios, p. B13.