

APPLE BRASIL - ANO 1

Sidnei Brandão faz um balanço do primeiro ano da empresa no país

Antes de mais nada, gostaria de agradecer à MACMANIA pela oportunidade de podermos nos comunicar com nossos usuários. Sabemos que nossos clientes são especiais e exigentes, por isso escolheram Macintosh. É muito importante que eles saibam o que a Apple Brasil tem feito e quais os planos para o futuro no país.

Desde que inauguramos nossa sede no Ibirapuera, o telefone não parou mais de tocar e as pessoas, quando viam a maçã na fachada do prédio, paravam para comprar, solicitar suporte ou serviços, indicando que a visibilidade era de fato mais do que necessária. Naquela época, realmente, o número de reclamações e cartas que recebíamos também era grande. O fato de termos tido no Brasil a reserva de mercado, que começou justamente em 1984, quando foi lançado o Macintosh, e se estendeu até outubro de 1992, prejudicou muito a atuação da Apple, que chegou ao Brasil através de uma rede de revendas, depois um distribuidor e, finalmente, a subsidiária brasileira. A demanda por suporte e serviços era muito grande, pois estava represada por muitos anos.

Sabíamos que tínhamos um grande desafio à nossa frente, mas um bonito desafio, pois havia a consciência da superioridade tecnológica e facilidade de uso de nossa plataforma. E o que fizemos até agora? Muitos usuários talvez não tenham percebido ainda tudo o que a Apple Brasil realizou neste primeiro ano.

Há um ano, a percepção do mercado brasileiro era de que Macintosh era o melhor computador do mundo, mas aqui no Brasil ainda era caro e a disponibilidade precária para entregas e serviços.

Podemos dizer que o cenário mudou bastante e que já quebramos estes paradigmas. De imediato criamos o AppleLine, nosso telefone para atendimento a todas as solicitações de clientes para informações comerciais, suporte e serviços. Ao mesmo tempo, aumentamos a disponibilidade de partes e peças e hoje 87% das solicitações são atendidas, em média, em 48 horas.

Desde abril, a Apple Brasil está importando diretamente os produtos para o Brasil, garantindo disponibilidade com entrega imediata.

Ao mesmo tempo, credenciamos 3 novos distribuidores, OffShore, Officer e Supriserv, que, somados à CompuSource, passaram a representar um canal de distribuição com mais de 250 pontos de venda. Hoje o Mac está à venda em lojas e magazines como Zarty, Mappin e Extra Supermercados, entre outras.

Com relação aos preços, nosso grande sucesso na Fenasoftware provou que estamos muito competitivos também no Brasil. Nossas promoções têm resultado no melhor custo benefício para aqueles que querem comprar um bom computador. Vendemos 2.200 equipamentos só na semana da Feira, mais do que qualquer outro fabricante e tínhamos em nosso stand mais de 60 títulos para Mac à venda.

Nossa maior dedicação, neste instante, é de aumentar a disponibilidade de aplicações e produtos para a plataforma Mac. Estamos trabalhando para que mais e mais pontos de venda disponham também de títulos para Macintosh e, aliás, muitos deles já em português.

No segmento educacional implantamos recentemente no Brasil o Staff Development

Program, ou Programa de Capacitação de Professores, como parte do projeto ACOT (Apple Classroom of Tomorrow) – Salas de Aula do Amanhã – projeto este de grande

sucesso nos EUA, onde a Apple já é líder absoluta com 65% do mercado de educação. No Brasil, o segmento educacional é ainda muito carente de soluções e serviços e representa uma grande oportunidade para a Apple, pois somos a única empresa do setor com uma proposta diferenciada nesta área. E, é claro, continuaremos a nos empenhar para consolidar nossa liderança no mercado DTP e multimídia.

E o que projetamos para 97?

Bem, começamos nosso ano fiscal de 1997 em outubro de um modo muito diferente. Reconhecemos que há muito a ser feito, mas estamos trabalhando para implantar a fabricação no país. Ainda este ano teremos Macintosh “made in Brazil”, melhorando ainda mais a disponibilidade e qualidade dos serviços e assistência técnica.

Continuaremos a investir no Brasil, localizando produtos e as novas versões do Mac OS que virão. Os trabalhos de localização da próxima versão – chamada internamente de Harmony, ou Mac OS 7.6. – serão iniciados antes mesmo de ser lançado mundialmente. O Harmony proporcionará aos usuários Mac grandes inovações, incluindo o conceito “Internet Everywhere”, ou seja, o novo Mac OS integrará o Cyberdog proporcionando um acesso simples e unificado para qualquer tipo de conexão à Internet.

Esta facilidade consolidará nossa liderança no mundo onde mais home pages são desenvolvidas em Mac do que em qualquer outra plataforma.

Em breve teremos a Home Page da Apple Computer Brasil, onde todos poderão ter acesso não só a um grande número de serviços e informações, mas também a um canal direto de comunicação entre a Apple e seus clientes no Brasil.

Vender Macs não é como vender PCs; para vender PCs, basta anunciar a configuração e preço. Mas o Macintosh tem de ser “vendido”, ou seja, não é somente uma questão de características e preço, mas sim todo um conceito diferenciado de produto. E os melhores vendedores são nossos clientes, os verdadeiros evangelistas.

O que mais nos estimula é que a cada dia mais e novos usuários no Brasil estão optando por Macintosh e muitos inclusive são usuários de PC que se converteram.

Com todo este trabalho realizado este ano, creio que agora estamos de fato “prontos para começar”. Não estamos satisfeitos. Reconhecemos que há muito ainda por ser aperfeiçoado, mas iniciaremos 97 já com uma grande bagagem, novos parceiros nos canais de distribuição e serviços e fabricação local.

Agradeço em nome de toda nossa equipe a compreensão e apoio que temos recebido dos “Macmaniacos”, como carinhosamente somos todos chamados, e agradeço também por todas as sugestões recebidas. Continuem nos fornecendo seu “feed-back”. Com este espaço aberto pela MACMANIA, estaremos divulgando novos produtos, tecnologias e nossos planos para o Brasil. **M**

SIDNEI BRANDÃO

É presidente da Apple Computer Brasil.

