



Apple em ação



Sou um “insider” da Apple, daí a grande vontade de me expressar nesta seção, que constantemente analisa e critica o desempenho da empresa na sua trajetória de consolidação no Brasil.

Avaliando com minha equipe do ApplePro a evolução da empresa no País, torna-se evidente como a Apple Brasil avança no mercado, trazendo o que há de mais novo em tecnologia e produtos, crescendo o seu *market share*, sempre com melhor suporte e relacionamento nos segmentos profissional, educacional e varejo.

São muitas as razões pelas quais os usuários podem contar com a Apple: produtos nacionalizados, softwares e upgrades disponíveis em valores equivalentes aos cobrados nos EUA, disponibilidade bibliográfica, cursos e certificações, eventos, relacionamento com desenvolvedores, suporte, canal de venda estruturado, mercado profissional bem atendido. Além do mais, os mercados educacional

e de varejo encontram-se em grande desenvolvimento. Produtos nacionaliza-

dos – um projeto de 7 meses – finalmente torna-se realidade, apresentando ao mercado produtos inteiramente localizados, com informações, softwares, dicionário – tudo em português. E o mais incrível: teclado em português, oferecendo melhores condições para os usuários Mac, além de aumentar o parque instalado, facilitando a penetração em mercados nunca alcançados. Meu sonho é que um dia a plataforma Mac seja tão

difundida quanto a Wintel, não só nas grandes capitais brasileiras, mas em todo o território nacional. Esta é a minha disposição e de toda a equipe. Os Gerentes Regionais, verdadeiros neo-bandeirantes, desbravam novas oportunidades que antes pareciam não existir: empresas, governo, instituições, universidades, até então distantes do Macintosh; e atualmente vislumbram não só a possibilidade, mas também a realidade de utilizar um Mac em seus departamentos.

Com o treinamento e a certificação do canal de revenda, acabam as vendas no estilo “empurrador de caixa” e no seu lugar surge a venda de soluções e de tecnologia, com melhor suporte e consultoria. No âmbito do software, a Apple Brasil consegue praticar preços semelhantes aos vigentes nos EUA. O estoque de software é suficiente para atender o mercado, e a política de upgrade funciona excepcionalmente bem. O exemplo mais recente dessa performance é o caso do Final Cut

Pro 2. Em decorrência dessa estratégia, a Apple brasileira neste último semestre foi a campeã dis-

parada de venda de software na América Latina. De acordo com o *feedback* dos usuários, os eventos indicados a seguir estão satisfazendo plenamente as expectativas: nas principais capitais (Apple Solution RoadShow, 8 cidades), eventos menores em pequenas cidades (All Media, 10 cidades), eventos de varejo (Apple Day, todo o Brasil), eventos educacionais (Prêmio Apple de Criatividade, mais de 100 universidades), workshops

focados em tecnologia espalhados pelo Brasil, além dos eventos para desenvolvedores, visando fomentar a criação de novos softwares no Brasil (Developers Day, três eventos por ano e ADC Pizza, quatro por ano). Para esses eventos, além das tecnologias Apple, também procuramos levar parceiros importantes de softwares e de hardware. Bibliografia Apple no Brasil nunca foi simples de encontrar. Para reverter esse quadro, a Apple está apoiando a elaboração de alguns títulos relacionados a tecnologia incorporada em nosso mundo, iniciando uma promissora fase de disponibilidade de documentação e informação aos macmaníacos. As máquinas Apple tornaram-se um ícone no mercado para enriquecer a publicidade de outros produtos: outdoors, revistas, anúncios, TV etc., cada vez mais utilizam a imagem dos equipamentos Apple para divulgação. Grande parte dessas publicações se dá através de um esforço em conjunto com vários departamentos da empresa, que pretende estimular essa prática, promovendo a marca em todos os ambientes.

A área administrativa e financeira está em ótimas condições, e a corporação reconhece essa situação, pois o Diretor Geral Interino e Controller, Marinaldo Azevedo, há alguns meses ganhou um prêmio por sua grande atuação. Ele não só tem feito um trabalho excepcional em sua área, mas também naquela em que está temporariamente: organizando e deixando a casa pronta para o próximo Diretor Geral. Isso tudo deixa a Apple Brasil em situação muito confortável nas reuniões internacionais; sempre somos muito bem tratados e recebidos.

A conquista de um novo usuário é comemorada intensamente por toda a equipe. Todos estão preparados para a batalha contra o mundo PC, bem como para levantar a bandeira Apple em todos os lugares onde passamos. Nossa equipe veste a camisa Apple todos os dias, luta com as dificuldades diárias e volta para casa realizada, pois trabalhar na Apple, não só pelo nome, é uma realização muito grande, onde todos trabalham por um único objetivo.

Nossas ações estão se expandindo rapidamente, mas sabemos que não é possível atender a todos imediatamente. Se você ainda não foi “atingido” pela Apple, não se preocupe, estaremos nos aproximando muito em breve. Caso queira nossa presença com urgência, entre em contato com nosso Gerente Regional. Ser um macmaníaco e ainda trabalhar na Apple significa muito. Participar das estratégias que ajudam nossos usuários é uma grande satisfação. **M**

RODRIGO PELLICCIARI
Gerente de Produtos Apple

As opiniões emitidas nesta coluna não refletem a opinião da revista, podendo até ser contrárias à mesma.

Todos estão preparados para a batalha contra o mundo PC