



Meninos, eu vi!

Leitor da Macmania visita uma loja da Apple nos EUA e nos conta sua experiência



Não sei se a sensação é a mesma para os americanos, mas, para nós brasileiros, acostumados a poucas e caras ofertas de software e hardware, a loja parece um sonho. Os vendedores sabem tudo sobre cada um dos produtos. Só para testar a qualidade do serviço, resolvi colocar mais memória no meu Titanium. A vendedora disse que demoraria 15 minutos para instalar.

checar a qualidade de impressão. No fundo da loja, um telão mostra os gráficos do iTunes da música ambiente da loja. Próximo ao telão, três bancos delimitam um espaço usado para pequenas palestras ou cursos. Segundo me informaram, todas as lojas possuem uma agenda bastante movimentada desse tipo de evento.

Ainda não tinha acabado de ver tudo quando fui informado de que o meu computador estava pronto. OK. Hora de ir. Já de saída, senti falta de uma coisa: aquela seção de camisetas, mouse pads etc. com a marca da Apple. Não há nada desse tipo por ali. E talvez nem precise.

Só para me vingar, perguntei, já na porta, se havia alguma coisa para PC. A vendedora, que fez questão de me levar até a saída, sorriu e disse que “alguns” programas também funcionam em PCs.

Saí. E como agora já vi que existem lojas da Apple, comecei a pensar que Papai Noel talvez exista também. E quem sabe não traga de presente em 2002 uma dessas para nós no Brasil. ”

Rui Branquinho

rui@branquinho.com

Publicitário, não resiste a qualquer produto com uma maçã estampada.

“ Como dezembro é o mês das coisas que não existem ou ninguém nunca viu – de Papai Noel até paz entre todos os povos – resolvi aproveitar uns dias que passei em Washington para checar se pelo menos as tais lojas da Apple existem de verdade.

Isso porque, até agora, não tinha ouvido nenhum comentário a respeito de alguém que tivesse ido até uma delas. E não é para menos. Afinal, nenhuma fica nas famosas avenidas das cidades americanas. São todas afastadas do centro. A de Washington, por exemplo, que foi aberta em 1º de dezembro, fica na verdade em Clarendon – a quase 50 minutos de metrô de onde eu estava. Aliás, ponto para o site da Apple, que indica corretamente como chegar a cada uma das lojas de metrô, de carro ou ônibus.

2700 Clarendon Blvd. Lá estava eu. Mas cadê a loja? Esse número pertence a um pequeno shopping a céu aberto. Quase uma praça rodeada de lojas. Dava para ler facilmente onde ficava a Barnes&Noble e a Pottery Barn. Só não conseguia achar o nome “Apple” em lugar algum. E nem achei. A fachada da loja é extremamente discreta. Não tem letreiro, só duas maçãs laterais. Entrei. Para quem gosta da marca, é um parque de diversões. A variedade de coisas reunidas, todas compatíveis e extremamente bem organizadas, surpreende. A apresentação da loja, como não poderia deixar de ser, tem o padrão Apple: elegante, *clean* e moderna.



Dei o “OK” e fui checar cuidadosamente a loja toda.

Todos os Macs da loja usam AirPort e estão conectados à Internet. As câmeras digitais – fotográficas e filmadoras – podem ser utilizadas para teste. Scanners e impressoras não estão ligados, mas tão logo me aproximei delas, um vendedor avisou que, se eu quisesse, ele poderia ligar aquela que eu desejasse a um Mac para

vai faltar iMac em 2002

Apple diz que não conseguirá suprir toda a demanda nos próximos meses

No mesmo dia em que anunciou lucro de US\$ 38 milhões da **Apple**, o vice-presidente de finanças Fred Anderson avisou que a empresa não conseguirá entregar a tempo todos os iMacs encomendados. As vendas estão maiores do que o esperado. Para conseguir fabricar todos os iMacs pedidos, a

Apple diz que precisará de pelo menos um trimestre. Desde o velho iMac, que saiu há três anos, nenhum produto da Apple teve tantas encomendas quanto este na primeira semana após lançado. Anderson também está otimista com o próximo trimestre fiscal. Março é um mês em que tradicionalmente há uma

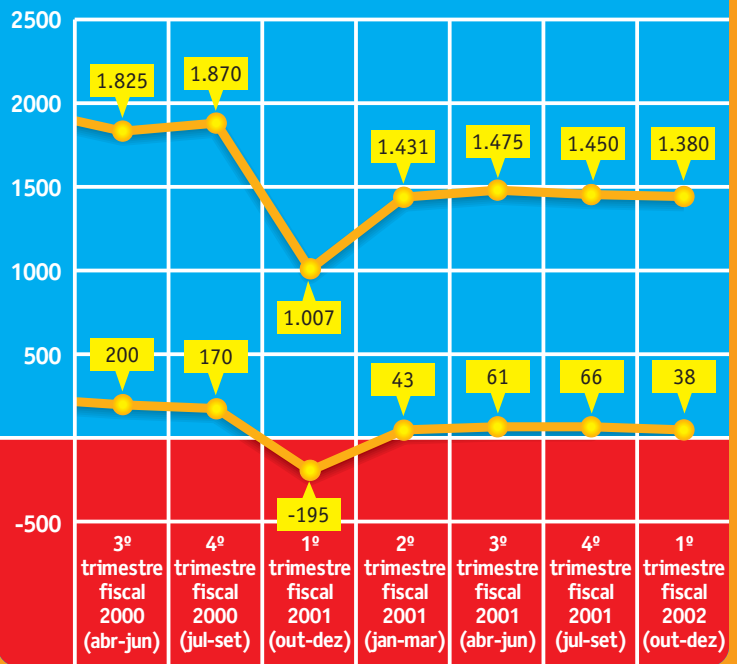
transição na produção. A empresa, tem três novos produtos fortes: o novo iMac, o Mac OS X e o iPod. Sem contar os portáteis: só o iBook vendeu 600 mil unidades do modelo branco desde que foi lançado, em maio – o dobro de vendas do modelo original em 20 meses.

Apple segue firme no azul

A **Apple** anunciou os resultados financeiros do primeiro trimestre fiscal de 2001/2002, que compreende os meses de outubro a dezembro. O lucro foi de US\$ 38 milhões (US\$ 0,11 por ação), bem abaixo dos US\$ 66 milhões (US\$ 0,19 por ação) do trimestre anterior. No entanto, esses resultados são superiores aos do mesmo período no ano fiscal de 2000/2001, quando a empresa teve um prejuízo de US\$ 195 milhões. A Apple faturou US\$ 1,38 bilhão – 37% a mais que em 2000. As vendas fora dos EUA representaram 48% do faturamento e 746 mil Macs foram vendidos no período. O principal lançamento do período, o iPod, vendeu mais de 125 mil unidades. A empresa teve um trimestre sólido em comparação ao das outras empresas de informática, que passam por uma péssima fase devido à recessão

americana, agravada após os atentados de 11 de setembro. Fred Anderson, vice-presidente financeiro da Apple, anunciou que ela tem US\$ 4,4 bilhões em caixa. Com o sucesso inevitável do novo iMac, o segundo trimestre da Apple tem tudo para ser melhor. E as margens brutas de lucro continuam ao redor de 30%, o que é um aparente paradoxo: a Apple investe muito mais em desenvolvimento de produtos que a indústria de PC, e esta (com a única exceção da Dell) vem sofrendo sérias perdas, mesmo com margens de 10% ou menos. Tudo isso motivou uma reportagem extensa intitulada "O Futuro da Apple" na revista *Business Week* – ironicamente, a mesma que tinha "enterrado" a Apple em 1997. O conteúdo da matéria se resume em: "finalmente, a Apple tem tudo que precisa para florescer".

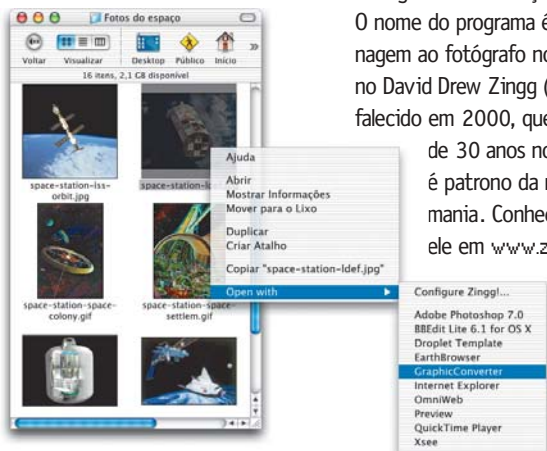
Faturamento x lucro em US\$ milhões



Zingg! abre a coisa certa

Ele conseguiu de novo. Depois de emplacar o XRay como um dos freewares para OS X mais baixados da temporada, Rainer Brockerhoff – desenvolvedor brasileiro e membro do conselho editorial da Macmania – emplacou mais um. **Zingg!** é um item de menu contextual que dá a opção de abrir um determinado arquivo com qualquer aplicativo

compatível, compensando a falta do esquema Type/Creator de associação e "turbinando" o anêmico menu contextual do sistema. Simples e eficaz. O programa, que está na versão 1.1, teve mais de quatro mil downloads em 24 horas no VersionTracker.com. Na avaliação dos usuários que baixaram o programa, ele recebeu cinco estrelas. O xRay também ganhou a avaliação máxima. O nome do programa é uma homenagem ao fotógrafo norte-americano David Drew Zingg ("Tio Dave"), falecido em 2000, que morou mais de 30 anos no Brasil. Zingg é patrono da revista Macmania. Conheça mais sobre ele em www.zingg.com.br.



Macs no Rio

O macmaníaco carioca agora tem um novo lugar para comprar seu Mac e aprender a usá-lo. A **MacInRio** resolveu inovar com um método de "treinamento delivery". Seguindo a filosofia "o melhor modo de um pokaprátika aprender a fuçar no Mac é na sua própria máquina", eles mandam o professor para a casa ou trabalho do cliente. O serviço é disponível apenas na cidade do Rio de Janeiro e custa a partir de R\$ 290 para usuário doméstico e R\$ 200 (por funcionário) para pacote de empresas. Além das aulas, o cliente ganha um CD com aplicativos para serem usados no curso. Fora o treinamento, a MacInRio também faz assistência técnica, instala softwares, reconfigura o Mac OS e monta redes. O serviço é cobrado por mês.



Desde o começo do ano, a loja também está vendendo Macs a juros bem razoáveis. A loja possui taxas que variam de 2,95% a 3,3%, um pouco abaixo dos 3,8% das tradicionais financeiras. Um G4 733 MHz em 36 vezes sai por R\$ 356,89 ao mês. Além disso, a revenda distribui brindes, como memória RAM, e dá três meses de assistência técnica gratuita. Endereço: Rua Arnaldo Quintela, 109, Loja A - Botafogo. Site: www.macinrio.com Email: macinrio@macinrio.com Tel.: 021-2295-4545/2295-0888