



12 de dezembro de 2010

## Venda de TVs é recorde no 2º semestre

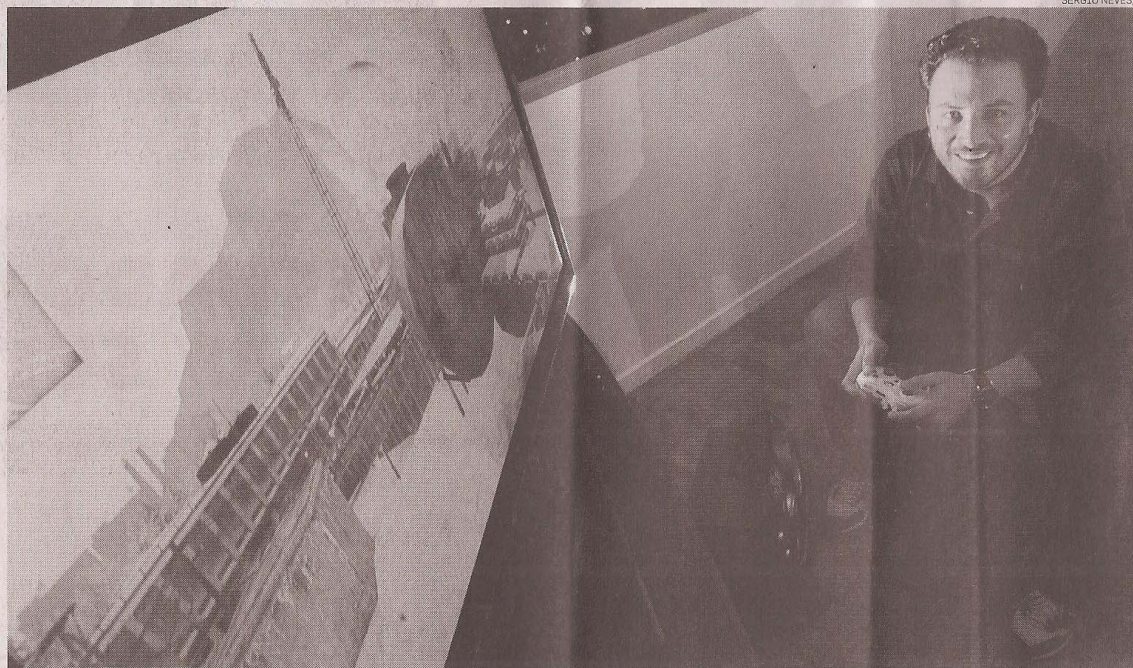
Pela primeira vez, em ano de Copa do Mundo, a procura por televisores será maior nos últimos seis meses do ano

**Aiana Freitas**

Em ano de Copa do Mundo, os fabricantes de televisores costumam adiantar os lançamentos para o primeiro semestre, de olho na demanda gerada pela transmissão dos jogos. Em 2010, não foi diferente. Mas impulsionadas pela queda de preços, pelo crédito facilitado e pelo grande número de lançamentos, pela primeira vez em ano de Mundial as vendas no segundo semestre podem superar as do primeiro.

Na média, as vendas de televisores no primeiro semestre costumam representar 40% do total anual. O Natal e o pagamento do 13.º salário fazem com que os outros 60% se concentrem na segunda metade do ano. Em ano de Copa do Mundo, existe uma inversão – no primeiro semestre são vendidos 60% dos televisores e no segundo, 40%. Mas essa regra não deve ser confirmada desta vez.

Dados da Associação Nacional de Fabricantes de Produtos Eletroeletrônicos (Eletros) mostram que, entre janeiro e junho a indústria vendeu, para o varejo, 6,4 milhões de aparelhos no País. Para o ano todo, a projeção é de 11,5 milhões – dado que, se confirmado, vai representar uma alta de 19,7% em relação a 2009. Esse resultado equivaleria



SERGIO NEVES/AE

**Desconto.** O profissional de marketing, Thiago Rodríguez, esperou a Copa passar e pagou menos na TV com tecnologia LED

a uma distribuição de 55% para o primeiro semestre e 45% para o segundo, já diferente do esperado em ano de Copa.

Os dados individuais dos fabricantes relativos à venda para o consumidor final confirmam essa tendência – e, em alguns ca-

sos, vão além. Na Samsung, que lançou toda sua linha 2010 em abril, a expectativa é a de que o segundo semestre será, no mínimo, semelhante ao primeiro em vendas. Mas o vice-presidente da divisão de eletrônicos de consumo da empresa, José Fuentes

Molinero Júnior, diz que a relação pode chegar a 40%/60%. No trimestre passado, os aparelhos 3D chegaram a se esgotar nas lojas – e isso apesar do preço salgado, que parte de R\$ 3.999.

“Este ano devemos observar uma inversão de sazonalidade”,

confirma o gerente de produtos da LG, Francisco Silva. “A expectativa é a de que as vendas do segundo semestre representem 55% do total do ano.” Panasonic e Sony preveem que os dois períodos do ano vão se igualar.

Os televisores 3D devem ser a

grande atração deste fim de ano, ofuscando a procura pelas telas de plasma e LCD, que foi mais forte antes da Copa. As vendas dos aparelhos 3D serão impulsionadas pelo aumento da oferta de conteúdo com essa tecnologia, como filmes e jogos. “O consumidor que já tem TV de tela fina é quem mais está procurando esse tipo de equipamento”, afirma o analista de produto da Panasonic, Daniel Kawano.

**Preferência.** Mas a TV de LED também tem conquistado cada vez mais público por conta do barateamento. “Uma TV que custava R\$ 2.899 no começo do ano agora sai a R\$ 2.699. Muitos consumidores acreditam que compensa mais comprar uma LED do que uma LCD de mesmo tamanho por cerca de R\$ 2.099, por exemplo”, explica.

O profissional da área de marketing digital Thiago Rodríguez foi justamente um dos consumidores que pularam a etapa do LCD e de plasma. Ele comprou sua primeira TV de tela fina já com tecnologia LED. Esperou a Copa passar para fazer a aquisição do modelo de 46 polegadas, há um mês. “Pesquisava constantemente e esperei uma oportunidade com condições melhores de preço. Paguei à vista e gastei cerca de 30% menos do que se tivesse comprado antes.”