28/05/2012 - Sony comemora resultados positivos e anuncia plano de crescimento até 2012

Empresa dobrou seu faturamento nos anos fiscais 2010 e 2011 e prevê investimento de mais de R$500 milhões no Brasil até 2014

A Sony Brasil celebra um crescimento de 24% no acumulado de seus negócios no ano fiscal 2011 (abril de 2011 a março de 2012) sobre os 65% de crescimento alcançados em 2010. Se considerados os resultados dos últimos dois anos, a empresa praticamente dobrou de tamanho no país, consolidando o Brasil como um dos mercados mais importantes para a companhia no mundo, subindo do 17º posto em 2009 para 4ª principal subsidiária da marca internacionalmente em 2011, atrás apenas dos Estados Unidos, China e Japão. Até a Copa do Mundo de 2014, a expectativa é de investir um montante acima de R$ 500 milhões no país.
“Ficamos muito satisfeitos em atingir esta marca histórica de crescimento em apenas dois anos. Só em 2011, a Sony Brasil cresceu duas vezes mais que o mercado de eletrônicos do país e acreditamos que, até a Copa do Mundo de 2014, conseguiremos duplicar nossos negócios em âmbito nacional novamente”, afirmou o presidente da empresa no país, Osamu Miura. De acordo com o executivo, a perspectiva da Sony Brasil é crescer 30% até o final do ano fiscal de 2012 (abril de 2012 a março de 2013).
O biênio 2010/2011 ficará marcado na história da Sony Brasil como o maior crescimento da companhia desde a sua instalação no País, em 1972. A empresa apresentou um crescimento de 65% em seu faturamento no ano fiscal 2010 e 24% no ano fiscal 2011. Para atingir estes números, adotou uma estratégia com o intuito de oferecer produtos focados nas necessidades e desejos do consumidor brasileiro. Executivos da empresa realizaram visitas a mais de duas mil residências em todo o país recolhendo dados dos gostos e hábitos de famílias, principalmente da classe C. A Sony ampliou sua linha de produtos fabricados no Brasil e ainda trouxe ao mercado uma série de novos produtos como o console portátil PS Vita, jogos para PlayStation 3 com dublagem em língua portuguesa, filmadoras com projetor integrado, a menor câmera com lentes intercambiáveis do mundo, a NEX-C3, cursos de fotografia online, entre outros.
O ano fiscal de 2012 também começa com uma novidade muito importante para a empresa: o lançamento do Sony Tablet neste mês de maio. O equipamento possui um design inovador em formato de revista dobrada, que oferece mais conforto para as mãos, e o melhor em tecnologia para o exigente público brasileiro, com configuração de 32 GB, conexão Wi-fi e selo de certificação PlayStation. “Também traremos neste ano fiscal ao Brasil produtos ainda mais inovadores, como o Display Pessoal 3D, e a tecnologia Sony Link, que permite total conectividade entre os diversos equipamentos”, explica Carlos Paschoal, gerente geral de Marketing da companhia.

Liderança
No segmento de câmeras compactas, a Sony já é responsável atualmente por aproximadamente 50% do market share do segmento, enquanto responde por mais de 70% em filmadoras. O segmento de televisores também apresentou resultados muito positivos em 2011, atingindo um crescimento de 100%, ultrapassando a marca de um milhão de TVs vendidas.

Para reforçar a oferta de conteúdo, neste mês de maio, chega oficialmente ao Brasil a Sony Entertainment Network (SEN), que reunirá os diferenciais da plataforma Bravia Internet Vídeo, uma loja de aplicativos Opera Store e, futuramente, aglutinará ainda a PlayStation Network, conteúdos de música e filmes online. Para celebrar o lançamento da SEN, estamos lançando no Brasil a rede de entretenimento de vídeo Crackle em toda a nossa linha de TVs.

Copa do Mundo

Com um contrato estimado em US$ 305 milhões, a Sony participará de forma ativa do mais importante evento esportivo mundial, a Copa do Mundo do Brasil, em 2014. A empresa conta com uma plataforma de ações exclusivas que inclui a possibilidade de lançar produtos em edições especiais com temáticas relacionadas ao tema, participação em grandes eventos da Fifa, como a Copa das Confederações e Mundiais de Clubes, além de gravar o tema oficial com músicos brasileiras da Sony Music.

O carro-chefe da empresa para a Copa será o 3D – uma tecnologia que deu seus primeiros passos em 2010 – e sua integração com os demais produtos da empresa. “A integração dos produtos eletrônicos com o 3D e os games permearão todas as atividades da Sony na Copa do Mundo. Teremos ações com torcedores, diversas promoções, experimentação diferenciada de produtos e muitas ações nas mídias sociais também focadas nessa tecnologia”, explica Carlos Paschoal.

SONY BRASIL EM NÚMEROS

Presente no país desde 1972;
Funcionários: mais de 3,5 mil;
Escritórios em São Paulo e Rio de Janeiro;
Fábrica instalada na Zona Franca de Manaus;
Faturamento praticamente dobrou na operação local (2010/2011);
São produzidos no Brasil TVs, câmeras digitais, filmadoras, home theaters, som automotivo, DVD players, Blu-ray players, aparelhos de áudio, notebooks e mídias.
Para saber mais, acesse: www.sony.com.br/eletronicos

Sobre a Sony Brasil

A Sony conta com 3,5 mil funcionários distribuídos em dois escritórios - São Paulo e Rio de Janeiro - e nas fábricas na Zona Franca de Manaus. Em maio de 2008, a empresa apresentou sua primeira loja própria Sony Store do Brasil e atualmente já conta com sete lojas presentes nas cidades de São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília, Salvador, Porto Alegre e São Caetano do Sul.

A empresa estrutura-se em duas áreas: Consumidor e Profissional. A primeira, voltada para o consumidor final, fabrica e comercializa toda a linha de áudio e vídeo. Já a área Profissional está dividida entre os departamentos de B2B e de Broadcast.

A Sony Brasil atingiu crescimento de 24% no ano fiscal 2011, o maior incremento entre todos os países de atuação da companhia. Nos últimos cinco anos, a empresa passou de 14ª para 4ª maior operação no mundo.

Seus processos, instalações, produtos e serviços são incorporados a um Sistema de Gestão Ambiental, que conta com o envolvimento de todos os colaboradores da empresa. Em respeito ao meio ambiente, tem como boa prática a coleta de pilhas e baterias, através dos postos de Serviço Autorizado Sony, dando a destinação adequada às mesmas.

A Sony Corporation é patrocinadora oficial da FIFA até 2014, e seu contrato de US$ 305 milhões prevê a participação em mais de 40 eventos neste período, inclusive a Copas do Mundo FIFA de 2014.

CDN – Comunicação Corporativa