

EM AÇÃO INÉDITA, MAGAZINE LUIZA TROCA TVS ANTIGAS POR MODELOS NOVOS

- Às vésperas da Copa do Mundo, Magalu fará a maior promoção de venda de TVs de sua história
- Empresa aceita TV antiga como parte do pagamento por nova
- Campanha publicitária da ação incentiva consumidor a substituir TV "zicada" da Copa do 7 a 1 por um aparelho novo

São Paulo, 13 de abril de 2018 – O Magazine Luiza, uma das maiores plataformas de varejo do país, lança hoje a maior promoção de venda de TVs de sua história. Às vésperas da Copa do Mundo da Rússia, o Magalu dobrou seu estoque do produto em relação ao mesmo período do ano passado. Numa ação inédita para incentivar a troca de aparelhos, as 860 lojas físicas da rede aceitarão os modelos usados como parte do pagamento da TV nova. Os preços pagos aos consumidores que optarem pela troca vão variar entre 100 e 1 000 reais, conforme o tempo de uso, condições dos produtos e modelo adquirido.

Numa ação também inédita, as TVs antigas compradas pela rede Magalu terão uma destinação ambientalmente correta. A Trocafone, que já é parceira do Magazine Luiza no serviço de troca de smartphones, ficará responsável pelo processo de logística reversa. O Magalu estima que pelo menos 50 000 aparelhos sejam trocados durante a promoção. Trata-se da maior ação de logística reversa envolvendo TVs do varejo brasileiro.

A Copa do Mundo da Rússia coincide com o momento de recuperação da economia, após três anos de recessão e de retração do consumo das famílias. Em 2017 foram comercializadas 10,4 milhões de unidades de televisores no Brasil. A GFK, consultoria de pesquisa, estima um aumento de 22% em 2018. Quase todo volume deve ser vendido no primeiro semestre – um comportamento de consumo típico em anos de Mundial de futebol.

"Estamos muito otimistas. Vivemos um momento de crescimento econômico e de ampliação da oferta de crédito ao consumidor", diz Frederico Trajano, CEO do Magalu.

"Por isso, acreditamos que as vendas de TV devem ser maiores que as projeções feitas pelos fabricantes. A meta é dobrar nosso faturamento nessa categoria e aumentar nossa participação de mercado."

Além da Copa, um estímulo tradicional à venda de TVs, uma série de outros fatores deve impulsionar esse movimento. Atualmente, quase 40% da base instalada no Brasil ainda são de TVs de tubo, que precisam ser adaptados para receber o sinal digital. Estima-se que menos de 30% dos aparelhos instalados no país hoje sejam smart – ou seja, têm conexão com a internet. "Há uma enorme demanda reprimida", diz Trajano.

#SAIZICA E GURU HÚNGARO COMO GAROTO PROPAGANDA

Para divulgar a promoção e incentivar a troca de aparelhos antigos por modelos novos, o Magalu lançou uma campanha publicitária baseada no humor, composta por várias fases e com um cronograma que vai até o início da Copa, em junho. A campanha de TV estréia no sábado, 14, com uma inserção no Caldeirão do Huck, na rede Globo. Rodrigo Faro e Fausto Silva também anunciarão a promoção no domingo seguinte.