

HAMILTON BEACH

Eduardo de O. Meirelles, general manager Brasil

Balço de 2013

Para a Hamilton Beach, foi o ano de implantação da operação, que compreende diversas atividades que se desenvolvem simultaneamente, desde a obtenção do CNPJ até ter os produtos em estoque disponíveis para venda, depois de superar todos os entraves de nossa burocracia. Houve tempo para terminar o ano com um primeiro faturamento realizado, uma vitória, e toda a linha, composta de 14 produtos, disponível para venda.

Fatores positivos do ano

Apesar das dificuldades para se implantar um negócio no Brasil, 2013 será marcado como o ano em que a Hamilton Beach se estabeleceu no País, com confiança e compromisso de longo prazo.

O que foi negativo

A inflação, que persistiu num patamar elevado.

Produtos lançados

Estamos começando com um portfólio de 14 produtos, em categorias como cafeteiras, ferros de passar, liquidificadores, processadores de alimentos e forno elétrico, entre outras.

Política econômica

Preferimos não opinar nessa questão.

O que falta para a economia brasileira ser mais produtiva

Aumento da produtividade e melhoria na infraestrutura do País.

Valor do dólar em 2014

Sem grandes oscilações, próximo ao patamar atual.

Expectativas para este ano

Expansão e crescimento dos negócios.

Lançamentos

Apresentaremos oito novos produtos.



Foto: Divulgação