



O MERCADO

Desde a sua criação há mais de 60 anos, o Ponto Frio acompanhou de perto a evolução e os momentos marcantes da economia brasileira. Embora o País tenha passado por diversas turbulências econômicas, a empresa se destaca pelo crescimento constante, tornando-se uma das maiores redes de eletrodomésticos, eletroeletrônicos e móveis do País.

Hoje o Ponto Frio possui mais de 380 lojas espalhadas em várias cidades de diversos estados brasileiros como Rio de Janeiro, Espírito Santo, São Paulo, Minas Gerais, Goiás, Brasília, Mato Grosso, Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul. Em São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília a rede investiu em Megastores, lojas mais amplas com atendimento diferenciado. Foi a pioneira no varejo de eletroeletrônicos no país, com operações no atacado e na internet e uma central de televendas.

Atualmente, emprega aproximadamente 7 mil funcionários e opera com 6 centros de distribuição. Em 2006, estes centros movimentaram 12,5 milhões de itens vendidos, sendo mais de 2,4 milhões de entregas realizadas diretamente pelos CDs, destacando o crescimento de 67% das entregas oriundas das Operações Virtuais.

CONQUISTAS

Durante toda a sua trajetória, o Ponto Frio recebeu diversos prêmios pela posição de destaque no mercado em que atua.



2003

- Reconhecimento no mercado pela ABT - Associação de Telemarketing como melhor Serviço de Atendimento ao Cliente - SAC.

2004

- Prêmio Consumidor Moderno em Excelência em Serviços ao Cliente no segmento de Varejo.
- Prêmio Revista Consumidor Teste – Certificação pela Excelência no Atendimento e Respeito ao Consumidor.
- Prêmio ABT – Bronze – Melhor Operação de relacionamento em Call Center Próprio ou terceirizado.

2006

- Prêmio Consumidor Moderno em Excelência em Serviços ao Cliente no segmento de Varejo.
- Prêmio Revista Consumidor Teste – Certificação pela Excelência no Atendimento e Respeito ao Consumidor.
- VIII Prêmio Consumidor Moderno de Excelência em Serviços ao Cliente, junto com o Instituto GFK Indicador. O PONTO FRIO foi o grande vencedor na categoria: Comércio Varejista.
- IX PREMIO ALSHOP/VISA 2006, a mais importante premiação do varejo

no Brasil. O Ponto Frio foi eleito pelo voto do consumidor como a melhor empresa na categoria Eletrodomésticos e Eletrônicos.

- Prêmio Colunistas Brasil 2006 – Anunciante do Ano 2006.

HISTÓRIA

O Ponto Frio foi fundado, em 1946, pelo jovem imigrante romeno Alfredo João Monteverde. Inicialmente a empresa se chamava Globex Importadora e ocupava uma pequena sala na Av. Churchil, 94, 6º andar, no Rio de Janeiro. Posteriormente, teve sua denominação social alterada para Globex Utilidades S.A.

Naquela época, a intenção de Alfredo era abrir um negócio na área de atacado, primeiramente importando pneus e outros artefatos. Era um período em que quase todos os produtos industrializados vinham do exterior e a população brasileira dependia das importações.

No início da década de 50, Monteverde abriu sua primeira loja situada na Rua Uruguaiana, nº 134, e rapidamente a loja se tornou um sucesso e uma das principais lojas de varejo de eletrodomésticos.

O PRODUTO

O Ponto Frio comercializa eletrodomésticos, eletroeletrônicos, móveis, celulares, informática e portáteis, entre outros produtos, e foi pioneiro na adoção, em grande escala, do sistema de crédito no país, assim como na busca de novos canais de vendas e serviços.

Além do diversificado portfólio de produtos, os clientes do Ponto Frio contam com serviços financeiros, seguros, garantias especiais de compra e lista de presentes.

O serviço de lista de presentes www.pontofriopresentes.com.br oferece aos noivos e noivas de todo o País a possibilidade de elaborar e divulgar, gratuitamente, suas listas de presentes por meio de ferramentas e tecnologias totalmente interativas. Trata-se do primeiro grande projeto de web 2.0 do varejo brasileiro.

Recentemente a empresa lançou o Ponto-FrioFotos. Serviço em que usuários podem revelar fotos digitais com toda comodidade, via web, além de dispor de vários formatos e facilidades.

EVOLUÇÕES RECENTES

No último ano, o Ponto Frio esteve voltado para grandes desafios e realizações em sua estrutura operacional. O compromisso com os acionistas, colaboradores, fornecedores e, especialmente, com os clientes fez com que a empresa avançasse no processo de modernização organizacional da Companhia, iniciado há alguns anos.

Em 2006, inaugurou 23 lojas, ampliou outras 6 já existentes e realizou um amplo programa de 58 reformas, com o propósito de oferecer mais conforto aos clientes e colaboradores.

Em 2007, investe fortemente em um projeto de expansão para o nordeste com um novo conceito de loja: Ponto Frio Digital. A porta de entrada foi no Estado da Bahia, com a abertura de 64 lojas a partir de setembro. Com um formato diferenciado, o Ponto Frio Digital se propõe a levar ao consumidor local sua expertise de varejo e oferece qualidade, condições de pagamento e atendimento altamente especializado.

O Ponto Frio Digital é um novo modelo de negócio que privilegia parcerias com empreendedores locais. O consumidor baiano poderá conhecer os lançamentos de tecnologia, entender suas funcionalidades por meio de consultores treinados com padrões de excelência e adquirir seu “sonho” por meio do crediário e outras facilidades que a rede tradicionalmente oferece aos seus consumidores.



COMUNICAÇÃO

O Ponto Frio foi à primeira loja de eletrodomésticos a investir maciçamente em marketing e a veicular propaganda na televisão. Iniciou suas campanhas publicitárias ainda na década de 1950, fato totalmente inovador para a época.

Em 2006, o ano de comemoração dos 60 Anos do Ponto Frio, a família Pires – Glória Pires, Cléo Pires e Orlando Morais – protagonizaram as Campanhas de Publicidade reforçando os conceitos de tradição, família, seriedade e credibilidade, valores identificados pelo público como associados à marca Ponto Frio.

Neste ano de 2007 o Ponto Frio iniciou sua Comunicação de forma bastante diferenciada, utilizando um novo conceito que combina entretenimento e propaganda. Associou-se a uma das marcas e programas de maior sucesso da televisão brasileira: BBB 7 - O Big Brother Brasil. Durante a exibição do programa foram realizadas ações de merchandising. Além disso, o Ponto Frio obteve o direito de uso da marca Big Brother Brasil em toda comunicação eletrônica, impressa e mídia externa. Também em 2007, José Mayer e Lázaro Ramos se juntaram a Cléo Pires no casting das campanhas.

Hoje o posicionamento da empresa é atender aos consumidores que apreciam tecnologia, oferecendo eletroeletrônicos de marcas líderes, soluções digitais imbatíveis e serviços que facilitam a vida, tornando a experiência de escolha e compra segura, fácil e agradável.

VALORES DA MARCA

Com valores e preceitos aplicados desde sua fundação por Alfredo Monteverde, o Ponto Frio sempre se destacou pela administração ética e responsável. Monteverde tinha plena consciência de que o sucesso de seu negócio dependia do

desenvolvimento da sociedade brasileira e estava disposto a ser um agente desse desenvolvimento econômico e social.

Em 1958 foi criada a Fundação Ponto Frio Alfredo João Monteverde, legitimando e aprimorando um eficiente sistema para prestar assistência, primeiramente aos colaboradores e posteriormente aos filhos e familiares.

Hoje além de oferecer diversas atividades e benefícios aos colaboradores e seus familiares, também atua no desenvolvimento da comunidade de Irajá, lugar onde está instalada a sede da Fundação.

O QUE VOCÊ NÃO SABIA SOBRE PONTO FRIO

- O nome Ponto Frio foi inspirado na geladeira Coldspot, principal produto importado dos EUA por Alfredo Monteverde.
- A escolha do pingüim como mascote ocorreu na chegada de um desses visitantes ao sul da Praça Mauá, no RJ. O pingüim foi adotado por Alfredo Monteverde e por Maria Consuelo, sua primeira funcionária e atual presidente da Fundação Ponto Frio.
- O Ponto Frio foi um dos pioneiros a adotar as vendas em crédito no Brasil. A análise dos créditos era feita por um “serviço de informantes”. Normalmente a compra era dividida em 4 ou 5 parcelas.
- Em 2006, para comemorar seus 60 Anos, o Ponto Frio realizou uma exposição de eletrodomésticos antigos. Esta exposição ocorreu no Museu Histórico Nacional, com o lançamento de um livro – “Eletrodomésticos – Origens, História e Design no Brasil”.

