A partir da leitura dos slides é possível perceber que o ramo dos eletrodomésticos caminha em conjunto com o ramo imobiliário, esta relação recebe o nome de bens complementares, sendo que quando aumenta-se o consumo de um bem A, aumenta-se também o consumo de um bem B. No texto em questão os bens são o meio imobiliário e os eletrodomésticos e eletroeletrônicos. Como o meio imobiliário teve desaceleramento, a indústria de eletrodomésticos sentiu a mesma queda de consumo.

Quanto à sazonalidade, é perceptível que a linha de portáteis e a linha marrom sofrem uma curva acentuada que pode ser explicada a partir dos avanços tecnológicos. Enquanto os produtos da linha branca são trocados em eventuais defeitos ou paradas completas, os produtos da linha de portáteis e da linha marrom acabam sendo trocados com maior frequência, acompanhados de avanços tecnológicos, devido a este motivos há picos em certas ocasiões do ano.

Cerca de 20% dos eletroeletrônicos vendidos no Brasil são importados. Dessa quantia, aproximadamente dois terços são importados da China, o que demonstra uma dependência significativa do mercado brasileiro. Uma mudança brusca nas exportações chinesas poderia afetar esse ramo de forma contundente no Brasil. A maior parte das importações ocorre na linha marrom e de portáteis. A linha branca não é tão afetada nesse meio.

Outra característica posta à mostra é a região de fabricação e consumo desses produtos em questão. O sudeste e o sul lideram a fábrica de eletrodomésticos, com 85% do total nacional.

As exportações de eletrodomésticos representem apenas cerca de 4%, delas sendo 80% para países da América Latina. Verifica-se aqui também uma dependência com relação ao perfil dos principais importadores do Brasil. É possível inferir que isso acontece porque em muitos subsetores o país possui tecnologias consideradas atrativas a nível local (América Latina), mas que estão defasadas em relação aos altos padrões globais. Outro dado mostrado no texto é a quantidade percentual de casas no Brasil que possuem eletroeletrônicos ou eletrodomésticos dentro de casa, como geladeiras, freezers, televisores e microcomputadores.

Os canais de venda dos eletroeletrônicos formam um oligopsônio, impondo dificuldades à entrada de novos compradores com uma concentração elevada que tende a manter baixa a margem de lucro para as empresas produtoras.