

Faturamento Líquido do Segmento (US\$ milhões)

91,0

Infra-estrutura

Os investimentos na expansão da rede GSM foram decisivos para o crescimento dos negócios no segmento de antenas, torres e infra-estrutura no exercício passado. De acordo com o Anuário, o faturamento líquido das empresas da área aumentou 43% em relação a 2003, totalizando US\$ 91 milhões. Além da expansão da receita, a maioria dos fornecedores do segmento encerrou o ano com rentabilidade sobre vendas. Entretanto, embora a demanda das operadoras móveis continue aquecida neste ano, o sinal amarelo está aceso para os fabricantes, porque não contam com a continuidade da expansão das vendas para aquelas empresas, seus principais clientes, em 2006. Por isso, procuram diversificar mercados.

Fabricante de gabinetes (*racks*) usados em ambientes externos e internos, a Knurr, de Boituva, região de Sorocaba (SP), está de olho no segmento corporativo. "A expansão da rede GSM gerou 45% do nosso faturamento no ano passado. A tendência, a partir de 2006, é o segmento corporativo suplantando a demanda das operadoras, passando a responder por 60% dos negócios", diz Thaís Schleiffer, diretora de marketing e vendas. Apurando 70% da receita líquida no segmento (US\$ 7,3 milhões) em 2004, de acordo com o Anuário, a Knurr cresceu 37%. No ano passado, a empresa investiu R\$ 2 milhões na aquisição de novos equipamentos para ampliar a produção e implantar um sistema de gestão empresarial (ERP) para modernizar a administração dos processos. Segundo Thaís, a capa-

cidade produtiva dobrou para 2 mil unidades por mês de gabinetes para ambientes externos (em estações rádio-base e bases de torres), linha que representou 50% do faturamento do ano.

Além disso, a empresa trouxe da matriz alemã a tecnologia para o desenvolvimento de três novos modelos de gabinetes que chegam ao mercado no decorrer do ano. É com esses produtos que pretende investir na conquista de novos clientes. "O mercado está muito pulverizado, a concorrência é grande e as operadoras estão cada vez menos propensas a comprar", justifica Thaís. Nessa reorientação, as vendas de gabinetes para uso em ambientes internos, como centros de processamento de dados, devem ganhar impulso. A executiva projeta encerrar 2005 pelo menos com o mesmo faturamento do ano passado. Sua única preocupação é a alta do custo da matéria-prima, já que os preços do aço e do alumínio mais que dobraram desde o final de 2003, e a Knurr não conseguiu repassar os aumentos para os preços finais. Por isso, observa a diretora, a empresa vem operando com margem apertada.

A hora e a vez de aumentar a cobertura interna

A preocupação das operadoras móveis com a otimização da rede e a melhoria da qualidade da cobertura *indoor* vão manter a demanda aquecida em 2005, avalia Sylvio Cid Perez, vice-presidente de vendas para

As Maiores

Andrew
31.048,80

Delta Energy Systems
12.637,34

Brasilsat Harald
11.926,44

As Mais Eficientes

	Pontuação	Cresc. Rec. Líq. (%)	Rent. s/vendas (%)	Rent. s/patrimônio (%)	Liquidez corrente	Endiv. s/ativo (%)
PHB	4.023,30	63,55	9,36	152,81	5,08	0,00
Seccional Brasil	3.159,20	202,26	15,27	32,80	2,25	0,00
Brasilsat Harald	2.880,10	295,19	-3,25	-1,78	6,64	0,51

Sérgio Polesso

diretor comercial

“Quem tem um custo fixo alto, está morto a qualquer balanço do mercado. Aprendemos isso quase falindo”.

Hamilton Penna



América Latina da Andrew, fabricante de antenas para estações rádiobase (ERBs). “As empresas estão empenhadas em oferecer novos serviços e permitir a transmissão de voz, dados e imagens em ambientes fechados”, afirma. A melhoria da cobertura nesses ambientes internos vai fazer a diferença na acirrada concorrência entre as operadoras, analisa o executivo. Para ele, a agressiva política da última entrante, a América Móvil, provocou uma aceleração na instalação de novos sites pelas demais empresas. Esse movimento se refletiu no bom desempenho da Andrew, tanto no mercado brasileiro (crescimento de 83%), quanto em outros países da América Latina – Argentina, Uruguai, Peru, Guatemala e Colômbia. Os produtos da empresa são utilizados por várias operadoras da região, entre elas a Telefónica Móviles, América Móvil, TIM e Nextel.

Diversificar para permanecer no mercado e crescer

No ano passado, o faturamento global da Andrew foi de US\$ 1,8 bilhão, e a corporação espera chegar aos US\$ 2 bilhões, em 2005. A América Latina, que representa de 6% a 7% desse total, cresceu 40%. No final de 2003, a Andrew adquiriu a Allen Telecom e a Celiant, ampliando seu portfólio de equipamentos *wireless* para infra-estrutura. Além disso, ampliou a produção de antenas para ERBs, de 2 mil para 7 mil unidades por mês, e lançou uma nova linha de antenas para ERBs, destinada à otimização da rede.

A paranaense Delta Energy também não tem do que reclamar. Afinal, seu faturamento líquido em 2004 aumentou 100%, para US\$ 14 milhões, dos quais 90% gerados no segmento de infra-estrutura. Com isso, diz o diretor comercial Hewton Seiji Hiroki, a empresa garantiu uma fatia de 30% do mercado de sistemas de energia de corrente contínua para alimentação de centrais de telefonia fixa e celular, que são produzidos em regime de manufatura terceirizada. Além do mercado brasileiro, a Delta Energy negocia contratos com a Argentina, Chile e Bolívia. A expectativa de Hiroki é

A corrida de recuperação da PHB

“No Brasil, quem tem um custo fixo alto, com qualquer balanço do mercado está morto. Aprendemos isso quase falindo”, ensina Sérgio Polesso, diretor comercial da PHB Eletrônica, que aprendeu direitinho a lição. Que o digam os números da empresa mais eficiente do segmento de antenas, torres e infra-estrutura do Anuário 2005. Em operação desde fins de 1984, a empresa sempre produziu fontes de alimentação de energia, com tecnologia própria, primeiro para computadores (PCs, sobretudo), a partir de 1993 para telecomunicações, boje a linha principal. Os piores anos da empresa, relata o executivo, foram os do período 1990-95, ao longo dos quais se acumularam dívidas de impostos e uma tentativa mal sucedida de montar uma planta em Manaus. O fim do sufoco, conta Polesso, começou com a primeira urna eletrônica Unisys, equipada com fonte PHB. “Foi quando ganhamos novo fôlego com encomendas de grandes volumes”, comenta. Mas a PHB não saiu ileso da era Collor: dos 450 funcionários, restaram 80, e boa parte das operações foi terceirizada.

“A PHB faz o projeto, compra materiais e executa a integração final”, afirma o executivo, garantindo, porém, que essa é uma terceirização diferente, já que os fornecedores são os mesmos desde o início. Assim como os clientes em OEM também são os mesmos: NEC, Siemens, Alcatel e Lucent. Sérgio Polesso não esconde sua satisfação quando aponta o diferencial PHB: ser uma empresa local que desenvolve seus próprios projetos, com flexibilidade para atender a demanda.

Com certificação ISO, a PHB também se beneficiou com a expansão das operadoras móveis. Se em 2005 essa demanda ainda se mantém acelerada, para o ano seguinte é importante descobrir novos nichos de negócios, razão pela qual a empresa já negocia novos modelos. Em 2006 há o fator eleições (urnas eletrônicas), além das encomendas para equipamentos de automação das lotéricas.

“Sobrevivência não é a maior preocupação da PHB porque temos razoável reserva de caixa”, garante Sérgio Polesso.

Instrumentação e testes: o sonho de dar a volta por cima.

que as exportações passem a responder por 20% do faturamento, que deve crescer 10%, este ano.

Há quase três décadas no mercado, a Seccional Brasil é uma tradicional fabricante de postes metálicos para telecomunicações, iluminação e transmissão de energia. Hoje com planta na Cidade Industrial de Curitiba, a empresa iniciou atividades, em 1976, em Itajaí (SC). Dez anos depois, um grupo de engenheiros, pesquisadores e investidores originários de empresas das áreas de aeronáutica e telecomunicações criou a Seccional Tecnologia e Engenharia (STE) que experimentou grande expansão depois da privatização do sistema Telebrás. Em 2004, de acordo com o *Anuário*, a empresa mais do que dobrou o faturamento líquido, que totalizou US\$ 5,3 milhões, a quase totalidade obtidos no segmento, além de obter expressivos índices de rentabilidade sobre vendas e retorno sobre o investimento. Primeira empresa nacional a fabricar torres monotubulares para telecomunicações, a Seccional tem parceria tecnológica com a norte-americana EMS Wireless, fabricante de antenas para ERBs. Fazem parte da carteira da empresa clientes como Embratel, Ericsson, Motorola, Nextel, Siemens, Telefônica, Telemar, TIM, TV Globo, Vivo, entre outras.

Criada em 1976 para produzir e comercializar equipamentos eletrônicos bloqueadores de DDD, a Indel – Indústria Eletrônica Ltda., de Maringá (PR), não demorou a diversificar a linha de produção: equipamentos para teste de cápsulas telefônicas, fontes de corrente contínua para alimentação de rádios monofase de telefonia rural, e produtos de maior capacidade. Certificada com qualidade ISO 9002 desde 1996, no mesmo ano assinou acordo de transferência tecnológica com a neo zelandesa Switchtec Power Systems, o que lhe possibilitou desenvolver, produzir e comercializar sistemas retificadores chaveados em alta frequência. No início de 2000, associou-se à australiana Com10 Pty para nacionalizar a produção de retificadores chaveados de alta frequência. Em 2004, o faturamento líquido da Indel ficou próximo dos US\$ 9 milhões.

A esperança dos fornecedores de equipamentos e sistemas de instrumentação e testes para 2005 está na expansão da base de celulares habilitados e no avanço de novas tecnologias de comunicação sem-fio, como o Wi-Fi e o Wi-Max. Isso porque, no ano passado, pelos cálculos do Anuário, a receita das empresas do segmento encolheu drasticamente para US\$ 15,6 milhões. Neste ano, a expectativa de crescimento gira em torno de 15%. “Esperamos que 2005 seja um ano melhor, visto que as operadoras móveis devem investir na otimização da rede, e as fixas redes de próxima geração (NGN)”, pondera Dario Akao, diretor de marketing da Agilent Technologies.

No ano passado, a receita líquida da empresa foi de US\$ 39 milhões, 30% a mais do que em 2003. Os negócios no setor de telecomunicações contribuíram com US\$ 17,5 milhões, 80% dos quais no segmento. As vendas de equipamentos para medição e testes representaram 40% do faturamento, e o restante foi gerado pelo desenvolvimento de software customizados para automação de testes e medição, aplicações de provisionamento e de gerenciamento da rede, entre outras, informa Akao.

Agilent fornece uma ampla linha de equipamentos para medição e testes que cobre toda a cadeia de valor do setor de telecomunicações. De acordo com a Akao, a expansão da base de acessos celulares, além de demandar mais equipamentos para testes e medição, tem efeito multiplicador para os fornecedores de matérias-primas e as indústrias de componentes, até a ponta dos fabricantes de equipamentos para a infra-estrutura da rede. Por outro lado, o diretor observa que o estímulo do governo às exportações de software também deve contribuir para o crescimento das vendas de sistemas para automação de testes e medição. Na avaliação de Akao, o ano de 2005 começou com a demanda aquecida. Nos três primeiros meses, a empresa registrou crescimento de 3% na área de testes e medição, em comparação ao mesmo período de 2003.