

Componentes, partes e peças

100,7

A exemplo de 2004, o ano passado não foi dos mais satisfatórios para o segmento de componentes, partes e peças. A falta de uma política nacional de produção industrial é uma das razões por trás do cenário desanimador, segundo Francisco Rosa, diretor da Abinee (Associação Brasileira da Indústria Elétrica e Eletrônica). "Se comparada com todos os segmentos do complexo eletroeletrônico, a área de componentes apresentou o pior desempenho do ano, com registro do menor crescimento de faturamento em reais", afirma Francisco Rosa. Para este ano, os números devem ser igualmente insatisfatórios. A explicação para tantas dificuldades pode ser compreendida ao se observar o aumento das importações de componentes que, no ano passado, subiu 23%. Enquanto isso, a indústria local se retraiu em todo o país.

A análise do *Anuário Telecom 2006* mostra que, das 178 empresas cujos balanços foram analisados (nesse número não estão incluídas as *holdings*), 6% realizaram negócios no segmento de componentes, partes e peças, e registraram uma receita de US\$ 100,7 milhões em 2005. A demanda foi por semicondutores, circuitos impressos e componentes passivos (capacitores e conectores).

A Abinee constata que a indústria local se retraiu em todo o país. Francisco Rosa lembra que a indústria de componentes sofre maior tributação na cadeia produtiva que o item importado. Resultado: no ano passado, o faturamento do setor de componentes elétricos e eletrô-

nicos, o que envolve partes e peças, caiu cerca de 1% em reais. Dos R\$ 8,697 bilhões de 2004, baixou para R\$ 8,653 bilhões em 2005, nos números apurados pela Abinee.

Se houve baixa de um lado, de outro há componentes que têm apresentado boa demanda desde o ano passado, como é o caso dos semicondutores, circuitos impressos e componentes passivos (capacitores e conectores). De forma geral, eles atendem as áreas de telecomunicações, informática, indústria e setor automobilístico.

E esse aquecimento levou a um bom desempenho de algumas indústrias, caso, por exemplo, da Freescale Semicondutores, especializada no *design* e na manufatura de semicondutores para os mercados automotivo, de bens de consumo, industrial, de rede e de comunicação sem-fio. A empresa teve um 2005 marcado pela consolidação pós-separação da Motorola, ocorrida no ano anterior, e um desempenho que deixou boas lembranças. Principalmente no que diz respeito ao *boom* de venda de aparelhos celulares.

Antonio Calmon, diretor-geral da Freescale Semicondutores no Brasil e Cone Sul, diz que o ano de 2005 não só apresentou bons resultados como também foi importante para preparar a empresa para o que ela é agora. Se há dois anos a ação da Freescale valia US\$ 13, no final do primeiro semestre deste ano estava cotada a US\$ 32. Esse salto foi possível graças às mudanças ocorridas na empresa, que deixou de vender *commodity* para comercializar uma solução completa como *chips* com inteligência para telecom, infra-estrutura de telecom, infra-estrutura de rádio, entre outros produtos. "Temos registrado boas vendas desde o ano passado com a alta saída de *handsets*", afirma Calmon. Os *chipsets* da Freescale encontram-se dentro de aparelhos fabricados por várias empresas como a Motorola.

Calmon afirma que para a Freescale, 2005 foi bom nos setores automotivo, de telecomunicações, de equipamentos de dados para operadoras e na área industrial. Telecom representa 35% do negócio da Freescale e foi bem no ano passado por uma particularidade interessante: o desaquecimento do mercado levou as operadoras a

As Maiores

Intel do Brasil
85.893,00

Intelbras
6.805,43

Brasilsat Harald
1.367,39

buscarem novas plataformas celulares. “Se não está vendendo muito, o cliente vem na sua porta com novos projetos. Quando está em alta não há tantos novos projetos”, conta Calmon. Muitos projetos conduzidos no ano passado começam a dar frutos agora, com a chegada de novos aparelhos ao mercado.

O fato de trabalhar dentro da modalidade *one stop shop* parece ser um dos fatores de sucesso da Freescale. “Se a gente oferece só o *chip* para o cliente, sem o *software*, e com a necessidade de ele ter de desenvolver do zero, ele está morto”, afirma ele. Na disputa pelo mercado, os fabricantes buscam componentes com *software* e alto valor agregado para conseguir produzir novos aparelhos celulares em oito semanas, contra a média de dois anos do passado.

A onda de mobilidade que assola o país e o fato de a indústria de telecomunicações transitar mais agressivamente do ambiente analógico para o digital foram muito positivos para o desempenho da divisão de comunicações da Intel, no ano passado. No levantamento do *Anuário Telecom*, a Intel do Brasil se destaca como a maior empresa do segmento de componentes, com uma receita de US\$ 85,9 milhões nessa área. Abrangendo componentes variados como processadores para dispositivos de mobilidade — *smart phones*, *notebooks*, memórias *flash* e processadores de rede para equipamentos de infra-estrutura de telecomunicações —, a área responde por 20% da receita da Intel na América Latina e no Brasil, segundo Ronaldo Miranda, até julho diretor de mobilidade e comunicação da Intel para a América Latina.

A divisão de comunicações é tão emergente que, no ano passado, registrou um aumento de 38% nas vendas, devendo atingir a casa dos 35% em 2006, graças à demanda dos fabricantes de equipamentos de infra-estrutura como Nortel, NEC e Cisco, operadoras e provedores de serviços de telecomunicações.

A divisão de comunicações da Intel — também chamada de Telecom — é dividida em dois grandes segmentos: infra-estrutura e mobilidade. Enquanto o primeiro responde por 40% da divisão e é composto por infra-estrutura para operadoras fixas e móveis, o que inclui componen-

tes para roteadores, *gateways*, ERBs e servidores para telecom, o segundo atende os 60% restantes e compõe-se por memórias *flash* e processadores. Mobilidade é a área que mais cresce dentro da Intel hoje.

Com o mercado de aparelhos celulares crescendo a taxas superiores a 50% ao ano e a previsão de as vendas de *notebooks* dobrarem neste ano em relação a 2005, a Intel aposta no aumento de suas vendas, principalmente de X-Scale para a área de celular. Trata-se de uma família de alta performance usada por *smart phones* que leva tecnologia dos PCs aos celulares.

Com a base e o meio da pirâmide se movendo para cima, Ronaldo Miranda diz que a venda desses equipamentos cresceu três vezes de 2004 para 2005 e já registra 8 milhões de usuários. Com fabricantes como Motorola e Siemens produzindo *smart phones* no Brasil, o crescimento desse mercado triplicou para a Intel.

Na RFS, fabricante de sistemas de radiofrequência para operações fixas, móveis e *indoor* (metrô, mina, indústria), o ano de 2005 foi considerado extremamente satisfatório. Segundo Luis Antonio Alves de Oliveira, diretor-presidente da RFS Brasil e América Latina, toda região latino-americana esteve aquecida por conta do *boom* do GSM e pela grande movimentação em mercados fortes como Argentina e Colômbia. Resultado: a RFS aumentou suas vendas em 40% e telecom representa 70% de seu faturamento.

Embora o ano passado tenha sido bom para a RFS, 2006 começou hesitante e fechou o primeiro semestre sem grandes números. Ao contrário de 2005, em que as vendas para as operadoras móveis foram crescentes por causa do avanço do GSM, a entrada do mercado na chamada fase de *churning* está fazendo com que as operações móveis atuem de maneira mais contida nas compras.

“Hoje, para uma operadora ganhar um cliente ele tem que ser arrancado do concorrente, o que é diferente de se trabalhar o mercado virgem”, analisa o diretor-presidente da RFS Brasil. Embora o mercado brasileiro esteja retraído, Oliveira diz que a RFS espera fechar o ano em alta de 15%, já que Argentina e Colômbia encontram-se bastante aquecidas no momento.