

132,0

## Infra-estrutura

### O ano de 2005 foi satisfatório no que diz respeito às

vendas de antenas, torres e infra-estrutura. De um lado, as operadoras tiveram que investir na ampliação ou melhoria de *sites*, o que levou à compra de novas estruturas físicas. Do outro, os fornecedores desse tipo de produto foram obrigados a avançar na tecnologia para resolver problemas como os de estética e de peso das torres, cada vez mais sobrecarregadas, sem espaço e capacidade para sustentar o próprio volume e o peso do ar.

Diante de todas essas oportunidades, a Andrew lançou vários produtos no ano passado, o que ajudou a fortalecer suas vendas e a obter um bom resultado em 2005. Sua atuação fez com que se desatacasse no *ranking* do *Anuário Telecom* como a maior empresa do segmento de infra-estrutura, com receita líquida de US\$ 51,7 milhões, volume que representa 53% da receita líquida da empresa (US\$ 97,5 milhões) em telecom. Mas não foi só isso. A exemplo do segmento de fios e cabos, que se beneficiou com a chegada da América Móvil, a controladora da Claro no Brasil, o de antenas também vivenciou um dos melhores anos dos últimos tempos. O segmento de antenas, torres e infra-estrutura analisado pelo *Anuário* registrou, em 2005, receita líquida de US\$ 132 milhões, crescimento de 45%, em dólares, em relação a 2004. Segundo Sylvio Cid Peres, vice-presidente da Andrew para a América Latina, a construção e ampliação da infra-estrutura de operadoras como Vivo, TIM e Claro foi forte e agitou tanto o mercado interno quanto externo.

Além de vender antenas para clientes da Bolívia, Uruguai, Paraguai e Chile, a Andrew do Brasil também exporta para a Andrew norte-americana em momentos de pico daquele mercado. Se no ano passado as exportações da Andrew representaram cerca de 35% do seu faturamento, neste ano devem cair para 25%, por conta do câmbio e do custo Brasil. "Com a constante queda do dólar, a Andrew Brasil vem perdendo competitividade em relação à Andrew do México e à da China", conta Peres.

Por causa da alta demanda interna e externa de 2005, as duas fábricas de Sorocaba (SP) da Andrew deixaram de trabalhar em um único turno para operar em três no ano passado. Conseqüentemente, a venda de algumas linhas teve aumento na casa de dois dígitos. Embora não divulgue números do Brasil, o crescimento das vendas da Andrew na América Latina, com exceção do México, foi de 28,7% no ano fiscal de 2005 em relação a 2004. Este ano, entretanto, o crescimento deverá ser de 15%, estima Peres.

Ao contrário de 2003, que foi considerado um fiasco, os anos de 2004 e 2005 foram bons para venda de antenas. No ano passado, Peres diz que sua empresa saiu com uma família que atua com até três bandas por antena. Trata-se da Three Band Antena, cujo objetivo é minimizar espaço nas torres. No ciclo de altas e baixas, o Brasil retorna ao momento de baixa com a paralisação do mercado. "As operadoras não estão comprando", reclama Peres. Resultado: a Andrew Brasil não deve crescer

### As Maiores

Andrew  
51.665,46

Alcatel  
20.425,74

Brasilsat Harald  
12.404,21

### As Mais Eficientes

	Pontuação	Cresc. Rec. Líq. (%)	Rent. s/vendas (%)	Rent. s/patrimônio (%)	Liquidez corrente	Endiv. s/ ativo (%)
<b>Seccional</b>	2.342,50	40,04	29,75	49,31	6,34	0,00
<b>Delta Energy Systems</b>	870,00	2,88	8,59	28,46	1,71	0,28
<b>Indel</b>	859,50	17,89	3,16	34,25	2,00	11,92

## Paulo Abreu Jr.

diretor

**Vencidas as limitações tecnológicas, postes de até 60 metros.**

divulgação



DESTAQUE DO ANO

este ano, embora a expectativa para o segundo semestre seja de recuperação.

O ano também foi bom para a Delta Energy Sisytems Brasil, fornecedora de equipamentos de corrente contínua para telecom. Para Giovanni Ruggiero, diretor-presidente da Delta, o mercado consumiu volumes consideráveis no ano passado, o que levou sua empresa a aumentar a receita em 15%. As compras vieram das operadoras móveis, com destaque para a Claro, a TIM e a Oi, que abriram a carteira em um ano recheado de apostas para atrair e fidelizar o assinante.

Depois da boa colheita de 2005, este ano já vem demonstrando escassez desde o primeiro semestre. Preocupado com a paralisação do mercado de telecom que tem consumido poucos equipamentos, Ruggiero diz que é muito difícil a Delta registrar crescimento este ano. "O movimento está fraco para todo o setor por causa da tão falada saturação", afirma Ruggiero, que já cita a palavra crise.

Dificuldades momentâneas ou crise para valer, a verdade é que a Delta tem sua receita calcada nas operadoras e nos fabricantes de ERBs de GSM e CDMA, como Siemens, Ericsson, Nokia e Nortel. Para as coisas irem bem para a Delta é preciso que elas também sigam bem entre seus clientes. O fato de os equipamentos de corrente contínua, responsáveis por alimentar as ERBs, terem vida útil longa (média de 15 anos) acaba por impedir sua troca constante.

Para Ruggiero, há uma crise visível na área de fabricação de equipamentos para telecomunicações, motivada principalmente pela infra-estrutura completa, montada anteriormente pelas operadoras móveis de telecomunicações. Para acentuar ainda mais o problema, Ruggiero diz que sua área também não tem como trabalhar o mercado de exportações. Como os equipamentos de corrente contínua costumam ter vida útil de mais de uma década, na prática, não geram demanda e, portanto, não justificam a abertura de filiais ou o fechamento de parcerias para realizar trabalhos comerciais em outros países. Ao observar o mercado das operadoras fixas, para o qual a Delta também produz equipamentos, pode-se dizer que o cenário é igualmente desanimador. Ruggiero conta que

## A Seccional aposta em P&D

*Pesquisa & Desenvolvimento é um dos temas mais constantes na pauta da Seccional Brasil, empresa que fabrica torres e postes metálicos para operadoras móveis e fixas, além de equipamentos para outros setores como o de energia. Para enfrentar a concorrência, atrair clientes mesmo em tempos de crise e turbinar as vendas, a Seccional Brasil dedicou uma média de 28% do faturamento anual dos últimos três anos integralmente a P&D. Seus resultados representam mais de 50% do faturamento da empresa durante a vida. A atuação da Seccional a colocou como a mais eficiente do segmento de antenas, torres e infra-estrutura analisado pelo Anuário Telecom, com uma receita líquida de aproximadamente US\$ 7 milhões nesse segmento. A empresa situada em Curitiba (PR) possui cinco patentes depositadas no INPI (Instituto Nacional da Propriedade Industrial). No ano passado, ainda ganhou o Prêmio Finep de Inovação Tecnológica e o Prêmio CNI de Parcerias para Inovação da Confederação Nacional das Indústrias, com o case Tecnologias Inovadoras para Estruturas Verticais.*

*Com a onda de legislações que tem proibido a instalação de torres treliçadas nas grandes cidades – reclama-se de poluição visual, fator que deve restringi-las às estradas e ao interior –, a Seccional conseguiu resolver a questão com a ajuda da tecnologia. Desenvolveu postes especiais (estrutura monotubular), já adquiridos e utilizados por operadoras como Vivo, Claro, TIM e Nextel.*

*"Antigamente, nós não produzíamos por limitação tecnológica. Hoje, fabricamos postes de até 60 metros de altura e carregamento para 40 metros quadrados de antenas", conta Paulo Abreu Jr., diretor da Seccional Brasil. A tecnologia ajuda a empresa a crescer no mercado, mas nem sempre elas são suficientes para lidar com as baixas do mercado. No primeiro semestre deste ano, a área de telecom da Seccional registrou queda de 10% nas vendas.*

## A tecnologia sem-fio garante mercado para instrumentação e testes

*O avanço das tecnologias de comunicação sem-fio WiFi e WiMAX e a aposta das operadoras móveis na otimização das redes levou o segmento de instrumentação e testes a viver bons momentos em 2005. A receita líquida do segmento, em 2005, de US\$ 22,4 milhões, representa um crescimento de 43,8% em relação ao ano anterior, conforme os números apurados pelo Anuário Telecom 2006. Especializada na fabricação e comercialização de instrumentos de teste voltados aos fornecedores e operadoras de telecomunicações que querem garantir a qualidade dos produtos e serviços, a Agilent Technologies teve um ano muito bom, segundo Dario Akao, diretor de marketing. Conforme levantamento do Anuário Telecom, a empresa teve uma receita líquida de US\$ 42 milhões, sendo que US\$ 17,5 milhões vieram do segmento de instrumentação e testes. Esse bom desempenho está ligado ao crescimento do mercado como um todo, com destaque para as operadoras móveis que ampliaram o número de linhas de celulares. O aumento na base levou a um investimento agressivo de instrumentos para testes de Estações Rádio-Base (ERBs), ferramentas para otimização da rede e instrumentos para teste da rede de sinalização. "Desde o ano passado, o mercado tem*

*buscado instrumentos que checam a qualidade de serviço de redes metropolitanas, bem como soluções para teste de celulares", diz Akao.*

*Outra área que também tem registrado uma procura grande é a de infra-estrutura da rede de dados. Na prática, tudo isso se traduz na venda de produtos focados na área de telecomunicações como testador de terminais celulares, testador de bluetooth e WiFi, analisador de protocolos, testador de rede Metro Ethernet, analisador de fibra óptica, entre outros equipamentos. Por tudo isso, a Agilent espera um crescimento superior a 15% em 2006 em relação ao ano passado.*

*Assim como a Agilent, que já tem realizado vários testes tanto de modems quanto de redes WiMAX, a Intel também anda de olho na expansão das redes e equipamentos WiFi e no boom que o WiMAX promete proporcionar. Segundo Ronaldo Miranda, até julho diretor de mobilidade e comunicação da Intel para a América Latina, a área de infra-estrutura da companhia tem investido na construção e no estímulo de adoção de redes WiFi e WiMAX na América Latina. Para isso, a Intel tem trabalhado, por exemplo, no teste de uso de um único chip no micro para trabalhar em todas as redes (WiFi e WiMAX).*

esse mercado sobrevive mais à base de readequação das plantas que de novos projetos. Ou seja, há uma demanda ocasional por novos equipamentos.

Especializada em projetar, produzir e integrar sistemas de rack, gabinetes e tecnologia de resfriamento para indústrias de TI e telecomunicações, a Knürr registrou em 2005 bastante satisfatório. "Não temos do que nos queixar: O ano passado foi o melhor para a gente no mercado de telecom", afirma Thais Schleisser, diretora de vendas e marketing da Knürr. As vendas cresceram 11% em decorrência do movimento das operadoras rumo ao GSM. Em relação a este ano e ao próximo, a Knürr já não espera uma maré tão alta nos negócios. "Depois dos

investimentos realizados, agora o momento é mais de manutenção e não de construção", analisa Thais. Por isso, a previsão da Knürr é estabilizar as vendas deste ano em relação a 2005. No pior dos casos, viverá um período de ligeira queda.

As fusões que caracterizam os setores de TI, telecom e infra-estrutura em todo o mundo atingiram a Knürr no primeiro semestre, com o anúncio de sua aquisição pela Emerson Network Power, divisão da holding Emerson. O valor global do acordo foi de cerca de 80 milhões de euros. Com a aquisição da Knürr, a empresa passa a oferecer uma gama grande de soluções de rack e sistemas integrados para sites de datacenters e telecom.