

US\$ **498,8** milhões

> FATURAMENTO LÍQUIDO DO SEGMENTO

## Fios e cabos

**A crise deflagrada nesse setor em 2001-2002 parece ter sido definitivamente exorcizada em 2006.** De lá para cá, depois que sofreu os perversos efeitos da retração, o setor só cresceu. A maioria dos fabricantes do setor cresceu em 2007, mas, escaldados, eles nem pensam em desviar o olhar do mercado externo para responder ao apelo de demanda que aqui se instalou, por conta de novos projetos, que exigirem soluções de cabeamento.

Ao contrário, todos sonham com a ampliação dos negócios. É o caso da Furukawa, cujo presidente, Foad Shaikhzadeh, disposto a aumentar a receita de 2008 explorando o potencial dos mercados latino-americanos, visitou Asunción no começo do segundo semestre, a convite do principal distribuidor da marca naquele país: a Zadock Internacional.

“A Furukawa está incentivando e apoiando, cada vez mais, os parceiros que se dedicam à marca e seguem nossa orientação, de privilegiar o atendimento aos clientes. O Paraguai é um dos países que, em 2007, mais cresceram na operação da América Latina, graças ao excelente serviço prestado pela Zadock às empresas de diferentes segmentos econômicos e ao governo.”

A Furukawa fechou 2007 com receita de US\$ 149,9 milhões (9% maior em relação a 2006), e se consolida cada vez mais nos mercados sul-americanos. Atualmente, segundo Shaikhzadeh, tem como referencial a estratégia, bem-sucedida, adotada para o mercado brasileiro. “Ao longo dos últimos anos nos concentramos em fortalecer os canais de venda, formado por distribuidores e integradores, gerando nova cultura de relacionamento entre a indústria e o mercado brasileiro.”

As exportações da marca, em 2007, somaram cerca de US\$ 35 milhões da receita (25%), sendo que 40% disso se refere às soluções em *cabling*. Os outros 60% vêm da venda de produtos ópticos e metálicos para telecom. Nesse cenário positivo a companhia iniciou, no começo de 2008, uma segunda fase na abordagem do mercado externo, aplicando uma série de ações que envolvem logística e atendimento ao cliente final. Ao

propor aos canais sul-americanos o Registro de Projetos, a Furukawa garante o acompanhamento ponta a ponta no processo de atendimento. E com seu modelo *just in time* orienta para a melhor logística, com aproveitamento racional de estoques, otimização de fluxo de caixa e agilidade na entrega dos materiais.

A pauta de exportações da Furukawa do Brasil se compõe de soluções avançadas de cabeamento estruturado em categoria 6a e as linhas de produtos para *datacenter*, com prioridade para a recém-lançada plataforma solução ITMAX, e sistemas que asseguram o melhor desempenho e segurança das redes de missão crítica.

A Telcon Fios e Cabos vai na mesma direção: o mercado externo. Não é por acaso que conquistou o Prêmio Exporta, São Paulo – 2007, dentro das atividades do Projeto Exporta, São Paulo.

O projeto é fruto do acordo de cooperação que uniu o governo do estado, por intermédio da Secretaria de Desenvolvimento, a Federação das Associações Comerciais do Estado de São Paulo (FACESP) e a São Paulo Chamber of Commerce/Associação Comercial de São Paulo (ACSP). A idéia é fomentar as exportações paulistas, com o incremento da base exportadora, notadamente de produtores de tamanho médio no máximo, envolvendo pessoas jurídicas e físicas.

A Telcon fica em Sorocaba (SP) e começou a operar em 1987 na fabricação de cabos metálicos para redes telefônicas externas. Em 1993, introduziu a linha de cabos de fibras ópticas. No ano 2000, associou-se à Draka Holding, atualmente Draka Comteq. Com numerosa família de produtos, atende a todas as necessidades de fios telefônicos, cabos metálicos e cabos ópticos para redes de telecomunicações e dados.

No ano de 2007, o fato mais importante nesse mercado foi a compra da Andrew Corporation pela CommScope, pela quantia de US\$ 2,6 bilhões. Juntas, as duas marcas passaram a valer US\$ 3,8 bilhões, vendendo o mais amplo conjunto de soluções de infra-estrutura para vídeo, voz, dados e mobilidade.



### Armando Comparato Júnior

vice-presidente

Passadas as tempestades, a empresa se tornou mais forte e mais experiente.



divulgação

## A Prysmian aprendeu a lutar por dias melhores

A exportação, a exemplo do que fizeram os concorrentes, foi a saída adotada pela Prysmian, ex-Pirelli, quando o mercado interno de fios e cabos se retraiu, seis anos atrás. Uma saída que, entretanto, levou a empresa muito além do que ela própria imaginara. “A gente queria aumentar a lucratividade, que quase chegava a zero”, diz Armando Comparato Júnior, vice-presidente. “Mas, no final, passada a tempestade, o que se construiu foi uma empresa forte, experiente, agora pronta para tudo. Mais do que isso, capaz de aproveitar qualquer oportunidade.”

Ora, se a maturidade, atualmente, segundo ele, permite à Prysmian transformar em lucro qualquer melhoria, mesmo a mais leve, fica fácil imaginar quanto a empresa pode faturar numa economia melhor. Em 2007, a receita líquida chegou perto de US\$ 120 milhões; cresceu 6% em relação a 2006. Desse total, 40% dizem respeito a um grande projeto de exportação de cabos ópticos para a Venezuela.

“É pouco? É pouco”, diz Armando. “Mas quem já esteve no fundo do poço não pode se queixar.” O ano teria sido melhor, não fosse a desvalorização cambial, que de novo quase zerou a rentabilidade das exportações. Mas o resultado também não contenta. “A Prysmian sonha com dias muito melhores, em 2008 e 2009.”

Com apenas 50% de saturação da fábrica, o que lhe deixa margem de manobra caso seja preciso, de uma hora para outra, aumentar a produção, a Prysmian está plantada na cidade de Vila Velha, Espírito Santo. Lá, ela produz a tecnologia de fibras ópticas — para onde ainda evolui o mercado brasileiro, saindo dos cabos de telefonia convencional. Esse produto, além de alimentar os mercados latino-americanos, em 2007, sustentou vários projetos-piloto pelos quais Brasil Telecom, Oi e Telefônica se dispõem a levar fibras ópticas ao usuário final, Brasil afora. Atualmente, a empresa começa a pensar no futuro, que já chegou: os cabos OPGW (*optical fiber ground wire*), para uso em sistemas de transmissão de energia nas zonas rurais.

A Prysmian, presente em 21 países, emprega, nos cinco continentes, mais de 12 mil pessoas. Ela fatura, por ano, mais de 3,5 bilhões de euros. No Brasil, são cinco fábricas e 900 funcionários. A produção compõe uma linha completa de fios e cabos para diversas aplicações, além das telecomunicações: fios e cabos para uso geral em baixa tensão, cabos para ligação de equipamentos, cabos de potência em média tensão, cabos aéreos para distribuição de energia, cabos nus em alumínio, linha offshore, acessórios para energia.

### As Maiores

**Furukawa**  
149.943,51

**Prysmian Telecom**  
119.712,91

**Telcon**  
98.409,19

### As Mais Eficientes

	Pontuação	Cresc. Rec. Líq. (%)	Rent. s/vendas (%)	Rent. s/ patrimônio (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)
<b>Prysmian Telecom</b>	1.388,40	41,57	11,02	32,06	2,30	2,21
<b>Telcon</b>	992,50	37,55	6,72	26,47	1,54	12,94
<b>Furukawa</b>	989,90	20,89	5,76	29,95	0,92	0,00

> Por receita líquida no segmento (US\$ mil)