

Desktop perde espaço, mas permanece vivo

André Borges, Gustavo Brigatto e João Luiz Rosa

Ele reinou absoluto desde seu nascimento, em 1981, quando a IBM revolucionou o mundo da tecnologia ao levar seu primeiro Personal Computer (PC) para além das fronteiras dos escritórios. O computador de mesa, finalmente, deixava de ser uma ferramenta destinada a especialistas para entrar na casa das pessoas comuns.

De lá para cá, os desktops foram objeto de uma infinidade de inovações, alterando por completo seus formatos e recursos. Na última década, porém, a explosão da internet e a busca obsessiva pela mobilidade colocou essa capacidade de transformação em xeque: afinal, os desktops estão com os dias contados?

De acordo com alguns números de mercado, o cenário parece pouco animador para os micros de mesa. Em mercados desenvolvidos, como Estados Unidos, Japão e Alemanha, os notebooks já representam, de longe, a maior fatia dos PCs vendidos. Mundialmente, os notebooks mostram sua força em resultados de companhias como a Apple. No trimestre encerrado em julho, a Apple apresentou uma queda de 10% na venda de PCs de mesa - de 943 mil para 849 mil unidades -, enquanto os notebooks cresceram 13%, para 1,75 milhão de máquinas.

No Brasil, quarto maior mercado de PCs do mundo, os laptops já são um terço do mercado. Resultados de companhias como a Positivo Informática ajudam a reforçar essa tendência. No primeiro semestre, mesmo sob efeito da crise econômica, a Positivo vendeu 288 mil unidades de seus portáteis, 52% a mais que o volume vendido entre janeiro e junho de 2008. No mesmo período, a venda de PCs de mesa caiu 16%. Em junho do ano passado, os portáteis respondiam por 29% dos micros vendidos pela companhia, diz César Aymoré, diretor de marketing da Positivo. Em junho deste ano, essa participação saltou para 40,7%.

O interesse pelos equipamentos portáteis está claro para redes de varejo como a Fnac, onde os computadores de mesa perderam o posto de preferidos do consumidor há quatro anos. Segundo Leandro Cançado, diretor de eletroeletrônicos da varejista francesa, laptops e netbooks representam hoje 80% das vendas de computadores. Nas prateleiras estão 45 modelos de notebooks, 12 de netbooks e 30 computadores de mesa.

A popularidade dos portáteis, diz Cançado, está ligada não só aos avanços tecnológicos e à queda de preço dos equipamentos, mas também à evolução de acessórios como roteadores e pen drives. "A tendência é de que os desktops representem menos de 20% das vendas, mas não desapareçam. Eles vão evoluir e virar centros de entretenimento."

Embora o ritmo dos laptops esteja acelerado no Brasil, a previsão é de que os micros de mesa vão preservar seu domínio no país por um bom tempo. Dos 10,4 milhões de PCs que serão vendidos este ano, 67% ainda serão desktops, de acordo com a consultoria IDC. A previsão é de que essa participação caia gradativamente - para 61% no ano que vem e 53% em 2011. Os notebooks, diz o analista José Martim Juacida, só serão maioria em 2012, quando os micros de mesa ficarão com 46% do mercado.

A resistência dos desktops no Brasil deve-se a uma combinação de fatores, a começar pela renda do consumidor que está comprando seu primeiro micro. "O poder aquisitivo de grande parte da população melhorou, mas ainda não é alto [o suficiente para adquirir um portátil]", diz Juacida.

Hoje, apenas 25% dos domicílios brasileiros têm computador. A classe C, a mais robusta do país, é a que mais tem puxado as vendas do setor. Essa força do mercado local de desktops foi o que levou a Hewlett-Packard (HP) a eleger, neste ano, o Brasil e a China como suas duas prioridades mundiais para vendas de micros de mesa, diz Dante Avanzi, gerente de desktops da HP.

O poder de resistência dos desktops não é influenciado somente pelo bolso do usuário novato. O perfil de uso também conta. "Para muita gente, o computador ainda não é pessoal - é

familiar", diz Juacida, do IDC. A mesma máquina é compartilhada por vários membros da família, do pai que usa o computador para trabalhar aos filhos pequenos, mais interessados em navegar na web ou em disputar games on-line. Nesse tipo de arranjo, afirma o analista, a preferência recai sobre o desktop, porque ele permite aos pais um controle mais eficaz do acesso dos filhos, entre outras razões.

Outros fatores jogam a favor do PC de mesa. A Accept, fabricante acostumada às vendas empresariais, encontrou na segmentação o caminho para entrar no varejo de computadores. Em junho, ela lançou uma linha com sete equipamentos voltados para quem gosta de jogos eletrônicos. "O gamer não consegue jogar em um notebook", diz Silvio Campos, diretor da Accept.

Segundo o executivo, 5% das vendas de PCs no Brasil são feitas por quem gosta de jogar. Para este público, um notebook, além de ser desconfortável, não é capaz de oferecer o desempenho necessário para rodar jogos mais modernos. As máquinas da Accept custam de R\$ 2,5 mil a R\$ 10 mil e chegam a pesar 35 quilos.

Essa capacidade de transformação do desktop é que garantirá seu lugar no futuro, diz Tomi Ahohen, consultor e especialista em telecomunicações da Universidade de Oxford. "Os notebooks vão engolir cada vez mais o espaço dos desktops, mas esses PCs não vão morrer."

A garantia de sobrevivência dos desktops, comenta Ahohen, está atrelada ao seu mais fiel usuário: as empresas. "Imagine uma central de atendimento ao cliente. É uma situação em que a mobilidade oferecida pelo notebook é absolutamente dispensável."

O especialista acredita, no entanto, que a capacidade de expansão mundial dos micros de mesa começa a arrefecer. "Ultrapassamos a marca de 1 bilhão de desktops no mundo, mas nunca chegaremos à de 2 bilhões, ao passo que atingiremos um volume de 7 bilhões a 9 bilhões de celulares em todo o planeta."

A utilização deste artigo é exclusiva da Editora Fênix

Evolução da espécie

Em 28 anos, o PC saiu do escritório para ocupar seu lugar na sala de estar



1981

A IBM apresentou o primeiro computador pessoal (PC, na sigla em inglês), equipado com o lendário software DOS 1.0. Com o "IBM Personal Computer", falou-se pela primeira vez sobre o uso do equipamento fora do ambiente do trabalho, mas também em casa e na escola



1984

Com o lançamento do PC-AT, a IBM lançou o primeiro modelo de computador com a entrada de disquete de 5,25 polegadas, modelo que se tornaria padrão do setor e seria o precursor dos disquetes de 3,5 polegadas. O PC-AT já usava o chip 286, da Intel



1987

O Personal System/2, ou simplesmente PS/2, foi o modelo em que a IBM passou a rivalizar, pela primeira vez, com o sistema operacional Windows, da Microsoft. O equipamento marcou o lançamento do OS/2, sistema operacional da própria IBM que na época, competia com o software do jovem Bill Gates



1994

O modelo Aptiva, da IBM, teria uma série de versões. A primeira era equipada com o Windows 3.1 e o famoso processador 486, da Intel. Nos anos seguintes, o Aptiva marcaria a estreia do chip Pentium, da Intel, e do Windows 95. A linha Aptiva foi mantida até 2000



1998

Com suas máquinas coloridas e o mouse redondo, a Apple revolucionou de vez o conceito de desktop. O primeiro iMac chegou ao mercado com duas portas USB, leitor de CD e um disco rígido revolucionário de 4 GB, capacidade que hoje é oferecida por qualquer pen drive



2008

O desktop segue a tendência de se transformar em um centro de entretenimento digital. O HP Pavilion Elite trouxe um HD removível de 320GB para o usuário levar música, fotos e vídeos aonde quiser. O equipamento também tem leitor de discos Blu-Ray e permite assistir televisão usando um controle remoto

2009

Em março, a Apple lançou uma nova linha de seus desktop iMac, com tela de 24 polegadas e corpo em alumínio. No equipamento "all-in-one" (tudo em um) o tradicional gabinete que marca os micros de mesa desaparece. Suas funcionalidades, como leitor de DVD e portas USB, estão embutidas no próprio monitor. Hoje, diversos fabricantes seguem essa mesma tendência



Fonte: Empresas

Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 12 ago. 2009, Empresas & Tecnologia, p. B3.

A utilização deste artigo é