

'Tudo-em-um' é a nova aposta dos fabricantes

Na tentativa de manter vivo o mercado dos PCs de mesa, a indústria tem exercitado sua capacidade de reinvenção e apostado no conceito de computadores "tudo-em-um" (all-in-one). Basicamente, o que o equipamento faz é juntar em uma só peça o monitor e o gabinete, deixando ao usuário apenas a tarefa de conectar o teclado, o mouse e o cabo de energia.

"Um produto mais fácil de usar permite que pessoas sem muito conhecimento façam isso com naturalidade", diz Fábio Ribeiro, engenheiro de sistemas da Apple.

O conceito dos all-in-one não é novo. Ele é usado pela Apple desde a década de 80 e também foi uma aposta da Compaq (mais tarde adquirida pela Hewlett-Packard) nos anos 90. Mas a tendência parece ter se firmado agora, com equipamentos práticos, bonitos e capazes de substituir a televisão. "As pessoas estão cansadas das telas cinza em suas salas", diz Ed Boyd, vice-presidente de design de produtos da Dell.

Além do iMac, da Apple, também estão disponíveis produtos da Sony, Hewlett-Packard (HP), Dell e até de fabricantes brasileiros, como a Amazon PC. "Veremos esse mercado decolar", diz Boyd.

Segundo o executivo, um equipamento que há poucos anos custava US\$ 1,2 mil nos EUA, agora pode chegar ao usuário com preço mais acessível porque seu custo de produção está igual ou até inferior ao de um computador convencional. No site da Dell no Brasil, o all-in-one XPS One, com tela sensível ao toque, tem preços a partir de R\$ 4 mil. Um modelo da Apple, sem tela sensível ao toque, sai por R\$ 4,7 mil depois da redução de preços anunciada pela fabricante ontem, por conta da queda do dólar.

Analistas estimam que a penetração dos all-in-one pode chegar a 12% do mercado mundial em 2012.

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