

'Telefones inteligentes' dão fôlego a fabricantes

Robin Kwong

Quando a Apple lançou seu primeiro iPhone, em 2007, os consumidores americanos dispostos a comprá-lo tinham de pagar até US\$ 599 pelo privilégio.

Dois anos depois, o iPhone mais barato, um modelo de terceira geração com 8 gigabytes de memória, custa US\$ 99, o que apenas poderia ser considerado barato se comparado a outros telefones inteligentes, como o popular BlackBerry, da Research in Motion (RIM).

Os aparelhos inteligentes até agora se posicionam como um produto de alto padrão dentro do mercado de telefones celulares. Mas a demanda por BlackBerrys e iPhones é tamanha que, mesmo em meio à crise econômica mundial, a venda de telefones inteligentes foi um dos poucos pontos positivos no mercado.

Nos próximos meses, uma série de novos modelos de vários fabricantes, incluindo alguns novatos, deverá chegar às lojas. Os novatos pretendem encurtar a diferença de preço entre os telefones inteligentes e os celulares convencionais, lançando produtos mais potentes voltados ao mercado de massa.

As operadoras de telefonia móvel, que normalmente subsidiam parte do valor de compra dos aparelhos, são outra fonte de influência no preço. Os telefones inteligentes vêm contribuindo para a receita das operadoras, encorajando os consumidores a usar a comunicação de dados e outros serviços de maior valor agregado. Porém, os ganhos - e o valor pago para subsidiar os caros aparelhos - agora são limitados pelo fato de os clientes, cada vez mais, desejarem pacotes de tarifas fixas para acessar a internet.

Segundo Anshul Gupta, analista da consultoria Gartner, as vendas gerais de aparelhos vão encolher 4% este ano frente a 2008, mas as de telefones inteligentes subirão mais de 20%. A proliferação dos telefones inteligentes mais baratos vai acelerar ainda mais esse crescimento, para 43% em 2010, com as vendas desse tipo de aparelho chegando a 250 milhões de unidades, em comparação com os 175 milhões previstos para este ano.

Os fabricantes novatos no setor também tentam invadir esse segmento, altamente rentável. Acer e Dell, duas das maiores fabricantes de computadores do mundo, anunciaram planos de lançar telefones inteligentes. A Acer, em particular, parece decidida a ter um preço menor que o das rivais, em meio à ambição de ser uma das cinco maiores fabricantes de telefones inteligentes em cinco anos. A previsão é de que seu modelo C1 será vendido a um preço subsidiado de US\$ 40 a US\$ 50.

Analistas dizem que a expansão do mercado de telefones inteligentes transformará o segmento - de rápido crescimento, mas ainda pequeno -, levando-o a ter maior peso no total de vendas de celulares.

Paralelamente, os atuais fabricantes de telefones inteligentes conseguiram reduzir o custo de produção desde o lançamento do iPhone, da Apple, graças a circuitos integrados menores e mais elaborados. Outro fator de redução de custo é a adoção, cada vez maior, da plataforma Android, do Google, um sistema operacional gratuito, à disposição dos fabricantes, afirma Gupta.

O primeiro telefone inteligente da Dell, por exemplo, usará a plataforma Android. Neste mês, a Motorola exibiu seu primeiro telefone inteligente com o Android. "Ninguém sabe quanto é o preço de licenciamento do Windows, mas certamente há um custo associado a isso", diz Gupta.

Segundo analistas, a forte queda dos preços poderia prejudicar a rentabilidade das fornecedoras tradicionais de telefones. Atualmente, as fabricantes de telefones inteligentes obtêm margens de lucro operacional entre 15% e 20%, de acordo com CK Cheng, analista da

corretora CLSA. "Apenas algumas poucas companhias terão condição de manter isso" no futuro, com as margens das demais caindo para cerca de 10%, afirma o especialista.

À medida que os telefones inteligentes tornam-se predominantes, outros fabricantes de aparelhos móveis avançam nesse segmento.

As sul-coreanas Samsung Electronics e LG Electronics, por exemplo, lançaram aparelhos mais elaborados, com telas sensíveis ao toque que são praticamente indistinguíveis dos telefones inteligentes. "A única diferença é que nos telefones inteligentes é possível baixar aplicativos de terceiros", diz Cheng.

Os telefones inteligentes também enfrentam uma concorrência cada vez maior de outros aparelhos com conexão à internet, como netbooks e leitores digitais, na disputa pelo apoio das operadoras. Os fabricantes de aparelhos sustentam que o aumento na base de usuários mais do que compensa as desvantagens de redução dos preços.

Chang Ma, vice-presidente de estratégia de marketing da LG, diz que os telefones inteligentes de preço médio atrairão uma base de usuários mais diversa e que isso "não significa necessariamente que teremos de sacrificar os lucros".

Valor Econômico, São Paulo, 29 set. 2009, Empresas & Tecnologia, p. B3.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais.