

# TVs, tablets, celulares ou e-books? Positivo decide a sua nova aposta

Convergência digital obriga a maior fabricante de computadores do País a se reinventar; produtos deverão ser voltados para a classe C

Patrícia Cançado

Em 21 anos de história, a Positivo Informática nunca havia passado por um momento de discussão sobre seu futuro tão rico como o atual. “A única coisa que sabemos hoje é que nós vamos fazer um novo produto. Só não decidimos ainda qual será”, afirma Helio Rotenberg, cientista da computação que criou a Positivo com apenas 28 anos, ao lado de cinco professores de cursinho pré-vestibular.

Relatório recente de um banco de investimentos que acompanha o desempenho das ações da Positivo na Bovespa aponta a revolução tecnológica como um dos riscos para o futuro da companhia. “O mundo tem mudado constantemente seus parâmetros tecnológicos. Os computadores estão menores e os softwares e acessórios evoluíram bastante em poucos anos. O setor está excepcionalmente orientado para novas tecnologias e há riscos de um lançamento inovador deixar os produtos da Positivo rapidamente obsoletos, minando sua habilidade de se adaptar a uma nova tendência ou demanda.”

Na lista de possibilidades da Positivo, os tablets são os produtos que mais se aproximam de um computador. Todos os concorrentes da Positivo já começaram a se mexer para não perder essa nova frente de batalha. Na semana passada, a Dell, segunda colocada no ranking brasileiro, anunciou o lançamento do seu Streak. O produto chegará às lojas da Grã-Bretanha e dos Estados Unidos em breve. Ainda não há data para estreia no Brasil.

O dispositivo, que está entre um notebook e um smartphone, foi uma das sensações da edição deste ano da CES, feira de tecnologia que ocorre anualmente em Las Vegas, nos Estados Unidos. No evento, HP e Motorola anunciaram que iriam lançar o seu tablet até o fim deste ano. Dias atrás, a HP confirmou que o seu Slate vai rodar em um sistema



Novos tempos. Fábrica da Positivo, em Curitiba, onde são produzidos 310 mil computadores por mês: o futuro não pertence apenas às telas médias

operacional desenvolvido pela Palm – empresa recém-adquirida pela HP.

Os pesquisadores da Positivo estão testando o iPad, o tablet da Apple, lançado em abril. O próprio Rotenberg diz que passou uma semana usando o aparelhinho. “A convergência digital nos obriga a estudar todos os tipos de dispositivos: pequenos, médios e grandes. Até o e-book, que está meio esquecido, tem seu apelo”, diz ele, sem dar pistas sobre qual produto terá prioridade e nem detalhes sobre a estratégia da companhia. No passado, a Positivo chegou a cogitar a fabricação de TVs.

Segundo o **Estado** apurou, o celular, a TV ou o tablet da Positivo não concorrerem direta-

mente com produtos de marcas como Apple, Nokia, Sony ou Samsung. Seriam uma opção mais barata, vendida em grandes cadeias varejistas, como Casas Bahia, Extra e Magazine Luiza, com as quais a companhia já tem um relacionamento sólido – o que, nesse setor, leva tempo para ser construído. A Positivo vende, hoje, para 24 das 25 maiores cadeias de varejo do País. No ano passado, adquiriu a marca de computadores Kennex – que tinha como sócio João Paulo Diniz, filho de Abilio Diniz – para aumentar sua participação na rede Extra, do Grupo Pão de Açúcar.

A fabricação de aparelhos eletrônicos, inclusive TVs de LCD e smartphones, não exigirá uma grande revolução na empresa, segundo especialistas. A maior parte desses produtos já virou commodity. Os componentes são importados e as fábricas brasileiras funcionam como linhas de montagem.

**Fenômeno.** A Positivo é um fenômeno raro no seu setor. É a única empresa local a figurar no ranking dos maiores fabricantes de computadores do mundo. O salto espetacular foi possível graças a uma combinação de fatores: crescimento explosivo do mercado brasileiro, generosos incentivos fiscais – que beneficiam todos os fabricantes locais de informática – e uma bem-sucedida estratégia de relacionamento com o varejo e de desenvolvimento de produtos.

Na opinião de analistas que acompanham as ações da Positivo, a companhia, ao contrário dos seus concorrentes globais, pôde rapidamente se adaptar às necessidades e às tendências do mercado local graças ao seu rípi-

\* **Perfil: Positivo Informática**

## Estreia no varejo colocou a fabricante em outro patamar

Até 2004, a Positivo fornecia computadores apenas para escolas. Hoje a empresa brasileira está entre as maiores do mundo

Paranaense Helio Rotenberg, então com 27 anos, tinha acabado de voltar de um mestrado em informática no Rio de Janeiro e ainda não sabia o que fazer da vida. Depois de ver na TV o anúncio de uma escola de informática de Curitiba, ele se ofereceu aos donos do Grupo Positivo (na época, cinco professores de cursinho pré-vestibular) para ser o diretor da área de informática da rede de escolas. O ano era 1989. Um ano depois,

convenceu-os a criar uma fábrica de computadores. Com capital aberto desde 2006, a Positivo faturou R\$ 2,8 bilhões no ano passado e emprega 5,6 mil funcionários nas suas três fábricas – Curitiba (PR), Ilhéus (BA) e Manaus (AM).

Durante anos, a empresa só vendia computadores e softwares para escolas. No varejo, ela só entrou em 2004, estratégia que catapultou a Positivo ao clube dos maiores fabricantes do mundo em muito pouco tempo. Em março, ela bateu a marca de 6 milhões de unidades vendidas.

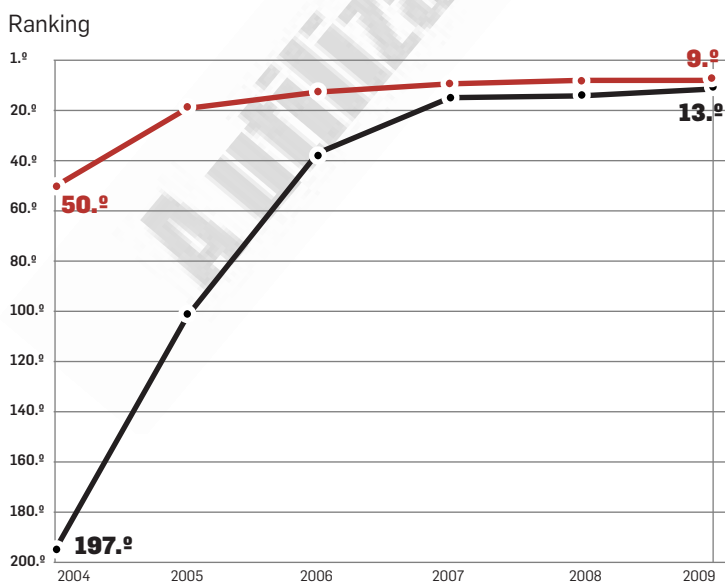
A Positivo estreou no varejo justamente quando alguns grandes fornecedores mergulharam numa crise financeira – o caso mais conhecido é o da Metron. Por causa disso, o varejo estava totalmente desabastecido. Atenta às oportunidades, a companhia começou a se preparar. Para ganhar a confiança dos lojistas, primeiro consentou os computadores devolvidos pelos clientes que estavam nos estoques. Com a tarefa concluída, começou a vender.

No ano seguinte, a empresa foi beneficiada pela redução dos impostos e pelo aumento da fiscalização do contrabando, que diminuiu a força do mercado cinza. No fim de 2004, o computador mais barato custava R\$ 1.999. Hoje é possível comprar uma máquina pela metade desse preço.

## A ESCALADA DA POSITIVO

● A Positivo, que começou a vender no varejo em 2004, hoje é a única fabricante local entre os maiores do mundo

— DESKTOPS — NOTEBOOKS



FONTE: IDC/2º SEMESTRE 2009

INFOGRÁFICO/AE