

LG constrói mais duas fábricas em Manaus

Moacir Drska

Investimento de US\$ 200 milhões para produzir aparelhos de ar condicionado e painéis para TV de LCD

A LG Electronics anunciou a construção de duas fábricas na Zona Franca de Manaus. Com um investimento de US\$ 200 milhões previsto para 2011, as novas instalações serão voltadas à produção de painéis para televisores de cristal líquido (LCD) e de ar condicionado, respectivamente.

Em dezembro, a companhia de origem coreana já havia anunciado a implantação de uma nova unidade na cidade de Paulínia, no interior de São Paulo, destinada à fabricação de produtos da linha branca, como refrigeradores e máquinas de lavar. O aporte inicial no projeto de Paulínia será de US\$ 115 milhões.

Com os novos investimentos, a companhia passa a ter cinco fábricas no Brasil. Já existe uma unidade instalada em Manaus para a produção de televisores e equipamentos de áudio e vídeo, e uma fábrica em Taubaté, interior paulista, que produz celulares, notebooks, netbooks e monitores.

A LG registrou receita de US\$ 3,1 bilhões no país, no ano passado, mais que 30% superior à de 2009. O desempenho estimulou a companhia a fazer novos investimentos no país e reestruturar sua forma de atuação, diz Humberto De Biase, novo diretor de marketing da LG no Brasil. Na empresa há um ano, o executivo respondia anteriormente pela área de marketing para a América do Sul e América Central.

Segundo De Biase, a construção da fábrica de aparelhos de ar condicionado foi definida no início de 2010. Mas a decisão de produzir no país os painéis de LCD é mais recente e foi motivada pelo crescimento das vendas de televisores de tela plana no período pós-Copa do Mundo da África do Sul. As vendas do produto no período foram 40% acima do normal e se mantiveram nesse patamar até o fim do ano, diz o executivo.

"Como os componentes eram importados, tivemos dificuldades. Havia demanda pelos televisores, mas não tínhamos telas suficientes que atendessem a essa procura do consumidor", afirma.

O diretor acrescenta que esse cenário se repetiu no caso da linha branca, segmento em que a empresa também só trabalhava com produtos importados.

Com o início da produção local, a previsão da LG é reduzir o custo dos produtos de linha branca e dos equipamentos de ar condicionado em até 30% para o consumidor. A projeção de queda nos valores dos televisores de tela plana não foi revelada pela empresa.

A expectativa é criar cerca de 2,3 mil empregos com as três novas unidades, sendo 1,3 mil postos em Paulínia e mil no polo industrial de Manaus. Atualmente, a empresa conta com 5,5 mil funcionários no Brasil.

A produção de ar condicionado - que era realizada na antiga unidade de Manaus - será transferida para um terreno de 13 mil metros quadrados e entrará em operação até o fim desse ano, de acordo com De Biase. A unidade acompanhará o aumento da demanda no segmento, no qual a LG triplicou suas vendas em 2010, afirma o diretor. "O ar condicionado está deixando de ser um símbolo de status para ser um item de conforto", diz ele.

Por outro lado, a fábrica de telas de LCD será construída em uma área de 30 mil metros quadrados. A previsão é que a operação se inicie ainda neste semestre. Com a produção local das telas, De Biase estima que a companhia vai ampliar em 30% sua fabricação de televisores LCD no país.

A iniciativa da LG reforça os investimentos anunciados em 2010 por empresas como Philips, Semp Toshiba, Samsung e Digiboard para a produção local de painéis de LCD. Os seis projetos divulgados no período preveem um investimento de US\$ 270 milhões e a criação de 1,5 mil empregos em três anos, segundo o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES).

Dados da Superintendência da Zona Franca de Manaus (Suframa) mostram que a produção de monitores com tela de LCD em Manaus foi de 1,5 milhão de unidades no ano passado.

Companhia intensifica lançamento de produtos

O investimento para aumentar a capacidade produtiva não é o único foco da LG Electronics no Brasil. Segundo Humberto De Biase, diretor de marketing da empresa no país, a estratégia local envolve também a oferta de um leque mais amplo de produtos e inovações tecnológicas em cada categoria.

O executivo reconhece que a LG perdeu espaço em alguns segmentos, como o de celulares, por demorar a mostrar novidades - caso dos smartphones. O objetivo, porém, é reverter esse panorama. A previsão no Brasil, por exemplo, é de que mais de cem produtos sejam lançados neste ano.

Uma das principais apostas, segundo De Biase, é a linha de Smart TV, que deve estar disponível no país em abril. A ideia é oferecer ao consumidor a possibilidade de escolher em tempo real sua própria programação, dentro de um pacote que pretende incluir programas de TV aberta, canais e serviços da internet, além de conteúdos exclusivos de parceiros.

"Temos uma equipe trabalhando exclusivamente para buscar essas alianças. O objetivo não é ter o maior número de atrações, e sim um conteúdo relevante para o consumidor", afirma De Biase.

O diretor cita outros lançamentos previstos para este semestre, como os televisores com a tecnologia Nano Full Led e os celulares 3D sem óculos, que devem estar disponíveis em março e junho, respectivamente.

Para De Biase, a adoção de tecnologias mais sofisticadas não significa que a empresa está voltando seus produtos na direção de um público de maior poder aquisitivo. "Vamos ter ofertas diferenciadas. É claro que queremos ser uma marca desejada, mas uma marca desejada que qualquer consumidor possa ter."

Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 14 fev. 2011, Empresas, p. B3.