

Blu-ray ensaia avanço no mercado

Moacir Drska, Talita Moreira e Bruna Cortez

Preços acessíveis e recursos avançados estimulam o setor, dizem fabricantes

Apontado há alguns anos como o sucessor do DVD, o Blu-ray - formato de mídia de alta definição para reproduzir imagens e áudio - ainda não se firmou no mercado brasileiro. Novos indicadores, porém, mostram que essa tecnologia tem finalmente um cenário propício para consolidar essa transição.

"Este é um ano de inflexão da curva. Vamos sair de um estágio de entrada, de conhecimento do produto, para começar a pensar efetivamente em volume", diz Henrique de Freitas, gerente-sênior de vendas e marketing da Samsung.

O horizonte favorável para o Blu-ray é fruto de uma conjunção de fatores. Depois de investir na produção local de aparelhos e discos, a partir de 2009, os principais fabricantes entendem que só agora essas ações começam a trazer reflexos para os consumidores.

Segundo dados da consultoria GfK, o preço médio dos aparelhos de Blu-ray caiu de R\$ 787 para R\$ 572 nos últimos 12 meses. Além disso, é possível encontrar modelos básicos no mercado por R\$ 399.

Com o preço mais baixo, foram vendidos 49 mil aparelhos de Blu-ray no primeiro trimestre, segundo a GfK. O número representa um crescimento de 165% ante o mesmo período de 2010. Ao mesmo tempo, as vendas de aparelhos de DVD foram de 674 mil unidades, uma queda de 13%.

Gisela Pougy, diretora de negócios da GfK, destaca que apesar da base de comparação ainda ser pequena, outro fator reforça o momento favorável para o Blu-ray: "O volume de vendas no primeiro trimestre acompanhou os números de dezembro, quando a demanda geralmente é mais forte."

Além da redução no preço do equipamento, Freitas, da Samsung, ressalta que o Blu-ray, ao contrário do DVD, abre a possibilidade de explorar tanto conteúdo como acesso à internet.

A Samsung tem apostado em acordos para fornecer conteúdo digital em seus aparelhos. Entre esses recursos estão aplicativos do Google Maps, YouTube, NetMovies e o acesso à Samsung Apps, loja de aplicativos da própria companhia. "Os consumidores estão percebendo que o Blu-ray tem diversas funções, inclusive reproduzir as mídias do criadas para o DVD", diz Freitas.

O executivo estima que o segmento de Blu-ray alcance um patamar de 600 mil unidades vendidas neste ano. "Queremos, no mínimo, a metade desse mercado". No total, foram vendidas 159 mil unidades de Blu-ray no mercado brasileiro em 2010, de acordo com a GfK.

Raquel Martins, gerente de produtos de áudio e vídeo da LG Electronics, diz acreditar que o crescimento nas vendas dos televisores de alta definição também vem impulsionando o mercado de Blu-ray. "Os consumidores estão buscando qualidade de imagem e o Blu-ray é o próximo passo nessa escala de compras".

Segundo a executiva, o avanço na aquisição de televisores de alta definição no primeiro trimestre foi de 154% em relação a 2010. Ao mesmo tempo, pesquisas da LG indicam que a taxa de consumidores que compraram essas TVs juntamente com aparelhos de Blu-ray subiu de 17% para 28% no período.

Raquel projeta que a participação de mercado do Blu-ray, que hoje é de 3,9%, chegue ao índice de 10% até o fim do ano.

A Panasonic é mais uma fabricante a aliar produção local com recursos avançados para acompanhar essas perspectivas de aquecimento da demanda. A companhia vai começar a

fabricar no Brasil os dois modelos de Blu-ray que vende no país, o que deve reduzir em quase 50% o preço de seu produto mais caro. Esse modelo mais sofisticado - que tem conexão com a internet e converte vídeos convencionais para 3D - vai baixar de R\$ 1.299 para R\$ 699, segundo Fábio Iwazaki, analista de produtos da companhia. "Nossa expectativa para 2011 é dobrar nossa participação no mercado brasileiro, que hoje é de cerca de 5%", diz Iwazaki.

No plano da produção de discos, o cenário também é otimista. Com o início da produção local desse tipo de mídia, já é possível encontrar títulos de filmes ao preço de R\$ 29, ante um valor médio de R\$ 59 há 12 meses.

A crescente variedade de lançamentos em Blu-ray também vem acompanhando e fomentando a demanda. De acordo com a gerente de marketing da Microservice, Cibele Fonseca, até abril a companhia lançou 121 títulos em Blu-ray, uma alta de 175% em comparação com o mesmo período de 2010.

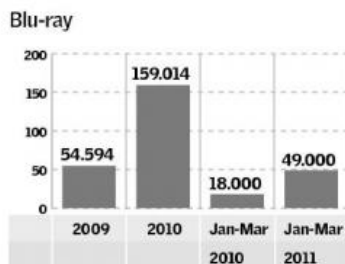
Com base na perspectiva de expansão da venda de aparelhos com tecnologia Blu-ray, a Microservice, que produziu cerca de R\$ 1,3 milhão de unidades de discos nesse formato no ano passado, pretende ampliar em pelo menos 50% a produção em 2011. Nos quatro primeiros meses deste ano já foram produzidas 600 mil unidades.

Em 2010, o segmento de Blu-ray representou 2% do faturamento da Microservice, de R\$ 400 milhões. "Nossa previsão para este ano é de que essa participação suba para 5%", diz Cibele.

Cenário em perspectiva

Dados do mercado brasileiro de DVD e blu-ray

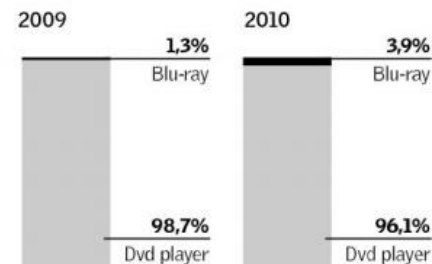
■ Vendas (em unidades)



■ Produção (em unidades)



■ Participação no mercado brasileiro



Fontes: GfK e Superintendência da Zona Franca de Manaus

Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 1 jun. 2011, Empresas, p. B3.