

O obscuro mundo dos porta-iPhones

Douglas MacMillan e Adam Satariano

Acessórios Fabricantes dependem de boatos e vazamento de informações para chegar primeiro ao mercado

Nas semanas que precederam o dia 4 de outubro, quando a Apple anunciou o novo iPhone 4S, Tim Hickman ficou totalmente entregue a rumores sobre o aparelho. Sua empresa, a Hard Candy Cases, fabrica protetores para telefones móveis, e ele estava determinado a dar um salto na produção. Depois que três parceiros chineses isolados na produção industrial lhe enviaram modelos detalhados em 3D de um iPhone com um botão "home" ampliado, em forma de comprimido, e uma parte posterior ligeiramente afunilada, Hickman resolveu arriscar. Ele desembolsou US\$ 50 mil para a feitura de moldes de aço destinados à produção em massa de protetores para o novo projeto e, na manhã do anúncio da Apple, começou a receber pedidos em seu site. A aposta não deu certo: o novo iPhone 4S da Apple não continha mudanças importantes do projeto externo. O botão home continuava circular. Hickman passou a deter, de um dia para o outro, um encalhe de US\$ 50 mil.

Com a proliferação dos smartphones [a Apple registrou mais de 3 milhões de vendas só nos três primeiros dias do lançamento], o ramo de atividade de fabricar porta-aparelhos para protegê-los e decorá-los disparou. Os consumidores gastaram mais de US\$ 436 milhões em protetores para telefones celulares no período de 12 meses encerrado em agosto, um salto de 33% em relação ao mesmo período do ano anterior, segundo a empresa de pesquisa NPD. Diante da reserva da fabricante do iPhone sediada em Cupertino, na Califórnia, pouco disposta a compartilhar especificações com antecedência, as empresas de protetores dependem de boatos, vazamentos da fábrica e outras conjecturas para conseguir semelhanças com os novos projetos antes de seu lançamento. "Se a pessoa tiver uma boa percepção de que tem as medidas e os traçados certos, poderá deslanchar a produção", diz Karl Jacob, principal executivo da fabricante de porta-celulares Coveroo, que diz não usar projetos vazados. Se a suposição de uma empresa estiver correta, "enquanto os outros esperam em fila, ela já está com 100 mil unidades despachadas da China", diz ele. Mas um palpite errado envolve "arriscar milhões de dólares para criar um estoque que poderá não valer nada."

A discrição sistemática da Apple leva fornecedores a arriscar investimento e palpites em novos modelos

No caso de Hickman, o custo não será tão elevado. Seu investimento na moldagem de aço foi inútil, e ele teve de cancelar mais de US\$ 50 mil em pré-encomendas. Mas ele presume que seu trabalho preliminar pode acabar valendo a pena e que o projeto errado em que apostou poderá aparecer num futuro produto anunciado pela Apple. "Os dados que recebemos vieram de algum lugar", disse ele.

Fazer apostas arrojadas já deu a Hard Candy uma dianteira em outros tempos. Quando um novo iPod sensível ao toque foi lançado, em setembro de 2010, uma semana depois a empresa tinha protetores à venda, e isso só foi possível porque os parceiros externos responsáveis pela produção industrial vazaram os projetos com meses de antecedência. A vantagem pode ser significativa: a maioria dos estoques da Hard Candy custa, no mínimo, US\$ 30, e as margens brutas ficam entre 60% e 65%. Sua receita anual poderá ultrapassar US\$ 50 milhões em 2013.

Hickman diz que não paga pelas especificações. As fábricas de Shenzhen e de Cantão as fornecem na esperança de conseguir trabalhar para ele. O empresário prefere não informar os nomes de suas sócias asiáticas, mas diz que são as mesmas fábricas que abastecem suas concorrentes, como a Case-Mate, a Speck Products e a Incase. A Speck e a Incase negam usar projetos vazados. A Case-Mate preferiu não comentar, mas em meados de setembro postou fotos on-line de novos protetores para um iPhone mais delgado, semelhante aos protótipos obtidos pela Hard Candy. Retirou suas imagens de seu site depois que elas foram comentadas por um blog tecnológico. Usar informações vazadas vindas da Ásia "enfurece a Apple", diz

Hickman, cujos produtos não são vendidos nas lojas de varejo da fabricante do iPhone. "Mas é a vida."

Fabricantes de estojos mais conservadores dizem que esperam pelos detalhes oficiais. "É muito mais importante fazer certo do que chegar primeiro", diz Dave Gatto, principal executivo da Incase. Na manhã do anúncio da Apple, de 4 de outubro, os altos executivos da empresa iniciante Speck, de Palo Alto, se acotovavam numa sala de reunião cheia de MacBooks coloridos para acompanhar a fragmentária chegada de novas notícias. Eles tinham criado vários modelos aproximados para os potenciais projetos novos do novo iPhone, mas estavam longe de se comprometer com qualquer um deles. "Escutamos os boatos como todo mundo e fizemos suposições inteligentes", dizia Irene Baran, principal executiva da Speck.

Os executivos da empresa conhecem Hickman, que trabalhou na Speck antes de se afastar, em 2006, para iniciar a concorrente Hard Candy. "Ele é conhecido por dar passos arriscados", diz Rusty Everett, vice-presidente executivo de vendas. "Se eu fosse um de seus investidores, estaria nervoso."

Na Speck, o lançamento da Apple foi recebido com suspiros de alívio. O novo iPhone 4S se encaixa em todos os porta-celulares já produzidos para o iPhone 4, o que significa que milhares de protetores sujeitos a ficar encaixados poderiam ser comercializados para compradores do novo aparelho mediante a simples operação de colar um adesivo diferente na caixa. No entanto, a empresa iniciante pretendia mandar alguém para esperar na fila e comprar o iPhone 4S no dia de seu lançamento e testar sua compatibilidade. A empresa também estreou protetores com novas paletas de cores, texturas e outras características em conjunção com o iPhone atualizado, e a Speck trabalhava para ter seus novos produtos nas prateleiras das lojas menos de uma semana depois do lançamento do 4S.

As tendências no design dos porta-celulares podem ser influenciadas por mais do que apenas novos equipamentos, naturalmente. Quando a Apple lançou seu aplicativo de videoconferência "Face Time", no ano passado, muitos usuários acharam desconfortável ter de segurar o telefone na frente do rosto para fazer videochamadas. Isso levou a Speck e outras a montar protetores com "suportes" que sustentam os aparelhos num ângulo adequado para videochamadas.

Quanto às atualizações de software que despertaram nos projetistas da Speck o maior número de ideias, o novo Siri da Apple encabeça a lista. O recurso de controle de voz poderá levar as pessoas a começar a encarar seus telefones mais como assistentes pessoais. Isso levou um diretor de produto a brincar: "Devíamos montar um protetor com perninhas para o iPhone poder seguir o usuário por onde ele for".

Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 3 nov. 2011, Empresas, p. B2.