

Estratégia Contrabando e serviços na nuvem estão entre as ameaças

Fabricantes lutam para manter papel do pen drive

Daniele Madureira
De São Paulo

Manhã de sábado na rua 25 de Março, zona central de São Paulo. Em meio à profusão de 400 mil pessoas que visitam diariamente um dos maiores centros de comércio popular do país, vendedores ambulantes anunciam, aos berros, pen drives a preços de liquidação: um modelo de 32 gigabytes (GB) da americana Kingston, por exemplo, sai por meros R\$ 30, um terço do valor cobrado nas lojas do ramo.

O preço suspeito evidencia um dos maiores problemas dos fabricantes desses dispositivos: o alto fluxo de produtos ilegais que chega ao país pela fronteira do Paraguai, facilitada pelo tamanho reduzido dos pen drives. Mas o contrabando não é a única dificuldade do setor. Os pen drives já foram objetos de desejo. Anos atrás, era comum incluir o dispositivo na lista de compras durante viagens ao exterior, devido ao alto custo do produto no país. Como costuma ocorrer no setor de tecnologia, porém, os preços caíram rapidamente enquanto a capacidade de armazenamento aumentou, elevando a pressão sobre as margens de lucro.

A maior ameaça parece vir da internet. Os serviços de armazenamento de dados na nuvem, como Dropbox e Evernote, ficam cada vez mais populares. Com eles, é possível guardar fotos, do-

cumentos, vídeos e músicas na internet, acessando esse acervo de qualquer dispositivo, como notebooks ou tablets.

Para não perder a relevância, os fabricantes estão adotando medidas para facilitar o acesso do consumidor aos pen drives, de maneira a popularizar seu uso. Um dos caminhos encontrados é fazer com que o dispositivo saia dos limites das lojas especializadas para chegar a prateleiras que incluem até padarias.

“Promovemos a venda de pen drives na Galeria dos Pães [padaria situada no sofisticado bairro dos Jardins], em São Paulo, e os resultados foram positivos”, disse Carolina Maldonado, vice-presidente de vendas e mercado da Kingston para a América Latina. “É um local onde as pessoas vão com frequência, próprio para incentivar a compra por impulso.”

Depois da experiência bem-sucedida, a Kingston decidiu levar seus produtos para lojas de conveniência dos postos de gasolina. A empresa negocia acordos para chegar a 700 pontos de venda no país neste ano.

Na concorrente Sandisk, a abordagem é parecida. “O pen drive não pode ficar escondido em um canto da loja”, disse Maiko Paula, diretor sênior para a América Latina. A empresa negociou com o Walmart a mudança de localização dos pen drives nas lojas da rede: em vez de ficar em



Carolina Maldonado, vice-presidente de vendas e mercado da Kingston para a América Latina: negociações para chegar a 700 pontos de venda neste ano

armários trancados, como ocorria até recentemente, o dispositivo está sendo transferido para pontos próximos aos caixas.

Com preços menores, novos locais de venda e pontos mais destacados nas gôndolas, os fabricantes esperam fortalecer a posição do pen drive frente aos serviços na nuvem, que costumam oferecer pacotes básicos gratuitamente. O consumidor só paga se quiser maior capacidade de armazenamento.

No Brasil, esses programas ainda são incipientes, mas o consumidor dá sinais de que está deixando o pen drive na gaveta. De acordo com a empresa de pesquisas GfK, as vendas de pen drives no país recuaram 37% em valor no ano passado, para R\$ 216 milhões, depois de registrarem crescimento de 21% no ano anterior. Em volume, as vendas caíram 13% em 2012. A GfK audita grandes varejistas, como Lojas Americanas, mas não leva em conta a venda em pequenas pa-

pelarias, que juntas têm participação expressiva no total.

O número de fabricantes também tem diminuído, mostra o levantamento da GfK. No primeiro trimestre, o número de marcas no país caiu 39%, de 51 para 31 fornecedores. “É uma indústria que vem enxugando”, disse a diretora da GfK, Gisela Pougy. “Não temos pesquisas específicas com consumidor, mas tudo indica que o usuário vem preferindo guardar seus arquivos na nuvem ou até no celular, quando se trata de músicas e fotos, do que em um pen drive, mais fácil de perder.”

Carolina Maldonado, da Kingston, disse não acreditar que o armazenamento na nuvem represente o fim dos pen drives. “Quando se trata de informações financeiras, imposto de renda e apresentações de trabalho, o usuário costuma preferir o pen drive, porque há dúvidas quanto à segurança na nuvem”, afirmou.

A desaceleração no ritmo de vendas de pen drives, frente a ou-

tros acessórios tecnológicos, fez com que a francesa Fnac, dona de uma rede de 11 lojas no país, mudasse a estratégia de compras. A companhia passou a investir em produtos com apelo de design: tamanhos inferiores aos usuais e formatos inusitados, incluindo animais como pinguins e elefantes. As vendas voltaram a acelerar neste ano, com alta de 20% entre janeiro e abril, ante o mesmo período do ano passado. Em 2012, o aumento havia sido de 6%. O modelo de 8 gigabytes representa mais da metade das vendas.

Sem abandonar o pen drive, a Kingston e a Sandisk começam a apostar na migração da demanda de pen drives para os cartões de memória, de tablets e smartphones, que também fazem parte de seus portfólios. Na América Latina, as vendas de pen drive da Kingston cresceram 7,5% em 2012, enquanto a demanda por cartões de memória aumentou 39%.

O pen drive — criado pelo israelense Dov Moran, e lançado há 13

anos — não é o único produto de armazenamento de dados que luta para manter sua posição. Segundo a Superintendência da Zona Franca de Manaus (Suframa), a produção de DVD-R — o DVD regravável — acumula dois anos consecutivos de retração (entre 2010 e 2012, o recuo foi de 25%). Surpreendentemente, o CD regravável ou CD-R, que tem capacidade menor de armazenamento, caiu 4% em 2012.

Na opinião de Carmo Caparelli, diretor de operações da Videolar, fabricante das marcas Emtec e Nipponic, de CDs, DVDs e pen drives, há espaço para o crescimento da venda de dispositivos de memória portátil no Brasil. “O consumo [desses produtos] ainda é concentrado nas classes mais altas”, disse. Para o executivo, há restrições ao armazenamento na nuvem no Brasil devido aos problemas de infraestrutura de banda larga. “Não adianta ter o arquivo na nuvem, para acessar de qualquer lugar, se a conexão falha ou está ausente”, afirmou.