

ROBERTA NAMOUR

O MINISTRO DAS COMUNICAÇÕES, Hélio Costa, respirou aliviado. Sete meses depois da estréia oficial da transmissão da TV digital no Brasil, surge no mercado o primeiro conversor popular – ou pelo menos com o preço prometido desde o início pelo governo, de R\$ 200. Na corrida pelo menor preço, as gigantes Semp Toshiba, Philips e Positivo ficaram para trás. A empresa responsável por tirar do governo o enorme peso que carregava foi a quase desconhecida fabricante de Taiwan, a Proview. O valor mínimo atingido foi de R\$ 199. Até então, o conversor mais barato disponível no mercado custava R\$ 399. Animado, Costa não tardou a anunciar uma linha de crédito para o financiamento da compra de conversores.

Com parcelas mensais de menos de R\$ 10, qualquer consumidor poderá adquirir o seu set-top-box. O financiamento é fruto de uma parceria entre o Banco do Brasil e o Banco Postal, com juros de 2,84%. Essa taxa é menor do que as cobradas em outras instituições financeiras, que atingem 7% ao mês.

Após dez anos no Brasil, na Zona Franca de Manaus, a fabricante Proview começa a ser reconhecida por sua marca própria. Com a previsão de atingir um faturamento de R\$ 500 milhões no Brasil e cerca de US\$ 3 bilhões mundialmente em 2008, a

produção da empresa era, em sua maioria, feita em regime de OEM. As fábricas da Proview são responsáveis pela produção de terceiros, incluindo produtos para companhias como Bradesco, Lenovo e Xerox. Com tradição na fabricação de monitores de computador, telas de LCD e DVD players, a entrada no mercado de conversores digitais surgiu da descoberta de um novo nicho. “Quando o governo demonstrou o interesse na TV Digital, começamos a pesquisar essa tecnologia com a ajuda de

faculdades”, conta Tseng Ling Yun, presidente da Proview do Brasil. No início, apostou em um modelo sofisticado, mas voltou atrás e optou por algo mais acessível. Com investimento de R\$ 5 milhões, chegou a três modelos de conversores. O XPS-1000, de R\$ 299, permite conexão à internet em qualquer aparelho de TV. O

modelo intermediário, com preço sugerido de R\$ 249, terá todas as funcionalidades do XPS-1000, com exceção da capacidade de navegação na web. Já o básico, de R\$ 199, é destinado ao público de baixa renda e contará apenas com funções para transformar o sinal.

A Proview não revela inteiramente como chegou ao preço popular, mais diz que um dos fatores que favorecem a redução de custos é seu modelo de negócios. Com tradição em OEM, a empresa trabalha com uma margem de lucro apertada,



-commerce

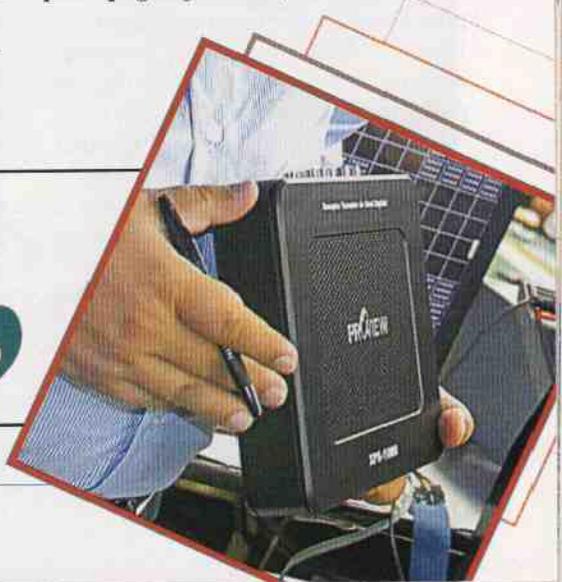
da, de aproximadamente 4,5%. Como uma das maiores fabricantes de eletrônicos da China, a empresa conta com uma produção em larga escala, o que reduz ainda mais os custos. “Outro motivo que nos diferencia de gigantes do setor é nosso gasto reduzido com marketing. Como trabalhávamos pouco com marca própria, não nos preocupávamos com publicidade”, revela Yun. “Além disso, nossos gastos com royalties são mínimos, já que detemos a tecnologia”, acrescenta. Para o desenvolvimento dos conversores, a empresa firmou acordos de cooperação técnica com empresas e instituições de ensino nacionais. Além disso, assim como outras fabricantes de conversores, a Proview é beneficiada por uma isenção do ICMS. O Ministério das Comunicações afirma que o ministro Hélio Costa também está pleiteando junto ao governo federal redução de PIS e Confins, o que diminuiria em cerca de 12% o preço do conversor. Mas, para o analista de TI, Silvio Meira, a única alternativa plausível em tecnologia para redução de preços está na queda de performance. “A velocidade em eletrônica custa caro. A questão da qualidade está condicionada a quanto se pode pagar por ela”, diz. 

R\$
500
MILHÕES

é quanto a Proview espera faturar até o final do ano no Brasil

“ Os nossos gastos com royalties são mínimos, já que detemos a tecnologia ”

TSENG LING YUN, PRESIDENTE DA PROVIEW DO BRASIL



O MINISTRO DAS COMUNICAÇÕES, Hélio Costa, respirou aliviado. Sete meses depois da estréia oficial da transmissão da TV digital no Brasil, surge no mercado o primeiro conversor popular – ou pelo menos com o preço prometido desde o início pelo governo, de R\$ 200. Na corrida pelo menor preço, as gigantes Semp Toshiba, Philips e Positivo ficaram para trás. A empresa responsável por tirar do governo o enorme peso que carregava foi a quase desconhecida fabricante de Taiwan, a Proview. O valor mínimo atingido foi de R\$ 199. Até então, o conversor mais barato disponível no mercado custava R\$ 399. Animado, Costa não tardou a anunciar uma linha de crédito para o financiamento da compra de conversores.

Com parcelas mensais de menos de R\$ 10, qualquer consumidor poderá adquirir o seu set-top-box. O financiamento é fruto de uma parceria entre o Banco do Brasil e o Banco Postal, com juros de 2,84%. Essa taxa é menor do que as cobradas em outras instituições financeiras, que atingem 7% ao mês.

Após dez anos no Brasil, na Zona Franca de Manaus, a fabricante Proview começa a ser reconhecida por sua marca própria. Com a previsão de atingir um faturamento de R\$ 500 milhões no Brasil e cerca de US\$ 3 bilhões mundialmente em 2008, a

produção da empresa era, em sua maioria, feita em regime de OEM. As fábricas da Proview são responsáveis pela produção de terceiros, incluindo produtos para companhias como Bradesco, Lenovo e Xerox. Com tradição na fabricação de monitores de computador, telas de LCD e DVD players, a entrada no mercado de conversores digitais surgiu da descoberta de um novo nicho. “Quando o governo demonstrou o interesse na TV Digital, começamos a pesquisar essa tecnologia com a ajuda de

faculdades”, conta Tseng Ling Yun, presidente da Proview do Brasil. No início, apostou em um modelo sofisticado, mas voltou atrás e optou por algo mais acessível. Com investimento de R\$ 5 milhões, chegou a três modelos de conversores. O XPS-1000, de R\$ 299, permite conexão à internet em qualquer aparelho de TV. O

modelo intermediário, com preço sugerido de R\$ 249, terá todas as funcionalidades do XPS-1000, com exceção da capacidade de navegação na web. Já o básico, de R\$ 199, é destinado ao público de baixa renda e contará apenas com funções para transformar o sinal.

A Proview não revela inteiramente como chegou ao preço popular, mais diz que um dos fatores que favorecem a redução de custos é seu modelo de negócios. Com tradição em OEM, a empresa trabalha com uma margem de lucro apertada,



-commerce

da, de aproximadamente 4,5%. Como uma das maiores fabricantes de eletrônicos da China, a empresa conta com uma produção em larga escala, o que reduz ainda mais os custos. “Outro motivo que nos diferencia de gigantes do setor é nosso gasto reduzido com marketing. Como trabalhávamos pouco com marca própria, não nos preocupávamos com publicidade”, revela Yun. “Além disso, nossos gastos com royalties são mínimos, já que detemos a tecnologia”, acrescenta. Para o desenvolvimento dos conversores, a empresa firmou acordos de cooperação técnica com empresas e instituições de ensino nacionais. Além disso, assim como outras fabricantes de conversores, a Proview é beneficiada por uma isenção do ICMS. O Ministério das Comunicações afirma que o ministro Hélio Costa também está pleiteando junto ao governo federal redução de PIS e Confins, o que diminuiria em cerca de 12% o preço do conversor. Mas, para o analista de TI, Silvio Meira, a única alternativa plausível em tecnologia para redução de preços está na queda de performance. “A velocidade em eletrônica custa caro. A questão da qualidade está condicionada a quanto se pode pagar por ela”, diz. 

R\$
500
MILHÕES

é quanto a Proview espera faturar até o final do ano no Brasil

“ Os nossos gastos com royalties são mínimos, já que detemos a tecnologia ”

TSENG LING YUN, PRESIDENTE DA PROVIEW DO BRASIL

