

CADEIA DA INFORMÁTICA - Venda de computadores explode e coloca Brasil como quinto mercado mundial, gerando oportunidades em diversos segmentos, como marketing digital, escola profissionalizante e loja virtual

Atrás da inclusão digital

RENATA LEITE
DO JORNAL DO COMMERCIO

O recorde de vendas de computadores pessoais em 2007 elevou o Brasil a quinto maior mercado mundial do setor. Segundo balanço da Associação Brasileira da Indústria Elétrica e Eletrônica (Abinee), foram 9,98 milhões de equipamentos comercializados ao longo do ano, superando, pela primeira vez o número de televisores que saíram das lojas. Os dados demonstram o aquecimento do segmento de informática, em torno do qual gravitam inúmeros negócios, entre eles opções em franchising. Empresas como consultoria de marketing digital, escola de ensino profissionalizante e loja virtual de eletroeletrônicos demandam investimento inicial de R\$ 15 mil a R\$ 350 mil.

A continuidade de programas do governo federal para a disseminação da tecnologia da informação, as condições especiais de financiamento e as ações de combate ao contrabando vêm estimulando a produção formal de equipamentos no Brasil e a queda nos preços dos produtos de informática, como destaca a Abinee. A isenção de PIS/Cofins de 9,25%, garantida pela MP do Bem (regulamentada em 2006), para a compra de computadores de até R\$ 4 mil, também permite uma crescente acessibilidade aos produtos do segmento.

De 2004 a 2007, o mercado oficial de computadores cresceu 490%. O destaque fica por conta dos notebooks, que embora ainda não tenham superado a quantidade de computadores de mesa em vendas, alcançaram números superiores quanto ao crescimento da demanda. O estudo da Abinee mostra crescimento de 183% no mercado de computadores portáteis no ano passado. A queda significativa no preço é apontada por consultores como responsável por índices tão altos. Se em 2005 um notebook não saía por menos de R\$ 5 mil, hoje são disponibilizados exemplares por até R\$ 1,2 mil.

VAREJO. O aquecimento é aproveitado por varejistas do setor, como Michel Pierre, proprietário da Stopplay. A loja virtual, somente no mês de janeiro, atingiu um crescimento de 60% nas vendas de computadores, notebooks e periféricos, em virtude da reformulação da estratégia de marketing, direcionada para os descontos e parcelamentos. "No mercado virtual, os equipamentos de informática permanecem em destaque nas vendas, seguidos dos eletrônicos", revela Pierre.

A maior intimidade dos brasileiros com o mundo digital favorece duplamente o empresário, que ganha com a saída dos itens e com a ampliação do número de usuários dispostos a fazer compras pela internet. Pierre explica que esse tipo de negócio exige estoque inferior ao de uma loja física, mas não o extingue. "É preciso investir na estocagem de produtos para que as flutuações de preços nos fabricantes não alterem a margem trabalhada pelo empresário", diz. A abertura de uma loja virtual de eletroeletrônicos demanda aproximadamente R\$ 350 mil.

Empreendedores que não possuem tanto capital disponível mas têm familiaridade com navegação em internet, podem investir em uma fran-



Cristiano Dale, franqueado da Data Byte no Rio: escolas de computação focam na informática aplicada à formação profissional

OPORTUNIDADES

Internet fora de casa tem demanda

Embora cada vez mais brasileiros tenham computadores na residência, a procura por serviços de internet fora de casa ainda é grande. O segmento mantém demanda promissora, segundo especialistas, e atrai muitos empreendedores. Entre as opções estão as lan houses e cyber cafés, o primeiro voltado para jogos em rede, com público-alvo jovem, e o outro para profissionais que buscam acesso a internet. Os investimentos variam de R\$ 15 mil a R\$ 25 mil, com margem de lucro de 70% do faturamento.

A montagem de uma lan house é mais custosa em função dos jogos demandarem equipamentos mais potentes. A aquisição de computadores e a manutenção deles

são responsáveis pela maior parte dos custos do negócio, de acordo com Ioram Cejkinski, consultor da Lan Housing Consultoria e Suporte. "A administração de uma lan house é mais complexa do que a de um cyber café, pois, no primeiro caso, há saturação periódica dos produtos. É fundamental estar sempre pesquisando as novidades em jogos", acrescenta.

As diferenças entre os dois tipos de negócio não param por aí. Cejkinski explica que o fluxo de caixa também tem dinâmica diferente, em cada caso. "Uma lan house tem propaganda boca-a-boca muito rápida e eficiente. Em aproximadamente quatro meses é possível se alcançar o equilíbrio do negócio. Já nos cyber cafés, a pro-

peção de clientes é mais demorada. No entanto, esse grupo de internautas é mais fiel", conta o consultor.

Um dos principais erros de empreendedores do segmento é a indefinição do público-alvo no momento inicial. A incompatibilidade de convivência entre os dois grupos de clientes pode causar transtornos para o negócio. No entanto, Mariano Ribeiro, dono do Mundo Virtual, em São Paulo, conseguiu conciliar o cyber café e a lan house, pois dispõe de espaço amplo. "Assim que inaugurei a casa, percebi que o barulho provocado pelos jogadores incomodavam aqueles que vinham trabalhar ou estudar", afirma Ribeiro, que separou o espaço em dois ambientes. (RL)

RAIO X

LAN HOUSE (PRÓPRIA)

Investimento inicial: R\$ 25 mil
Faturamento médio mensal: não divulga
Margem de lucro: 70%
Área: a partir de 40 metros quadrados
Número de funcionários: 1
Risco: baixo, pois tem bastante apelo no mercado e grande possibilidade de êxito para pequenos empreendedores por não exigir aporte financeiro alto.

CYBER CAFÉ (PRÓPRIO)

Investimento inicial: R\$ 15 mil
Faturamento médio mensal: não divulga
Margem de lucro: 70%
Número de funcionários: 1
Área: a partir de 40 metros quadrados
Risco: baixo, pois tem bastante apelo no mercado e grande possibilidade de êxito para pequenos empreendedores por não exigir aporte financeiro alto.

LOJA VIRTUAL DE ELETRÔNICOS (PRÓPRIA)

Investimento inicial: a partir de R\$ 350 mil
Faturamento médio mensal: não divulga
Margem de lucro: 15%
Número de funcionários: a partir de 5
Área: 600 metros quadrados
Risco: alto, porque exige bastante conhecimento dos equipamentos e da legislação para conquistar mercado, além do

aporte financeiro ser alto.

DATA BYTE (FRANQUIA)

Negócio: escola de ensino profissionalizante com base na informática
Investimento inicial: cerca de R\$ 210 mil (inclui a taxa de franquia)
Taxa de franquia: R\$ 30 mil
Taxa de royalties: 8% sobre o faturamento bruto
Publicidade: 5% sobre o faturamento bruto
Faturamento médio mensal: R\$ 38 mil
Margem de lucro: de 25% a 35%
Número de funcionários: de 14 a 20
Área: a partir de 250 metros quadrados
Risco: baixo, porque apesar do alto investimento inicial, a demanda é grande.

MAGOWEB (FRANQUIA)

Negócio: prestação de serviços digitais para micro e pequenas empresas
Investimento inicial: R\$ 40 mil (inclui a taxa de franquia)
Taxa de franquia: R\$ 35 mil
Taxa de royalties: 5% sobre o faturamento bruto
Taxa de publicidade: 2% sobre o faturamento bruto
Faturamento médio mensal: de R\$ 25 mil a R\$ 40 mil
Margem de lucro: 35%
Número de funcionários: de 1 a 5
Área: de 30 a 40 metros quadrados

Risco: baixo, pois a demanda é crescente.

HELLOW GLOBAL PHONE (FRANQUIA)

Negócio: tecnologia de comunicação por IP
Investimento inicial: de R\$ 19,5 mil a R\$ 29,2 mil (taxa de franquia inclusa)
Taxa de franquia: de R\$ 15 mil a R\$ 23 mil
Taxa de royalties: não cobra
Taxa de publicidade: não cobra
Faturamento médio mensal: R\$ 50 mil
Margem de lucro: 4,5%
Número de funcionários: 3
Área: 40 metros quadrados
Risco: médio, pois há demanda, mas existe receio por parte das empresas em relação à qualidade e segurança.

FONTE: empresas e Thais Helena de Lima Nunes, professora de engenharia da PUC-Rio e consultora do Sebrae (risco)

SERVIÇO

Thais Helena de Lima Nunes, thais@ind.puc-rio.br
Hellow Global Phone, 0xx-11-3014-4000 e www.hellowfranquias.com.br
Data Byte, www.databyte.com.br
Lan Housing Consultoria e Suporte, 0xx-11-3826-0007
Magoweb, www.magoweb.com
Mundo Virtual, 0xx-11-3273-6079
Stopplay, www.stopplay.com.br

quia MagoWeb, especializada em marketing digital. A popularização dos computadores faz com que os sites de empresas passem a ser vistos, cada vez mais, como um importante

cartão de visitas. Com foco na pequena e média empresa, a MagoWeb oferece serviços de elaboração e manutenção das páginas virtuais, além de disponibilizar softwares de gestão.

Atualmente, a rede conta com oito franqueados nas regiões Sul e Sudeste do Brasil. A meta da empresa é chegar a 35 unidades até o fim de 2009. Há preferência para instalação

nas capitais, principalmente São Paulo. Uma das vantagens do negócio é a possibilidade de iniciá-lo ainda em casa. A ida para um escritório costuma acontecer até o sexto mês em

função do aumento da demanda de trabalho, como destaca Átila Kahmann Genehr, sócio-gerente da rede.

"Serviços voltados para a imagem virtual da empresa são cada vez mais valorizados por empresários. Eles já percebem que um site mal feito não gera retorno, ou até afasta clientes", afirma o executivo. Cerca de R\$ 40 mil são suficientes para abertura de uma unidade, valor que contempla a taxa de franquia — R\$ 35 mil —, a compra de um notebook e a viagem ao Rio Grande do Sul para os treinamentos. Segundo Genehr, o faturamento médio da rede varia entre R\$ 25 mil e R\$ 40 mil, com 35% de margem de lucro.

Também em ascensão nas empresas, a tecnologia VoIP (voz sobre protocolo da internet, em inglês) é capaz de reduzir em até 50% os gastos com ligações interurbanas e internacionais, como afirma Roberto Andrade, diretor de franquia da Hellow Global Phone. A empresa licenciada pela Anatel apresenta crescimento de 10% a 15% em número de clientes por mês, de acordo com o executivo. "Ainda há muito mercado para ser desenvolvido. Uma pesquisa revelou que apenas 30% das empresas utilizam o sistema", diz.

Andrade ressalta que o grande desafio do franqueado é levar informações a empresários e executivos em relação aos serviços de voz por IP. Muitos deles apresentam receio na contratação em virtude de experiências ruins com o serviço. "Há muitas empresas amadoras no mercado, que pecam em qualidade e prejudicam a imagem do segmento como um todo", afirma Andrade. Thais Helena de Lima Nunes, professora de engenharia da Pontifícia Universidade Católica do Rio (PUC-Rio) e consultora do Sebrae, acrescenta o temor quanto à segurança das ligações. "Muitos desconfiam da possibilidade de monitoramento por parte de hackers", avalia.

Lançada há três anos, a empresa conta com 28 franqueados e espera encontrar mais 25 parceiros até o fim do ano. A agressividade da meta se deve a consolidação dos serviços no mercado, segundo Andrade. Há possibilidade de abertura em qualquer cidade que disponha de internet banda larga. O investimento inicial varia de R\$ 19,5 mil a R\$ 29,2 mil.

EDUCAÇÃO. Abundantes no mercado, as escolas de informática passaram por adaptações ao longo dos últimos anos, direcionando cursos para o segmento de ensino profissionalizante. No entanto, a computação permaneceu como base dos ensinamentos, já que tem aplicação em todas as atividades. "Procuramos conjugar informática e profissão. As escolas de informática viraram empresas de treinamento, para acompanharem a necessidade dos clientes", afirma José Carlos Pedroso, proprietário da Data Byte.

A empresa existe desde 1973 e passou a franquear há 13 anos. Ao longo desse tempo, 97 unidades foram abertas. Flexibilidade é fundamental nesse mercado, em função da concorrência agressiva. É necessária atualização constante dos cursos disponíveis para garantia de competitividade. "Reagimos ao mercado, em vez de criar cursos e tentar vender para ele. As empresas nos procuram pedindo aulas customizadas, que são disponibilizadas para os demais clientes posteriormente", afirma.

Outro desafio destacado pelo único franqueado da cidade do Rio, Cristiano Dale, é a inadimplência de alguns alunos que se dividiram com crediários. "A mensalidade do curso não é vista como um gasto de primeira necessidade, caso o aluno se divide", afirma. A franquia também enfrenta sazonalidade, pois há menos demanda nas férias e no final do ano.