

# Parceria lucrativa

*Iniciativa privada e Telebrás atuam em conjunto para suprir mercado brasileiro de cabos óticos, que deverá aumentar mais de 100% em 1995*

## Carlos Tautz

O mercado brasileiro de cabos óticos é tão grande e promissor que as três empresas que fabricam o produto no Brasil não conseguem atender à demanda. Esta carência aumentará, pois o consumo estimado para 1995 deverá ser acrescido em mais que o dobro.

Segundo a previsão da empresa ABC Xtal, maior fabricante e responsável por 53% do mercado brasileiro, o montante vendido, que em 1994, ficou em torno de 160 mil km de cabos óticos (US\$ 16 milhões), deve pular para 400 mil km (US\$ 36 milhões) em 95. Juntas, as três fabricantes (ABC Xtal, Pirelli e Bracel, que têm 6% do mercado cada), sequer conseguem atender aos pedidos. Em 94, o Brasil ainda precisou importar cerca de 56 mil km de cabos óticos.

Esta disparada no consumo de cabos terá um efeito cascata. Todos os produtos e tecnologias relacionadas às te-

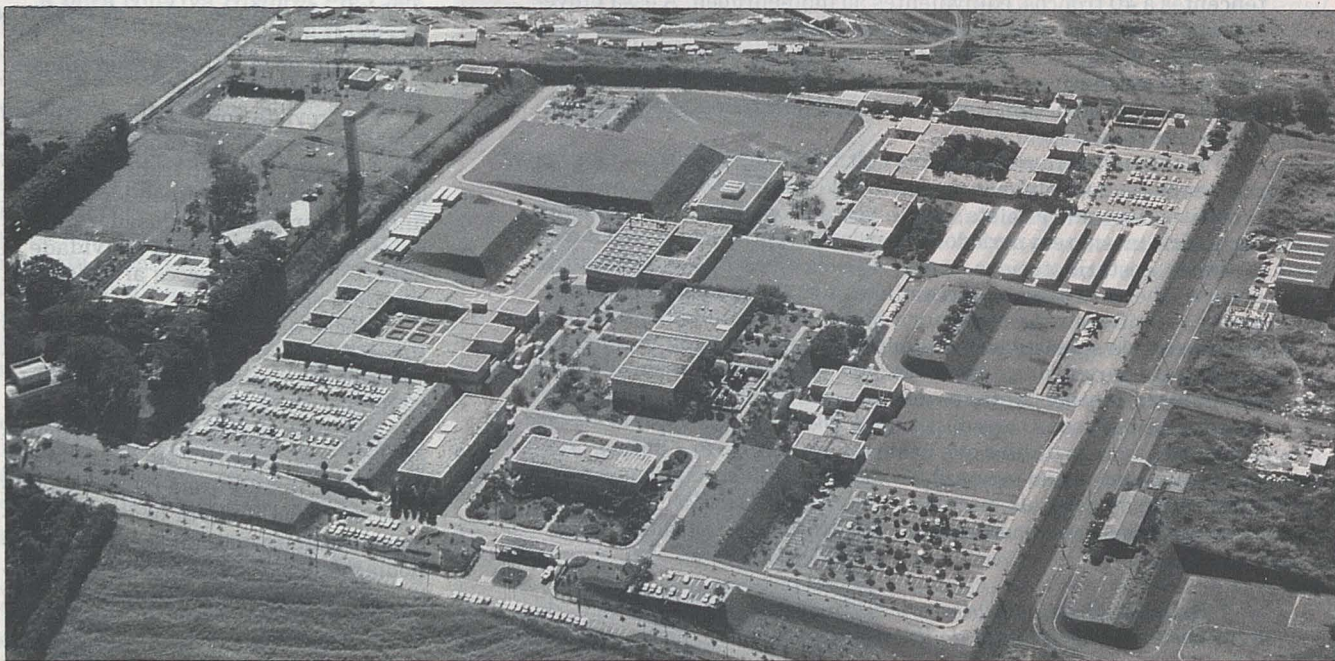
lecomunicações por cabos óticos também aumentarão significativamente sua produção – principalmente se levarmos em conta que o Brasil vive um boom de assinantes de emissoras de TV a cabo, ramo em que as unidades óticas são largamente utilizadas. As empresas do setor dão sinais de que não vão conseguir atender nem aos pedidos das principais capitais, como Rio e São Paulo.

Há dez anos, a Telebrás (holding que opera o monopólio estatal das telecomunicações) percebeu que o setor privado nacional ainda não tinha capacidade de desenvolver os serviços e equipamentos de telecomunicações para atender o mercado brasileiro. A parceria foi pensada a partir de uma estratégia de desenvolvimento da indústria brasileira, diz o engenheiro mecânico Carlos Demantova Neto, gerente da Divisão de Coordenação de Serviços e Transferência de Tecnologia do CPqD.

Assim, a Telebrás passou a se encarregar da pesquisa e desenvolvimen-

to (partes mais demoradas e caras da produção) de novos equipamentos. A iniciativa privada faz a produção industrial e coloca os equipamentos no mercado, formado na maior parte pelas 28 subsidiárias da própria Telebrás. Essas companhias consomem 99% da produção de cabos monomodos, os mais usados e que têm uma qualidade de transmissão de informações muito superior aos cabos multimodos. Os primeiros transmitem informações em apenas um sentido. Os multimodos são utilizados tanto para o envio quanto para o recebimento de dados. Hoje, uma década após o início da parceria, a estatal já licenciou 60 empresas, que recebem a tecnologia produzida no Centro de Pesquisa e Desenvolvimento (CPqD) da Telebrás, localizado em Campinas.

Uma das empresas que trabalha em parceria com a Telebrás é a AGC Optosystem, que tem apenas 30 funcionários. Seu faturamento em 1994 foi de cerca de US\$ 18 milhões e só não chegou aos US\$



O Centro de Pesquisas da Telebrás desenvolve tecnologias que serão colocadas no mercado por empresas privadas

## Informações confidenciais

20 milhões por causa da crise do setor de cargas dos aeroportos brasileiros, que não conseguem movimentar as crescentes importações e exportações aéreas da agora estável economia do Brasil.

Há um ano, a AGC exporta um acoplador de fibras óticas para Argentina e Chile e em 1995 venderá cerca de 200 unidades por mês ao mercado norte-americano. O acoplador, uma tecnologia gerada a partir da fibra ótica, é fruto de parceria: foi desenvolvido nos laboratórios da CPqD. O aparelho permite que um sinal de luz seja alterado em qualquer ponto da fibra, o que aumenta a capacidade de transporte de informações.

Com sua produção atual de 350 acopladores por mês, a AGC atende prioritariamente aos pedidos da Telebrás. "As exportações até agora tiveram o objetivo de abrir mercados e nos renderam somente US\$ 10 mil. Em 95, estaremos disputando o mercado e vamos faturar cerca de US\$ 100 mil só com as remessas para os EUA. Encontramos nos EUA um nicho interessante. Mas, por enquanto, a demanda brasileira é crescente e absorve toda a nossa produção", avalia o engenheiro Rubens Ramalho, diretor-adjunto da AGC.

Ramalho planeja suprir o aumento da produção este ano contratando 15 técnicos. É um aumento significativo, levando-se em conta que o mercado de trabalho no Brasil em 1995 (com o presidente Fernando Henrique Cardoso em início de mandato) ainda é incerto.

O planejado aumento da capacidade produtiva da empresa também se dá por outras razões. A AGC está de olhos bem abertos para o Mercosul. Para Ramalho, o Brasil tem a indústria mais desenvolvida entre os países que vão participar do Mercado Comum. "Os brasileiros colocarão seus produtos no Mercado com mais facilidade", completa.

Tanto a iniciativa privada quanto a Telebrás estão satisfeitas com a parceria entre os dois setores. "A desvantagem é uma certa demora de tomada de decisões, principalmente quando o assunto é a propriedade industrial. A Telebrás tem padrões muito rígidos", diz Ludgero Pataro, diretor da Divisão de Telecomunicações e Energia da Pirelli, multinacional italiana. No Brasil, além de fabricar pneus, a Pirelli ampliou seu raio de ação para o setor de telecomuni-

Em 1994, o Brasil foi o maior mercado da América Latina para o setor de cabos óticos e todo um vasto ramo de tecnologias correlatas. O país consumiu cerca de 160 mil km de cabos óticos, enquanto a América Latina, incluindo o Brasil, comprou aproximadamente 400 mil km. É muito pouco, se comparado à produção do maior fabricante mundial, os Estados Unidos. Só a norte-americana Corning Glass, a líder do mercado, produziu em 94 aproximadamente 4 milhões de km de cabos óticos.

Não há dados precisos sobre o consumo do continente nos próximos 12 meses. Esta falta de informações ocorre por um motivo prosaico. O mercado de telecomunicações é disputadíssimo, movimenta anualmente bilhões de dólares. Isto transformou a espionagem industrial em algo comum. Qualquer informação pode resultar num dado estratégico para um concorrente de ouvidos atentos.

A Telebrás garante que já foi vítima de espionagem, durante a fr cassada revisão constitucional de 1993/94. Segundo a assessoria de imprensa da holding, agentes das lobbies que buscavam a quebra do estratégico monopólio público das telecomunicações, faziam contato com a empresa fazendo-se passar por jornalistas. O resultado era que as informações acabavam distorcidas e municiavam o arsenal das multinacionais interessadas em ocupar o lugar da Telebrás.

ções. A empresa assinou seu primeiro contrato de transferência de tecnologia com a Telebrás em junho de 1994.

Pataro vê uma série de vantagens no sistema de parceria: "Ele otimiza os custos, racionaliza as despesas e nos garante uma inserção no mercado. A Telebrás tem muita disponibilidade de capital para investir no seu centro de pesquisas, um celeiro de cérebros muito competentes", resume. Ele, entretanto, fala com reservas sobre o assunto. Nesta área, extremamente sensível, qualquer informação pode ser considerada um segredo industrial.

"Esta iniciativa estimula e financia novos empreendimentos que, sozinhas, as empresas privadas não teriam como arcar", acrescenta Rubens Ramalho, da AGC Optosystems. "E gera uma quantidade ainda não calculada de empregos especializados".

Sessenta empresas privadas já receberam tecnologias transferidas pela Telebrás. Para integrar este time, as firmas têm que passar por um processo que avalia sua capacidade empresarial de colocar em prática o que o CPqD pesquisou. Primeiro, a empresa manifesta o interesse em receber a tecnologia e se inscreve na Telebrás.

Quando um novo produto ou serviço for desenvolvido, a capacidade produtiva, idoneidade e saúde financeira da firma são submetidas à análise por uma equipe de três técnicos da Divisão de

Serviços e Transferência de Tecnologia da estatal. Se aprovada, a empresa recebe a qualificação e assina um contrato, em que se compromete, entre outras coisas, a pagar royalties à Telebrás, que variam entre 1 e 5% do preço líquido de venda.

Para a Telebrás, a situação é favorável. Desde que adotou o sistema, há uma década, a empresa gerou cerca de 40 processos tecnológicos, que deram origem a 80 produtos, responsáveis pela injeção de US\$ 13 milhões nos cofres da estatal, sob a forma de royalties. Além disso, deixou de gastar na compra de equipamentos no mercado internacional aproximadamente US\$ 2 bilhões por ano desde que iniciou as parcerias, o que suplanta com tranquilidade os cerca de US\$ 120 milhões investidos anualmente no CPqD (este valor e, em média, 1,6% do faturamento da holding).

As empresas privadas, por seu lado, já pensam em ir mais longe e desenvolver outros tipos de parceria com a Telebrás. Rubens Ramalho, da AGC, diz que sua empresa, que não possui laboratórios próprios, quer começar a participar mais cedo da pesquisa de novos produtos. Ludgero Pataro adianta que a Pirelli "está negociando o aperfeiçoamento da propriedade intelectual", ou seja, definindo qual empresa terá mais direitos sobre as tecnologias produzidas.