Impressoras
As multifuncionais na liderança

Os equipamentos multifuncionais – aqueles que combinam três ou quatro funções em um único equipamento, como impressão, fax, copiadora e scanner – são a bola da vez do mercado de impressão. Eles têm registrado taxas de crescimento na ordem de 60% a 70% por ano, enquanto as impressoras a jato-de-tinta apresentam vendas estáveis ou em queda. A previsão da IDC é que neste ano sejam vendidas 3,5 milhões de unidades entre impressoras e multifuncionais, nas tecnlogias laser, jato-de-tinta e matricial.

"Sem dúvida, o mercado de multifuncionais é muito mais atraente do que o de impressoras de função única", analisa Luis Tedesco, gerente de produtos de imagem e impressão da HP. Dependendo da marca, a diferença de preço entre uma impressora jato-de-tinta e uma multifuncional da mesma tecnologia chega a R$ 100,00.

A venda de multifuncionais acontece principalmente no varejo, segundo Gustavo Assunção, gerente de negócios e marketing da Epson Brasil. "É o reflexo do mercado de PCs, no qual o maior crescimento é registrado entre os usuários domésticos", analisa. Já as vendas de impressoras estão mais concentradas na pequena empresa.

Boom de um lado, queda de outro. O mercado total de impressoras a jato-de-tinta decresceu 10% em 2005. Já a HP, que tem 56% de participação nesse segmento, decresceu 5%. Apesar da baixa, Tedesco diz que o mercado das impressoras a jato-de-tinta não acabará. "Só vai diminuir", analisa. Em outras empresas como a Epson, a tecnologia registrou aumento de 20% nas vendas do ano passado.

Tedesco informa que, em 2005, a HP cresceu 30% em tinta (impressoras e multifuncionais) e 43% em laser. Para este ano, o cenário aponta crescimento nas tecnologias que já apresentavam potencial em 2005.

Em relação às empresas, Jorge Toda, diretor comercial para a área corporativa da Lexmark, diz que os únicos caminhos para o futuro são os equipamentos multifuncionais, os mais crescentes em todo o mundo, e a tecnologia laser, a mais agressivamente adotada pelas empresas, em detrimento da jato-de-tinta. "O custo de tinta de uma página laser é até cinco vezes menor que na jato-de-tinta", informa Toda.

Embora haja nichos em que o mercado brasileiro de impressão vá bem, ele ainda tem muito que crescer. Segundo Assunção, a cada dez computadores comercializados no Brasil, são vendidas 4,5 impressoras. No mercado mundial, a média é de seis para cada dez.

Já as impressoras a laser caminham para outra direção. O mercado estima comercializar pelo menos 320 mil unidades delas este ano. Especializada em impressoras a laser (coloridas e monocromáticas) e matriciais, a Oki Printing Solutions teve um 2005 satisfatório, com aumento de 50% no faturamento em dólar em relação ao ano anterior. Segundo Márcia Ferreira, gerente de marketing da Oki Printing Solutions, o desempenho este ano tem sido igualmente bom. De acordo com uma pesquisa realizada pela IDC, no primeiro trimestre de 2006, o setor de impressoras a laser coloridas cresceu quase 100%, enquanto a Oki conseguiu superar esse índice, ultrapassando 200% no período.

Em impressoras laser, a Oki fechou 2005 na vice-liderança do mercado, perdendo apenas para a HP. A marca conquistou 14,6% de market share em impressoras laser coloridas. "A necessidade por cor aumentou muito no mercado corporativo", diz Márcia. Ela garante que o TCO (Custo Total de Propriedade), no caso da laser é menor.

Para este ano, a meta é elevar o faturamento em 26% (em dólar). Para sair do eixo Rio-São Paulo e ganhar mercado, a Oki inaugurou um escritório em Brasília e outro em Recife e também vai começar a investir agressivamente em road-shows pelo país. Com isso, a tendência é alavancar as vendas em outros Estados.

No setor de impressoras matriciais, que é estável, a fabricante se destacou ao registrar um crescimento de mais de 150%. No primeiro trimestre deste ano, a Oki alcançou mais de 30% de participação no mercado de impressoras matriciais e cerca de 17% no segmento de impressoras laser coloridas.