

A SMS leva vantagem por ser brasileira

Conhecer a qualidade dos ingredientes locais e as necessidades alimentares de cada indivíduo, pré-requisito para ser um bom nutricionista, de certo modo é a fórmula que explica a trajetória da SMS, fabricante de sistemas de energia, que desde 2004 figura entre as 200 maiores do Anuário Informática Hoje. Nos últimos dois anos, as políticas de relacionamento com canais e grandes clientes pesou tanto no resultado quanto a inovação tecnológica. “Colhemos os frutos do plano quinquenal (para o período entre 2004 e 2009), que antecipava as tendências da tecnologia e do mercado. O plano previa um aperfeiçoamento do modelo de negócio, no sentido de maximizar a força da marca na geração de oportunidades para os canais, conforme a especialização e a demanda em determinados segmentos. “Com a crise, a segurança que passamos aos clientes e canais fez ainda mais diferença”, descreve Auster Moreira Nascimento, gerente-geral corporativo da SMS.

Em termos de participação em receita, entre 40 e 45% são gerados pelas revendas que atendem à média das instalações. As grandes corporações representam cerca de 15% e nesse segmento se praticam vendas diretas. “Estimulamos ao máximo a utilização dos canais. Contudo, em alguns casos, é necessária uma configuração muito peculiar no equipamento e não pode haver risco de dimensionamento errado. Então assumimos diretamente a responsabilidade”, informa.

A proporção entre esforço de venda e retorno com os produtos de varejo não é mais favorável, mas Auster considera estratégica a presença forte no segmento: “Ainda que esteja longe de ser o canal que nos gere rentabilidade mais atrativa, é importante a médio e

longo prazos. O varejo ajuda a fixar a marca e acaba alavancando outras linhas”.

Nas grandes redes de varejo, é comum o comerciante incluir os estabilizadores e nobreaks como acessório às vendas de PCs, a exemplo do que ocorre com as impressoras. “O varejista percebe que nossa marca é reconhecida pelo consumidor e tende a nos dar preferência. Mesmo assim, a barganha é dura e às vezes praticamente precisamos pagar para estar na gôndola”, conta.

De forma geral, a potência do sistema de alimentação é um indicativo do tipo de aplicação a que se destina. Normalmente, os equipamentos com até 10 kVA são de implementação mais padronizada. Contudo, Auster explica que algumas aplicações não exigem uma carga pesada, mas são especialmente sensíveis à qualidade da alimentação elétrica. “Um servidor de datacenter ou um aparelho de ressonância magnética não precisa de alta potência, mas nem por isso qualquer equipamento serve. Nesses casos, temos uma pré-venda mais cara na fase inicial. À medida que conhecemos mais a aplicação e conquistamos a confiança do cliente, geramos ganhos a longo prazo”, acrescenta.

Embora seja a tecnologia mais fácil de entender para qualquer um que tenha conhecimentos básicos de física, sistemas de energia estão longe de ser commodities. Na SMS, cerca de 5% dos 1,2 mil funcionários dedicam-se exclusivamente a pesquisa e inovação, que recebem 7% do faturamento da empresa. “A base de nossa sustentabilidade é que algumas aplicações, mais críticas, exigem não apenas uma customização do hardware. Cada vez mais os equipamentos vêm com software embarcado e os grandes clientes valorizam nossa capacidade de

Porte	Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida (%)	Rent. s/vendas (%)	Rent. s/patrimônio (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)
GRANDE	SMS TECNOLOGIA ELETRÔNICA	1.067,00	0,39	18,18	24,50	4,68	1,91

implementar os aplicativos necessários”, revela. O fato de ser um fabricante nacional dá uma clara vantagem à SMS. “Nosso sistema elétrico é caótico. Há casos em que temos tensões de 110V e 220V na mesma cidade; às vezes, a qualidade varia em vários trechos de uma mesma rua; e equipamentos complementares precisam ser adequados às características de cada região. Estamos acostumados com a diversidade no território nacional e acompanhamos as tendências econômicas e demográficas. Temos uma posição muito forte na competição com os fornecedores globais”, conclui. Nos acordos de bundle, algumas vezes os fabricantes de equipamentos levam produtos da SMS, embutidos em suas soluções, ao exterior. No entanto, exportação por enquanto está fora dos planos imediatos da companhia. “Há grande diversidade de padrões na região e só vamos entrar em novos mercados quando tivermos certeza de que podemos fazer diferença”, justifica Auster. Em contrapartida, no mercado interno constatou-se um aquecimento fora dos centros tradicionais. “Percebemos uma expansão industrial nas regiões Norte e Nordeste, inclusive por ações de governo para atrair investimentos. A maioria das vendas de nossos distribuidores nesses locais é de produtos de menor complexidade, mas que têm apresentado uma escala crescente”, informa. Hoje, a SMS possui quatro fábricas: duas em Diadema (SP), uma em Guaxupé (MG) e uma em Aracaju (SE). A área produtiva já soma um total 15 mil m². Com domínio de todo o ciclo de engenharia e produção, a SMS mantém em linha mais de 200 itens, com especialização em sistemas de até 300 kVA. Em termos de inovação tecnológica no quinquênio



Auster Moreira Nascimento, gerente-geral corporativo: “Com a crise, a segurança que passamos aos clientes e canais fez ainda mais diferença.”

passado (2004-2009), Auster destaca o escalonamento das linhas, para potências superiores, e o acréscimo de funcionalidades como acesso e gerenciamento remoto. “Crescemos com base em produtos mais avançados, consolidamos nossa posição no mercado corporativo e aumentamos a aproximação com os canais para entender melhor suas especializações e gerar oportunidades”, enumera.

A tecnologia empregada para agregar inteligência aos sistemas de energia, muito valorizada em aplicações corporativas e críticas, também foi aplicada na montagem de soluções sofisticadas para automação e gerenciamento de eletro-eletrônicos em residências. Mais do que a proteção elétrica, os produtos SMS para a casa digital racionalizam e automatizam a ativação de dispositivos de iluminação, áudio, vídeo, ou vigilância, inclusive por acesso remoto.

Para os próximos cinco anos, a SMS planeja se fortalecer ainda mais no mercado corporativo. “Em 2010, o peso do segmento corporativo (na receita total) deve ficar entre 18% e 21%. Isso deve se repetir em 2011, se os fundamentos da economia forem mantidos”, estima. Um dos eixos do trabalho de engenharia é reforçar o apelo de sustentabilidade ambiental. Além de possuir a certificação ISO 9001:2008, de qualidade de processo industrial, a SMS acaba de obter a RoHS (restrição a substâncias perigosas).

Receita Líquida Total (US\$ mil)	Receita Líquida Prop. Segmento (US\$ mil)	Lucro Líquido Total (US\$ mil)	Lucro Líquido p/ Func. (US\$ mil)	Giro dos Ativos
79.121,99	77.539,55	-	13,96	1,08