

DENISE RAMIRO

Você já ouviu falar de José Roberto Melo da Silva? Não? Pois é bom começar a prestar atenção neste nome. Se tudo o que ele tem em mente der certo, Silva será o Constantino Jr. (dono da Gol) da telefonia móvel. Na semana passada, a sua empresa, a Unicel, recebeu o aval da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) para prestar serviços de telefonia celular na Grande São Paulo. Silva, então, virou um nanico no meio das gigantes Vivo, Claro e Oi. Mas era a oportunidade que ele

queria para colocar em prática um projeto engavetado há sete anos. Com experiência de sobra na área de TI – ele foi fornecedor de softwares para Brasil Telecom e Telemig, entre outras –,

Silva quer aplicar o modelo de baixo custo na telefonia celular. A idéia começou a tomar forma em 2000, quando Silva se deu conta de que pagava R\$ 0,20 o minuto num plano pós-pago e a sua empregada gastava R\$ 1,40 por minuto com o seu pré-pago. “Não é justo ela ganhar menos e pagar mais”, diz ele. Ele garante que há espaço para a redução de 40% no preço da tarifa. **“As operadoras estão fazendo tudo errado no Brasil ao cobrar o minuto móvel mais caro do mundo. Vamos trazer o baixo custo para a telefonia”, diz Silva.**

A fórmula para adaptar o modelo de baixo custo no setor de telefonia não é muito diferente da adotada por Constantino Jr. na Gol. Em suma, montar uma estrutura de gestão enxuta e priorizar a prestação de serviços. Isso significa, explica Silva, que a Unicel não pretende gastar dinheiro patrocinando shows de rock nem subsidiando apare-

SILVA, DONO:
**“Há espaço para
reduzir em até
40% as tarifas”**

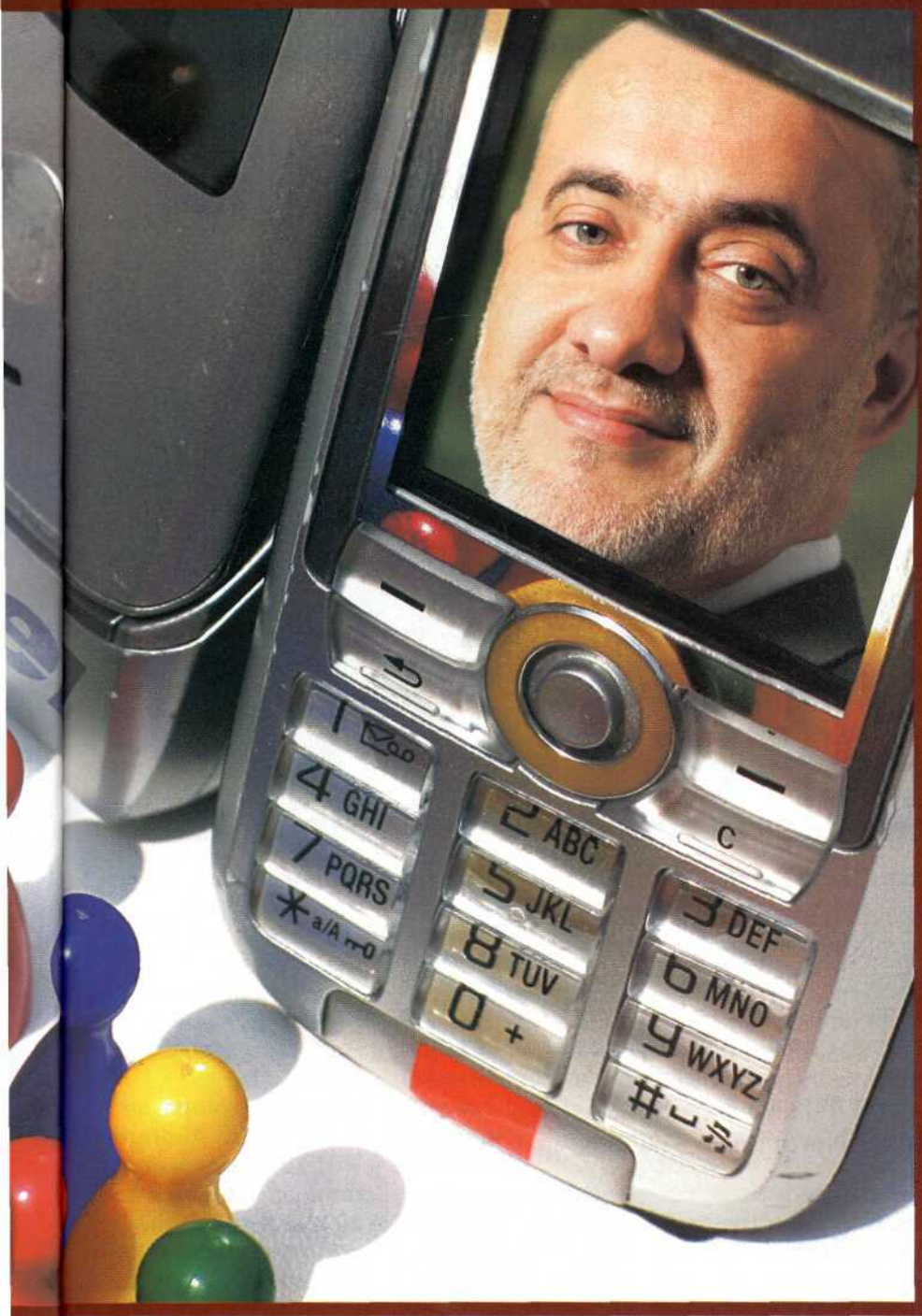
US\$
150
MILHÕES

é o capital inicial
para montar a
estrutura operacional



O NANICO DO

CELULAR



Silva é focar o negócio na venda de chips, ficando o celular a cargo do consumidor. É claro que o empresário entrou no mercado num momento privilegiado, em que todo o País já está aparelhado. De acordo com a Anatel, são mais de 100 milhões de celulares no Brasil. Mas o custo é ainda alto para o usuário. No Brasil o preço médio do minuto é R\$ 0,16 (pós-pago) e R\$ 0,45 (pré-pago). Na China e na Índia, o minuto sai pelo equivalente a R\$ 0,03 e R\$ 0,02, respectivamente, qualquer que seja o modelo da conta.

Silva diz que vai se concentrar nos usuários de pré-pagos que, hoje, respondem por 80% do mercado. “Quero que as pessoas usem o celular como telefone, não como bip, que só recebe chamada”, explica ele. De fato, as pessoas falam pouco no celular. A média mensal de utilização do pós-pago é de 70 minutos e do pré-pago, cinco. Os chineses falam 400 minutos. É nessa defasagem que a Unicel pretende ganhar dinheiro.

Negócios

Está tudo planejado para chegar lá. O aporte inicial de US\$ 150 milhões já está garantido. Quem assina o cheque é a EDJ8 Participações, criada pelo investidor americano Edward Jordan, sócio de Silva e conhecido por apostar alto em projetos de tecnologia. Um deles foi a Flarion Technologies, que desenvolve sistemas de telefonia, vendida em 2005 à Qualcomm, por US\$ 850 milhões. Jordan não dá ponto sem nó. A intenção dele e de Silva é bem clara. Daqui a três anos, a dupla quer abrir o capital da empresa e, mais tarde, quem sabe, fazer uma fusão com a Oi e a Brasil Telecom, que andam de namoro. É um caminho mais rápido para atuar em todo o País. O mercado vê a chegada da Unicel com atenção. “Se a Unicel fizer pela telefonia o que a Gol fez pela aviação, será fantástico. Fará com que todo mundo tenha que se mexer para se manter competitivo”, diz um executivo de uma fabricante de celulares. **ES**

lhos de celular para aumentar sua carteira de clientes. “Vender telefone é coisa para Motorola, LG e Nokia”, ironiza. Mais uma vez Silva se inspira em Constantino Jr., que certa vez foi questionado a respeito de seu conhecimento sobre aeronaves e respondeu assim: “Quem entende de avião é a Boeing e a Airbus. Eu entendo de transportar passageiros.” Diante disso, a idéia de