

'Novatas' dão sobrevida ao telefone fixo

Talita Moreira

A morte da telefonia fixa já foi decretada "n" vezes, nos últimos anos. Não foram poucos os analistas e executivos de operadoras que apostaram num fim de linha - sem trocadilhos - próximo para um serviço que quase não mudou desde os tempos de Alexander Graham Bell.

Muitos prognósticos, de fato, têm dado mostras de que deverão se confirmar mais cedo ou mais tarde. A mobilidade é uma tendência inexorável e já não há mais empresas que apostem num modelo de negócios sustentável baseado puramente na velha telefonia tradicional.

Mas ainda é cedo para enterrá-la. No Brasil, o serviço promete uma sobrevida razoavelmente longa e até atrai o interesse de novas empresas.

Depois de uma queda alarmante em 2006, o número de linhas fixas em serviço no país voltou a crescer no ano passado. Foi uma expansão muito pequena - de 500 mil telefones - e ainda insuficiente para reverter as perdas anteriores. Porém, o que chama a atenção é o fator que sustentou esse movimento.

Nada desse crescimento veio das concessionárias de telefonia local - Telefônica, Oi (ex-Telemar) e Brasil Telecom -, mas de empresas que surgiram para competir com elas. As três operadoras locais vêm perdendo assinantes desde 2003, ao passo que as rivais ganham terreno.

"Mais do que uma grande expansão no mercado, existe uma migração de clientes das concessionárias para outras empresas", observa o analista Julio Püschel, da consultoria Yankee Group. Segundo ele, o número de assinantes no país crescerá entre 1% e 2% ao ano até 2011.

Conforme levantamento da consultoria Teleco, o Brasil terminou o ano passado com 39,3 milhões de linhas fixas em uso, contra 38,8 milhões em 2006. A participação das concessionárias no total caiu de 92% para 89%.

Ainda que restrita às grandes cidades do país, a incipiente concorrência num mercado historicamente monopolista teve um efeito propulsor. Ao lado disso, o crescimento da economia e a melhora da renda tornaram os telefones - fixos e móveis - acessíveis a mais brasileiros. Por fim, as vendas de computadores atraem para as teles um público interessado em se conectar à internet.

De acordo com a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), 20 novas empresas pediram autorização para atuar na telefonia local apenas em 2007. No total, há 38 prestadoras desse tipo de serviço em atividade no país. Até mesmo a TIM, operadora de celular, interessou-se em obter uma licença de telefonia fixa para oferecer um serviço que combina características das duas tecnologias. A tarifa dos fixos ainda é menor que a do celular.

"A telefonia fixa ainda tem vida longa", avalia Alcides Troller, vice-presidente de mercado residencial da GVT. A operadora, que surgiu na região da Brasil Telecom, deu o primeiro passo fora de sua área original em 2007, quando começou a atuar no mercado residencial de Belo Horizonte.

A quantidade de telefones ativos na base da GVT subiu 30,6% no ano passado, atingindo mais de 1,2 milhão. A empresa antecipou-se a uma tendência que se tornou basilar no setor: a oferta de pacotes de serviços. "Procuramos entregar ao consumidor produtos que são relevantes para ele e que muitas vezes são coisas simples", diz Troller.

As ofertas combinadas transformaram-se num trunfo ainda mais poderoso para a Net. A operadora de TV por assinatura turbinou seus negócios ao adicionar banda larga e telefonia a seus

planos de serviços. Os "combos três em um" atraíram para a empresa alguns dos clientes mais rentáveis das concessionárias - que não por acaso defendem mudanças na legislação para que também possam atuar na distribuição de vídeos.

Lançado em março de 2006, o produto de telefonia fixa da Net somava 567 mil assinantes no fim de dezembro passado. Cresceu 212% em um ano.

Os planos multisserviços são uma arma importante, mas uma dose do sucesso das empresas autorizadas apóia-se no calcanhar-de-aquiles das concessionárias. As operadoras novatas de telefonia local não cobram a chamada assinatura básica, um mecanismo previsto nos contratos de concessão e que é um dos pilares da saúde financeira da Telefônica, Oi e BrT.

Em vez disso, cobram uma franquia de minutos para o cliente usar por mês. Nem sempre esse modelo representa grande vantagem para o assinante, mas é fato que a tarifa básica desperta antipatia. Basta recordar as milhares de ações judiciais que tentam sustar a cobrança. Também pesam os altos índices de reclamações nos órgãos de defesa do consumidor que recaem sobre as operadoras tradicionais.

É justamente nessas lacunas que algumas estreantes apostam. A RNTW, empresa de Londrina (PR) que começa a atuar na telefonia fixa, montou um modelo de negócios que tem como alvo municípios com mais de 24 mil habitantes onde atualmente não há concorrência para as concessionárias. "Fatores como o aborrecimento com as teles e a assinatura básica podem nos ajudar", observa Herlon de Oliveira, sócio e diretor-executivo da companhia.

A RNTW tem R\$ 12 milhões para investir em infra-estrutura. Porém, a maior parte da rede (especialmente o trecho que chega ao cliente final) será contratada de terceiros. Foi a maneira que a empresa encontrou para minimizar custos.

Construir uma rede capilarizada requer investimentos bilionários e esse é, justamente, um dos principais motivos para que haja pouca competição no setor.

A situação só começou a ficar mais incômoda para as concessionárias após a reestruturação financeira de algumas competidoras. A Embratel ganhou mais força ao ser comprada pela mexicana Telmex, em 2004. O mesmo grupo participou da reestruturação financeira da Net, controlada pelas Organizações Globo, e a recuperação da empresa trouxe a reboque todo o setor de TV por assinatura. A GVT tomou impulso com uma oferta inicial de ações na Bovespa. "A emissão de ações melhorou nossa capacidade de investimentos na rede. Antes, a gente não conseguia atender à demanda", diz Troller.

O fortalecimento dessas empresas veio acompanhado da melhora na economia, o que ampliou os horizontes do mercado. O aumento nas vendas de computadores ajudou a aquecer também a telefonia fixa, já que o acesso discado à internet ou em banda larga requer uma linha.

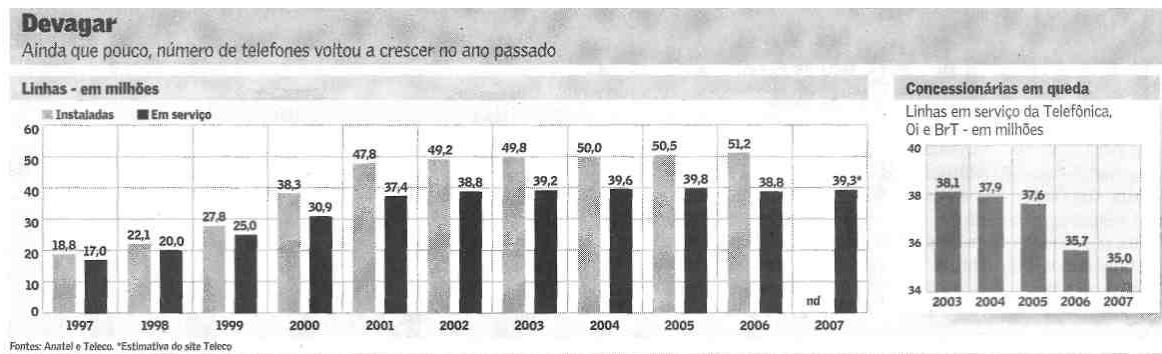
"Estamos começando a aproveitar o crescimento dessa classe C emergente. É a grande aposta da Embratel", afirma Guilherme Zattar, diretor de negócios residenciais da operadora.

A base de assinantes do Livre - serviço de telefonia local sem fio da Embratel - aumentou 46,3% no ano passado, chegando a 1,4 milhão de linhas. O produto buscou inspiração num recurso largamente utilizado nos celulares: os planos pré-pagos. Essa modalidade representa 80% dos telefones da operadora.

Segundo Zattar, a maior parte das vendas do Livre tem sido feita para pessoas que nunca tiveram telefone fixo. A Embratel está estendendo sua rede local a 14 municípios, além dos 81 onde já está presente.

Com o foco em classes de menor renda, o Livre complementa a estratégia de telefonia local da operadora, que procura atingir o público mais rico por meio da Net. A Embratel é acionista da empresa de TV paga, cujo controle pertence às Organizações Globo. Os serviços locais representam 15,5% da receita da Embratel, que foi privatizada como concessionária de longa distância.

"Se existe crise na telefonia fixa? O consumidor está dando essa resposta. Ninguém quer comprar um telefone agora para desligá-lo daqui a um ano", aposta Zattar.



Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 12 mar. 2008, Tecnologia&Telecom, p. B3.

A utilização deste artigo é exclusivo para fins de pesquisa acadêmica.