

Dados corporativos são foco das operadoras

Telefônica prioriza Postos Informáticos e deve movimentar mais de R\$ 120 milhões, e Embratel enfoca as pequenas e médias empresas

SÃO PAULO

De olho em oferecer soluções ao mercado corporativo, a Telefônica lançou comercialmente no segundo semestre do ano passado seu posto informático, ou seja, um produto que envolve computador, Internet em banda larga, telefonia fixa, suporte e manutenção. O serviço pode movimentar pelo menos R\$ 979,68 milhões ao ano, quando a Telefônica atingir a projeção final de instalar 520 mil postos desses serviços, voltados para pequenas e médias empresas (PMEs) e comércio.

Além da Telefônica, outras operadoras de telefonia fixa, como Embratel, do Grupo Telmex, Brasil Telecom, Oi (ex-Telemar) e CBTC, atuam com força no desenvolvimento de serviços exclusivos para essas áreas, hoje vistas com grande potencial. Vale ressaltar que o mercado corporativo foi responsável por movimentar em comunicação de dados R\$ 9,3 bilhões no ano passado, crescimento de 6,8% em relação ao ano anterior. Este se torna cada vez mais competitivo, principalmente pelo processo de consolidação que vem sofrendo, já que desde 2001 o número de provedores de serviços de comunicação de dados corporativos diminuiu 39%.

Apesar de os grandes provedores como Telefônica, Embratel, Brasil Telecom e Oi ainda seguirem líderes absolutos do mercado, concentrando cerca de 90% das receitas do segmento, as consolidações mais recentes, ocorri-

PREVISÃO

«Nossa projeção é comercializar pelo menos mais 40 mil postos informáticos até o final do ano, 25% deles para o comércio»

MARIO MILONE
DIRETOR GERAL TELEFÔNICA

→ CORPORATIVO

«O arande foco da Embratel está no mercado corporativo. Este segmento representa cerca de 50% da nossa receita»

MAURÍCIO VERGANI
DIRETOR GERAL EMBRATEL EMPRESAS

das de 2005 a 2007, tendem a elevar a competição. Já que provedores como BT, Global Crossing, GVT e CTBC fizeram aquisições estratégicas e passaram a operar redes próprias em diversas regiões do País.

Para manter posição de distância da concorrência, a Telefônica frx sua estratégia no seu posto informático para pequenos negócios por uma mensalidade fixa, a partir de R\$ 157, e que varia de acordo com a configuração escolhida. "A idéia de disponibilizar os serviços com pagamento mensalizado ajuda no quesito de ofere-

cer às empresas menores um produto que o mercado ocê caro, e que estas podem adequar aos seus rendimentos financeiros", revelou Mario Milone, diretor do segmento de Pequenas e Médias Empresas da Telefônica.

A Telefônica fechou 2007 com 38,5 mil postos informáticos comercializados, mas só nos dois primeiros meses deste ano já totalizou 45 mil pontos instalados no Estado de São Paulo. "Nossa projeção é comercializar pelo menos mais 40 mil novos postos informáticos até o final do ano", afirmou Milone. Para oferecer os PCs, a Telefônica fez parceria com a Positivo e com a Lenovo, mas o diretor aponta a que neste ano deverão ter novos fornecedores. "Estamos em conversas com outros fornecedores e podemos ter novidades", diz Milone, citando Ita e a Tece Dell.

Comércio

A Telefônica percebeu ao longo dos resultados dos postos informáticos um demanda muito forte no subnicho dos comerciantes, que têm forte volume com pagamentos eletrônicos via cartão de crédito e débito. Por esse motivo, a Telefônica resolveu oferecer atributos adicionais no pacote e lançou, mês passado, o posto informático para o comércio. Além dos serviços normais, incluiu leitor de cartão magnético e impressora de nota fiscal eletrônica— a R\$ 580 por mês.

Milone acredita que esse mercado tem muito potencial. "Nossa expectativa é de que os postos informáticos para o comércio representem cerca de 25% do crescimento total", previu. Assim, a tendência é que a empresa movi-

mente pertode R\$ 120,96 milhões como postos informáticos neste ano. O diretor avalia que quando a economia está crescendo, a principal camada que cresce em termos de empresas corporativas são as pequenas e médias empresas, as quais conseguem fazer essa transição do empreendedorismo e evoluir o seu negócio.

"O nosso foco é nesse nicho de entrada. A intenção da Telefônica é começar a trabalhar com as empresas logo no começo e crescer junto com elas. O potencial existe para começar com produtos mais básicos até chegar às ofertas mais desenvolvidas, que são os produtos digitais", apontou Milone, citando serviços mais avançados de Internet em banda larga, voz digital e TV.

Concorrência

Outra gigante que lançou produtos para o mercado corporativo, em especial no segmento de pequenas e médias empresas, é a Embratel, do milionário Carlos Slim. Tanto que o maior plano da empresa para os próximos anos é a implementação dos serviços de WiMax em 61 cidades, com aportes de R\$ 600 milhões, os quais serão inicialmente exclusivos para o segmento de pequenas e médias empresas. "O mercado corporativo é o grande foco da Embratel. No total, 50% da nossa receita vem dele", afirmou ao DCI Maurício Vergani, diretor executivo da Embratel Empresas.

Fora o WiMax, a maior aposta da operadora é no produto Embratel PME, oferecendo serviços de voz e de Internet em bandalar-

ga no mesmo pacote, a uma franquia que, para ambos, soma R\$ 199 por mês. Para aumentar a penetração do serviço, a Embratel lançou a versão Flex, em que o cliente paga apenas pelos serviços de Internet em banda larga, de R\$ 99 mensal, e que realiza ligações de fixo.

Vergani aponta de que o Embratel PME vem tendo muita aceitação no comércio, o que move a empresa a trabalhar para oferecer soluções específicas para esse nicho do mercado. "O

comércio nos interessa muito. Ele tem uma necessidade que para nós surge como uma oportunidade. Percebemos a necessidade atuar com serviços exclusivos no comércio e estamos trabalhando muito para prover soluções específicas para o segmento. Podemos ter novidades até o final do ano", frisou Vergani.

A CTBC é outra que disputará com força o segmento, por isso aplicará R\$ 1,3 bilhão nos próximos três anos, com o intuito de instalar uma plataforma que propicie à empresa oferecer soluções com grandes velocidades de transferência de dados. "Já que não sou o maior, tenho de ser o mais rápido", diz Marcos Siffert, diretor comercial de Negócios de Expansão da CTBC. A área de expansão é composta por grandes cidades: São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília e Belo Horizonte.

VICTOR HUGO ALVES



Mario Milone

Vivo comunica assumir controle da Telemig

A Vivo comunicou ontem ao mercado que assumiu o controle acionário da Telemig Celular, empresa adquirida no ano passado juntamente com a Amazônia Celular pelo valor de R\$ 1,213 bilhão, por meio da compra de todas as ações da Telpart, que detinha controle sobre 53,9% das ações da Telemig. A Vivo anunciou ainda que realizará, ofertas públicas para aquisição de ações ordinárias dos acionistas não controladores da Telemig Participações e Telemig Celular.

Na mesma linha, a Telemar concluiu a aquisição de 51,86% das ações ordinárias, 0,09% das ações preferenciais e 19,34% do total de ações de emissão da TNCP, controladora da Amazônia Celular. O contrato foi celebrado entre a TMAR e a Vivo em dezembro de 2007.

Já a Embratel lançou ontem a sua rede de tecnologia de banda larga sem fio WiMax, a qual será utilizada para oferecer serviços de telefonia fixa e de banda larga em 12 cidades brasileiras. Para essa iniciativa, a empresa fez aportes de R\$ 175 milhões, e o foco inicial é oferecer serviços para pequenas e médias empresas. Segundo o presidente da Embratel, José Formoso, a meta é disponibilizar WiMax para 61 cidades até o final do ano, atendendo 30 mil clientes. A expectativa é atingir até o fim do ano 30 mil clientes.