Teles disputam mercado de R$ 900 bilhões
Roberto Machado

A compra da BrT (Brasil Telecom) pela Oi, se efetivada, vai inaugurar uma nova fase na competição entre as gigantes da telefonia no país. Em disputa, um mercado que neste ano vai chegar a R$ 150 bilhões --soma do faturamento das empresas que atuam em telefonias fixa e móvel, banda larga e TV por assinatura.

Os analistas projetam ainda um crescimento das receitas da ordem de 10% ao ano até 2012. Isso significa que estarão em jogo aproximadamente R$ 900 bilhões nos próximos cinco anos (incluindo 2008). A disputa será travada entre três grandes grupos, em dois campos de batalha.

Os grupos: o espanhol Telefónica, o mexicano Telmex e o nacional que resultará da compra da Brasil Telecom pela Oi --que, no entanto, ainda depende de mudanças na legislação e de autorização de órgãos governamentais.

Os campos de batalha: o mercado de celulares pré-pagos (voltados às classes C, D e E) e os serviços via banda larga para as classes A e B --em especial, TV por assinatura e acesso à internet. No caso da TV por assinatura, a permissão para que as teles ofereçam o serviço ainda depende de mudanças na chamada Lei do Cabo.

De qualquer forma, os especialistas afirmam que a disputa pelo consumidor de maior poder aquisitivo só vai se intensificar a médio prazo. Hoje, o mercado de celulares pós-pagos praticamente se estagnou e o de telefonia fixa está declinante. No curto prazo, nos próximos dois anos, a disputa --que promete ser feroz- terá um único alvo: os milhões de brasileiros que estão migrando para a "nova classe C".

"O que está puxando o crescimento da receita é o celular pré-pago. Estimamos que o Brasil vá terminar 2008 com 145 milhões de celulares, um crescimento de 20% em relação a 2007", diz Eduardo Tude, diretor da consultoria Teleco, que produz estatísticas para a Telebrasil (a associação que reúne operadoras, fornecedores e prestadores de serviços da área de telecomunicações).

Segundo ele, o Brasil vai ter, no fim do ano, 75 celulares para cada 100 habitantes -a chamada teledensidade do serviço móvel, parâmetro utilizado internacionalmente. E, dentro de três ou quatro anos, o número de celulares vai ultrapassar o de habitantes, um fenômeno que já ocorre em 48 países, entre os quais estão Argentina, Portugal e Rússia.

"Nas faixas de renda mais baixa, ainda há muito espaço para crescimento. Estimamos até 30% por ano. Depois, virá a disputa da internet em alta velocidade e do celular de terceira geração. Mas isso será um pouco à frente", afirma Juarez Quadros, que foi ministro das Comunicações e hoje atua como consultor.

O desafio da receita

Com o mercado dos países desenvolvidos caminhando para a estabilização, as maiores operadoras voltam-se, cada vez mais, para os emergentes. Entre eles, o Brasil ocupa papel de destaque, por conta da ascensão de um contingente de 35 milhões de pessoas que, nos últimos anos, deixaram as classes D e E em direção à classe C.

Mas as operadoras enfrentam um desafio: obter lucros crescentes com um serviço de baixo custo (o pré-pago) e tarifas cada vez mais baixas por causa da competição.

Ao longo da última semana, os investidores receberam com cautela a proposta de compra da BrT. Nos encontros que os executivos da Oi estão promovendo com analistas para explicar a operação,

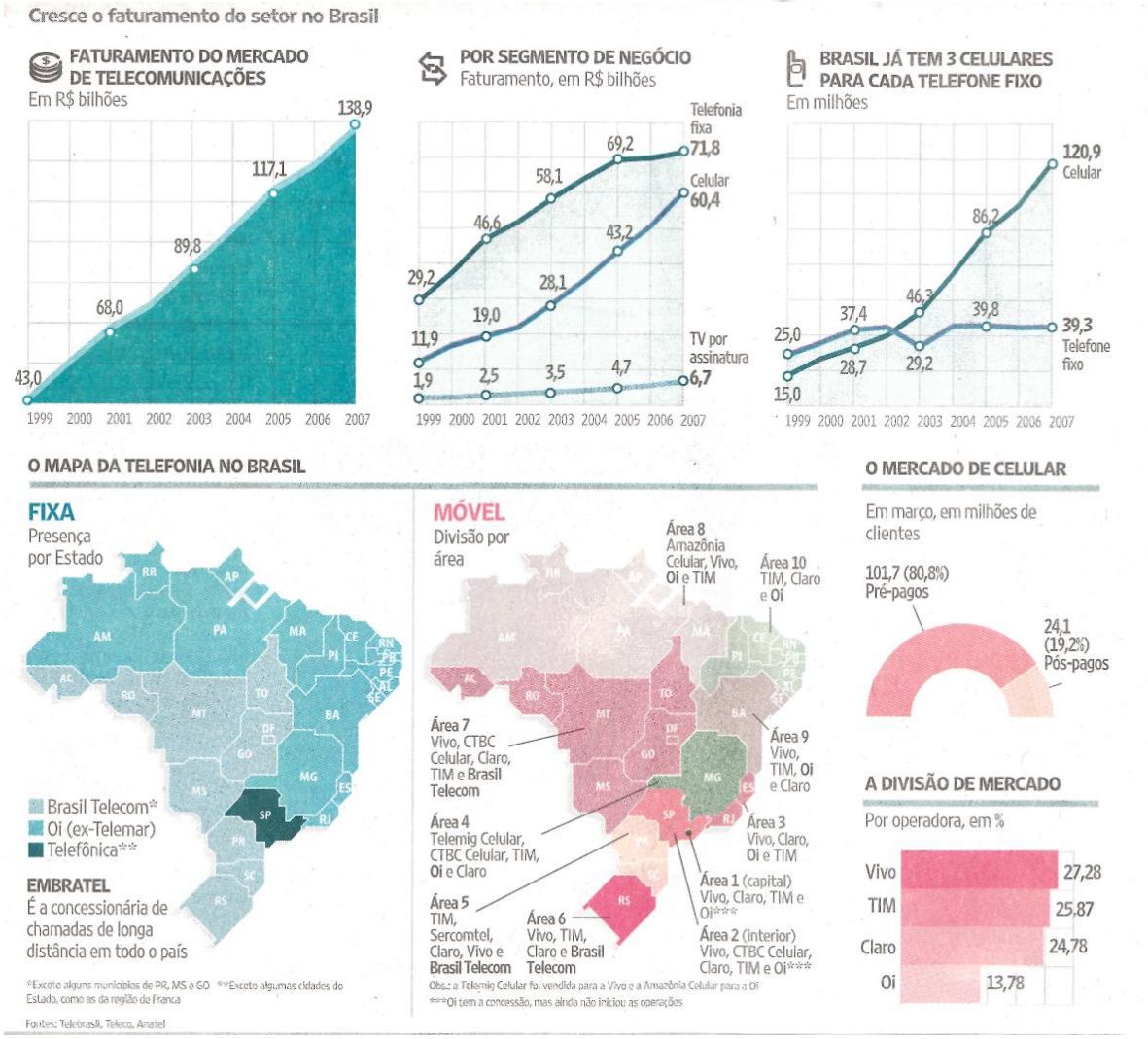
o recado é direto: a estratégia é quase dobrar o número de clientes de celular num prazo de cinco anos. Hoje, são 16 milhões na Oi e 4,4 milhões na BrT. O objetivo é chegar a 38 milhões. A líder Vivo (da Telefónica, em parceria com a Portugal Telecom) encerrou 2007 com mais de 37 milhões de clientes.

Pré-pago

Nas reuniões, os diretores da área financeira têm reiterado que é possível obter boa rentabilidade das linhas pré-pagas, mesmo com tarifas menores. Segundo pesquisa da LatinPanel, a receita média mensal do pré-pago caiu de R$ 13,34 para R$ 11,60. E, segundo cálculos do setor, há tendência de redução de 5% por ano nas tarifas.

A resposta que as operadoras oferecem pode ser sintetizada numa palavra: escala. Se os preços caem 5%, o mercado cresce ao menos 15%. E há a esperança, por parte das empresas, de que uma pequena fração desses novos consumidores também contrate os serviços da telefonia fixa.

"Com a manutenção do atual ritmo de crescimento da economia, ainda há algum espaço para crescer. Apesar de o número de assinantes ser menor, a telefonia fixa ainda responde pela maior parte do faturamento", afirma o consultor José Fernandes Pauletti, presidente da Abrafix, que reúne as operadoras de telefonia fixa.



Fonte: Folha de S. Paulo, São Paulo, 4 mai. 2008, Dinheiro, p. B6.

A utilização deste artigo é exclusivo para fins educacionais.