

## **4**

### **Descrição do setor de telecomunicações e das empresas do estudo**

Neste capítulo é feito um breve descritivo do setor de telecomunicações brasileiro englobando sua origem e características para posterior descrição das empresas envolvidas no estudo.

#### **4.1.**

#### **O setor de telecomunicações**

##### **4.1.1.**

##### **O sistema de telecomunicações no Brasil**

Estabelecido na década de 60 sob forte hierarquização e centralização conforme os modelos militaristas da época, o Sistema Telebrás de comunicação caracterizava-se pela existência de uma empresa pública em cada Estado da federação que permanecia ligado ao Sistema Telebrás. A partir da privatização do sistema de telecomunicações no Brasil em 1997, o Sistema Telebrás foi desmembrado em três grandes holdings de concessionárias de serviços locais de telefonia fixa, além de oito concessionárias de telefonia celular (Bolaño e Massae, 2000).

Outro efeito da privatização no setor foi a adoção da Lei Geral das Telecomunicações. Baseada nos princípios da competição e universalização dos serviços telefônicos, a Lei Geral das Telecomunicações, além de garantir a participação do capital estrangeiro no mercado nacional, criou uma agência reguladora independente e autônoma. Esta agência, a ANATEL – Agência Nacional de Telecomunicações, tem como objetivo estabelecer as condições para a competição entre as empresas de prestação de serviço de telecomunicações, como preços e tarifas justas para o usuário e fiscalizar o cumprimento das normas, metas e qualidade no serviço ao usuário final (Bolaño e Massae, 2000).

De acordo com Silva (2007) o modelo de privatização do Sistema Telebrás foi sustentado sob três pilares com objetivo de privilegiar a competitividade do setor, a saber:

- Criação de empresas com porte considerável para a realização de investimentos;
- Modelo capaz de permitir alianças de empresas nacionais com internacionais;
- Possibilidade de uma eficiência regulatória e competição entre as operadoras do setor.

Entre 1998 e 2007, o investimento das empresas do setor de telecomunicações foi da ordem de R\$ 140,9 bilhões. Em contrapartida, no período prévio à privatização de 1994 a 1997, o investimento médio registrado foi de R\$ 5,6 bilhões. Este aumento no investimento após a privatização do setor de telecomunicações também se refletiu na participação do setor na composição do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro, que passou de 3,2% em 1998 para 6,2% em 2007 (Agência Estado, 2008).

#### **4.1.2. A telefonia móvel no Brasil**

Segundo a ANATEL, o serviço de telefonia móvel no Brasil pode ser classificado em três segmentos diferentes (Anatel, 2011):

- **Serviço Móvel Pessoal (SMP)** - é o serviço que permite a comunicação entre celulares ou entre um celular e um telefone fixo.

- **Serviço Móvel Especializado (SME)** - é o serviço que possibilita a comunicação por meio de despacho via radiocomunicação para uma pessoa ou grupos de pessoas previamente definidos. Semelhante ao celular é utilizado basicamente, para a realização de operações tipo despacho e outras formas de telecomunicações.

- **Serviço Especial de Radiochamada (SER)** - conhecido como *bip* ou *paging*, é o serviço que permite o envio de informação/recado de uma central para outro ponto.

O mercado brasileiro de telefonia celular encerrou o mês de março de 2011 com mais de 210,5 milhões de acessos. Nos três primeiros meses do ano, o Serviço Móvel Pessoal (SMP) registrou 7,6 milhões de novas habilitações (Anatel, 2011).

Comprovando o ritmo forte de crescimento da telefonia móvel no Brasil, a tabela 6 apresenta o número de novas habilitações da telefonia celular desde o processo de privatização do sistema de telecomunicações no Brasil.

Tabela 6: Número de novas habilitações da telefonia celular desde o processo de privatização do sistema de telecomunicações no Brasil

<b>Ano</b>	<b>Nº de Novas Habilitações (em milhões)</b>
<b>1997</b>	1,8
<b>1998</b>	2,8
<b>1999</b>	7,7
<b>2000</b>	8,2
<b>2001</b>	5,5
<b>2002</b>	6,1
<b>2003</b>	11,5
<b>2004</b>	19,2
<b>2005</b>	20,6
<b>2006</b>	13,7
<b>2007</b>	21,1
<b>2008</b>	29,7

Fonte: (Anatel, 2011)

Além do crescimento no número de habilitações, os telefones celulares passaram neste período por uma renovação tecnológica conforme sintetizada na tabela 7. Nesta tabela pode-se perceber a evolução das tecnologias analógicas (AMPS - *Advanced Mobile Phone System* e TDMA - *Time Division Multiple Access*), digitais (CDMA - *Code Division Multiple Access*, GSM - *Global System for Mobile Communications*) e 3G (CDMA2000 e WCDMA - *Wide Band Code Division Multiple Access*) (Anatel, 2011).

Tabela 7: Participações em (%) de habilitações por tecnologia do celulares

Tecnologia	Participação (%)			
	2011	2008	2004	2001
AMPS	0%	0%	1%	5%
TDMA	0%	1%	43%	64%
CDMA	2%	8%	30%	31%
GSM	87%	89%	26%	-
WCDMA (3G)	9%	1%	-	-
CDMA 2000	0%	0%	-	-
Terminal de Dados	3%	0%	-	-

Fonte: (Anatel, 2011)

A proporção de aparelhos de celular por habitante que em 1994 era de 4,91 unidades por mil habitantes, passou para 794 aparelhos a cada mil habitantes em 2008, crescendo 100% somente nos últimos quatro anos (Folha, 2010).

Em 2011 o número de celulares já superou o número de habitantes no Brasil (Anatel, 2011).

A previsão de um estudo fornecido pela *Pyramid Research* é de que para o ano de 2011 haja um crescimento de 8% no mercado global de celulares, resultando em mais de 1,4 bilhões de aparelhos vendidos em todo o mundo (Folha, 2011).

Segundo dados da consultoria *Wireless Intelligence*, a América Latina se tornou o segundo maior mercado de telefonia celular do mundo, cuja previsão para o mercado mundial é de que o número total de linhas telefônicas móveis chegue a 6 bilhões na segunda metade de 2012 (Folha b, 2010).

#### 4.2.

#### As empresas do presente estudo

Os dados a seguir foram retirados de documentos institucionais das empresas em análise no presente estudo, e maiores detalhes que pudessem comprometer a identidade das organizações não foram utilizados de forma que mantivesse o sigilo das mesmas sem comprometer também a aplicação do estudo.

#### **4.2.1. Empresa Y**

Surgida em uma incubadora de empresas em Campinas, a empresa Y iniciou suas operações em 1999. Até o momento da fusão com a empresa Z, a empresa Y era líder no mercado de internet móvel brasileiro, fornecendo soluções tecnológicas para corporações, possibilitando a mobilidade necessária através de qualquer dispositivo - desde um terminal internet até um telefone celular - para o acesso a seus sistemas de informação.

A empresa Y também atuava na área de telecomunicações através de serviços de entretenimento e informações no celular, como *download* de imagens e *ringtones*, portais de notícias e através das diversas tecnologias de mobilidade (WAP, SMS e MMS). A empresa Y atuava junto a operadoras de telefonia celular do Brasil e da América Latina.

No mercado desde 1999, a empresa atraiu diversos clientes e parceiros na área corporativa e de telefonia celular, e se firmou como forte nome nacional em soluções que integravam internet e internet móvel, apostando em sua capacidade de entrega de soluções altamente inovadora.

#### **4.2.2. Empresa Z**

A empresa Z foi criada em 2000 e logo se tornou parte de uma incubadora de empresas no Rio de Janeiro. Em 2003 a empresa começou o processo de profissionalização e em 2004 possuía um quadro de 30 profissionais.

A empresa tinha sua atuação distribuída em 3 macro áreas de negócios específicas, a saber:

- Conteúdo para entretenimento
- Aplicações corporativas para pequenas e médias empresas
- Área de serviços sob encomenda

### **4.2.3. Processo de fusão das empresas Y e Z**

As referidas empresas atuavam à época do processo de fusão, iniciado em dezembro de 2007, no mercado de telecomunicações brasileiro disponibilizando serviços a consumidores finais por intermédio de operadoras de telefonia celular.

As duas empresas, apesar de atuarem no mesmo mercado, apresentavam em seus portfólios de negócio produtos complementares, ou seja, apesar de competirem, as duas empresas não se caracterizavam como concorrentes entre si em termos de produtos.

A fusão das empresas Y e Z, duas pioneiras no desenvolvimento de aplicações para celular no país, ocorrida no final de 2007, possibilitou a formação de uma nova empresa, com receita inicial superior a R\$ 14 milhões.

No ano de 2009 a empresa resultante da fusão já prestava serviços para mais de 25 milhões de usuários no Brasil.

No momento da fusão, as duas empresas vigoravam entre as maiores empresas do setor de serviços de valor agregado para telefonia celular, possuindo como clientes grandes empresas brasileiras e multinacionais, um quadro de 110 funcionários, escritórios no Rio de Janeiro, São Paulo e Campinas e foco na criação e desenvolvimento de softwares interativos de entretenimento como conteúdo, ferramentas móveis, plataformas corporativas voltados para usuários com telefones celulares mais capacitados tecnologicamente (GSM, 3G). Caracterizando-se por uma forte integração com as operadoras de telefonia celular.

Após o processo de fusão das empresas Y e Z, a nova companhia formada passou por outras transformações organizacionais entre o período de 2008 a 2011, como aquisições de outras empresas e entrada de um sócio capitalista com intuito de expandir as atividades da empresa para a América Latina. Atualmente o quadro da força de trabalho da organização ultrapassa o número de 110 funcionários e a previsão é que em 2011 a empresa atenda 100 milhões de clientes usuários de telefonia móvel na América Latina. Tais reorientações estratégicas, conforme mencionado anteriormente, não serão objeto do presente estudo.