

4. Mercado de Telefonia Móvel

Tendo em vista que este estudo de caso é de uma empresa de telefonia móvel, torna-se relevante que seja abordada a evolução histórica da telefonia móvel no Brasil, suas características, o modelo para a privatização do sistema e o seu desenvolvimento mais recente.

4.1. Histórico do Mercado

A história da telefonia celular no Brasil teve seus percalços. Na época do Sistema Telebrás em 1990, fatores como as restrições orçamentárias, amarras regulatórias, indefinições tecnológicas, prazos curtos para a implantação de redes e as inexperiências mercadológicas, conturbaram os departamentos de telefonia celular das empresas de telefonia fixa, sobre as quais, durante anos, pairou a ameaça da concorrência privada, a qual se tornou realidade apenas em 1997, com a entrada de algumas operadoras da banda “B”.

Desde a definição do modelo de privatização e até 2001, a área geográfica da telefonia móvel no país encontrava-se dividida em nove áreas de exploração da banda “A” e dez da banda “B” integrando o Serviço Móvel Celular (SMC). Em fevereiro daquele ano, a Anatel, agora estabelecendo novas as áreas geográficas, leiloou novas licenças, agora definidas como Serviço Móvel Pessoal (SMP).

Em junho de 2002, deu-se o início das operações da Oi, através de autorização concedida pela Anatel, utilizando a tecnologia GSM, para operar na banda “D”, na região I do STFC, ou seja, na mesma região de atuação da Telemar. Em Outubro do mesmo ano, a TIM iniciou suas operações, utilizando

também a tecnologia GSM, em todos os estados da federação onde ainda não operava.

4.2. Evolução do Mercado

Esse mercado, vem, ao longo dos anos apresentando crescimento espetacular. No final de 1998, ano da privatização, havia no país cerca de 7,4 milhões de usuários, representando uma densidade telefônica celular de 4,5%. Em junho de 2004, foram registrados 54 milhões de usuários, o que significa uma densidade de mais de 30% (World Telecom, Junho 2004).

Do total de terminais móveis em operação, em jun/2004, cerca de 54% eram da banda “A”, 29% da banda “B”, 15% da banda “D” e 2% da banda “E”. Cabe ressaltar, que na época da privatização, a banda “A” possuía 72% de participação, contra 28% banda “B” (World Telecom, Junho 2004).

4.2.1. Pós-pagos X Pré-pagos

De forma a massificar o uso de celulares nas camadas de renda mais baixas da população, o sistema pré-pago foi lançado no Brasil na cidade do Rio de Janeiro, no primeiro semestre de 1999, pela operadora ATL, na ocasião controlada pelo grupo Algar, atualmente chamada de Claro, cujo controle foi adquirido pelo grupo mexicano America Movil.

Desde então, o celular pré-pago vem alterando substancialmente o perfil da base nacional de usuário e praticamente eliminando os operadores de *paggers* (ex.:Teletrim, Conectel) do mercado. Esse crescimento foi fortemente estimulado pelas próprias operadoras que viram nesse tipo de cliente uma importante fonte de receita, qual seja a de interconexão, que recebem das operadoras fixas, quando seus clientes fazem chamadas fixo-móvel. Essa receita não acarreta qualquer tipo de despesa direta – cobrança, inadimplência, emissão de conta, etc. – para a operadora móvel.

A figura 16 representa a crescente evolução dos celulares pré-pagos, indicando que desde 2000, a base de pré-pago é crescentemente superior à dos pós-pagos.

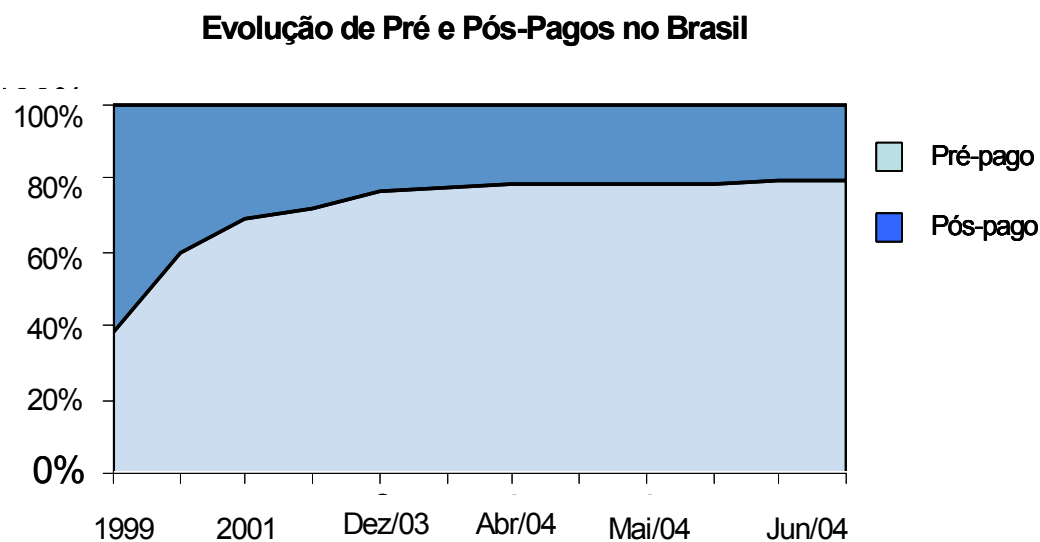


Figura 16

Fonte: www.telemar.com.br

Fica evidente, na figura 17, que o mercado de telefonia móvel brasileiro (21% pré e 79% pós) está cada vez mais alinhado com o mercado mundial, onde a proporção é 80% para pré-pago e 20% para pós-pago:

Pré x Pós Junho 2004

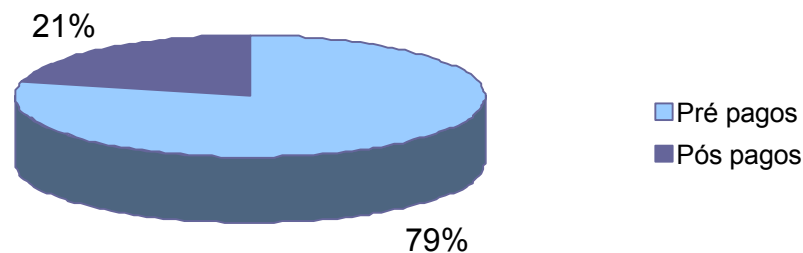


Figura 17 Fonte: Anatel, Junho 2004

4.2.2. Gerações da Telefonia Móvel:

Na tentativa de alinhar o Brasil com as Américas e escolher um só padrão que traria benefícios operacionais e de escala, a Telebrás, no final dos anos 80, decidiu que o padrão de telefonia móvel seria a tecnologia analógica *Advanced Mobile Phone Service* (AMPS), já utilizada nos EUA.

Em 1994, a Telebrás iniciou a avaliação dos padrões digitais, porém como na fase analógica havia sido definido o alinhamento com o bloco americano, não foi contemplada a possibilidade de se utilizar o padrão GSM. O governo, que estava se preparando para vender licenças da banda "B", queria conter o avanço das estatais para tornar o leilão mais atrativo aos investidores; fez com que houvesse atraso na aprovação dos projetos e a conseqüente falta de definição quanto ao padrão tecnológico a ser adotado.

Enquanto as operadoras pressionavam para conseguir modernizar e digitalizar suas redes, ainda analógicas, a demanda pelo celular crescia, resultando na queda da qualidade dos serviços, com congestionamento nas redes e aumentos de chamadas não completadas.

A evolução das gerações da telefonia móvel celular ao longo do tempo pode ser vista na figura 18:

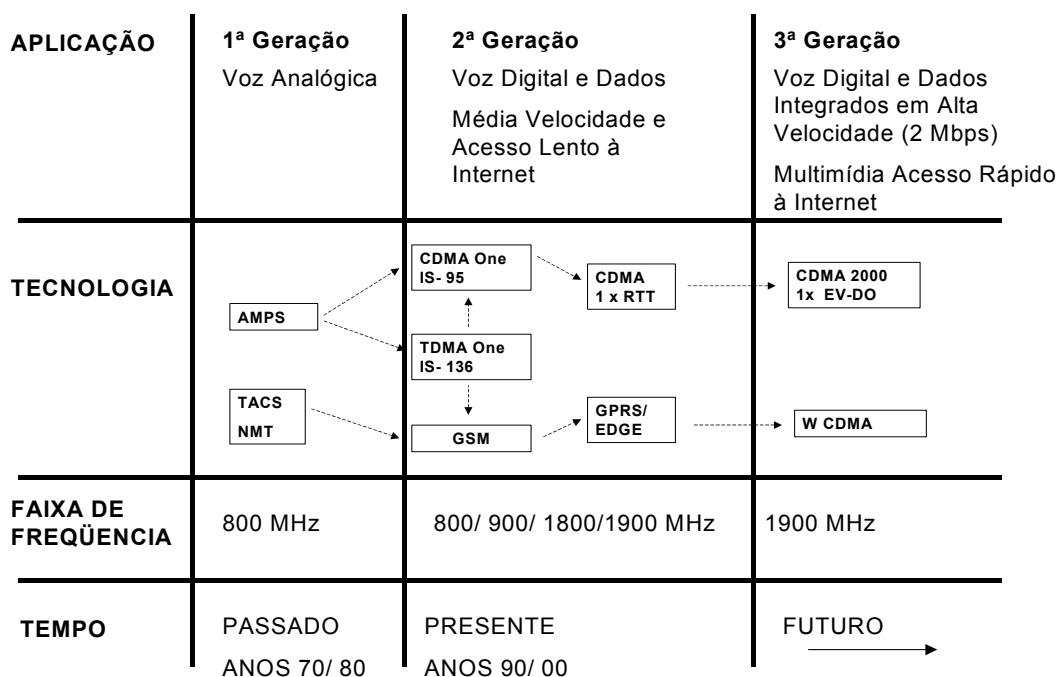


Figura 18 Fonte Anatel, 2003

4.3. Empresas do Mercado de Telefonia Móvel no Brasil

O mercado de telefonia móvel no Brasil mudou radicalmente desde que foi privatizado. Porém, somente a partir de 2002, com a entrada da Oi, e depois da TIM, oferecendo novas tecnologias, novos aparelhos, novos planos, etc. a concorrência, de fato, tornou-se mais acirrada.

Com o lançamento da Oi, os *players* existentes tiveram que se adequar ao novo ambiente competitivo. Eles repensaram suas marcas, aparelhos, tecnologias e redefiniram suas estratégias mercadológicas e de logística.

A Oi em apenas dois anos de operação atingiu a 21% de participação de mercado na sua área de atuação, representando 9,4% do *market share nacional* (Teleco Agosto 2004).

A Telecom Américas, que controlava diversas empresas, entre as quais a antiga ATL, consolidou-as em uma única marca, a Claro, lançada em meados de

2003. Além disso, adquiriu o controle acionário de duas operadoras existentes: a BCP, que operava a banda “B”, na região metropolitana de São Paulo, e a BCE, que operava a banda “B”, em alguns estados do Nordeste.

A Tim, controlada da Telecom Itália, já presente em alguns estados da Região Sul e em outros da Região Nordeste, além de Minas Gerais, adquiriu as licenças das bandas “D” e “E”, de forma a atuar em todo o território nacional, com o padrão GSM, já tendo, inclusive, anunciado que estaria migrando todas as suas operadoras para esta tecnologia.

A antiga Telefônica, constituiu uma *joint venture* com a Portugal Telecom, agrupando todas as operadoras controladas pelas duas empresas, em torno de uma única marca, a “Vivo”, anunciada ao mercado em abril de 2003, e a única a manter a tecnologia CDMA. Assim, as operadoras Tele Sudeste Celular, Tele Leste Celular, CRT Celular, TCO e NBT, Telesp Celular e Global Telecom, que formam o maior conjunto de empresas de telefonia celular do país, passaram a ser reconhecidas como “Vivo”, com um total de 23,5 milhões de assinantes, em junho de 2004 (Teleco Agosto - 2004).

Outras operadoras de menor relevância atuam em mercados regionais, dentre as quais destaca-se a Sercontel, a Telemig Celular, e a Tele Norte Celular, sendo que as duas últimas são controladas pelo Grupo Opportunity e diversos Fundos de Pensão.

No último leilão de licenças, realizado em novembro de 2002, a Brasil Telecom adquiriu a licença GSM para operar na mesma área de cobertura daquela operadora de telefonia fixa. Tendo iniciado suas operações em setembro de 2004.

Mais recentemente, a Telecom Américas, adquiriu a licença para atuar no Estado de Minas Gerais, consolidando assim, uma cobertura praticamente nacional, faltando-lhe apenas alguns estados da região norte do país.

Em junho de 2004 a divisão geográfica dos grupos principais empresariais está representada na figura 19:

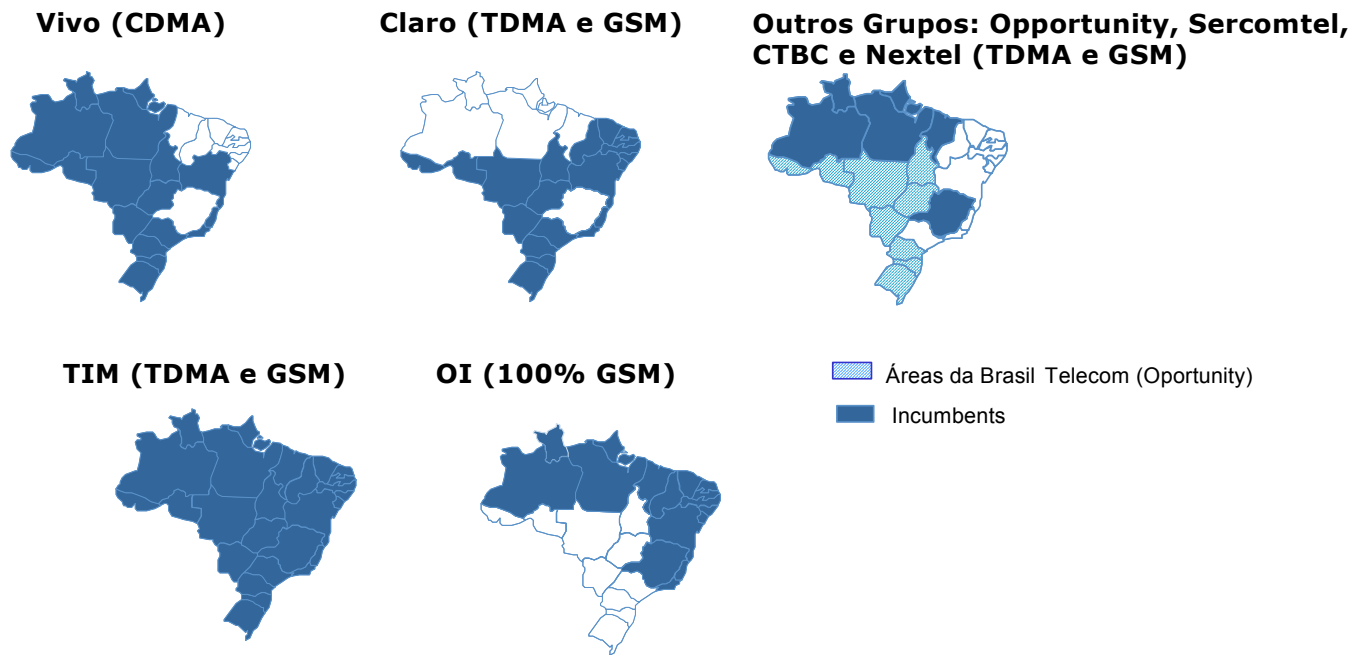


Figura 19

Fonte Merrill Lunch Global Emerging Markets Investor Forum Jun/04

4.4.

Número de Aparelhos por Habitantes - Teledensidade

A densidade média da telefonia móvel, registrada no Brasil, por sua vez, não reflete a realidade de cada estado da federação. Segundo o relatório da Anatel, o Distrito Federal, basicamente devido à forte concentração urbana e ao elevado nível de renda da capital do país, revela a maior penetração (83%) dentre todos os estados. O estado do Rio de Janeiro possui a segunda maior densidade, refletindo o pioneirismo da telefonia celular no Brasil, o pioneirismo do lançamento do celular pré-pago e do péssimo serviço da empresa de telefonia fixa, a antiga Telerj, levando os habitantes daquele estado a utilizar a telefonia móvel (Anatel 2004).

Em que pese a explosiva expansão na base de usuários, a densidade da telefonia móvel (número de usuários por 100 habitantes) ainda revela-se relativamente baixa e bastante heterogênea nos estados da federação, conforme demonstrado a seguir. A figura 20 mostra a penetração (%) de telefonia móvel, em junho de 2004, em cada um dos estados da Federação.

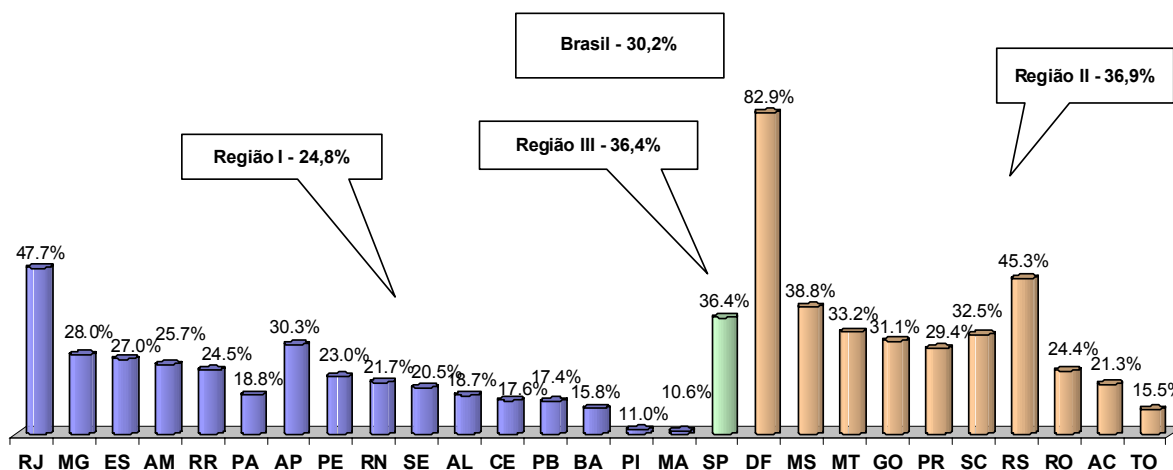


Figura 20 Fonte: www.telemar.com.br

4.5. Serviços

Os serviços de telefonia celular, no Brasil, são oferecidos pelo sistema de "quem chama paga" - *Calling Party Pays* (CPP), mediante o qual os assinantes pagam unicamente as chamadas por eles originadas. Além das taxas de *roaming* e de deslocamento (quando o usuário recebe chamadas estando fora da sua área de tarifação), as tarifas variam de acordo com o plano de serviço contratado, a origem da chamada, seu destino e a sua duração. Os assinantes pagam no mínimo por 30 segundos, mesmo que a chamada dure menos que esse tempo, em cada chamada realizada.

As empresas de telefonia móvel fazem parcerias com fabricantes de aparelhos e, na maioria das vezes, acabam subsidiando o aparelho, de forma a viabilizar a atrair novos clientes e ganhar participação no mercado.

4.6. Telefones Fixos x Móveis - Número de Usuários

Como pode ser visto na figura 21, em julho de 2003, pela primeira vez na história das telecomunicações no Brasil, a planta móvel ultrapassou a fixa. (Relatório da Anatel, Setembro 2003).

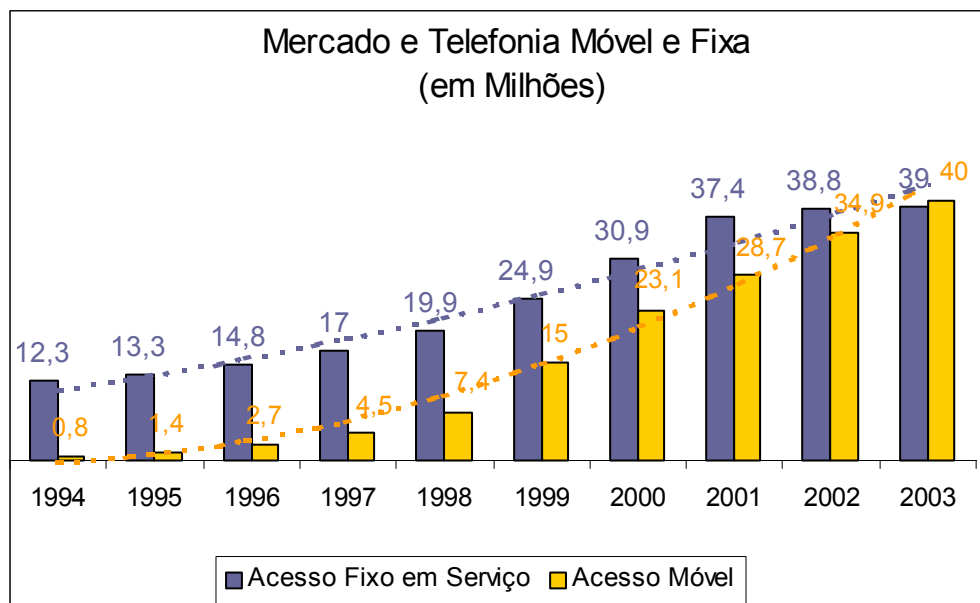


Figura 21 Fonte Anatel, 2003

Segundo o relatório divulgado em setembro de 2003 pela Anatel, o Brasil possuía, em agosto de 2003, mais usuários de telefonia móvel (40,1 milhões) do que de fixa (39,2 milhões), tendo terminado aquele ano com os mesmos 39,2 milhões de telefones fixos mas com 46,4 milhões de celulares. O encontro das duas plataformas estava previsto pelo programa “Perspectivas para Ampliação do Setor de Telecomunicações” (PASTE), somente para 2005.

Cabe ressaltar que no junho de 2004, essa distância havia se ampliado ainda mais: 49.143 telefones móveis e 37.075 telefones fixos no país (Figura 22).

Telefonia no Brasil: *Market Share* 1º Trim 04

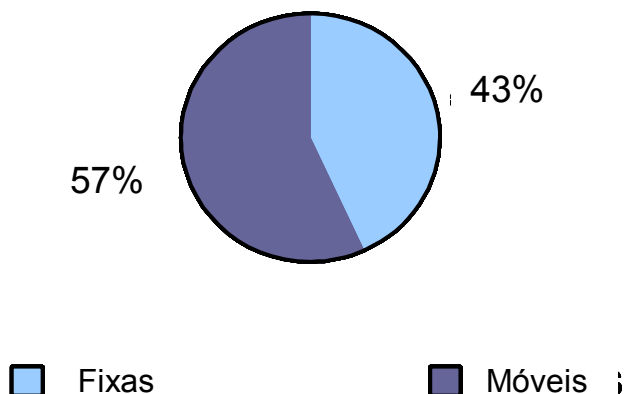


Figura 22 Fonte:Anatel, Abril 2004

Segundo a Anatel, uma série de fatores influenciou essa mudança tais como: a retração da telefonia fixa, só no mês de agosto de 2003 a planta em serviço da Telemar encolheu em cerca de 30 mil terminais e a da Telefônica em outros 40 mil. Outro fator determinante é o crescimento dos usuários de telefones pré-pagos que representavam, 79% do total da base de usuários de celulares no Brasil, em junho de 2004.

4.7.

Subsídio das Operadoras

Identificando uma demanda reprimida muito grande, seja devido às campanhas mercadológicas implementadas pelas operadoras, a partir da entrada da tecnologia GSM, seja pelo fator de substituição de produtos de consumo pelo celular, as operadoras moveis, na certeza de que a maior parcela de suas receitas é gerada pela interconexão que recebem das operadoras fixas, sem qualquer risco de inadimplência ou custos administrativo e operacional, passaram a vender os aparelhos celulares com grandes subsídios – preços de venda abaixo do seu custo de aquisição, inclusive com prazos de pagamento em até 12 parcelas sem juros. Tal subsidio é compensado pelas receitas que a operadoras móveis recebem das operadoras fixas, para completar as chamadas originadas de telefones fixos e terminadas em celulares.

As operadoras móveis afirmam que só é possível continuar expandindo a base de usuários pré-pagos – a base de pós-pago, está estagnada – se puderem continuar subsidiando os aparelhos para os cliente de baixa renda, com os recursos da interconexão que recebem das operadoras fixas.

Recente estudo realizado (ago/2004) pela Universidade de Brasília em conjunto com empresa de consultoria Spectrum, no entanto, contradiz essa assertiva, ao revelar que do valor total de R\$ 3.495 milhões recebidos das operadoras fixas, a título de interconexão, pelas empresas móveis, em 2003, nada menos que R\$ 2.825 milhões, ou 81%, foram utilizados para reter clientes (R\$ 1.800 milhões), e para subsidiar clientes corporativos (R\$ 265 milhões), clientes pós-pagos individuais (R\$ 139 milhões) e para atrair clientes de outras operadoras (R\$ 621 milhões); apenas R\$ 410 milhões, ou 12% do total, foram utilizados para conquistar novos clientes pré-pagos. O restante foi usado para propaganda (R\$ 260 milhões).