

Faturamento Líquido do Segmento (US\$ bilhão)

1.909,6

Corporativos

A necessidade das empresas de funcionar com operações cada vez mais integradas ajudou a ampliar os negócios dos provedores de serviços corporativos de comunicação de dados. No ano passado, o faturamento líquido das empresas do segmento, de US\$ 1,9 bilhão, cresceu 26% em relação a 2003 e, pelo que elas informam, o ritmo deve se manter neste ano. Isso principalmente devido à disseminação dos serviços convergentes baseados em protocolo IP, que vêm com apelo de redução de custos. Caso, por exemplo, das redes privadas virtuais (VPN), agora também acessíveis às pequenas empresas, até há pouco à margem do mercado de dados.

Apesar de esse mercado ser muito concorrido e dominado pelas *incumbents*, que levam cerca de 90% do faturamento do segmento, Luiz de Sá, presidente da Comsat, avalia que o ano de 2004 gerou muitas oportunidades de negócios para quem investiu em serviços diferenciados. A receita da Comsat no país aumentou 29%, para cerca de US\$ 40,5 milhões, o equivalente a aproximadamente 45% do faturamento global da companhia, de US\$ 90 milhões. Para 2005, Sá estima uma expansão nos negócios da ordem de 50%. Parte da receita deve vir de projetos conquistados no começo deste ano, na área governo. Um é o contrato com o Ministério das Comunicações para implantar a rede do Governo Eletrônico — Serviço de Atendimento ao Cidadão (Gesac), com 5,5 mil pontos de acesso em escolas e órgãos públicos. Outro, foi fechado com a

Caixa Econômica Federal, para interligação de 25 mil pontos de rede com 9 mil casas lotéricas.

A empresa, avalia seu principal executivo, está colhendo os resultados dos investimentos feitos na ampliação da infra-estrutura, aumento do leque de soluções e aquisição da Vicom, provedora de serviços por satélite e circuitos de fibra óptica do grupo NET. Sá destaca que a Vicom complementa a operação Comsat, que passou a contar com uma das maiores redes de satélite no Brasil, serviço que representa cerca de 40% da receita da empresa, enquanto 60% são gerados por serviços prestados por outros meios de comunicação.

Os negócios de comunicação de dados também tiveram expansão na Impsat Brasil, que obteve receita líquida de US\$ 36 milhões (10% a mais do que em 2003), dos quais 73% no segmento. O vice-presidente Marcos Malgatti observa que entre os oito países em que a companhia está presente, o Brasil foi o que teve o melhor desempenho. Um dos fatores que contribuíram para isso foi o aumento da procura pelos serviços de *datacenter*, que cresceu 49%, mas o carro-chefe em faturamento continuam sendo os serviços de comunicação de dados. Este ano, os desafios da Impsat são maiores, já que pretende crescer cerca de 40%. Para suportar essa expansão, a empresa planeja investir US\$ 12 milhões, em 2005, que serão carreados para a ampliação dos Internet *datacenters* do Rio de Janeiro e São Paulo; em novas centrais da rede de próxima geração (NGN); e no reforço dos

As Maiores

Embratel
557.406,18

Telemar
364.832,57

Brasil Telecom
296.072,16

As Mais Eficientes

	Pontuação	Cresc. Rec. Líq. (%)	Ret. s/vendas (%)	Liquidez corrente	Endiv. s/ ativo (%)	Lucro Líq. p/func. (US\$ mil)
Pegasus Telecom (Telemar - SP)	1.214,30	36,00	25,66	8,45	0,00	-
Copel	447,00	33,92	9,53	0,73	18,54	-
Telefônica Empresas	-170,50	19,96	-2,75	0,41	29,17	-

> por receita líquida no segmento (em US\$ mil)

Roderlei Generali

diretor-superintendente corporativo

“Oferecemos soluções customizadas e sem vícios para o cliente”.

divulgação



serviços de telefonia, que começaram a ser ofertados no ano passado.

Outra operadora que contabilizou bons resultados no segmento foi a Telefônica Empresas, que obteve uma receita líquida de US\$ 246 milhões. Nelson Reis, diretor comercial, conta que todas as linhas de negócios cresceram, mesmo com a grande competição em São Paulo, onde é grande o assédio da concorrência. Para defender sua base de 1,8 mil clientes, a Telefônica investiu em um programa de fidelização e treinamento da equipe comercial para participar de toda a cadeia de valor do usuário. “Antes chegávamos somente até o quintal do cliente, com linhas de comunicação. Agora, entramos na casa dele e assumimos todo o departamento de comunicações”, ressalta o executivo. Segundo ele, a Telefônica Empresas deixou de ser vista como simples entregadora de circuito de comunicação, e passou a ser olhada como provedor de soluções que contribui para aumentar a receita do cliente, além do seu próprio faturamento.

Com essa estratégia, a empresa conseguiu ampliar o contrato com o grupo Pão de Açúcar, e trazer para o seu Internet *datacenter* o servidor do varejista que estava hospedado em operadora concorrente. A Telefônica Empresas também expandiu os serviços para outras regiões fora de São Paulo e passou a abordar as empresas com soluções de comunicação para o mercado nacional e internacional. Neste ano, está consolidando o projeto que segmenta o atendimento ao cliente por indústria e não mais por região de localização. Reis explica que a idéia é fazer com que as equipes de vendas falem mais a linguagem de negócio do cliente, e menos de tecnologia, para se aproximar mais dos presidentes e CIOs das companhias. As mudanças, informa, já se refletem nos resultados do primeiro trimestre de 2005. A receita operacional líquida foi de R\$ 172,2 milhões, com crescimento de 24,2% em relação ao mesmo período em 2004. A geração de caixa medida pelo EBTIDA (lucro antes de juros, impostos, depreciação e amortização) passou de R\$ 26 milhões para R\$ 41 milhões, mais 58% do que no mesmo período de 2004.

A Pegasus cresce, rompendo fronteiras.

Dona do maior backbone IP entre as concessionárias regionais, tudo indica que não está sendo difícil para a Pegasus Telecom (Telemar-SP) conquistar clientes corporativos fora da área original de concessão da operadora (região I). No ano passado, informa o diretor-superintendente corporativo Roderlei Generali, a Telemar-SP abordou muitos clientes fora de sua região como um provedor de serviços virgem.

“Nossas propostas são tecnologicamente mais avançadas e nossos serviços agregam valor aos negócios dos clientes. O de voz, por exemplo, sai do tradicional da operadora local, é um produto mais inteligente”, afirma o executivo. Ele cita como exemplo a oferta conjunta Promon Tecnologia-Telemar, anunciada em março, para prestação de serviços gerenciados de telefonia IP, cujo primeiro usuário é a própria Promon. De acordo com a Telemar-SP, o diferencial de sua oferta não é apenas a redução de custos, mas a possibilidade de maior agregação de valor à telefonia, através de aplicações avançadas.

Segundo Generali, ainda no primeiro trimestre, a empresa tinha 17 projetos de VoIP em estudo para clientes potenciais da cidade de São Paulo.

“Oferecemos soluções customizadas, taylor made e sem vícios para o cliente”, garante ele. Em 2005, os planos são investir no mercado do interior paulista, em especial as regiões de São José do Rio Preto, Campinas, Sorocaba – todas servidas pela infraestrutura Pegasus. E sondar as possibilidades de negócios em Curitiba e Porto Alegre.

Um bom exemplo de contrato conquistado pela Telemar fora de sua área foi a sua escolha pelo grupo Suzano, no ano passado, para terceirização de toda a sua rede de dados, voz e 0800, com monitoramento remoto. O acordo, de R\$ 12 milhões, tem duração de cinco anos.