

Infra-estrutura de redes

230,0

O nome é mais um desses que soam sofisticados: *Fast*

Service Launch. Mas o conceito que ele encerra é simples e, sobretudo nas operadoras de serviços móveis de telefonia, está revolucionando o conceito de serviços de infra-estrutura e fazendo a cabeça dos executivos de TI. O apelo é irresistível. O FSL oferece à operadora de telecom com a possibilidade de dispor de uma infra-estrutura de fácil implantação, baixo custo e, melhor, capaz de suportar serviços de grande apelo popular e altamente lucrativos. Não por acaso, o Strategy Analytics calcula que a receita global das empresas que operam nessa área deve saltar de US\$ 61 bilhões, em 2005, para cerca de US\$ 190 bilhões em 2009, com participação de mais de 20% das operadoras móveis. Os números do *Anuário Telecom* mostram que a receita líquida dos provedores de serviços de infra-estrutura que participaram da pesquisa, em 2005, chegou a aproximadamente US\$ 230 milhões, um crescimento de 17,24% em relação a 2004.

Uma das empresas que melhor exploram o conceito de FSL é a Ericsson. A sueca desenvolveu metodologia que lhe permite integrar, hospedar e gerenciar, com rapidez e vantagem em termos de custos, todos os tipos de aplicativos, por meio de três modalidades de serviços: Hosting, Ericsson Mobility World e Professional Services. No ano passado, a empresa assinou contrato com a Claro, pelo qual passou a prover a infra-estrutura que suporta o serviço móvel de TV e *streaming* de vídeo da operadora. Com a marca Vídeo Agora, a operadora oferece ampla

gama de conteúdo de entretenimento, o que inclui transmissão ao vivo de TV e rádio AM/FM.

O vice-presidente da Ericsson Brasil, Jorge Aguiar, conta que a intenção da empresa é conquistar as operadoras que querem levar aos assinantes soluções de vanguarda. "O serviço móvel de TV e *streaming* da Ericsson está sendo visto pelas operadoras como uma opção capaz de fazê-las se destacarem num mercado altamente competitivo", comemora.

Ao completar 50 anos de Brasil, onde emprega mais de 1.500 pessoas e já conta mais de 10 mil estações rádio-base e 50 mil unidades de Mini-Link produzidos na fábrica em São José dos Campos, em 2005, a Ericsson experimentou crescimento de 50% nos negócios relativos a serviços. Hoje, eles representam 35% na composição da receita da subsidiária, com destaque para os que se referem a infra-estrutura de redes de comunicação. Mas, além do contrato com a Claro, entre outros, nas áreas de indústria e varejo, a empresa assinou com a Oi, para integrar e hospedar a solução de *e-mail* móvel; e a TIM Brasil, onde está ampliando a infra-estrutura da rede padrão GSM, com vistas à melhoria das condições de segurança nos serviços oferecidos pela operadora aos assinantes.

No contra-ataque, a Siemens apresenta o Surpass Hosted Office, que possibilita à operadora oferecer hospedagem de serviços corporativos integrados com base na tecnologia NGN. Em telefonia móvel, o destaque é o WayMAX, solução DSL sem-fio com ampla cobertu-

As Maiores

Star One
137.596,58

Hispamar
20.708,12

AES Communications
18.769,10

As Mais Eficientes

	Pontuação	Cresc. Rec. Líq. (%)	Rent. s/vendas (%)	Liquidez corrente	Endiv. s/ ativo (%)	Lucro Líq. p/func. (US\$ mil)
Star One	10.382,00	14,32	57,66	2,62	0,00	424,14
AES Communications	2.323,60	56,89	26,07	0,92	0,00	48,17
Geodex	1.415,30	37,26	9,35	5,58	0,00	35,32

Gustavo Silbert

presidente

“O alcance e a qualidade da transmissão por satélite compensam o custo do serviço.”

divulgação



DESTAQUE DO ANO

ra para os usuários corporativos e residenciais. Mas o grande apelo popular fica por conta da nova plataforma de serviços *triple-play* (vídeo, dados e voz) do Surpass Home Entertainment, que integra entretenimento e comunicação via TV, baseado na convergência IP.

Trata-se de um sistema digital doméstico de aplicativos de multimídia sob demanda na tela da TV, que permite inserir aplicativos de comunicação e entretenimento como videotelefonia, videomensagem, jogos *online* com múltiplos jogadores, internet TV, guia eletrônico, áudio e vídeo sob demanda, *e-mails*, mensagens (SMS/MMS), entre outros. Para funcionamento são necessários, apenas, um conversor (*set top box*), conectado a qualquer acesso banda larga, e um televisor convencional, explica o consultor de estratégias da Siemens, Marcos Kimura. Atualmente, o segmento de serviços tem participação de 30% nas receitas da unidade de comunicação da Siemens no Brasil.

Em 2010, o mercado brasileiro de serviços de entretenimento residencial deverá corresponder a 1,5 milhão de residências – cerca de 15% dos usuários de banda larga, estima a Siemens. Em dezembro, eles eram apenas 3,8 milhões, dos quais 3,1 milhões ainda utilizando a tecnologia ADSL. Tão baixo grau de penetração dos serviços de banda larga não desestimula, porém, os negócios no Brasil. Ao contrário, o tamanho do mercado a explorar justifica o investimento. O grupo Algar, por exemplo, decidiu comprar a Iqara Telecom, especializada no atendimento a operadoras, provedores, *call centers*, *datacenters*, prestadores de serviços, integradores e empresas.

A rede Iqara, numa extensão de 170 quilômetros, foi incorporada à da CTBC Telecom, o que permitiu à operadora alcançar localidades que agora ultrapassam a área de cobertura original – Triângulo Mineiro, Alto Parnaíba e Alta Mogiana —, explica o vice-presidente executivo do grupo Algar, José Mauro Leal Costa.

Na Algar/CTBC Telecom, a Iqara também viabiliza os projetos do grupo em telefonia móvel. No início de 2005, a CTBC implementou o código de longa distância 12 em rede nacional e lançou o serviço celular e, no fechamento desta edição do *Anuário Telecom*, aguardava autorização da Anatel para realizar testes de terceira geração.

A StarOne prova que o satélite é essencial

Com receita líquida de US\$ 158,1 milhões em 2005, a StarOne, braço da Embratel no ambiente corporativo de comunicação de dados, é exemplo de sucesso num dos segmentos mais concorridos do mercado brasileiro de serviços de infra-estrutura de redes. A empresa se destaca na análise do Anuário Telecom como a mais eficiente do segmento infra-estrutura, que responde por 87% de sua receita, e ainda como a maior empresa desse segmento em receita líquida.

“Nosso sucesso vem do poder de penetração dos satélites, capazes de garantir a transmissão de voz, dados e imagens, com alto padrão de qualidade, mesmo nas regiões mais acidentadas e ermas de um país de dimensões continentais como o Brasil”, avalia o presidente, Gustavo Silbert, que aponta a indústria financeira e as operadoras de telecom como as grandes usuárias da tecnologia.

Silbert admite que o fator custo ainda pode ser um obstáculo à escolha da tecnologia dos satélites como alternativa às tecnologias terrestres. Mas é cada vez maior a tendência a encarar o conceito de custo em função do benefício da solução quanto ao nível de alcance e qualidade da transmissão. Exemplo clássico, ele aponta, é a indústria de cosméticos O Boticário, cuja rede, com 2 mil lojas, tem o respaldo dos satélites da StarOne.

A certeza quanto à disseminação da cultura dos satélites estimula a empresa a prosseguir nos investimentos. Hoje, os satélites em órbita já são quatro. Mas, muito em breve, a StarOne deve lançar outros dois. Um deles entra em operação ainda em 2006: o StarOne C1, que vai substituir o Brasilsat B1, para o qual hoje, no país inteiro, apontam mais de 10 milhões de antenas parabólicas de canais de TV, analógicos e digitais. O StarOne C1 trará considerável aumento de potência na banda C, melhorando a qualidade do acesso à Internet, em cobertura que vai da América do Sul a Miami, diz o gerente de produtos, Mauro Wajnberg.