

952,5

&gt; FATURAMENTO LÍQUIDO DO SEGMENTO (US\$ MILHÕES)

## TV por assinatura

**A oferta de pacotes que embalam, ao mesmo tempo, serviços de telefonia, acesso à Internet e TV por assinatura (os chamados *triple play*) têm movimentado o segmento de TV por assinatura, mercado que continua crescendo, impulsionado, principalmente, pela demanda por Internet em alta velocidade.**

De acordo com o levantamento setorial realizado pela ABTA (Associação Brasileira de TV por Assinatura), o faturamento bruto das operadoras somou US\$ 2,7 bilhões em 2006, o que representa aumento de 18% em relação ao ano anterior. A receita líquida apurada pelo *Anuário Telecom 2007*, foi de US\$ 952,5 milhões, traduzindo um aumento de 22,9%.

A ABTA informa que a mensalidade paga pelo assinante continua sendo a principal fonte de receita das operadoras: 84% do total bruto. Os serviços de banda larga representaram 11% do faturamento, em 2006.

É justamente nessa área que as empresas registraram crescimento mais expressivo. A base de assinantes de Internet em alta velocidade aumentou 89% no ano passado, chegando a 1,18 milhão de clientes. O número de assinantes de TV por assinatura passou de 4,7 milhões – uma expansão de 15% na base, em relação a 2005. A taxa é superior aos índices de crescimento dos anos anteriores: 8% em 2005 e 6% em 2004. Com base na média de quatro pessoas por domicílio, Alexandre Annenberg, diretor-executivo da ABTA, calcula que cerca de 20 milhões de telespectadores no país têm acesso à programação de TV por assinatura.

“A banda larga tem puxado o crescimento do setor de TV

por assinatura, uma vez que o acesso à Internet virou objeto do desejo em todas as classes sociais”, constata Annenberg. A ABTA calcula que as operadoras de TV paga detêm, aproximadamente, 35% do mercado de banda larga no país. E a tendência é manter o ritmo de crescimento, tanto na base de clientes de Internet quanto de TV. A digitalização das redes, para atender ao novo sistema de TV digital que deverá entrar em operação no Brasil, certamente, contribuirá para isso. “As principais redes, de cabos e MMDS deverão estar digitalizadas ainda em 2007”, prevê Annenberg. “Isso vai melhorar a qualidade do sinal e, também, permitir a oferta de novos serviços interativos aos assinantes.”

É nessa direção que as principais operadoras vêm trabalhando. A Net Serviços de Comunicação vem aumentando a base de clientes em cima da infra-estrutura que já possui. “Nós queremos crescer com rentabilidade”, diz Francisco Valim, presidente da empresa. Isso implica, também, ampliar a quantidade de serviços vendidos para cada cliente, mediante oferta de pacotes combinados, adequados a cada perfil de assinante.

Ao que parece, a estratégia vem dando certo. No primeiro trimestre de 2007, o ARPU (receita média por usuário) da operadora chegou a R\$ 125,16, valor 8% maior do que os R\$ 116,07 obtidos em igual período de 2006. Essa receita vem dos três serviços prestados pela Net: TV por assinatura, Internet em banda larga e transmissão de voz (com o Net Fone via Embratel).

### As Maiores

Net	691.887,16
TVA	133.945,80
Vivax	93.435,29

### As Mais Eficientes

	Pontuação	Cresc. Rec. Líq. (%)	Rent. s/vendas (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)	Lucro Líq. p/func. (US\$ mil)
Vivax	1.906,20	94,68	24,51	2,84	35,15	27,36
Way TV	707,90	55,16	3,94	1,09	4,84	3,78
Net	267,60	35,12	4,23	1,83	28,50	2,81

**Francisco Valim**

presidente

“Agora, com a Vivax, temos a infra-estrutura necessária para cobrir todas as áreas de concessão”.



divulgação

Em 2006, a operadora registrou aumento de 35% no faturamento líquido, que saltou para US\$ 889,3 milhões. No caso de TV por assinatura, o total de clientes aumentou 18%, chegando a 1,8 milhão. Em banda larga, a base praticamente dobrou, ao passar de 366 mil assinantes, em 2005, para 727 mil, em 2006.

Disposta a ampliar ainda mais a base, a Net foi às compras. Em outubro de 2006, deu partida no processo de aquisição da Vivax, provedora de serviços de TV por assinatura e de Internet em banda larga, que também utiliza a tecnologia de transmissão via cabo, destaque no segmento (veja o quadro ao lado).

Para enfrentar a principal concorrente, a TVA uniu-se à Telefônica, no final de 2006, em uma negociação polêmica, que chegou a ser contestada pela ABTA no Conselho Administrativo de Defesa do Consumidor (Cade). A TVA aposta na experiência que acumulou, na arte de gerenciar diferentes tipos de rede. “O objetivo da sinergia com a Telefônica é aumentar a oferta de serviços para o cliente, por meio do que existe de melhor em tecnologia, e a custos acessíveis, de modo a permitir a ampliação da nossa base de assinantes”, afirma Virgílio Amaral, diretor de estratégia e tecnologia da TVA.

Em 2006, a operadora concluiu a digitalização da rede MMDS na Grande São Paulo, ampliou a área digital em São Paulo e iniciou a digitalização no Rio de Janeiro. “Com isso, passamos a oferecer mais canais, mais qualidade de áudio e vídeo e mais facilidade de uso”, argumenta Amaral. A atualização tecnológica na infra-estrutura da rede, segundo ele, é necessária para atender não apenas às exigências impostas pelo novo padrão de TV digital aberta (cujos sinais as operadoras de TV por assinatura terão de transmitir), mas, também, às mudanças de comportamento introduzidas pelos novos serviços de Internet.

“A Internet deixou de ser um terminal de consultas e se transformou em um local onde as pessoas compartilham conteúdo, como fotos, vídeos, opiniões e até conhecimento”, registra Amaral. Para atender à demanda desses pequenos produtores de conteúdo, a TVA precisou fazer mudanças na oferta de serviços de Internet – por exemplo, aumentando a banda e reduzindo o *delay*.

## A Vivax cresce e troca de mãos

Segunda operadora de TV a cabo do Brasil em número de assinantes, a Vivax encerrou 2006 com receita líquida 24,5% maior em relação a 2006 – US\$ 147,6 milhões. O excelente resultado é fruto da expansão da base de assinantes – de TV paga e banda larga. Mas, também, de um modelo de gestão que se sustenta na rentabilidade de cada cliente. O número de assinantes do serviço de TV da Vivax, por exemplo, cresceu 11,7%, em 2006, atingindo 328,2 mil. Mas o faturamento da empresa nessa área, de US\$ 110 milhões, foi 14,5% maior do que em 2005. Isso porque a Vivax, entre outras coisas, conseguiu reduzir a taxa de desconexão (*churn*) e aumentar a receita média por usuário, vendendo mais produtos para o mesmo assinante.

A competência da Vivax chamou a atenção da Net Serviços, que acabou comprando a empresa. O processo teve duas etapas. Na primeira, concluída em novembro de 2006, a Net adquiriu participação minoritária na operadora. Em maio de 2007, depois de receber sinal verde da Anatel, comprou as ações restantes – nas mãos da Brasil TV a Cabo Participações S/A – e assumiu o controle da Vivax. A integração das operações começou em junho, em duas das 36 cidades atendidas pela Vivax (34 em São Paulo, uma no Rio de Janeiro, além de Manaus), e deverá ser concluída no final deste ano. “Agora temos a infra-estrutura necessária para cobrir todas as áreas de concessão da Net Serviços”, garante Francisco Valim, presidente da Net Serviços. As duas operadoras têm agora 2,2 milhões de assinantes no serviço de TV por assinatura e 984 mil no de Internet em banda larga. Com base em dados da ABTA, Valim estima que a aquisição da Vivax elevará a participação da Net no mercado de TV por assinatura de 39% para 46%. No segmento de banda larga, a previsão é que a participação aumente de 13% para 15% do mercado. Em receita líquida, a Net projeta crescimento de 16%