

A Telefônica, no ritmo da banda larga.

Amparada por números invejáveis em seu balanço e pela ampliação da base de assinantes de banda larga, a empresa aposta na TV por assinatura e na convergência fixo-móvel na telefonia.

Dona do maior mercado regional de telefonia do país – aquele no qual vivem cerca de 40 milhões de pessoas e onde se produz 70% de toda a riqueza gerada e consumida no Brasil –, a Telefônica alia o gigantismo a uma saúde financeira invejável. E enfrenta com agilidade a concorrência predatória das celulares, que conspiram contra a receita das operadoras de telefonia fixa.

Em 2006, a empresa exibiu receita operacional líquida de US\$ 6,5 bilhões – 11,4% maior do que em 2005. O EBITDA acumulado (resultado antes de depreciação, amortização de receitas e despesas financeiras) engordou 5,4%, chegando a US\$ 3,5 bilhões, contra US\$ 3,2 bilhões um ano antes. O lucro líquido bateu na casa de US\$ 1,2 milhão. O lucro por funcionário (são mais de 8 mil) foi de US\$ 25,8 mil. Melhor ainda, para felicidade dos investidores, a rentabilidade sobre as vendas chegou a quase 20%, enquanto o retorno dos investimentos – algo em tomo de US\$ 800 milhões –, foi de 15,5%.

Esses resultados dão à Telefônica – eleita Empresa do Ano pelo *Anuário Telecom 2007* – a tranqüilidade de que precisa para planejar o futuro. E no futuro o que se vê, na linha do horizonte, de imediato, tem a ver com a decisão da dona do Speedy de ser muito mais do que uma empresa de Internet em rota de alta velocidade.

Na era da banda larga, o investimento na rede – de cerca de US\$ 900 milhões, em 2007 – para garantir 100%

de disponibilidade, desempenho e segurança continua na lista das prioridades, garante o presidente do grupo Telefônica no Brasil, Antônio Carlos Valente. Rapidez e qualidade no acesso à rede mundial, a Telefônica sabe, podem render, da parte do assinante, a simpatia (e a fidelidade) em nível que nem mesmo a liberdade de ir e vir, marca da telefonia celular, consegue inspirar. “A empresa vai bem e está conseguindo compensar a natural perda provocada pela investida da telefonia celular, inclusive, porque, desde o começo, já em 2001, definiu o investimento em banda larga como prioridade, saindo na frente da concorrência, que só fez isso muito mais tarde”, reivindica Valente, satisfeito com o crescimento de 33,1% do número de usuários do serviço – cerca de 1,6 milhão, em dezembro de 2006. “Na nossa receita, eles já pesam entre 10 e 20%”, calcula.

Mas a Telefônica, também escolhida pelo *Anuário Telecom 2007* a melhor empresa no segmento de telefonia fixa, quer muito mais e está disposta a pagar o preço. Mesmo que para isso precise enfrentar uma longa polêmica, como no caso da compra da TVA, do Grupo Abril. “Vamos ter de buscar uma solução para não sermos obrigados a investir em coisas que contrariem a tradição da empresa”, sinaliza Valente, quando perguntado sobre a posição da Telefônica, obrigada, por força da lei, a abrir mão do poder de veto, se quiser assumir a parte

Os números vencedores (2006)

Receita Bruta (US\$ mil)	9.276.801,56	Rentabilidade sobre Vendas (%)	19,77
Receita Líquida (US\$ mil)	6.543.897,57	Liquidez Corrente	0,74
Lucro Líquido (US\$ mil)	1.293.592,56	Retorno sobre Investimentos (%)	15,66
Lucro por Funcionário (US\$ mil)	25,82	Giro dos Ativos	0,79
Crescimento Receita Líquida (%)	11,42	Número de Funcionários _(registrados e terceirizados)	50.109
Rentabilidade sobre Patrimônio (%)	26,54		



Valente:
o pioneirismo na
banda larga foi
decisivo para o
desempenho da
empresa.

que lhe cabe na empresa incorporada. Citando o próprio conselheiro da Anatel, José Leite Pereira Filho, Valente afirma que, dez anos depois de privatizado o mercado brasileiro de telecomunicações, é preciso rever a maioria das restrições. Inclusive a que hoje impede a operadora de telefonia de telefonia fixa de investir em áreas nas quais, pelo fato de dispor de infra-estrutura pesada, em tese, pode se tornar um concorrente poderoso demais. De acordo com a lei, a Telefônica poderá adquirir a totalidade das ações das empresas da TVA que prestam serviços via microondas (MMDS) em São Paulo, Rio de Janeiro, Porto Alegre e Curitiba. Mas, no caso das operadoras de TV a cabo, em Curitiba, Florianópolis e Foz do Iguaçu, só poderá comprar 49% do capital.

A Telefônica quer muito mais. Com o lance ousado da compra da TVA, cujos serviços ela vai operar por satélite, reacendeu contra si acusações de que estaria tentando instituir o monopólio em todas as áreas das telecomunicações. Na visão de Valente, essa é a Telefônica moderna, *triple play*, capaz de pôr, no mesmo pacote, serviços de telefonia, acesso à Internet e TV a cabo.

Há ainda cada vez mais fortes indícios de que a compra dos 50% da Vivo, hoje nas mãos da Portugal Telecom, é só uma questão de tempo. Valente é cauteloso, quando se trata de comentar esses rumores. Não esconde, porém, que a empresa está atenta e disposta a explorar todas as oportunidades que lhe surgirem para sair da desconfortável posição de empresa de telefonia fixa, exclusivamente. “Quase todas as empresas de telecomunicações já trabalham com telefonia fixa e móvel. Nós não. E não é fácil ser exclusivamente fixa. Por isso temos trabalhado na possibilidade da integração. A convergência fixo-móvel é uma realidade da qual não se pode fugir”, diz Valente.

A preocupação se justifica. Em 2006, foi de quase 2% a redução no total de linhas em serviço, que recuou de 12,3 milhões, em 2005, para 12,1 milhões.

Além do esforço para expandir a base de assinantes de banda larga, o que permitiu à Telefônica compensar a perda foi a boa aceitação dos planos alternativos, criados para atender diferentes perfis de clientes. “São planos mais adequados ao perfil do consumidor e que, por isso, estão tendo sucesso nas adesões”, avalia Valente, que atribui à criatividade das equipes a concepção de produtos e serviços capazes de garantir a qualidade e a receita. Em 2006, os assinantes com planos alternativos eram 3,5 milhões – número que subiu para 4,3 milhões no primeiro trimestre de 2007.

Sozinho, dos cerca de US\$ 900 milhões a serem despendidos na melhoria da rede, o Speedy — o serviço de banda larga da operadora — deve absorver US\$ 250 milhões, em projetos que prevêm a expansão de cobertura e capacidade, hoje limitada a 8 Mbps. Outra parte considerável do orçamento anual destina-se à ampliação do serviço de TV por assinatura via satélite DTH (digital). Ciente de que a prioridade é estabelecida pelo próprio mercado, a Telefônica não desistiu do Ruralcel, que chegou a contar 30 mil acessos e hoje está limitado à metade disso. Mas sabe que, com a integração dos locais mais afastados à rede de telefonia por meios terrestres, é natural que ele encolha. A Telefônica está de olho, contudo, nas possibilidades que se abrem com a rede WiMAX, que vai levar, nas frequências de 3,5 GHz e de 10,5 GHz, serviços de telefonia fixa (STFC) e telefonia celular (SMP) às localidades mais afastadas.

“Acho que a proposta de universalização, argumento da privatização, foi cumprida. O modelo brasileiro trouxe, sim, muitos benefícios ao país. A qualidade é de nível internacional. Concorrência, se não existe nas classes D e E, é somente porque os nossos competidores não entram nela. Nos segmentos altos, ali, sim, a competição existe e é dura”, rebate Valente.