

Internet/acesso

US\$ 1,1 bilhão

> FATURAMENTO LÍQUIDO DO SEGMENTO

2007 vai passar à história como o ano de ouro da indústria de serviços de acesso à Internet. E muitos são os fatores que contribuíram para isso. Um deles é a enorme demanda de serviços de terceirização altamente qualificados, gerada pelos clientes corporativos, nas áreas de *datacenter* e hospedagem de portais, definitivamente transformados em ferramentas de negócios, muito mais do que simples instrumentos de comunicação institucional. Mas, também, a procura e a oferta de serviços dirigidos aos diferentes segmentos do público residencial, para fins de lazer ou apoio à atividade profissional, exercida em regime de trabalho em casa.

Outro fenômeno que conspirou a favor da indústria de serviços de acesso à Internet foi a descoberta da Internet como valioso canal de informação dirigida e, como era de se esperar, diante da massificação, e espaço de propaganda. Nos provedores gratuitos, tais como Gmail e Yahoo, que continuam em alta, ou nos pagos, a receita de publicidade assume peso cada vez maior.

No Brasil que, em dezembro de 2007, já ocupava o 11º lugar no *ranking* dos maiores em número de internautas, com 15 milhões de usuários, segundo contagem da consultora comScore Networks, os provedores de acesso à Internet faturaram US\$ 1,1 bilhão, com crescimento de 20%.

Apesar de a venda do iPhone continuar proibida no Brasil, esses dispositivos tiveram importante participação no número de acessos à rede, registrando crescimento acentuado, em especial, nos meses de março e abril. Naquele período, foram mais de 330 mil acessos, o que representou aumento de 65%, segundo a Predicta, especializada em serviços de inteligência em marketing *online*. A diretora de estratégia e inteligência da empresa, Cláudia Woods, alerta as operadoras e desenvolvedores de portais para que fiquem atentos ao fenômeno, de modo a não perder o pé da situação quanto ao controle de qualidade. “O crescimento de 1% ao dia em acessos por um sistema ainda ilegal, como o iPhone, é inédito no Brasil e requer cuidado.”

A Predicta não contabilizou os muitos serviços espe-

cíficos para a Internet móvel, tais como OGlobo.mobi, Valor Online, Vóos Móbile e mFut. Também não incluiu os portais móveis das operadoras, que registram milhões de acessos por mês, e, ainda, os aplicativos Opera Mini, mKut, U.Find e Yahoo Go!, entre outros. O mKut, sozinho, conta mais de 250 mil acessos por mês.

Outra novidade que aponta para o futuro imediato são as operadoras virtuais. Nos Estados Unidos e nas Europa, a operação virtual tem sido a forma de as empresas de telefonia celular ampliarem os negócios. Aqui, iniciativas desse tipo ainda engatinham, amarradas pela lentidão com que a Anatel define as regras para fins de funcionamento. Mas devem decolar, tão logo se publique a regulamentação.

A tendência que se confirmou, em 2007, virando realidade no Brasil, são os pacotes que combinam acesso à Internet por banda larga, telefonia e TV por assinatura. A Net Serviços de Comunicação, dona das marcas Virtua e Net Fone via Embratel, fechou o ano de 2007 com lucro líquido de R\$ 208 milhões, aumento de 151% em relação a 2006, quando faturou R\$ 83 milhões.

“Os resultados mostram que estamos conseguindo crescer de forma sustentável, o que é a base da estratégia da NET”, comenta José Antonio Félix, presidente da NET Serviços. A receita líquida, segundo ele, aumentou 28%, passando de R\$ 2,27 bilhões, em 2006, para R\$ 2,9 bilhões.

Na eterna guerra para conquistar o cliente, a Brasil Telecom contra-ataca com o iG. Agora, de acordo com o 3Gmais, ao adquirir o plano de acesso para celular ou banda larga móvel da operadora, o cliente ganha e-mail com capacidade para 10 gigabytes e tarifas promocionais para contratar serviços do iG.

Finalmente, no ano da Internet, as classes D e E, ainda sem acesso a computador, fizeram importante conquista, rumo à definitiva inclusão digital e social. Em abril, a Gabima Net, que faz jogos eletrônicos, lançou, para uso em estabelecimentos comerciais em geral, a máquina que permite acesso à Internet pelo tempo de 15 minutos ao preço de apenas R\$ 1,00. Basta colocar a ficha na máquina e navegar.

DESTAQUE DO ANO >>

Gil Torquato

diretor de relações institucionais

É importante não só fornecer informações, mas também o sistema de busca.



divulgação

O UOL investe nos serviços sob medida

Com enorme senso de oportunidade, o Universo On-Line (UOL), que fechou 2007 com 1,7 milhão de assinantes, dos quais 1,2 milhão de usuários de sistemas de banda larga, sabe tirar proveito do fato de ser um portal horizontal. “Isso nos permite oferecer a mais numerosa família de produtos”, diz Gil Torquato, diretor de relações institucionais e telecomunicações. “São produtos desenhados sob medida para os diferentes segmentos do nosso público.”

Assim é que, em 2007, depois de reformular a linha de serviços para celulares, o UOL lançou o portal de relacionamento Metade Ideal, que registrou, em apenas oito meses, mais de 1 milhão de acessos. Mas, igualmente, além de uma numerosa família de jogos, apresentou o novo formato do Shopping UOL e o Pague Seguro, banco de dados que permite ao cliente previamente cadastrado pelo provedor fazer compras pela Internet com maior segurança, sem ter de digitar nenhum dado.

Mas, sem dúvida, nesse segmento, o filé mignon são mesmo os serviços de hospedagem. Não por acaso, em 2007, o UOL foi às compras, adquirindo duas tradicionais empresas da área, a gaúcha Plug In e a paulistana Digiweb. Com isso, ingressou, com firmeza e grande capacidade competitiva, no mercado de

serviços de hospedagem e *datacenter*.

Em janeiro, a Plug In anunciou nova modalidade de hospedagem de portais, pela qual daria aos clientes a possibilidade de hospedagem sem limite, livrando do fracasso dezenas de projetos, por causa das limitações quanto a armazenamento e transferência de arquivos. A Digiweb, por sua vez, empresa pioneira na área, deu ao UOL asas para chegar ao exterior: no Brasil, a Digiweb foi a primeira a oferecer aos clientes serviços no exterior.

A operação do UOL, em 2007, quando a empresa cresceu mais de 20%, obtendo receita líquida de US\$ 257,7 milhões, está, segundo seu diretor, 100% identificada com o perfil do provedor do século 21. “É imperativo, por exemplo, oferecer informação, com qualidade e confiabilidade, caprichando nos sistemas de busca, para livrar os assinantes da virtual angústia de não poder ler e saber de tudo”, diz Gil Torquato. “Mas também tem de garantir entretenimento e opções de comunidades.”

A receita está dando certo. A NetRatings calcula que, em 2007, o UOL registrou a média mensal de 11,787 milhões de visitantes únicos domiciliares. Isso garante ao provedor a primeira posição no *ranking* dos portais de conteúdo.

SERVIÇOS > INTERNET/ACESSO

| 91 |

As Maiores

Net
323.501,95

Terra
318.037,62

Uol
257.731,50

As Mais Eficientes

	Pontuação	Cresc. Rec. Líq. (%)	Rent. s/vendas (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)	Lucro Líq. p/func. (US\$ mil)
Uol	2.534,90	21,72	21,80	4,25	0,00	81,06
Net	770,70	58,16	6,36	1,56	22,11	10,19
Brasil Telecomunicações	-256,60	59,76	-11,72	0,32	40,60	-4,99

> Por receita líquida no segmento (US\$ mil)