Revista Nacional de Telecomunicações

rnt

tecnologia e negócios na nova economia

Ano 22 - Nº 259
Março/2001
ISSN 0102-3446

Telexpo + Interexpo 2001

A caminho da era digital

Um roteiro para quem busca tecnologia para melhorar sua eficiência

Especial
e- banking
Como os bancos multiplicam clientes e lucros

Uma Publicação da
ADVANSTAR
TECHNOLOGY COMMUNITIES

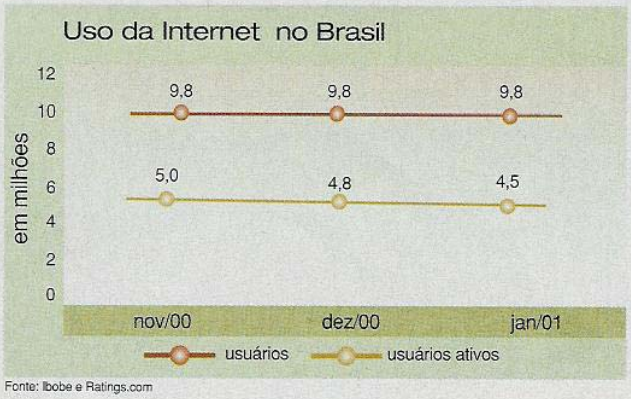
Mercado prepara-se para a reciclagem

O universo de pessoas que podem acessar a Internet pelo computador pareceter-se esgotado. Isso exige do mercado mudanças na forma de fazer negócios e rápido aprendizado de novas tecnologias.

por Renato Cruz

A Internet passa por um período de contenção no país, e a grande preocupação das empresas *pontocom* é manter o ritmo de crescimento de sua base de usuários. A saturação do mercado de acesso e o preço dos microcomputadores são considerados pelos analistas os principais fatores impeditivos para que o serviço chegue de fato às classes C e D. Para se ter uma idéia, o Ibope eRatings.com diz que o número de usuários se manteve inalterado entre novembro do ano passado e janeiro deste ano, somando 9,8 milhões. Enquanto isso, o total de usuários ativos, que acessaram a rede pelo menos uma vez ao mês, caiu de 5 milhões para 4,5 milhões no período.

A tendência de desaceleração também é registrada em outras pesquisas, como a desenvolvida pela International Data Corp (IDC). Segundo esse estudo, o Brasil chegará, até o fim do ano, a 7,5 milhões de usuários, comparados com 7 milhões em 2000 e 3,5 milhões em 1999. Isso representa uma queda no crescimento de 100% no ano passado para 7% neste ano. Na interpretação do analista da IDC, João Bustamante, o uso da Internet pelo público capaz de comprar microcomputadores pode estar chegando ao limite: "Daí a importância do sucesso da Internet móvel para as *pontocoms* brasileiras".



Fonte: Ibobe e Ratings.com

A manutenção da taxa de crescimento da rede no Brasil vai depender de dispositivos de acesso alternativos e mais baratos, como o celular. Entretanto, a difusão do serviço Wap (*Wireless Application Protocol*), ainda enfrenta três grandes obstáculos: o alto preço do acesso, a baixa velocidade de comunicação e a interface com o usuário: é difícil digitar comandos e ler informações na tela do telefone móvel. Mesmo assim, o panorama é promissor.

Grandes fornecedores de telecomunicações — como Alcatel, Ericsson e Nortel — estão investindo no desenvolvimento de soluções de comércio eletrônico e outros aplicativos para Internet móvel. Novas tecnologias de comunicação de dados via celular deverão chegar ao mercado no fim do segundo semestre, trazendo velocidades maiores de comunicação, telefones celulares diferenciados e outras modalidades de bilhetagem. Entre os terminais com modelo diferenciado estão o Accompli G180, da Motorola, que se parece mais com um PDA (*Personal Digital Assistant*) do que com um telefone, possuindo tela grande, com *touch screen*. Outro seria o R380, da Ericsson, que tem a mesma configuração.

APOSTA NO WAP

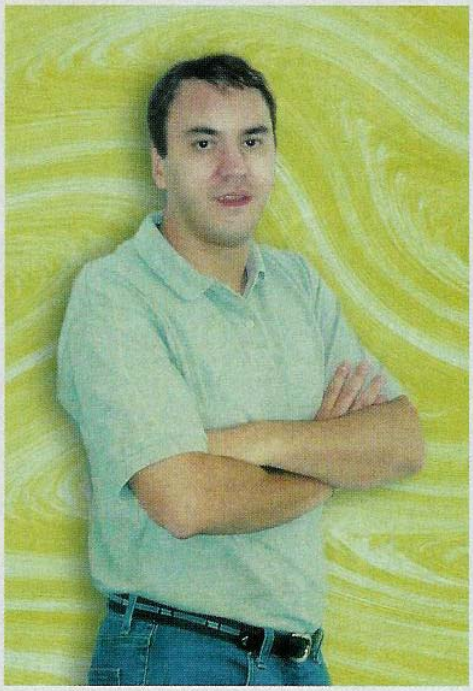
As perspectivas para o mercado de Wap no Brasil para 2001 são muito otimistas. Para Fabian de la Rúa, *chief executive office* do SeliG (subsidiária de serviços móveis do portal iG), a expectativa é de 2,5 milhões de aparelhos. Além disso, vale considerar a entrada do primeiro operador GSM (*Global System for Mobile Communications*), prevista para o início de 2002, e os planos das operadoras de tecnologia CDMA (*Code Division Multiple Access*) de atualizar suas redes, até

Fotos: Divulgação

Bustamante (à esq.), Guerra (ao alto) e de la Rua: aposta no serviço móvel em busca do lucro indispensável.

meados do ano, permitindo elevar a velocidade de acesso de 14,4 kbps para 144 kbps e oferecer novas modalidades de cobrança, como a bilhetagem por volume de dados trafegado.

O Selig fechou um acordo com a Oracle para utilizar o sistema Portal To Go, que permite a conversão automática de conteúdo da Internet para equipamentos móveis. A empresa começou a utilizar o software em janeiro, e o contrato prevê exclusividade no Brasil por seis meses. Além disso, está iniciando suas operações de Wasp (*Wireless Application Service Provider*) a partir da solução para automação de força de vendas. Para o sucesso dos serviços móveis corporativos, de la Rúa aponta como essencial a parceria com as operadoras. "Somente desta forma se consegue resolver o problema do preço da ligação", afirma. Tanto que o iG, em parceria com a Telefônica, está oferecendo conexão à Internet via RDSI (Rede Digital de Serviços Integrados), em São Paulo.



Atualmente, o grupo iG, que tudo leva a crer será comprado pela Telemar, estrutura-se como uma *holding* que controla empresas independentes, como o provedor de acesso grátis iG, o Selig, B2Big (plataforma para relações comerciais entre empresas), Turbo iG (portal de acesso rápido à Internet), iG Office (provedor corporativo) e iG Consulting (empresa de consultoria em Internet). Somente o provedor de acesso iG, a primeira operação do grupo, mantém serviço gratuito.

O fato é que o espaço para serviços grátis torna-se cada vez mais reduzido, e as companhias cortam gastos e tentam ao máximo transformar sua base de usuários em fonte de faturamento. De acordo com o diretor-geral do UOL, Caio Túlio Costa, a depuração do mercado de Internet continua em 2001. "Quem chegar ao fim do ano com uma operação robusta tem grande chance de ter sucesso", afirma. Com 900 mil assinantes, a UOL tem como principal objetivo hoje transformar tráfego em receita. Tanto que o *shopping* é considerado por Costa a área mais promissora do portal. Em relação ao número de lojas, o UOL registrava 265 em dezembro de 2000, contra 83 em 1999 e 40 em 1998.

Para realinhar suas operações, o UOL tomou várias medidas no segundo semestre de 2000, como o fechamento da NetGratuita, o serviço de acesso grátis; a venda para a Embratel do AcessoNet, empresa responsável pela administração de seus pontos de presença; e a concentração na Argentina das suas operações da Espanha e do Chile. No começo de fevereiro deste ano, a companhia cortou 30 vagas, o equivalente a 2% de sua força de trabalho.

Apesar das dificuldades enfrentadas pelas *pontocoms* na captação de investimento, ainda existem alternativas, como parcerias entre empreendedores e investimentos de empresas tradicionais em companhias de Internet, o que, aliás, tem sido pouco explorado no país. Uma coisa, porém, é certa: "O que não vale mais é aquele negócio de uma idéia no papel e US$ 1 milhão na mão", como diz Índio Brasileiro Guerra Neto, diretor da ITC Ventures.

Segundo ele, os fundos hoje dão preferência às empresas que já estejam operando e apresentem tendência clara de lucratividade. A ITC Ventures, que se autodenomina uma aceleradora de empresas de Internet, investe em cerca de dez projetos, dos quais três no Brasil e o restante em outros países da América Latina.

npp.com.br