Valor ECONÔMICO

Imprimir ()

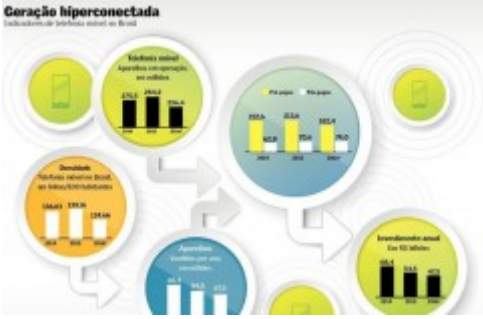
21/11/2016 - 05:00

# Poder nas mãos

Por **Paulo Brito**

Desde o fim de 2010 o Brasil tem mais linhas de celular do que gente. Aquele ano terminou com 202,94 milhões de chips ativos e o total cresceu até bater o recorde de 280,7 milhões em 2014. Daí em diante, o número encolheu para cerca de 251 milhões atualmente. Dos principais motivos, o mais óbvio é a recessão econômica; outro, o abandono de chips extras pelos assinantes, que eram usados para fazer ligações dentro da mesma operadora, geralmente a custo zero.

Apesar dessa retração, o Brasil continua sendo o quinto maior mercado de telefonia móvel do mundo, perdendo apenas para China, EUA, Japão e Alemanha.




A queda do total causou contração também nas receitas e nos investimentos das operadoras, mas outros indicadores continuaram a evoluir. A receita média por usuário (ARPU), por exemplo, uma das métricas fundamentais do setor, continua subindo, segundo dados da consultoria Teleco: a média no país passou de R$ 18,10 no terceiro trimestre de 2015 para R$ 19,60 (alta de 8,2 %) no mesmo período de 2016, com destaque para resultados como o da Vivo, cujo ARPU nesse intervalo subiu 14,8%, passando de R$ 24,20 para R$ 27,80.

Metade dessa receita das operadoras já vem do uso de dados, diz Ricardo Tavares, presidente da consultoria internacional Techpolis: "Hoje, temos uns 25% da rede brasileira com 4G, e as vendas de smartphones com essa tecnologia estão crescendo, elevando a demanda pelo uso de dados; as operadoras precisam acompanhar esse ritmo", alerta.

As pesquisas da Kantar, empresa especializada em análise de comportamento do consumidor, mostram com clareza essa tendência, diz a gerente de contas Danielle Rossi: "Nosso painel de 2014 mostrou que 30% dos celulares eram smartphones; em 2015, o índice subiu para 50%; e em 2016 o total é 65%", afirma. Embora o mercado de celulares como um todo esteja estagnado, há, segundo ela, crescimento na troca de celulares antigos por smartphones, levando a um aumento no uso de aplicativos: "A pesquisa deste ano mostra uma elevação de 63% para 75% no número de pessoas que utilizam mensagens instantâneas, o que é basicamente o WhatsApp ".

O uso de dados, inclusive para o transporte de voz como nesse tipo de aplicativo, já reduziu no mundo inteiro o interesse das operadoras pela aquisição das frequências mais apropriadas para 3G, diz Tavares: "Nessa transição, a demanda por dados se concentra em vídeo, e com isso precisa ser acelerada - todo o contexto do consumidor agora envolve consumo de dados", afirma.

Esse aspecto já aparece na pesquisa da Kantar deste ano, confirma Danielle: o número das pessoas que assistem vídeos passou de 20% na última pesquisa para 44% nesta, enquanto o uso de SMS caiu 12 pontos percentuais, para 45,7%. As transformações no comportamento do consumidor são tão grandes, diz Tavares, que "se tivesse de escrever Romeu e Julieta hoje, Shakespeare seria obrigado a mudar o fim, porque é baseado apenas em falta de comunicação, algo impensável agora".

A invasão dos celulares mudou muito a nossa vida porque colocou controle e previsibilidade na palma das nossas mãos, diz Fábio Borges, professor de ciências sociais e do consumo na Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM): "Os aplicativos são revolucionários. Eles nos permitem fazer compras, seguir empresas, travar relacionamento com pessoas, comprar no mundo off-line, decidir e pagar através do mundo on-line", detalha.

Uma das consequências dessa mobilidade digital, segundo Borges, é a percepção de que tudo pode estar disponível de imediato. "Pedir um carro pelo Uber, fazer uma compra, um pagamento. É uma percepção que nos faz ressignificar o tempo e o espaço. A mobilidade nos trouxe a possibilidade de comparar e estudar sem limites, de imediato - você está numa loja e pode pesquisar o preço do mesmo produto em várias outras lojas. O celular deu ao consumidor um poder de escolha que até então ele não tinha."

Para acompanhar a voracidade do consumidor pelo uso de dados, as operadoras estão investindo na ampliação de suas redes 4G e preparando-as para a próxima evolução, a 5G. Rodrigo Dienstmann, chief operating officer da Vivo, conta que nos três primeiros trimestres de 2016 sua empresa trabalhou para aprimorar a conectividade e a estabilidade da rede: "Nosso objetivo é que, ao usar nossa rede, o cliente tenha sempre a melhor experiência", diz ele.

Para isso, a empresa já iniciou no Rio de Janeiro e em Rio Verde (GO) testes com o 4.5G, tecnologia que entrega dados com velocidade da ordem de 530 megabits por segundo (Mbps): " Os resultados foram positivos e devemos seguir para novas localidades", afirma Dienstmann. A Vivo, segundo ele, tem cobertura 4G em 244 cidades e nos últimos anos investiu para isso R$ 3,2 bilhões na aquisição de licenças.

Até o final de 2016, acrescenta, a empresa estará presente em mais de 350 cidades.

Leonardo Capdeville, diretor de Tecnologia da TIM, conta que a empresa fez neste ano uma grande ampliação da rede, levando tecnologia 3G a mais mil cidades. "Eram 1.800 cidades em 2015, e ao final de 2016 serão 2.800", diz. Ao mesmo tempo, a TIM pretende concluir o ano com mil cidades cobertas pelo 4G. "Neste momento já estamos em 720", revela. A ampliação, segundo o diretor, é explicada pelo fato de que a migração dos clientes para o 4G se intensificou em 2015: "Mais de 50% do tráfego de dados na rede móvel da TIM vem de terminais com 4G", detalha. Ao mesmo tempo, diz ele, a rede 3G fica mais rápida porque se torna menos densa em termos de usuários.

A ampliação do 4G, segundo Capdeville, beneficiará também os clientes da TIM Live, a banda larga fixa da TIM: "A banda larga móvel é capaz de ofertar esse recurso: uma vez que tenhamos crescimento de cobertura 4G, estamos habilitados também a prestar serviços equivalentes à banda larga fixa", completa.

O diretor de serviços de valor agregado da Claro, Sérgio Messiano, afirma que a empresa tem acompanhado e favorecido a demanda dos clientes pelo uso de dados, não descontando da franquia o tráfego do WhatsApp, por exemplo. Como outras concorrentes, a empresa também está testando o 4.5G, conseguindo velocidades da ordem de 600 Mbps e nos testes com 5G já chegou a uma velocidade de 4 gigabits/segundo: "O que acontece na tecnologia de rede é que ao evoluir ela viabiliza muita coisa", diz.

Na Oi, o diretor de tecnologia e plataformas, Mauro Fukuda, conta que a empresa está igualmente investindo em 4G e preparando-se para a próxima geração de banda larga móvel, já que a demanda dos usuários continua em alta. "O aumento de tráfego está crescendo exponencialmente, porque o cliente acessa cada vez mais aplicativos de vídeo, por exemplo". Essa mudança, segundo ele, tem levado a empresa a investir no planejamento e expansão da rede, "com novas estações rádio-base, mais tecnologia, mais velocidade e mais banda para o usuário".