

Doutrina

AUDIÊNCIA DO DIA 24/05/2007

Roberto Oliveira de Lima

Presidente da Vivo.

(Transcrição *Ipsis Verbis*)

Intervalo para o café

Homem não identificado – Pedir, por favor, para as pessoas sentarem, para iniciarmos. Bem, senhores, vamos dar início à segunda parte das nossas audiências públicas de hoje, com a apresentação do Doutor Roberto de Oliveira Lima, presidente da Vivo. Eu vou pedir ao Doutor Roberto que assuma.

Roberto Oliveira de Lima – Muito obrigado, Conselheiro, boa tarde a todos. É uma satisfação muito grande para nós estarmos aqui hoje, falando um pouco do nosso setor e também da nossa empresa. Eu sou Roberto Oliveira de Lima, administrador público formado pela Fundação Getúlio Vargas. Tenho experiência em alguns setores: químico, têxtil, hoteleiro e financeiro. Dirigi o grupo Credicard por cinco anos, até 2005, e há dois anos estou no setor de telecomunicações, tentando aprender e fazer algo de bom para a Vivo e nossos clientes. Como nós temos uma premência de tempo, vou procurar correr o máximo possível. O tema começa por um cenário competitivo da convergência. Por favor, passe para o primeiro *slide*. O que vemos aqui, é que nós estamos em um momento de revolução desse conceito de consumo de produtos e serviços de telecomunicações em geral, que até o momento se baseia ainda no modelo tradicional, aonde as empresas são proprietárias das suas próprias redes, que são redes proprietárias para a voz, para o sistema móvel, para voz do sistema fixo, para as redes de dados e redes de vídeos, e, que normalmente cada uma dessas explorações fazem em função da tecnologia disponível, no caso da voz móvel, em primeira e segunda geração até agora, no caso da telefonia fixa usando os pares metálicos, rede dedicadas para dados, e cada uma dessas tecnologias dão acesso aos usuários finais através de terminais ou de aparelhos especificamente desenvolvidos para isso. Esses são serviços separados, em que os usuários inicialmente compram cada um deles, mas o que a gente percebe é que a velocidade do desenvolvimento tecnológico tem feito com que as redes comecem a se interligar e com uma tendência muito forte, para que essa interligação seja feita através dos protocolos de IP. As grandes então evoluem para saírem de primeira e segunda geração na telefonia móvel, para a segunda e meia geração e para a terceira geração. A transmissão que era feita por satélite pode ser feita por Wi-Fi, Wi-Mex, pelas fibras óticas e redes elétricas, que também permitem a comunicação, e o que é mais impressionante é a evolução dos terminais, que no final das contas permite aos usuários acessos aos serviços. Esses terminais que inicialmente eram para usos específicos, para ver uma televisão, ou para falar ao telefone, hoje encontram terminais multifunções, no caso da telefonia móvel, os PDAs que permitem falar e ter acesso a conteúdos seqüenciados, como vídeo, que permite acesso à Internet, a baixar seus *e-mails*, e, portanto, são verdadeiros canivetes suíços que começam a aparecer. A linha da telefonia fixa é a mesma coisa, telefones para atendimento do fixo e do móvel, o celular que tem TV, que já é uma realidade no sistema de *streaming* e no sistema de TV digital. Os *notebook* fazem transmissão de dados em alta velocidade com a rede fixa, ou com a rede móvel. A TV interativa permite o acesso à Internet, que pode ser também operada através de um *setup box*. A verdade é que, do ponto de vista das empresas, tudo isso tem criado a possibilidade de focar cada vez mais no seu cliente, e usar todos esses aparatos, toda essa evolução, para buscar o quê? Buscar uma fidelização cada vez maior dos seus clientes, terem cada vez mais contratos e a capturar os gastos que aquele cliente pretende fazer na compra de todos esses serviços. Esse é um elemento extremamente fidelizador. Todos vão querer prestar todos os seus serviços, porque isso traz escala, isso traz facilidade de operação, isso permite ganhos administrativos fortes, como os atendimentos dos clientes através de lojas de *call center*, a emissão de faturas únicas, e, portanto, procurar com essa escala baixar os custos de prestação de serviço, ao mesmo tempo aumentar a oferta para cada cliente individual, e, com isso, criar satisfação desses clientes. Passamos para o *slide* seguinte. Agora, vamos focar um pouco no setor de telefonia móvel, que é um setor de impressionante, desde a privatização no Brasil. O que nós vemos aqui é que passou a ter uma abrangência nacional, um pouco mais de 53% dos lares brasileiros possuem celulares, sendo que dos lares que têm comunicação, 20% têm somente a telefonia celular como meio de comunicação; 58,2% dos municípios brasileiros estão cobertos com redes de telefonia celular, o que corresponde a 90% da população coberta com esse serviço. O serviço que inicialmente era de voz evoluiu, e hoje, o crescimento daquilo que a gente chamava de dados na nossa indústria, mas que tem um sentido lato, dados não é simplesmente a transmissão numérica, é a transmissão de SMS, MMS, conteúdos de televisão, *download* de música, e tudo isso cresceu, de 2003 a 2007, a uma taxa de 278%. A receita de dados das empresas do sistema móvel pessoal cresceu 127% de 2004 a 2006, 17 bilhões de reais foram investidos para aumentar a capacidade de prestação de serviço de dados. Hoje, na nossa empresa, contamos com mais de 200 provedores de conteúdo para fazer essa prestação de serviço. Outro dado importante é que a telefonia móvel foi a grande responsável pela inclusão social, econômica e digital. O que nós vemos aqui é que em 1998 era praticamente zero os usuários de telefonia móvel, hoje 60% desses usuários vêm das classes C, D e E. Houve, portanto, um chamado muito grande da inclusão social, talvez até pelo advento da telefonia pré-paga, que permite a esses usuários terem acesso e controlar os seus gastos. Isso fez com que, no final de março, tivéssemos no Brasil mais de 101 milhões de acesso ao celular, o que são mais de 102 milhões ao final de abril passado. Para efeito de comparação, nós temos no Brasil 90 milhões de aparelhos de televisão em operação. A telefonia fixa, com os seus 40 milhões de acesso, corresponde a 20% do mercado de telefonia. A penetração da TV paga ainda é baixa, 2,4% concentradas em segmentos de alta renda, e como eu disse agora a pouco, mais de 22% dos domicílios só têm a telefonia celular como meio de comunicação. Esse setor teve a potência de provocar a inclusão social, que permitiu a essas pessoas terem uma atividade econômica mais forte, e aumentarem suas rendas e se transformarem em cidadãos cada vez mais participantes. No próximo *slide* podemos ver, em termos de convergência tecnológica, é que pouco a pouco o celular se transforma no grande elemento de convergência tecnológica. Faz telefonia, faz voz, é um *pager*, semeia uma câmera de filme, ou uma câmera fotográfica, ou um PDA que permite acesso à Internet, assim como o PC que também permite o acesso à Internet. Permite que seja utilizado como instrumento de rastreamento de localização através de *chips* e GPS, e que faça a escuta de músicas com um iPod. Faz como a tecnologia de MP3, de um *walkie talkie* e com PTS, fornece conteúdos de jornal, permite atualização da agenda, e até algumas aplicações na área de medicina, como a medição do nível de glicose do sangue. É um verdadeiro canivete suíço, é um instrumento que já fez a convergência tecnológica, e tudo isso está disponível. O que a gente pode ver é que essa disponibilidade toda não está longe daqui. No próximo *slide* podemos ver, como disse há pouco, a nossa empresa tem mais de 200 parcerias com fornecedores de conteúdo, e esses conteúdos estão na área da informação, tão importante para os usuários de baixa renda, para o

entretenimento, jogos em 3D, jogos *on-line*, *download* de música e vídeos. Nós podemos dizer que, hoje, a maior loja virtual de venda de músicas inteiras é a telefonia celular, ea Vivo com mais de 120 mil músicas baixadas no mês de abril. Temos também acesso à televisão aberta, com acordos com Rede Bandeirante, Rede Globo, com a Discovery Chanel, que permite, através do *streaming*, que as pessoas possam escolher os conteúdos televisivos que queiram ver em cada momento. Os programas de esporte são talvez os mais acessados. Em termo de número, mais de 7 milhões de *download* foram feitos no último período, somente na nossa empresa. Tudo isso que o setor de telefonia móvel já fez, permitiu adquirir uma série de competências, uma série de capacidades que faz com que possa ser o grande contribuidor para a continuidade desse processo de convergência, que nada mais do que oferecer cada vez mais serviços de qualidade à população, independente do lugar geográfico e, no momento que queiram ter acesso a esse conteúdo, essas empresas, como eu disse, têm a capacidade de oferecer, de onde as pessoas estiverem, no momento que quiserem, porque se dotaram de uma cultura de uso de capital intensivo e da capacidade de participar de grandes cadeias de valores. Nós não trabalhamos sozinhos, nós fazemos parcerias com outras empresas, nós usamos redes de terceiros, e nós sabemos trabalhar isso numa dimensão de um País como o Brasil, com seus contrastes sociais, procurando atender às classes mais baixas e às altas, e também em uma dimensão geográfica que poucos outros países encontraram. Também uma capacidade de contribuir em fatores-chave para o desenvolvimento do Brasil, como a educação à distância, e também em algumas aplicações na área de medicina, que tem provado extremamente importante em países onde já existem estatísticas, como exemplo: diminuição de 20% do número de mortes em acidente de trânsito, simplesmente porque as pessoas conseguem se comunicar mais rapidamente com o centro de informação, que permite os primeiros socorros aos feridos, no momento dos acidentes. Resultado: 20% de redução no número de fatos fatais. Então, essas são contribuições fantásticas, e esse setor trabalha também nesses momentos. O principal de tudo isso, é que esse setor tem se desenvolvido em um ambiente de extrema concorrência, o que nós vemos todos os dias, nos jornais, na televisão, em todos os meios de comunicação através das ofertas, não só de aparelho, mas de serviços cada vez mais baratos, numa concorrência extremamente acirrada, que permitiu então que esse mercado se desenvolvesse com essa velocidade sem perder qualidade, incorporando tudo aquilo que existe de mais moderno no mundo. Portanto, podemos passar a essa questão dos aspectos concorrenciais considerando então o sistema móvel pessoal, como o mercado em si. É um mercado que tem suas características, e, como eu disse, a principal delas é da mobilidade. É um mercado que procura atender as pessoas no deslocamento, e aquelas características de um mercado que ainda hoje é altamente demandador de investimento de capital extremamente elevado, que é um mercado que só se justifica se tiver uma cobertura nacional. As pessoas não admitem que telefonia móvel seja alguma coisa regional, as pessoas, assim como funciona com um cartão de crédito, ninguém se preocupa mais se vai funcionar ou se não vai funcionar no momento da viagem, ele quer que funcione em qualquer lugar que esteja, portanto, essas são características próprias desse setor, e o que faz com que esse setor tenha em função da mobilidade oferecida tanto pra voz, como pra dados, para acesso a outros conteúdos um preço que hoje é mais caro pela necessidade de investimento que possui. A gente vai ver isso com pouco mais em detalhe pela frente, e que em relação a outros setores, que oferecem serviços de telefonia de comunicação, mas sem a mobilidade em ambiente fechado, muito provavelmente a custos e preços mais baratos em função da sua estrutura. O setor móvel, pela rápida absorção tecnológica, pela necessidade de se reinventar a cada momento, já está na quarta rede sendo montada no Brasil. Quando entrarmos na terceira geração, portanto, será investimento que tem uma absorvência muito rápida, o que faz com que essa indústria, para poder fazer tudo que pretende fazer, tenha uma necessidade contínua de investimento. E, mais uma vez, tudo isso feito em um nível de concorrência que poucas vezes se viu, muito agressiva. O que a gente pode ver é que esse setor vai acompanhar a evolução trazida pela convergência, mais do que acompanhar, muito provavelmente será o setor que vai fazer com que a convergência ande mais depressa, de forma a atender às necessidades cada dia mais elevadas e mais complexas de consumidores finais, sejam esses consumidores aqueles que querem produtos sofisticados, pelo seu nível de renda, sejam aqueles que querem produtos sofisticados pela sua necessidade de estarem imersos socialmente, de ter acesso a conteúdos, de ter acesso à educação, de ter acesso à informação de maneira geral. O que podemos ver é que as receitas de voz das operadoras continuaram crescendo, mas atingiram um patamar onde os preços deixarão de crescer, esse produto será uma *commodities*, e, provavelmente, a receita de dados ou de outros conteúdos deverá continuar crescendo, mas muito provavelmente os investimentos para esse fornecimento também serão cada vez mais elevados. Próximo *slide*, por favor. Aqui, vemos é que esse setor não pode operar sozinho. Enquanto era voz, era auto-suficiente, poderia fornecer todos os serviços ligados à comunicação de voz: local, em *roaming*, à distância. Mas o que a gente pode ver é que a sofisticação faz com que esses setores estejam totalmente voltados a fazerem as parcerias necessárias; com isso, o que nós vemos é que, numa cadeia de valor, se olhar para o setor de mídia, que produz conteúdo, uma grade de programação e faz a distribuição de conteúdo através de meios próprios, ou muitas vezes através de terceiros, como no caso das retransmissoras, encontra hoje, no setor de telefonia móvel, mais um canal para poder distribuir os seus conteúdos. Na verdade, a gente sempre usa muito o exemplo do setor de mídia como um setor de telefonia móvel que já se ligou para poder fazer a oferta de conteúdos. Mas se nós abstrairmos um pouco e pensarmos em outros setores, porque muitas vezes se pergunta, qual será o setor de telefonia móvel que vai começar a produzir conteúdos? Não tem sentido, não é a nossa especialidade, não é do setor. Isso se confunde com todo o resto que o setor tem que aprender, e, se fizesse em um setor de mídias, será que teria que fazer depois no setor da medicina? Se quisermos colocar conteúdos de telemedicina no celular, será que teríamos que aprender todas as técnicas de educação para o ensino básico e ensino fundamental também? Não, isso muito provavelmente terá que ser feito através das parcerias. Para que o celular possa levar todas essas informações a quem necessitar, onde estiver, e a qualquer hora, as parcerias são necessárias, e os setores não se confundem. Portanto, temos que olhar o potencial que esse setor tem, não só pra transmitir aquilo que já é conteúdo de mídia, mas aquilo que o País mais precisa, quando nós falamos de ensino básico. Falo de ensino básico em regiões de baixa densidade populacional, onde não é possível juntar oito alunos em uma sala de aula, que justifica um professor, onde não é possível puxar pares de cabos para construir uma rede de ensino à distância, muito provavelmente a opção será o acesso através das técnicas da telefonia celular móvel, e o conteúdo a partir daqueles que realmente são especialistas na produção desse tipo de conteúdo, o que é extremamente estimulante para o desenvolvimento econômico, com a especialização de empresa, com a criação cada vez mais daquelas empresas que nascem muito pequenas, e quando a gente percebe já se tornaram grandes fornecedores de conteúdo, quebrando paradigmas. Portanto, cada um terá o seu papel, e cada um saberá fazer o melhor possível, mas com certeza todos eles terão que continuar investindo em função das necessidades que temos, isso faz com que os de hoje encontram no mercado e em alguns setores ou subsetores específicos. Se falarmos das operadoras de telecomunicações, hoje, estas têm, como seu *core business*, a telefonia móvel, a telefonia fixa, mas se movimentam no curto prazo ao para oferecer acesso à Internet, em função das redes e dos clientes que têm, e como disse no início, quanto mais serviços oferecermos ao mesmo cliente, melhor ele será atendido por uma única entidade. Com uma única ligação ao *call center* ele pode resolver vários dos seus problemas, e, portanto, uma movimentação natural é a das empresas que queiram atender os clientes com mais serviços, os provedores de acesso que hoje têm como *core business* o acesso à Internet podem querer, como a telefonia fixa, fazer telefonia móvel, já que um PDA ligado à Internet, que permite através do

Skype que se tenha telefonia móvel através da rede IP. A mesma coisa é na TV, se pegarmos as operadoras a cabo, que também se movimentam no sentido de oferecer o acesso à Internet e também da telefonia fixa. Isso faz com que nenhuma dessas empresas consiga ser auto-suficiente e fazer tudo bem feito, sendo assim, provoca a necessidade de uma parceria extremamente produtiva e sinérgica, quando você soma a competência decada um dos setores ou subsetores que participam desse movimento. Falo um pouco rápido, mas é que estou preocupado com o tempo. Entrando na questão do cabo regulatório, o que nós vimos é que a velocidade do desenvolvimento tecnológico, considerando que o Brasil hoje está no estado da arte, em alguns setores como da telefonia móvel, tudo que acontece lá foraimediatamente é repercutido no Brasil. Já não se falam mais em trimestre ou semestres, nem em meses, se falam em semanas, produtos que são lançados no exterior, seja na Ásia, seja na Europa, chegam ao Brasil imediatamente, portanto, nós temos um rolo compressor de desenvolvimento tecnológico, que pode andar à frente da nossa capacidade de criar um quadro regulatório que consiga controlar o essencial desse desenvolvimento tecnológico. O que a gente pode ver é que no arcabouço legal precisa ser adaptado, sob pena de ser atropelado, mas esse tipo de adaptação talvez não possa ser feito nos mesmos moldes em que existe hoje, que é uma legislação de detalhes, muitas vezes restritiva e que estabelece regras de contratação entre *players* do mesmo setor, e talvez isso não seja possível em função da velocidade com que esse setor se desenvolve e se torna cada vez mais complexo. Portanto, o que vemos nos mercados mais maduros é a tendência de uma regulação menor, mais simples, que vai do extremo de uma regulação intrusiva para uma regulação onde simplesmente se configuram e estabelecem as grandes linhas, e onde se procuram estabelecer os quadros de intervenção, quando existirem falhas estruturais no mercado, principalmente aquelas que levam a um abuso de poder econômico, ou coisas desse tipo. As lições que podemos ter é que o arcabouço legal regulatório não deve apenas garantir o acesso às diferentes plataformas, mas também pelo motivo que elas possam competir entre si, de forma a prover as escolhas para os usuários finais, a decisão final é do cliente, e todos precisam estar dispostos a oferecer aquilo que pode dentro das competências que adquiriram, e a regulação tem que permitir a esses vários *players* com diferentes características entre si, que possam oferecer o seu serviço. Deve ser pautada pela razoabilidade. Os efeitos podem ser tão nocivos quanto a própria existência de falhas no mercado, se ela for pouco razoável, se ela for muito restritiva. Independentemente da inovação tecnológica, o mais importante é oferecer as soluções convergentes para os usuários finais, que mais uma vez não seja restritiva a isso, como eu já disse, os reguladores devem propiciar o desenvolvimento da convergência, e o grande problema é que a prematuridade de uma legislação, no momento em que esse mercado passa por um desenvolvimento tão acelerado, em que se aproxima da terceira geração e que vai provavelmente revolucionar o acesso a conteúdos diferentes da simples transmissão de voz, em uma velocidade maior do que a gente pode ver hoje, qualquer tentativa de se fazer uma legislação muito firme, restrita, detalhada, muito provavelmente poderá causar impactos fortes no cenário competitivo, até tirando um pouco o brilho de setores como o da telefonia móvel, que tem taxas de desenvolvimento extremamente elevadas, principalmente na incorporação de novos contingentes de usuários, e que poderia muito bem, para esse mercado, criar um efeito contrário a aquele que se pretende com uma legislação. Devem, portanto, ser estimuladas no sentido do fomento da competição, mas uma competição que por sua vez permita a continuidade no desenvolvimento tecnológico desses setores, no mesmo ritmo que se faz lá fora. Vários países, nesse momento, estão promovendo alterações em seus marcos regulatórios. Nas comunidades européias, o que podemos ver é uma tendência para uma regulamentação com base em regras de defesa da concorrência, permitindo que a concorrência continue existindo. No que diz respeito ao licenciamento, uma autorização cada vez mais ampla para prestação de serviços de comunicações, que nocasos, para o brasileiro, tem que ser visto com certo cuidado. E, alguma coisa que para nós é extremamente importante, quando falamos do setor de telefonia móvel, é que a competição nesse setor só se estabelece em bases iguais. Se as empresas tiverem um mesmo acesso, aquilo que para a telefonia móvel é o oxigênio e fonte de vida, como o oxigênio é para o ser humano, que é o espectro de frequências, isso quer dizer que todas terão que ter acesso ao espectro de frequência necessário, para que possa ter uma operação nacional e um nível de capacidade suficiente pra atender todos os seus usuários com qualidade. A questão da administração do espectro, pra nós, é fundamental, e a gente pretende tocar nesse ponto no final. Quando falamos então de uma evolução no quadro de licenças, pensa-se que poderia ser única. Vamos lembrar que hoje nós temos 34 outorgas existentes, e que ir para uma só muito provavelmente tiraria do mercado várias empresas, que não teriam capacidade para prestar todos os serviços em todas as áreas. Muito provavelmente, empresas especializadas ficariam sem condições de dar contrapartida à licença que recebesse. Portanto, o que pode ver é que isto deve ser um modelo híbrido de outorga, não com as 34, mas talvez com cinco, SMP, STFC, SCM, SME, que pode ser incorporada ao SMP, e por isso ficariam quatro outorgas, e o SCM. Assim o serviço móvel permanece como um serviço.

Mudança de lado da fita

Roberto Oliveira de Lima – Usuários das classes C, D e E, tudo em um nível de atualização tecnológica igual à que existe nos melhores países do mundo, e mais do que isso, em um nível de concorrência que fez com que os preços pudessem viabilizar essa atividade em um País que nem se caracteriza por uma alta renda média. Conseguimos incorporar através de sistemas adequados e da redução contínua de preços estimulada pela competição, conseguimos também vender, hoje, serviço para as pessoas com rendas cada vez mais baixas. Essas são coisas que foram criadas nesse mercado, que não podem ser destruídas quando criar um novo quadro regulatório. O setor de telefonia móvel se destoa de outros setores ligados às telecomunicações, que muitas vezes não tem monopólio, talvez uma situação de concorrência, que não é exatamente igual à que nós temos, se diferencia por aí. Isso não pode ser destruído. Olhando, portanto, para esse setor de telefonia móvel, o que nós vemos é que exatamente pela concorrência houve a necessidade de um alinhamento, taxas de rentabilidade, o que nós vemos é um quadro com a margem de Ebitda sobre receitas de todas as empresas, do setor de telefonia móvel, não de todas, mas das maiores. Os dados são públicos, são colhidos dos balanços trimestrais dessas empresas, e o que podemos ver é que as empresas que podiam trabalhar com 40% de margem tiveram que se alinhar a taxa de margens muito mais baixa. O que vemos, hoje, é que o setor de telefonia móvel do Brasil está entre os últimos em termos de margem Ebitda sobre receita, nós estamos entre a última e penúltima posição, com 21% de margem de Ebitda, na média. Alguém pode dizer que ali apareceram algumas empresas que têm 29%, e que estariam longe dos últimos lugares, estariam na antepenúltima ou qualquer coisa assim. A verdade é que as empresas que mantêm suas margens mais elevadas pagam um preço caro na perda de mercado. Mas, de qualquer maneira, uma margem de 21% não é suficiente por quê? O que vemos no próximo *slide*, é que pelas dimensões do Brasil, pelas características da nossa população de renda baixa, a receita média de um usuário, no Brasil, é metade daquela que se observa na Europa e nos Estados Unidos. O custo do investimento é, não é igual, é maior, porque o Brasil tem uma extensão geográfica diferente, 16 vezes a da França, ou 17 vezes a da Espanha, com áreas de baixa densidade populacional, onde, para cobrir a rede, tem que ser a mesma, e, portanto, o custodo investimento é igual. O que observamos, no Brasil, é que os investimentos em 2004 foram de 8,8 bilhões, para uma geração de caixa de 5,6, em 2005, 8,2 bilhões, com uma geração de caixa 4,6. Portanto, essas empresas podem estar perdendo a sua capacidade de continuar investindo, e talvez estejam perdendo a sua vontade de continuar investindo. Por quê? Porque as

áreas a serem cobertas são áreas de baixa densidade populacional, e que, portanto, o retorno que essas áreas oferecem é muito mais baixo. Os 10% da população que se encontram em 42% dos municípios não cobertos, como que nós vamos atingir, se o investimento para ir até lá é o mesmo? Essa pergunta tem que ter resposta, porque não são os 10% da população, e provavelmente de renda mais baixa, que a necessidade deles é muito menor, e que, portanto, o setor tem que se fortalecer para poder propiciar essa cobertura nacional, que faz com que tenhamos efeito da inclusão social-econômica que o Brasil tanto precisa. Muito provavelmente tudo isso passa por um fortalecimento do setor. Existe alternativas para isso, a busca da eficiência através do compartilhamento de redes, um assunto que por algumas vezes eu tenho procurado levantar, que é sempre muito bem visto pelos meus competidores, ou pelos fabricantes de equipamentos, porque multiplicar, por três, por quatro, as rede, com antenas colocadas no mesmo lugar, não só pelo aspecto da concentração de investimento, mas também pelos impactos em meio ambiente, em tudo aquilo que a gente pode imaginar. Seria mais racional, talvez, ter a mesma solução que as empresas de cartão de crédito tiveram na separação das redes, quando entregaram suas operações a duas grandes operadoras, que competem entre si na rede: falo de Visanet e Redecard, que hoje tem duas redes para capturar as transações de cartões de crédito. Depois, nós temos 80 competidores emitindo cartões de créditos, e algumas pequenas empresas que resolveram emitir cartão de crédito para seu cliente, porque são eficientes naquilo, e usam as mesmas redes. Imagine se cada um desses 80 competidores tivesse que montar suas redes, o custo do investimento seria brutal. Portanto, acho que a questão do compartilhamento de redes é um assunto que precisaria ser discutido, mas que talvez não esteja na pendência natural das coisas, muito provavelmente, antes disso, vamos ver, na continuidade normal do mercado, é o fortalecimento dos *players*. Chegaremos a uma situação de poucos mais fortes. Nós já estamos vendo as possibilidades que existem no mercado para algumas fusões, de algumas concentrações, e isso vai permitir a geração de ganhos de escala mais elevados, provavelmente a redução dos custos operacionais. Poderá permitir, também, uma cobertura nacional e a inclusão universal, o desenvolvimento, soluções inovadoras, e um impacto no preço final a favor do consumidor, com incremento da competição no produto e serviço pago. Então, talvez a concentração não seja, por si só, um efeito negativo. O que nós vemos, no próximo *slide*, é que no caso dos Estados Unidos, hoje, quatro grandes *players* atingem 82% do mercado, e nem por isso deixam de competir entre si. É um modelo que já passou por um processo de extrema separação de várias empresas de tamanhos muito menores, e que, mais recentemente, essas empresas passaram por novas fusões e reinvenções para poderem atuar como fortes *players*, com capacidade de geração de caixa para financiar os investimentos necessários no setor onde a tecnologia inova a cada seis meses. Então, esse é um exemplo importante de uma competição que existe em um setor que já passou por uma separação e por uma concentração. No caso do Brasil, temos hoje, muitas vezes, operadoras de uma mesma região, ou uma operadora que tenha uma cobertura e uma operação comercial a nível nacional. Muito provavelmente, o que nós vamos ver é que cada vez mais estas deixam de ser regionais, porque os seus clientes não são regionais. Grande parte dos clientes querem ter a certeza de que, quando estiverem em deslocamento, poderão falar com o mesmo aparelho que ele carrega todo dia, sem se preocupar se vai estar funcionando ou não, no momento do deslocamento. Hoje, a telefonia celular só existe se o conceito for de uma cobertura nacional. Todos esses grandes *players* querem ter a possibilidade de competir e de atuar em caráter nacional. Eu gostaria agora de falar um pouco dessa questão da competição intra-setor de telefonia móvel, que, como nós dissemos, no início, é talvez o setor que mais rapidamente propiciou a convergência tecnológica. O que se faz hoje com aparelho de celular, e repito um pouco, senhora presidente, pois não estava presente, o que temos hoje no aparelho celular é o acesso não somente à voz, mas a dados, a conteúdos seqüenciados, filmes, músicas, à medida da glicose, através de uma aplicação de medicina, enfim, tudo que quisermos. E, portanto, é um setor que já fez essa convergência, e que soube fazê-la através da assinatura de contratos e parcerias com várias outras empresas, que estas sim são especializadas na produção de conteúdos. Esse setor fez isso em um ambiente de extrema concorrência, e isso deve ser preservado. Deve ser preservado com as parcerias feitas, em termos de conteúdo para vídeo, áudio, dados, tudo aquilo que já existe disponível na telefonia celular. O acesso que ele pode propiciar, através dos novos aparelhos, ou através de aparelhos que serão inventados, e, esbarra na questão da infraestrutura. E, aqui, eu que faço um parêntese em torno da questão de espectro, porque é uma questão que nos preocupa muito, e que só existe competição no setor de telefonia móvel. Só existe uma competição equilibrada e justa se as bases forem as mesmas para todas as empresas, e o principal setor é o espectro. Espectro é um bem da União, espectro é um ativo intangível, mas que pertence à União, ou seja, pertence ao povo, que não permite que seja mal utilizado. Tem que ser utilizado na sua intensidade, para que se possa prestar serviço de qualidade à população, não pode ser subutilizado, não pode ser guardado como um estoque, que tem valor por uma ou outra empresa. O que acontece no caso do brasileiro é que, em função de um histórico de evolução do modelo, no início da década de 90, ainda na tecnologia analógica, as faixas que eram usadas eram as faixas 850 e de 1.9, 850 megahertz e 1.9 gigahertz. Com a digitalização, no final dos anos 90, mudou a tecnologia, e passou de analógico para TDMA, e depois pra CDMA, ainda em 850, e aquelas empresas que entraram primeiro no setor de telefonia móvel foram as que mais fizeram investimentos nessas faixas de freqüências e nessas tecnologias. Em 2000 houve uma decisão da Anatel de alinhar a um modelo europeu, que utilizava a tecnologia de GSM nas faixas de 900 megahertz e de 1.8 gigahertz, e que, portanto, esse foi o movimento muito importante no momento em que empresas se implantavam no Brasil, e que, portanto, adotaram essa tecnologia e essas faixas de freqüências desde o seu início. Empresas que já estavam muito investidas nas freqüências anteriores e na tecnologia anterior não tinham como se movimentar, seria necessária uma mudança de milhões e milhões de clientes de uma tecnologia a outra, e simplesmente canalizar uma rede de altíssima qualidade naquele momento. Então, no caso da nossa empresa, imaginamos que seria possível continuar competindo desse jeito, porém a condição básica para que isso se acontecesse é que houvesse uma cobertura nacional também em 850 megahertz, o que não foi conseguida no decorrer de todos esses anos. Hoje, a cobertura nacional de 1.8 megahertz, através de seis licitações sucessivas, permitiram todas as empresas a terem acesso às faixas de espectro necessárias para exercerem a sua atividade, tanto em cobertura quanto em capacidade de rede, e, no caso das empresas que optaram inicialmente por 850, porque esse era o padrão estimulado pelo governo, ficaram em 850, sem ter acesso a duas importantíssimas áreas no território nacional, como Minas Gerais e o Nordeste brasileiro. O que acontece é que, com a evolução das tecnologias, aquilo que era lá atrás praticamente desapareceu em 2000, com a introdução da SMP ou CDMA, que correspondia a 33%, e o GSM a 3%, o GSM foi a 64%, e para esse crescimento foram colocados à disposição todas as faixas de espectro necessárias para que esse crescimento acontecesse, e o CDMA ficou com 25%. Grande parte daquelas empresas que tinham também freqüências 850 foram abandonadas paulatinamente, quando migraram seus clientes de TDMA para GSM. Perdoem-me pelo uso das siglas, mas são conhecidas, e o que acabou acontecendo é que essas faixas de espectro utilizadas por essas empresas foram sendo esvaziadas, aqueles que estavam em TDMA migraram pra GSM. 850 ficou vazio, isso não pode ficar vazio, isso é um bem da União, isso tem que ser colocado à disposição daqueles que queiram explorar. 55% do espectro em 850, hoje, não é utilizado, ou é mal utilizado. Portanto, o que nós vemos, no quadro distribuição de freqüência, é que a grande parte das empresas tem à sua disposição, em áreas de baixa densidade, 35 megahertz de espectro, em áreas de mais alta densidade, 50 megahertz de espectro, nas faixas de 1.8 gigahertz, e a nossa empresa tem 25 megahertz no máximo, nas regiões onde opera, para abrigar a maior quantidade de clientes que se tem em uma empresa

privada no Brasil, clientes regulares que cumprem seus serviços normalmente. Hoje, estamos a 200 mil de 30 milhões de clientes, e temos que acomodá-los em uma faixa de espectro menor, com um grande problema que é a não-cobertura nacional dessa tecnologia, com a ausência da nossa operação em Minas Gerais e no Nordeste. No próximo *slide*, o que vemos é que somente duas regiões provocam um estrago tão grande. Quando perguntamos ao cliente que operadora ele escolhe, nós percebemos que 36% poderiam fazer a opção por essa operadora, no momento em que é colocada a questão da restrição de cobertura nacional, outra operadora passa a ter 41% das preferências. É o primeiro critério de escolha para um usuário de telefonia móvel. Ele não quer admitir a possibilidade de viajar, de estar entre Franca e Camanducaia e não poder mais falar, realmente não tem o menor sentido, e, portanto, isso faz com que no próximo *slide* a gente veja o que acabou acontecendo com aquele que fez os primeiros investimentos, que mais investiu nas áreas de autorização da nossa empresa. Cobrimos, hoje, 2.278 municípios. Nas mesmas áreas, osegundo concorrente cobre menos de 1.900. Portanto, nós continuamos a fazer investimento de cobertura geográfica, cobrindo estradas municipais, cobrindo tudo aquilo que é necessário para o desenvolvimento econômico-social. Porém, estamos impedidos de operar em duas áreas, o que faz com que, em um período de três anos, essa empresa tenha perdido 16 pontos percentuais de *marketing share*. Com um nível de investimento que continua sendo o mesmo, porque o número de clientes continua crescendo. Esse é talvez um dado importante, para que quando se fale de telefonia móvel, seja lembrado que espectro é tão importante para a telefonia móvel quanto oxigênio é para o corpo humano. Portanto, na última transparência, estou terminando, gostaria de apresentar aquilo que a gente considera como o ponto-chave para garantir a concorrência e a difusão da informação do conhecimento, do entretenimento, nesse novo ambiente de convergência. No Brasil, a convergência está em estágio inicial, porém acelerado. Essa apresentação tem objetivo de demonstrar tendências esperadas para o setor no médio prazo, porém esse médio prazo está aí, normalmente temos que listar as frequências de terceira geração, e no momento em que as redes forem construídas, nós estaremos no novo mundo, estaremos falando de transmissão de dados em redes sem fio, na velocidade superiores do que aquelas que a gente encontra hoje nos cabos, através de HSPA e outras tecnologias. Do ponto de vista concorrencial, o SMP enquadra-se como mercado relevante autônomo, entre todos aqueles do setor de telecomunicações foi o que mais estimulou a concorrência entre os seus *players*, e, por esse, pelo estímulo à concorrência, o que foi estimulado pelo bom trabalho da Anatel de criar condições de concorrências internas ao setor, foi aquele que mais se desenvolveu tecnologicamente, deixando de lado as pequenas distorções que citei agora a pouco com relação à administração de espectro. Para que a convergência se desenvolva plenamente, o arcabouço legal e regulatório precisa ser adaptado, de forma a eliminar restrições, detalhes, intervenções, como a fixação do preço para inserção de faturas de ligações a cobrar a longa distância, portanto, para que as operadoras possam continuar a se desenvolver na velocidade que a tecnologia se desenvolve aqui e lá fora, e que a regulação seja muito mais preocupada em eliminar distorções, seja de competição, seja de abuso. De acordo com a tendência mundial, essa concentração econômica vai acontecer. Esse é um setor de capital intensivo que se relaciona com grandes massas de consumidores, exigem muitos recursos, muito conhecimento, muitas parcerias, e parcerias se faz com empresas sólidas, consistentes, que tenham projetos a longo prazo. Portanto, o que se espera é que, havendo esses movimentos de concentração, não se perca a possibilidade de continuar competindo, mesmo que os números de *players* sejam menores e mais fortes. No nosso mercado, se não formos para modelo de compartilhamento estrutural de todas as redes para obter a cobertura nacional, que seria uma medida de eficiente para as necessidades que o País tem, e a concorrência, de se estabelecer nas empresas que fazem o contato com o consumidor final, assim como foi no mercado de cartão de crédito, que se façam então as concentrações nesse mercado, mas preservando aquilo que fez com que fosse muito bem sucedido, que é a capacidade de continuar inovando e buscar tecnologia lá fora. E ao mesmo tempo de, através da competência, fazer isso com preços no nível suficiente para que possa incorporar uma massa, como já incorporou mais de 100 milhões de habitantes no Brasil. Era isso que eu tinha a dizer. Estou à disposição para as perguntas. Espero não ter abusado do tempo.

Homem não identificado – Muito obrigado, Doutor Roberto. Pelo contrário, agradecemos pelo bom uso do tempo. Nós vamos ter meia hora para debate, que já estavam programados originalmente. Eu vou começar fazendo uma pergunta a partir daquilo que o senhor colocou quanto à concentração no mercado norte-americano. A seu ver, provavelmente os desenhos no mercado brasileiro é de mais concentração, redução do número de *players* no médio prazo nessa área de telefonia móvel, e, por outro lado, em um processo de convergência, como a questão do *quadruple play*, e eventualmente a relação entre telefonia móvel e telefonia fixa, com a idéia de que o telefone, ao se aproximar da base fixa seria, portanto, intercambiável. Como é que, a seu juízo, estaria caminhando essas tendências de mercado? Vamos dizer: até que ponto o *quadruple play* é uma realidade ou estamos caminhando rapidamente para isso? E conforme seu juízo, as características econômicas e técnicas do Brasil implicariam em maior concentração e, portanto, redução no número de *players* no mercado de telefonia móvel?

Roberto Oliveira de Lima – A questão da convergência, de fazer o *quadruple play*, acho que é inevitável porque o cliente vai pedir, o cliente gostará de ter um único provedor para o serviço que ele compra hoje, muito embora, às vezes, esses consumidores ainda se encontram em faixas mais afastada da população. A velocidade de redução de preços que a concorrência tem permitido faz com que cada vez mais outras faixas sejam incorporadas, e os consumidores serão cada vez mais exigentes. Há pouco tempo atrás ninguém imaginava que gostaria de ter um aparelho celular que fosse uma máquina fotográfica ao mesmo tempo. Se tem a máquina fotográfica, não basta ser apenas uma máquina fotográfica, tem que transmitir essa fotografia para o outro. O consumidor é cada vez mais exigente. Portanto, se ele precisa ligar pra um *call center* para falar do seu aparelho celular, ele gostaria de lembrar que teve um problema com a sua televisão a cabo em casa, e gostaria de resolver imediatamente, e talvez com o seu telefone fixo, o que faz com que o consumidor queira comprar o serviço de uma companhia única, e, com isso, talvez negociar preços melhores. Por outro lado, as empresas também vão querer concentrar mais serviços para oferecer aos mesmos consumidores, como maneira de fidelizá-los. Este é o chamado casamento entre o consumidor e uma marca ou uma empresa. Então, esse fenômeno vai acontecer, e esse fenômeno vai fazer não só com que o setor de telefonia móvel talvez seja aquele que reúna mais capacidade, hoje, de entregar o *quadruple play*. Nós podemos fazer transmissão de dados em alta velocidade, poderemos fazer mais com HSPA na terceira geração, poderemos entregar telefonia, quando chegar telefonia digital. Os aparelhos celulares estão prontos, com televisão digital e com telefonia móvel ao mesmo tempo. Esse setor terá condições de entregar o *quadruple play*. Outros setores também poderão fazer, porém, ao tentarem fazer, talvez percam um pouco das suas características. A telefonia fixa é um serviço de voz estacionário, e que tem a sua estrutura de custo, a sua estrutura de investimento, e, portanto, tem o seu preço. É impossível a telefonia móvel competir com a telefonia fixa em preço, porque o modelo é completamente diferente, a estrutura dessas duas empresas são diferentes, a estrutura de custo, a necessidade de investimento, de renovação tecnológica desses dois setores, são diferentes. E, portanto, a fusão entre elas talvez não traga grandes coisas em termos de inovação, cada uma delas terá que buscar a sua inovação, o seu *quadruple play*. Quando não é capaz de fazer, precisa buscar a parceira para ajudar a fazer. Então, uma empresa de telefonia fixa, que possa ter uma parceria fornecendo a telefonia móvel, e essa convergência não se passa no nível tecnológico das especialidades, se passa no nível da relação com o consumidor, e,

através de contratos privados, conseguem criar um grupo de empresas que consiga oferecer o serviço *quadruple* para o cliente como uma única entidade, no final das contas com uma única fatura, que é o que interessa para o cliente. Quem, à frente do fornecimento do serviço, na parte estrutural, tem que ser transparente com o cliente, ou na parte industrial do serviço, interessa com que ele se relaciona contratualmente, quem vai atender o seu chamado ao *call center*, quem vai fornecer o serviço. E isso eu tenho certeza que os próprios setores saberão encontrar suas fórmulas de associação, como já encontraram. Como nós dissemos, temos na nossa empresa 200 contratos de fornecimento de conteúdo, com parceiros que são estranhos ao nosso setor, mas que conseguem colocar os seus conteúdos à nossa disposição, para nós que possamos oferecer aos clientes. A questão da concentração de mercado, eu acho que é muito mais por uma questão econômica, pois estamos em um País com uma necessidade de investimento brutal, pela sua dimensão geográfica, em um País aonde a geração de receitas, que são as contrapartidas desse investimento, é limitado pelo nível de renda médio da população, e, portanto, a equação, o retorno sobre o investimento é mais difícil de ser encontrada, pelo efeito da concorrência em alguns setores, em especial o de telefonia móvel, que faz com que os preços sejam puxados para baixo, e que mostrem então que as empresas, hoje, são capazes de gerar caixa em nível inferior ao necessário para o seu investimento. Portanto, isso vai levar a uma cidade algumas concentrações. Não vejo isso em um curtíssimo prazo, embora esse assunto seja tratado diariamente nos jornais. Mais que isso, acho que são questões casuais em função da situação de empresas e das suas matrizes, mais do que as empresas estarem procurando outras associações para fortalecerem, em um cenário de queda de taxa de juros, em um cenário onde os órgãos de fomento têm se preocupado em oferecer financiamentos em volume e em taxas adequadas ao crescimento dessa atividade. Ainda não vejo essa necessidade, em um cenário aonde os usuários se acostumam a consumir cada vez mais essa telefonia móvel, porque eles melhoram devida, eles se transformam em agentes econômicos mais fortes e passam a consumir dados. Pode ter uma expectativa de uma receita crescente com o mesmo nível de preço; portanto, essas empresas ainda têm uma chance equilíbrio se as condições de concorrência forem estabelecidas com todos com o mesmo espectro, com as mesmas condições, as empresas podem manter as suas partes de mercado, que são quase as partes naturais de mercado. Hoje, sem a necessidade de concentração, porém pode ser que ela venha, talvez por outras razões, não só pela necessidade de melhorar a imagem dessas empresas.

Homem não identificado – Doutor Roberto, eu tenho duas questões. Só os pontos de antenas foram abordados lateralmente na resposta anterior. Primeiro, tem um papel interessante da telefonia celular no fomento da concorrência da produção de conteúdo, por ser um novo canal. A minha curiosidade é saber como é que são esses contratos com os produtores de conteúdo, deve haver uma variedade de contratos, eu vi até o símbolo da Bandeirantes, e, no entanto, imagino que tenha produtores independentes de conteúdo. O que eu gostaria de saber se há contratos que são de longo prazo, um esquema de pagamento em parceria, se há pagamentos que são por unidade de *download*, e mais ou menos que proporção. Chega a uma proporção que é semelhante do mercado de editoração impressa, e que a distribuição por livrarias guarda uma proporção do preço de capa desses produtos? A segunda pergunta é sobre a parceria com telefonia fixa, que não necessariamente precisa ser na propriedade, mas pode ser só contratual, uma relação com o consumidor. Há uma empresa que oferece o serviço integrado *double play*, não é? Que seria um serviço integrado móvel, e o mesmo número, na residência ele opera como fixo. Seria possível esse tipo de parceria? A Vivo já atua nessa direção?

Roberto Oliveira de Lima – Com relação à primeira pergunta, eu não saberia responder exatamente quantos contratos nós temos de cada tipo, mas o que eu posso dizer é que existem contratos por prazo limitado e existem contratos por prazo ilimitado, com uma denúncia antecipada de seis meses ou de um ano, caso as partes não estejam mais interessadas. Existem contratos com preço fixo por unidade de serviço prestada ou acessada, por exemplo, *download* de uma música custa tanto, portanto paga-se tanto. Existem contratos, e vários deles são assim, o que a gente chama de *heavy user*, ou seja, um compartilhamento das receitas entre a empresa e a distribuidora do conteúdo e a empresa que fabrica, que o produz e coloca à disposição o conteúdo. Na verdade, é que tudo aquilo que nós fazemos, quer dizer, nós não estamos puxando nada daquilo que estamos comprando, entre aspas, dos nossos parceiros, para nós, estamos colocando à disposição dos nossos usuários, tem que haver uma ação ativa dos usuários para que estes tenham acesso àquele conteúdo, e, portanto, na maioria das vezes é em função de um compartilhamento de receita que o contrato é estabelecido, porque nós não podemos garantir que esse conteúdo será vinculado. Só será veiculado se o usuário quiser. E, portanto, como isso pode ser normalmente fortuito, o compartilhamento em receita é a fórmula mais adequada. Mas são várias as formas de contratação para conteúdos diversos. Não sei se respondi.

Troca de fita

Roberto Oliveira de Lima – Detalhes, podemos até fazê-los, após um pequeno estudo na nossa área de *marketing* da empresa. A segunda pergunta, com relação à sinergia fixo/móvel, na verdade o que está buscando é facilitar a vida do usuário. Ele ter um número fixo e um número móvel talvez seja agradável para o usuário, para ser encontrado com mais facilidade; para isso com certeza o mercado é demandador. No nosso caso, não podemos fazer isso, nós somos uma empresa separada da Telefônica ou da Telesp, em São Paulo, embora nós tenhamos o mesmo acionista, que é o acionista controlador da Telefônica e que também é um dos acionistas controladores da Vivo. Nós temos, sim, alguns movimentos de sinergia, para compartilhamento de recursos, circuitos, redes, tudo aquilo que nós pudermos fazer, compras conjuntas, coisas que podem ser feitas entre empresas ligadas em alguns momentos, e tivemos algumas iniciativas de oferecer ao mercado algumas facilidades, por exemplo, alguém que compra um *speedy* e tenha possibilidade de ter um plano em telefonia móvel a um preço que seja fidelizador, ou qualquer coisa assim, mas são iniciativas talvez incipientes e que podem ser feitas com qualquer empresa. No nosso caso, elas têm que ser feitas com base em contratos que evitem o conflito de interesses, porque os nossos acionistas não são os mesmos, nós não podemos fazer em condições de privilégios para um ou outro. É como se duas empresas estranhas estivessem contratando, porque os meus acionistas minoritários não são os mesmos que os deles, e tenho a Portugal Telecom. Portanto, são contratos que têm que ser elaborados como se fossem feitos com qualquer empresa do setor. Mas, hoje, eu não sinto que a gente tenha capacidade técnica de fazer esse tipo de oferta, de oferecer um telefone fixo com o mesmo número do telefone móvel.

Homem não identificado – Um problema tecnológico, ou é uma dificuldade de contratação, dado que a propriedade dos ativos não é do mesmo grupo econômico, do mesmo controle?

Roberto Oliveira de Lima – Sérgio, se você puder me ajudar. Acho que o problema é tecnológico também, não é?

Sérgio – Eu acho que no caso sim, nesse momento ainda é tecnológico. Agora a tecnologia está disponível. A gente tem visto, hoje, a Motorola e algumas empresas já oferecendo a tecnologia, o que permite, através de *bluetooth*, você chegar à sua residência e poder realmente assumir uma determinada área com aquele número, uma determinada abrangência e você usar aquilo, passar a ser tarifado como telefonia fixa naquele momento. A tecnologia permite; nós não temos essa tecnologia

no momento. Como o Roberto falou, realmente as duas empresas são independentes. Tecnicamente é permitido, mas não temos essa facilidade no momento.

Homem não identificado – Sérgio é o nosso vice-presidente de regulamentação.

Homem não identificado – Presidente, por favor.

Elizabete Farina – Eu queria fazer uma pergunta bem pontual, a respeito da escolha tecnológica GSM, TDMA, CDMA. Há um leque tecnológico, quer dizer, a escolha que Vivo fez, lá atrás, significa que ela tem que preservar isso, e aí ela fica fora dos espectros e fora das áreas, ou ela pode mudar a tecnologia? Qual é o custo? Enfim.

Roberto Oliveira de Lima – Ela pode, Doutora Elisabete, e na verdade foi o que nós fomos levados a fazer em julho do ano passado. Nós tomamos uma decisão consciente, até levados por fatores de mercado. O que acabou acontecendo é que, embora o CDMA seja uma tecnologia, a toda prova é a tecnologia predominante nos Estados Unidos, é aquela que oferece uma grande qualidade de voz, velocidade de transmissão de dados, muito boa. A mesma analogia se faz entre o velho sistema de *vídeo tape*, que o betamax era melhor que o VHS, mas o que pegou foi o VHS. As comparações entre CDMA e GSM, do ponto de vista técnico, podem mostrar que o CDMA talvez tenha mais performance, mas o que pegou foi o GSM. E no ano passado, em julho, nós, portanto, dissemos, às vezes é melhor um final horrível do que um horror sem fim. Portanto, tomamos a decisão de investir 1 bilhão e 80 milhões de reais na construção de uma rede GSM, que foi feita em prazo recorde por dois fornecedores extremamente importantes, um europeu e um asiático. O que nos permitiu, ao colocá-lo em concorrência, a trazer preços para o mercado brasileiro que nunca haviam sido praticados. Essa rede foi construída em seis meses, com a instalação de sete mil estações de rádio base, com contingentes humanos que não se pode imaginar. Em alguns momentos estávamos instalando 600 estações por semana. Essa rede entrou em operação em dezembro, em regime de teste. Em fevereiro nós lançamos em pré-pago, e, em março, nós lançamos o pós-pago. Porém, nós tivemos que adicionar a uma rede que já existia, cujo valor residual é de três bilhões de reais. É uma rede nova em CDMA, uma rede perfeita para prestar o serviço, inimigo no Brasil, porque não estamos com essa rede em Minas Gerais e Nordeste. Nós não podemos mais perder o mercado de valor, já perdemos 16 pontos percentuais no mercado. Quando viaja ao Nordeste não fala, isso é impossível. Fomos pra rede GSM, tivemos que fazer um novo investimento de um bilhão e 100 milhões de reais. Portanto, é possível mudar, mas custa. Agora, nós temos que administrar como fazer a utilização dessa rede de 3 bilhões de reais de valor residual, ao mesmo tempo que somamos mais um bilhão de reais nessa nova rede. O que mudou, de lá pra cá? Que simplesmente, hoje, o nosso usuário, quando pegar um aparelho GSM, ele vai falar na nossa rede no Brasil todo, e quando entrar em Minas Gerais e Nordeste, ele fala em GSM na rede dos nossos concorrentes, com várias das empresas que não têm cobertura nacional. Só uma tem cobertura nacional, fazem através do *roaming* de dados e de voz. Passamos então a ter a cobertura nacional digital, que era um grande mercado competitivo, mas a custo de um investimento em uma rede. Se fôssemos trocar todos os aparelhos que temos hoje em CDMA para GSM imediatamente, isso é um investimento de mais três bilhões de dólares de subsídio de aparelhos. Não é suportável, e, portanto, nós vamos ter que administrar isso durante muito tempo, manter os usuários em CDMA, que ficaram restritos às áreas aonde nós temos CDMA, e trazer novos usuários para GSM, e mesmo aqueles usuários que viajam com mais frequência, que eles possam então ter a rede GSM. Não é a situação ideal em termos de competição, mas era o que tínhamos que fazer.

Elizabete Farina – Em Minas e no Nordeste vocês têm que usar *roaming* porque vocês não têm o espectro, é isso?

Roberto Oliveira de Lima – Nós não temos faixa de frequência disponível. Portanto, sem espectro e sem a frequência nós não temos uma licença pra comercializar naquelas regiões. O que é interessante notar é que, nas regiões onde a Vivo está presente, são as de maior penetração da telefonia celular no Brasil, e são também as de maior cobertura em número de municípios no Brasil também, porque é um compromisso da organização. E, portanto, não está em Minas Gerais e Nordeste. O que temos visto, é agora o governo de Minas Gerais fazendo o esforço, para através de estímulo financeiro, pela compra de debêntures a juros subsidiados, e permitir que se faça o restante da cobertura de Minas Gerais, o estado com mais municípios no Brasil. Quando nós cobrimos São Paulo, Rio de Janeiro, Espírito Santo, haverá 100% dos municípios.

Homem não identificado – Uma pergunta me veio na idéia, revela minha ignorância no setor. Durante alguns anos, na Europa, pagaram-se quantias fabulosas por licenças para operar nessas novas gerações de telefonia, com base naquela idéia de que basta construir alguma coisa, e que os consumidores sejam atraídos por ela. Eu tenho lido na imprensa que há, nos mercados europeus, uma certa estagnação, no entanto, que chegou a ser um ponto em que há uma cobertura quase total, mas que os consumidores estariam relutantes em pagar por esses serviços. E também que isso teria a ver com os modelos tarifários adotados. Nos Estados Unidos, haveria um modelo tarifário pelo qual o consumidor já teria de antemão uma idéia mais clara de quanto ele paga, por exemplo, transmitir uma fotografia, ao passo que na Europa não, ele teria que pagar isso de uma maneira que dá medo de ver a conta no final do mês. Portanto, são duas perguntas, quer dizer, existe essa vocação natural, que o senhor disse, que a telefonia celular tem para realizar a convergência tecnológica, se realizou hoje já no mundo avançado, nos países afluentes? E a segunda: o modelo tarifário tem alguma implicação nisso, sobretudo em um País como o nosso, onde a maioria dos telefones celulares ainda são os pré-pagos, e funcionam para receber e não para fazer chamada?

Roberto Oliveira de Lima – O cenário que o senhor descreve está correto, embora a gente perceba que muito recentemente, talvez menos de um ano para cá, as taxas de crescimento da terceira geração, na Europa, já têm se acelerado bastante. Eu acho que, aí, é uma conjunção de fatores que fez com que eles se desenvolvessem muito pouco no início, e que, portanto, deu a impressão de que estava pagando demasiado pela compra das licenças, que a resposta não vem imediatamente. Entre esses fatores, nós podemos citar a inexistência de aparelhos celulares em terceira geração a um preço razoável. Hoje, pela primeira vez, começamos ver aparelhos de terceira geração com o custo próximo de 100 dólares. Não é o preço de venda pública, é o custo desses aparelhos a 100 dólares que começa a baixar. Então, esse é um elemento fundamental. Segundo, no caso do Brasil, acho que temos uma vantagem competitiva. É que não adianta colocar aparelhos e rede à disposição, montada sobre essas licenças e sobre esses espectros, se não houver conteúdo em serviço a ser oferecido. Então, quando eu digo que fizemos 200 contratos de parcerias, não me pergunte se todos são rentáveis. Muito provavelmente não, mas o que tem de aprendizado nisso é muito grande, o que tem de aprendizado em criar modelos de acesso a programa de educação, a programas de entretenimento, a jogos interativos com outra pessoa. Existe um acumulado muito grande de experiência nisso. Em CDMA, o acesso à terceira geração era mais fácil, que é o que temos no Brasil, o CDMA 2000 e com o EVDO. Na Europa, também tinha as frequências, uma rede incipiente só em grandes centros. Não se tinham conteúdos à disposição para interessar um grande número de usuários, mas esses grupos foram cumpridos, e, hoje, já se pode ver um crescimento mais acelerado. O primeiro efeito desse crescimento mais acelerado é na produção em escala maior dos aparelhos, portanto uma queda de preço imediato. E quando as pessoas percebem que com aparelho de terceira geração a qualidade de voz é melhor, o SMS trafega mais rápido, o acesso à Internet, que são algumas coisas que já estava

habitado ainda em segunda geração, as pessoas passam a se interessar, mas, principalmente, porque o preço do aparelho começa a cair em função da escala, e que provavelmente vai substituir os aparelhos da segunda geração. No caso do brasileiro, onde 80% da população usa o telefone pré-pago, embora seja importante dizer que, desses 80%, 20% têm um gasto mensal igual ao pós-pago, portanto, são os que a gente chama pré-pago Premium, são pessoas que optam pelo sistema de faturamento diferente, preferem pagar na frente, para não ter que receber fatura ou qualquer coisa assim, mas são pessoas que têm um gasto elevado. O que a gente percebe é que, com a aceleração da produção nos aparelhos de terceira geração, e quando as redes estiverem disponíveis, com os preços caindo, nós podemos interessar essa população de pré-pago da mesma forma. Não se pensava que fôssemos chegar ao custo de aparelho básico, hoje, abaixo de 30 dólares. Ainda aparelhos de segunda geração, mas isso também vai acontecer também com a terceira geração. Por que é importante? Porque os fabricantes vão querer, por eles mesmos, desenvolver aparelhos com performances cada vez melhores e mais baratos, esse é o negócio deles, com isso vão fortalecer, e vão desenvolver essa indústria, e a oferta virá. E o que é de fato importante? É quem vai produzir conteúdo e que tipo de conteúdo será produzido. Num caso como o do Brasil, que tipo de conteúdo nós vamos colocar à disposição da população? Podem ser os joguinhos, como pode ser um programa de treinamento à distância, técnico ou até do ensino básico fundamental. Acho que essas que são as questões a serem discutidas, fazer com que todos os elos dessa corrente se desenvolvam ao mesmo tempo. Não adianta ter frequência e não ter rede, não adianta ter rede se não tem aparelho, e não adianta ter aparelho se não tem conteúdo. E, hoje, no estágio que estamos, podemos escolher tudo isso. Desculpa, até o modelo em que será implantada a rede, nós temos uma mesma faixa de espectro reservada para terceira geração, que é 2.1 gigahertz. Nós temos muito provavelmente, depois da nossa decisão de ir pra GSM, um Log-MAP tecnológico, que será a evolução do GSM, que é o WCDMA, que na Europa se chama de UMTS, e que nas suas evoluções posteriores, desculpe a sopa de letrinhas, as siglas, mas vira para o HSPA, que é uma tecnologia que permite a transmissão de dados na velocidade de 40 megabits por segundo, quer dizer, velocidades não encontradas hoje em nenhum dos cabos. Isso fará com que a gente possa distribuir conteúdos seqüenciados, televisão e todas essas coisas. Então, o mesmo espectro de frequência, a mesma evolução tecnológica poderia ter o regulador dizendo, vamos para mesmo modelo, pegamos essa faixa de frequência, cortamos em pedaços e dividimos entre as operadoras, e cada operadora monta sua rede, colocando sua torre do lado da outra. Tudo isso implica em discussão com os municípios, com as Secretarias de Meio Ambiente e outras. Ou nós podemos ir para um modelo no qual as operadoras, juntas, possam cobrir o Brasil inteiro, e que os fabricantes participem desse esforço, e possamos ir para uma terceira geração em um bloco de eficiência muito maior do que aquele que a gente pode ver no setor, que hoje consegue gerar, de caixa, a metade das suas necessidades em investimento, portanto com endividamento constante. Analisem as empresas de telefonia móvel pura nos balcões de resultados, e procurem analisar a alteração em telefonia móvel daqueles que estão junto com a fixa. Verão que a móvel, hoje, é uma operação que ainda é investidora de caixa e não consegue gerar o caixa suficiente. Então, acho inevitável o cenário da terceira geração no Brasil, um dos maiores mercados mundiais. É o quinto mais importante mercado mundial. Os fabricantes forçam para que isso aconteça, e nós precisamos de emprego, nós precisamos de fábrica, nós precisamos de produção. O aparelho celular é o único aparato de tecnologia de ponta que se vende mais nos países emergentes do que nos países desenvolvidos. A tecnologia de telefonia móvel talvez seja a grande alavancadora que nós temos para poder facilitar o desenvolvimento de programas de ensino básico e de ensino fundamental no Brasil. Pode ser uma ruptura com tendências do passado, e que, portanto, esse é um assunto que tem que ser visto muito seriamente na terceira geração. Vamos evoluir pra ela? Podemos seguir do jeito que estamos indo? Podemos. Mas acho que exige um pensamento profundo sobre essa tecnologia, que é realmente fantástica. O que é que nós vamos fazer com ela para Brasil? E de que forma vamos utilizá-la? Como podemos fazer de forma bastante eficiente? Agora acredito que é inevitável, e a velocidade vai se acelerar lá fora, como já acontece, e vai se acelerar no Brasil também.

Homem não identificado – Conselheiro, passe uma resposta curta, por favor, porque o nosso tempo está esgotado.

Homem não identificado – Eu vou tentar fazer a pergunta curta, também. A primeira sobre espectro. Na regulação brasileira tem alguma regra de perder um espectro não utilizado? E como que isso é, ou seja, se alguém tem sob sua concessão um determinado espectro, uma faixa de espectro, e não está utilizando, tem alguma regra que ele perde? E como que são nas outras jurisprudências civilizadas do mundo? A segunda pergunta tem mais a ver com qual substituível um celular pode ser em relação ao telefone fixo. Eu tenho uma curiosidade em relação ao mercado, especificamente o mercado de longa distância, tanto nacional quanto internacional. Quer dizer, se eu preciso fazer uma ligação interurbana, até onde posso usar o celular pra fazê-la. Estou falando um pouco da minha experiência. Você não se preocupa se quem está do outro lado, ou se telefone para o qual você vai ligar está na rede da mesma operadora, ou seja, um celular Vivo ou Tim ou o que seja. Portanto, se está na mesma rede os valores de uso, as tarifas de interconexão, as redes seriam as mesmas, você teria um preço de transferência entre uma e outra, ou se você vai pagar valor de uso para outras redes, para outras redes móveis? Ou vai pagar valor de uso, se eu estou ligando para um telefone fixo, uma chamada interurbana internacional, deve ser pouco provável que não seja um celular para cursar esse tipo de chamada. A minha pergunta é, quer dizer, por outro lado, se não me engano, a Vivo não tem mais código de seleção de prestadora, por conta da participação do acionista de ter participação cruzada entre Telefônica e Portugal Telecom, usa o código de seleção de prestadora o 15, não é? Então, como funciona esse mercado de telefonia de longa distância local, internacional, para operadora móvel?

Roberto Oliveira de Lima – Vou contrariar minha natureza e tentar ser bastante breve. Com relação ao espectro, existe sim a legislação que informa sobre o controle do Sérgio, a previsão de devolução de espectro em caso de baixa utilização ou utilização ineficiente, porém essa legislação não está regulamentada. Ok, está respondida. Segunda, com relação à substituição fixo/móvel, o que eu vejo é que, embora o serviço prestado, no que diz respeito à telefonia, ou seja, a comunicação de voz possa ser o mesmo, quer dizer, as pessoas, ao falar de um móvel ou de um fixo, sendo que estejam se comunicando da mesma forma, a estrutura de prestação de serviços tem custos completamente diferentes. Isto é um estágio de desenvolvimento completamente diferente. A telefonia fixa tem uma rede que já foi desenvolvida há mais de 30 anos, totalmente amortizada, com uma grande capacidade de comunicação, portanto, tem uma estrutura de custo de manutenção que é diferente da telefonia móvel, que ainda está em uma fase de desenvolvimento acelerado, e que não pode fazer esse desenvolvimento só para voz. O aparelho celular, hoje, só para voz é muito pouco, ele tem que ter câmera, tem que ter transmissão de dados, tem que ter tudo, portanto, é uma estrutura de custo muito diferente. Na questão, o serviço em si é o mesmo, mas a forma que ele é prestado faz com que tenha escala de preços completamente diferentes em função da sua estrutura de custo. Então, não adianta o móvel querer competir com o fixo na questão de preço, é praticamente impossível. Agora, a pessoa para falar do fixo vai estar em casa, a pessoa para falar do móvel pode falar de qualquer lugar. Essa é a diferença, isso justifica. É móvel, a mobilidade tem o *overpraiser*. Na questão do código de seleção de operadora, é verdade por uma questão da legislação. A Vivo, embora seja uma operadora independente, não tem participação societária da Telesp no Brasil. Seus controladores têm o controle direto de fora, mas lá fora existe a Telefônica na cadeia acionária das duas

empresas, que foi impedida de ter um código de seleção de operadores, e, portanto, estimula os seus usuários a usarem o código 15 dentro de um programa normal, que seria de sinergia. Agora, isso acontece em 53% dos casos. Em 47% dos casos, os nossos próprios clientes usam códigos de outras operadoras. E aí os custos são praticamente os mesmos.

Homem não identificado – Muito obrigado, foi bastante esclarecedor. Tendo em vista o horário, muitas pessoas aqui pegam vôo e nós vamos encerrar. Eu quero apenas lembrar que todo esse material está sendo gravado e ficará disponível no *site* do CADE, e, ao final do processo das dez audiências públicas, nós vamos preparar um relatório com todas as informações, inclusive multimídia disponível para os senhores. Agradeço. Não sei se o senhor tem alguma colocação final a fazer.

Roberto Oliveira de Lima – Em primeiro lugar, agradeço a oportunidade de estar aqui, não só expressando um pouco da impressão sobre esse setor, que aprendi e conheci há pouco menos de dois anos, mas também pelo estímulo das perguntas que nos fazem refletir e nos ajudam a encontrar respostas no sentido da satisfação dos nossos consumidores, e no desenvolvimento que a gente acredita criar com a atividade desenvolvida por nós. Ao mesmo tempo, gostaria de lembrar que procurei distribuir aos senhores um pouco daquilo que a gente faz fora da nossa atividade principal. Uma delas é o código do consumidor em braile. Temos um programa específico para integração de deficientes visuais com peças teatrais, e esse ano que passou, 100 mil páginas em braile no Brasil. Das 600 obras em braile, 360 foram feitas por voluntários do Instituto Vivo. Um programa interessantíssimo, que levaria uma outra sessão para falar sobre isto. Deixo também com os senhores um livro do Burle Max, um patrocínio da Vivo, em prol do interesse que temos na área cultural. Mais uma vez, muito obrigado, e estamos sempre à disposição.

Homem não identificado – Obrigado. Está encerrada.