

**UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ
DEPARTAMENTO ACADÊMICO DE ELETRÔNICA
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM SISTEMAS DE TELECOMUNICAÇÕES**

**MARCELO MIYAMOTO INOUE
THYAGO MILÉO TAHER**

**ANÁLISE DO MODELO DE CONCORRÊNCIA
NA TELEFONIA FIXA APÓS A PRIVATIZAÇÃO: O CASO DE UMA
OPERADORA ESPELHINHO ALPHA**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

**CURITIBA
2013**

**MARCELO MIYAMOTO INOUE
THYAGO MILEO TAHER**

**ANÁLISE DO MODELO DE CONCORRÊNCIA
NA TELEFONIA FIXA APÓS A PRIVATIZAÇÃO: O CASO DE UMA
OPERADORA ESPELHINHO ALPHA**

Trabalho de Conclusão de Curso de Curso apresentado à disciplina Trabalho de Diplomação do Curso Superior de Tecnologia em Sistemas de Telecomunicações do Departamento Acadêmico de Eletrônica – DAELN – da Universidade Tecnológica Federal do Paraná – UTFPR, como requisito parcial para a obtenção do título de Tecnólogo.
Orientador: Prof. Alexandre Jorge Miziara

**CURITIBA
2013**

MARCELO MIYAMOTO INOUE

THYAGO MILEO TAHER

**ANÁLISE DO MODELO DE CONCORRÊNCIA
NA TELEFONIA FIXA APÓS A PRIVATIZAÇÃO: O CASO DE UMA
OPERADORA ESPELHINHO ALPHA**

Este trabalho de conclusão de curso foi apresentado no dia 5 de dezembro de 2011, como requisito parcial para obtenção do título de Tecnólogo em Sistemas de Telecomunicações, outorgado pela Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Os alunos foram argüidos pela Banca Examinadora composta pelos professores abaixo assinados. Após deliberação, a Banca Examinadora considerou o trabalho aprovado.

Prof. Luis Carlos Vieira
Coordenador de Curso
Departamento Acadêmico de Eletrônica

Prof. Sergio Moribe
Responsável pela Atividade de Trabalho de Conclusão de Curso
Departamento Acadêmico de Eletrônica

BANCA EXAMINADORA

Prof. Alexandre Jorge Miziara
Professor Orientador

Prof. Kleber Kendy H. Nabas

Prof. Ubiradir Mendes Pinto

“A Folha de Aprovação assinada encontra-se na Coordenação do Curso”

À Danielle e ao Pedro, pela compreensão das horas preteridas a eles em favor da elaboração desse trabalho. E pelo seu incansável incentivo para que a conclusão do curso e desse trabalho fossem verdades palpáveis.

À Graça Eliana e ao Assmar que, após infindáveis anos, vão poder ver o filho graduado – onde quer que estejam.

AGRADECIMENTOS

Tão improvável quanto elaborar e apresentar esse trabalho sem a participação do Professor Alexandre Jorge Miziara, seria fazê-lo sem prestar-lhe todo o agradecimento por seu envolvimento e comprometimento.

Não é qualquer tipo de exagero falar que sem o envolvimento do Professor Miziara não teríamos chegado ao nível de maturidade que imaginamos existir nesse trabalho. Um trabalho que não se contentou em observar e relatar fatos: mas sim processá-los e transformá-los em idéias.

A maior contribuição do Professor Alexandre, dentre todas, realmente foi essa: tirar-nos dos lugares comuns que um Trabalho de Conclusão de Curso poderia nos levar, nos deixando evidente que era possível pensar em vez de simplesmente relatar.

A participação do Professor Alexandre transcende à elaboração desse trabalho: sem dúvida ela é parte do processo de nos tornar cidadãos melhores.

You may say: I'm a dreamer. But I'm not only one. I hope
some day you'll join us.

(LENNON, 1971)

Você pode dizer que sou um sonhador. Mas não sou o
único. Eu espero que um dia você junte-se a nós.

(LENNON, 1971)

RESUMO

INOUE, Marcelo; TAHER, Thyago. **Análise do modelo de concorrência na telefonia fixa após a privatização**: o caso de uma Operadora espelhinho Alpha. 2011. 70 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Curso Superior de Tecnologia em Sistemas de Telecomunicações), Departamento Acadêmico de Eletrônica, Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Curitiba, 2013.

Este trabalho tem o objetivo de analisar o modelo de concorrência no mercado de telefonia fixa após a privatização do setor de telecomunicações no Brasil em 1998. Foi utilizado o método indutivo, onde a partir da análise de dados de um caso particular, faz-se uma conclusão sobre a efetividade da privatização e posterior geração de concorrência no mercado de telecomunicações. Os principais resultados foram a criação de uma agência nacional para regular o setor de telecomunicações: a Anatel e com a análise de um caso particular de sucesso da empresa com nome fictício: operadora alpha, pode-se chegar a uma visão abrangente do cenário pós-privatização no Brasil, em que o objetivo principal foi alcançado, que era o de gerar concorrência no setor.

Palavras-chave: **Privatização. Telecomunicações. Operadora Alpha.**

ABSTRACT

INOUE, Marcelo; Taher, Thyago. Analysis of model of competition in fixed telephony after privatization: the case of Alpha Carrier espelinho. 2011. 70 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Curso Superior de Tecnologia em Sistemas de Telecomunicações), Departamento Acadêmico de Eletrônica, Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Curitiba, 2013.

This work aims to make a model analysis of competition in fixed telephony market after the privatization of the telecommunications sector in Brazil in 1998. The study used the inductive method, where the analysis of data from a particular case, it is a conclusion about the effectiveness of privatization and subsequent generation of merchant competition in telecommunications. The main results were the creation of a national agency to regulate the telecommunications market: the Anatel and the analysis of a particular case of success of the company with a fictitious name: alpha operator, it is able to get a comprehensive view of the post-privatization in Brazil, where the main objective was achieved, which was to generate competition in the telephony market.

Keywords: privatization, Telecommunications, Alpha Carrier.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
2 OBJETIVOS	11
2.1 OBJETIVO GERAL	11
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	11
3 PROBLEMA	12
4 JUSTIFICATIVA	13
5 CENÁRIO BRASILEIRO PRÉ-PRIVATIZAÇÃO DAS TELECOMUNICAÇÕES	14
5.1 AGÊNCIA PARA REGULAÇÃO	16
6 O CERNE DA PRIVATIZAÇÃO	20
7 BASE LEGAL DA PRIVATIZAÇÃO DOS SERVIÇOS DE TELEFONIA FIXA	23
8 ANATEL E A LICITAÇÃO PARA AS ESPELHINHOS	24
8.1 OBJETO DO EDITAL DE PRIVATIZAÇÃO	24
8.2 REGIME PÚBLICO E PRIVADO	25
8.3 QUEM PODIA PARTICIPAR DA LICITAÇÃO PARA AS ESPELHINHOS	25
8.4 DOCUMENTAÇÃO	26
8.5 O CRITÉRIO DE CLASSIFICAÇÃO	26
8.6 CONTAGEM DE PONTOS	26
8.7 AS METAS	27
8.8 AS SANÇÕES	27
8.9 USO DE RADIOFREQUÊNCIAS	27
8.10 O QUE ESTÁ POR TRÁS DOS NÚMEROS	28
8.11 TV POR ASSINATURA	28
8.12 DEFINIÇÃO: EMPRESA-ESPELHO	29
8.13 DEFINIÇÃO: EMPRESA-ESPELHINHO	29
9.1 HISTÓRICO	30
9.1.1 CRONOLOGIA	31
9.1.2 MISSÃO	31
9.1.3 VISÃO	31
9.1.4 VALORES	32
9.1.4 PROJEÇÕES DE CRESCIMENTO E NOVOS NEGÓCIOS	32
9.2 FARROUPILHA: UM EXEMPLO DE MERCADO	34
9.3 PRODUTOS, SOLUÇÕES E VALOR AGREGADO	36
10 CONCLUSÃO	37
REFERÊNCIAS	41
ANEXO A – PORTFÓLIO DE SERVIÇOS DA OPERADORA ALPHA – MERCADO PÚBLICO RESIDENCIAL	43
MEU 17	43
TRANSITEL	44

TRANSIT+.....	45
ANEXO B – PORTFÓLIO DE SERVIÇOS DA OPERADORA ALPHA – MERCADO DE PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS.....	46
TRANSIT FIBER	46
FIRENET	46
ANEXO C – PORTFÓLIO DE SERVIÇOS DA OPERADORA ALPHA – MERCADO GRANDES EMPRESAS	47
DDR	47
TRANSIT LINE	48
INTERNETFULL	48
ANEXO D – PORTFÓLIO DE SERVIÇOS DA OPERADORA ALPHA – MERCADO OPERADORAS E PROVEDORES.....	49
VOIP CLOUD	49
WHOLESALE.....	50

1 INTRODUÇÃO

A Constituição Brasileira promulgada em 05 de outubro de 1988 previa que os serviços de telecomunicações seriam prestados mediante monopólio do estado. Mas gradualmente o mercado acabou sendo aberto.

A Lei Geral das Telecomunicações criou a ANATEL (Agência Nacional de Telecomunicações) em 1997 e deu os primeiros passos em direção a transferência dos serviços para o setor privado.

O Plano Geral de Outorgas de 1998 dividiu o País em regiões, que mais tarde serviram de referência para as regiões a serem licitadas.

Posteriormente o Sistema Telebrás foi dividido e as empresas constituídas foram leiloadas para a iniciativa privada, num modelo de concorrência dividido entre concessionárias, que herdariam as instalações montadas das antigas estatais, mas em contrapartida assumiriam metas de universalização. Do outro lado estariam as autorizadas, que não teriam metas de universalização, mas teriam que montar redes próprias ou compartilhar infra-estrutura com as concessionárias.

Nesse ambiente competitivo com foco nos grandes centros urbanos e grandes empresas, as regiões distantes e menos povoadas ficaram de fora dessa competição e foram licitadas pela Anatel para empresas de pequeno porte chamadas “espelinhos” para atender apenas a área do município. Empresas “espelinho” são aquelas que nasceram da proposição da Anatel de oferecer telefonia para localidades em que não há, ou havia, previsão de atendimento através das empresas concessionárias espelhos (normalmente GVT e Vésper).

A *Operadora Alpha*, nome fictício da empresa a ser investigada nesse estudo, surgiu nesse cenário competindo em algumas cidades do estado do Rio Grande do Sul inicialmente, e por obter sucesso, atualmente foi elevada à categoria de entrante no mercado de telefonia fixa.

2 OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GERAL

Analisar o modelo de concorrência do mercado de telecomunicações, com a participação de empresas espelinhos, idealizado para a telefonia fixa no Brasil após a privatização do setor em 1998.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Pesquisar em literatura disponível o contexto e ações históricas que culminaram na privatização da telefonia fixa.

- Detalhar o modelo de concorrência que foi idealizado para o cenário pós-privatização.

- Levantar e selecionar dados sobre a empresa espelinho do estudo de caso.

- Avaliar as informações relevantes para a consolidação da empresa analisada no mercado de telefonia.

3 PROBLEMA

Analisar se o modelo o objetivo de geração de concorrência no mercado de telefonia fixa nas regiões em que foram implantadas as empresas espelinhos de privatização realizado no setor de telecomunicações foi atingido.

Inicialmente todo o sistema de telefonia fixa no Brasil era monopólio estatal e por diversos fatores, foi transferido para a iniciativa privada para algumas empresas de grande porte. Em muitas regiões do País de baixa densidade populacional, não houve o interesse por essas empresas e o mercado foi aberto para que pequenas empresas pudessem atuar nessas regiões e promover a concorrência com as concessionárias que somente chegou a algumas dessas regiões devido às metas de universalização.

O estudo de caso da empresa *Operadora Alpha*, objetiva analisar o modelo de concorrência no mercado de telefonia fixa após a privatização do setor de telecomunicações, por meio da análise de crescimento e expansão da rede da Operadora e grau de satisfação de seus clientes através de processo de amostragem.

4 JUSTIFICATIVA

A busca de soluções técnicas e análise do mercado de telecomunicações vão ao encontro com as bases do conhecimento adquirido no ambiente acadêmico, e nesse contexto o problema em questão é uma forma de aplicar o conhecimento teórico em uma situação real.

A resolução do problema busca ampliar a visão sistêmica do mercado de telecomunicações, que é fundamental para direcionar o desenvolvimento e comercialização de novas tecnologias, pois tem como base as necessidades do mercado.

A análise de tendências do mercado de tecnologia é fundamental para o profissional formado no curso de Tecnologia em Sistemas de Telecomunicações, pois ajuda a direcionar a carreira.

Com essa proposta de Trabalho de Conclusão de Curso espera-se explorar uma das características mais difundidas durante a vida acadêmica: a inovação. Fugir das fórmulas prontas de construção e análise de circuitos eletrônicos pré-estabelecidos, afastar-se do senso comum de que um TCC na área do Curso prioritariamente precisa apresentar um hardware funcionando e atribuir-lhe as causas e princípios de funcionamento. A formação do curso pode dar diretrizes para um processo analítico de mercado, suas oportunidades e tendências. E a grande justificativa para esse trabalho é demonstrar que o curso permite entender as demandas e necessidades de consumidores, tendo visão aberta e capaz de se adaptar às oportunidades do mercado.

5 CENÁRIO BRASILEIRO PRÉ-PRIVATIZAÇÃO DAS TELECOMUNICAÇÕES

Nos anos 90, o setor de telecomunicações do país passou por uma grande reestruturação tecnológica e na forma de vender seus serviços, baseada no avanço tecnológico com a difusão da microeletrônica. Esses fatores levaram a uma nova visão do papel do governo no setor, pois com as privatizações e novas tecnologias, o governo passou a atuar apenas no processo de criação e implantação de mecanismos de regulação, baseados no princípio da livre concorrência (DA SILVA, 2011).

No Brasil, essa movimentação coincidiu com várias reformas econômicas e a ruptura do modelo anterior com objetivo de atingir um equilíbrio econômico, através da abertura da economia e reforma patrimonial do estado através das privatizações e também outras políticas de incentivo como: ajuste fiscal, taxa de câmbio variável, queda das barreiras tarifárias. Esses fatores levaram a uma ampliação da oferta de bens e serviços em vários setores, o que gerou redução de preços e aumento na produção, onde o setor de telecomunicações contou também com uma grande quantidade de recursos vindos de investimentos externos diretos (DA SILVA, 2011).

Até os anos 1990, os setores de telecomunicações, energia, saneamento e transportes no Brasil eram de monopólio de empresas estatais. O estado definia o investimento e os preços dos serviços dos setores (DA SILVA, 2011).

O *Plain Old Telecommunications Services* (PLOTS), em que se baseava o antigo setor de telecomunicações, teve custos elevados devido a vários fatores como: falta de estímulos para o atendimento de determinados setores e elevado investimento inicial (DA SILVA, 2011).

Um desenho esquemático do modelo PLOTS é apresentado na figura 1.

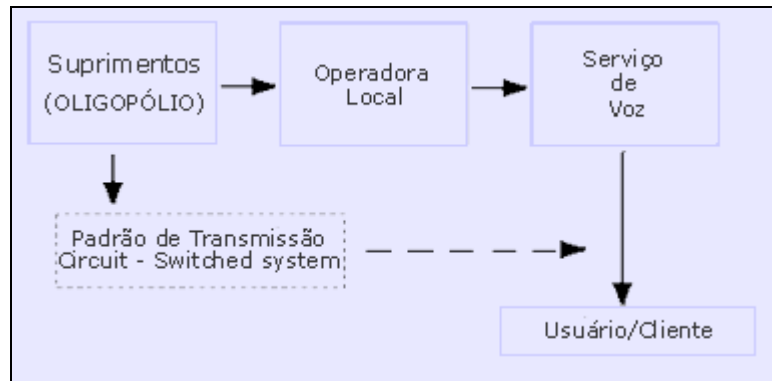


Figura 1 - Modelo *Plain Old Telecommunications Services* (PLOTS).
Fonte: Tutorial regulamentação (2011).

De uma forma geral, o antigo setor de telecomunicações no Brasil era caracterizado pela presença do estado na forma de monopólio, barreiras à entrada, quase sem concorrência externa e padrão de tecnologia analógica. O financiamento das estatais era por meio de políticas públicas de assimetria de tarifas e orçamento público (DA SILVA, 2011).

Como resultados o antigo modelo tinha como características: o baixo índice de universalização e péssima gestão dos recursos (DA SILVA, 2011)

Com o avanço da tecnologia da informação foi substituído o antigo padrão *circuit-switched* systems para o novo *packet-switched* systems caracterizado pelo empacotamento das mensagens com voz e dados em que as redes tem uma eficiência maior e podem prestar uma variedade maior de serviços, conforme pode-se analisar através da figura 2, em que pode-se observar o movimento de "convergência" conhecido como PANS (Pretty Amazing New Services) que oferece vários serviços como: telefonia na Internet, telefonia fixa via Internet e TV (DA SILVA, 2011).

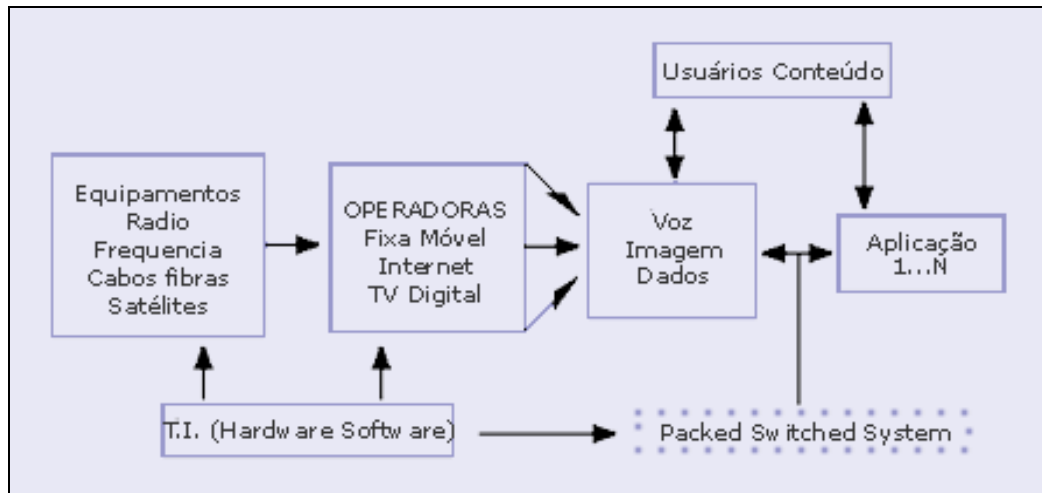


Figura 2 - Modelo *Pretty Amazing New Services* (PANS).

Fonte: Tutorial regulamentação (2011).

A troca do modelo PLOTS para o PANS no Brasil ocorreu junto com o processo de privatizações, onde o Estado regulador passou a promover a inovação tecnológica por meio de metas de universalização e digitalização. O processo de privatização deu grande ênfase aos princípios da concorrência através de metas de atração de capital externo, universalização, digitalização e diversificação de serviços (DA SILVA, 2011).

As privatizações tinham como objetivo: aumentar os investimentos no setor, reduzir as tarifas e aumentar a quantidade de usuários de usuário por meio de metas de universalização (DA SILVA, 2011)

5.1 AGÊNCIA PARA REGULAÇÃO

A regulação tem como objetivos:

- Evitar abusos;
- Garantir a qualidade dos serviços;
- Garantir preços conforme estabelecidos;

O órgão de regulação tem função chave na atração de investimentos ao setor de infraestrutura. Os agentes de mercado têm que ter seus interesses

assegurados nos contratos de concessão e dessa forma um bom modelo de regulação deve ter como meta o interesse público (DA SILVA, 2011).

Para que aumentem os investimentos no setor é importante que o órgão regulador tenha eficiência, que é garantida pela obtenção de informações do mercado regulado (DA SILVA,2011).

No quadro abaixo (Quadro 1), os modelos de inspiração ortodoxa e heterodoxa para o setor são comparados em nove variáveis referenciando os modelos PLOTS e PANS. A regulação pública é necessária não apenas quando ocorrem falhas de mercado, mas também na própria evolução nos processos produtivos, o que indica que a estrutura heterodoxa é mais próxima ao atual modelo de telecomunicações PANS (DA SILVA, 2011).

VARIÁVEL ANALÍTICA	MODELAGEM ORTODOXA	MODELAGEM HETERODOXA
Resposta às mudanças nos dados econômicos	Reação imediata, ajuste é instantâneo atendendo de maneira imediata as mudanças nos preços relativos, preferências dos consumidores, choques tecnológicos, etc..	Não instantânea; decisões complexas; escolhas levam tempo, ajuste progressivo.
Qualidade do equilíbrio	Automático; resposta passiva a alterações nos dados de mercado.	Dinâmico; ajustamento se dá de maneira contínua.
Informação relacionada às transações	Perfeita, simétrica, agentes não incorrem em custos, ilimitada capacidade de processamento.	Imperfeita, assimétricas, onerosa.
Estrutura de mercado	Conhecida. Há quatro estruturas bem definidas: concorrência perfeita, monopólio, concorrência monopolística e oligopólio.	Altera-se ao longo do tempo. Depende da evolução das firmas que sobreviverem à concorrência. Envolve assimetria técnica, financeira, etc.
Tempo de ajustamento à mudança nos dados econômicos	Lógico. Não traduz o processo de ajustamento.	Histórico
Origem e conseqüências da inovação tecnológica	Exógena; não reflete; empresas escolhem os melhores métodos produtivos.	Endógena; depende da forma de obtenção, acumulação e uso de conhecimentos (codificado e tácito). Fator que explica uma série de fenômenos (padrões de comércio, mudanças nas estruturas de mercado, etc.)
Estruturas tecnológicas	Opera sobre padrões dados.	As firmas se diferenciam.
Presença de custos de transação	Não considera custos de transação e diversidade institucional.	Considera custos de transação e diversidade institucional.
RESULTADOS E REGULAÇÃO DE MERCADO	Os mercados são eficientes e prescindem de instrumento de ação pública que devem ser usados apenas para dar conta de falhas de mercado (falhas de informação, economias de escala, mercados incompletos, externalidade, bens públicos, etc.). ESTRUTURA ADERENTE AO MODELO PLOTS.	A regulação é uma necessidade exigida não apenas na presença de falhas de mercado. Sempre que possível, as funções alocativa e distributiva devem permear as decisões dos gestores públicos. ESTRUTURA ADERENTE AO MODELO PANS.

Quadro 1 - Comparativo entre a modelagem ortodoxa e modelagem heterodoxa
Fonte: Tutorial Regulamentação (2011).

De modo geral uma agência reguladora existe para fiscalizar a prestação de serviços, seja pelo setor público no modelo PLOTS ou pelo setor privado no modelo PANS, e o faz através de parâmetros nos contratos de concessão das operadoras de telefonia fixa e móvel (DA SILVA, 2011).

As agências não têm autoridade para definir tarifas de prestação de serviços de telecomunicações, o que fazem é fiscalizar que sejam cumpridas as tarifas definidas nos contratos de concessão (DA SILVA, 2011).

Para que uma agência reguladora tenha um bom funcionamento, é importante garantir para a população que os serviços sejam prestados com qualidade e eficiência e para isso deve-se basear em 5 premissas:

- Melhoria da eficiência econômica, através da garantia da melhor oferta de serviço
- Garantir que não ocorram abusos, devido a monopólio em atividades locais e nacionais;
- Garantir que existam critérios para atingir a universalização dos serviços;
- Garantia de preços compatíveis com os serviços prestados;
- Garantir a existência de meios de comunicação e interação entre fornecedores, intermediários e consumidores (DA SILVA, 2011).

Levando em consideração os aspectos tecnológicos, a atividade da agência reguladora de atender a vários seguintes de eficiência técnica e econômica dentre as quais:

- Fomentar a inovação tecnológica por meio através da identificação de oportunidades de novos serviços.
- Garantir que sejam atendidos determinados fatores de padronização e compatibilidade de equipamentos (DA SILVA, 2011).

6 O CERNE DA PRIVATIZAÇÃO

A privatização do sistema Telebrás aconteceu em 29 de julho de 1998, com uma arrecadação de U\$S 19 bilhões pela venda de 51.79% das ações com direito a voto, sendo considerada uma das maiores privatizações do mundo (NOVAES, 2011).

Antes da privatização, haviam 27 telefônicas, uma por estado, uma holding, a Telebrás, uma outra voltada para serviços interurbanos e internacionais, a Embratel (COMPARATEL, 2011).

No referido leilão do sistema foram vendidas no total as 12 estatais, que existiam em função antigo Sistema Telebrás. Foram três empresas de telefonia fixa dentre as quais: Telesp Tele Centro Sul Tele Norte Leste e oito de telefonia celular dentre as quais: Telesp Celular, Tele Sudeste Celular, Telemig Celular, Tele Celular Sul, Tele Nordeste, Tele Leste Celular, Tele Centro Oeste Celular e Tele Norte Celular e também a operadora de serviços de longa distância, Embratel (BNDES, 2011).

Ao final do leilão, a Telesp foi arrematada pelo consórcio: Telefônica da Espanã, Portugal Telecom, RBS, Iberdrola e BBV, a Tele Norte Leste foi arrematada pelo consórcio: Andrade Gutierrez, La fonte, Inepar, Macal e companhias de seguro locais e a Tele Centro Sul: foi arrematada pelo consórcio: Telecom Itália, Algar, Opportunity e Splice (BNDES, 2011).

Das oito operadoras de telefonia celular a telesp celular foi arrematada pela Portugal Telecom, a Tele Sudeste Celular foi arrematada pelo consórcio: Telefônica da Espanã, Iberdrola, NTT e Itachu, a Telemig Celular foi arrematada pelo consórcio: Telesystem, fundos de pensão locais e Opportunity, a Tele Sul Celular foi arrematada pelo consórcio: Telecom Italia, Globopar e Bradesco, a Tele Centro Celular foi arrematada pela empresa Splice, a Tele Nordeste Celular foi arrematada pelo consórcio: Telecom Italia, Globopar e Bradesco, a Tele Leste Celular foi arrematada pelo consórcio: Telefônica de Espanã e Iberdrola, e a Tele Norte Celular foi arrematada pelo consórcio: Telesystem, fundos de pensão locais e Opportunity (NOVAES, 2011).

Uma das principais reclamações contra as operadoras atualmente são as altas tarifas praticadas. De fato, as tarifas praticadas hoje são altas,

principalmente a assinatura básica da telefonia fixa. Mas não é real que todos os serviços tenham aumentado seus preços. Se citarmos como exemplo a telefonia de longa-distância, e mais especificamente, internacional, o fato é que as tarifas baixaram muito. Comparando as tarifas de uma chamada de São Paulo para Nova York chegou atualmente o custo é de um décimo daquele preço. A redução das tarifas de longa distância se deu devido à uma severa concorrência devido a presença de diversas operadoras, disputando o mesmo setor (COMPARATEL, 2011).

As tarifas ainda são consideradas altas em comparação com países desenvolvidos, mas no Brasil o diferencial negativo é a alta carga de impostos que incidem sobre o setor de telecomunicações (COMPARATEL, 2011).

Atualmente, a taxa básica do telefone fixo cobrada pelas operadoras está em torno de R\$ 40,00. Esse valor teve uma alta muito grande desde a privatização e é tem sido considerado uma pratica abusiva das grandes operadoras. No antigo sistema Telebrás praticamente não existia esta taxa de manutenção, ou o valor era muito baixo, em volta de R\$ 1,00, mas em contrapartida o consumidor era obrigado a adiantar o valor necessário do custo para a instalação da linha telefônica (COMPARATEL, 2011).

No Paraná a Telepar vendia uma linha telefônica a um custo de R\$ 1.117,00, e após o pagamento deste valor o consumidor entrava em uma fila de espera de mais ou menos 1 a 2 anos para receber a linha instalada (COMPARATEL, 2011).

O custo da linha telefônica na época se tiver o valor corrigido pelo IPC-A estaria hoje em R\$ 1.965,88. Devido ao alto custo das linhas uma alternativa sempre foi o mercado paralelo, que alugava telefones que tinham como critério para a formação de preço a escassez de linhas em cada região (COMPARATEL, 2011).

Mesmo considerando que nas áreas rurais ainda existe uma grande carência em relação aos serviços de telecomunicações, a privatização trouxe uma nova realidade para o consumidor. Após a privatização da Telebrás, o País saltou de 24 milhões de acessos telefônicos para cerca de 130 milhões. Antes da privatização a linha telefônica tinha um custo tão elevado que chegou a custar cerca US\$ 10 mil no mercado paralelo e era considerado um bem a ponto de constar na declaração de imposto de renda das pessoas, mas atualmente devido a grande oferta não possui valor em si. E também considerando as filas de espera para adquirir uma

linha, que podia demorar meses, ou até anos, para ser instalada. Atualmente pode demorar menos de 48 horas. Na telefonia celular, o Brasil passou de 7,4 milhões de assinantes antes da privatização para 95 milhões após, sendo 80% desse total de linhas na modalidade pré-paga, o que ampliou o acesso da população de baixa renda à telefonia (COMPARATEL, 2011).

Ao contrário do que se poderia imaginar, a privatização não cortou vagas de trabalho, e sim gerou novas vagas com o crescimento dos postos de trabalho. O setor empregava 179,3 mil pessoas em 1997. Em junho deste ano, eram 188,9 mil, segundo o Ministério do Trabalho. Sem contar os 113,9 mil postos que foram criados em centrais de atendimento ao consumidor (COMPARATEL, 2011).

O valor final para a venda da Telebrás foi de R\$ 22,2 bilhões e foi questionado se não teria sido baixo demais e que teria trazido prejuízos a governo. Porém a privatização do sistema de telecomunicações trouxe investimentos da ordem de R\$ 265 bilhões e considerando o aumento dos impostos gerados, o setor privado de telefonia gerou cerca de R\$ 118 bilhões ao governo. A capacidade da rede telefônica instalada do antigo sistema Telebrás gerava em torno de R\$ 8 bilhões de impostos ao ano, mas a rede atual que é muito maior, gera cerca de R\$ 35 bilhões por ano, o que significa um aumento de 337%. A privatização significou também um ótimo negócio para os estados, que arrecadam ICMS de todos os serviços de telefonia. O percentual de domicílios com telefone passou de 32% em 1998 para 74%. O número de usuários de aparelhos celulares foi ampliado de 5,2 milhões em 1998 para os 95 milhões atuais (COMPARATEL, 2011).

O setor privado investiu indiretamente em infraestrutura cerca de R\$ 135 bilhões e em conjunto com cerca de R\$ 100 bilhões de aumento na arrecadação de impostos, devido a nova rede telefônica, mais os R\$ 22,2 bilhões que o governo recebeu com a venda de 19% das ações da Telebrás, e também os R\$ 8 bilhões de receita com os leilões das licenças para as redes celulares. Sendo um total de R\$ 265 bilhões em investimentos no setor (COMPARATEL, 2011).

7 BASE LEGAL DA PRIVATIZAÇÃO DOS SERVIÇOS DE TELEFONIA FIXA

A Lei 9.472, ou Lei Geral de Telecomunicações foi aprovada na Câmara dos Deputados em junho de 1997 e, após pelo no Senado Federal e trata da organização dos serviços de telecomunicações, por meio da criação de um órgão regulador e eliminou a exclusividade da concessão para exploração dos serviços públicos a empresas sob controle acionário estatal e assim, introduzir o regime de competição na prestação desses serviços (ANATEL, 2011).

Com a criação da Anatel, uma autarquia com independência administrativa e financeira, o governo passou a apenas regular os serviços prestados, onde cabe à agência as funções de regulação, fiscalização e outorga dos serviços de telecomunicações, de modo a promover o desenvolvimento e melhora da infra-estrutura (ANATEL, 2011).

8 ANATEL E A LICITAÇÃO PARA AS ESPELHINHOS

A Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) é o órgão regulador das Telecomunicações no Brasil e foi criada pela Lei Geral das Telecomunicações (Lei no. 9.472, de 16/07/97) com as seguintes características:

- Independência na administração e autonomia financeira;
- Não possui subordinação hierárquica, apenas vinculação ao Ministério das Comunicações;
- Tem o poder de outorga, regulamentação e fiscalização (ANATEL, 2011).

Para a Anatel com a licitação das empresas espelinhos tinha como objetivo fornecer para as localidades em que não havia previsão de atendimento pela empresa autorizada, as chamadas espelhos no caso Vésper e GVT, a possibilidade de atendimento no serviço de telefonia fixa. As concessionárias de telefonia fixa, que prestavam o serviço em regime público, atendiam com serviço local todos os municípios do país. Por meio das empresas espelho, existia uma previsão de concorrência em 254 municípios. A primeira licitação para espelinhos, dividida em três editais, tinha a intenção de atender 482 localidades, número que no mesmo ano se tornaria 900. Para garantir um melhor uso das redes de telecomunicações já existentes, a Anatel licitou preferencialmente as regiões onde já existiam, ou estava prevista a instalação de redes de TV por assinatura, ou por micro-ondas (ZANATTA, 2011).

8.1 OBJETO DO EDITAL DE PRIVATIZAÇÃO

A empresa que fosse ganhadora da licitação teria direito a explorar em regime privado o serviço de telefônica fixa, para uso do público em nível local, com direito à exploração conjunta das modalidades Longa Distância Nacional e Longa Distância Internacional a partir de 1º de janeiro de 2002 para chamadas com origem na sua área de prestação de serviço (ZANATTA, 2011).

8.2 REGIME PÚBLICO E PRIVADO

No Brasil o modelo idealizado para os serviços de telecomunicações preveem que os serviços podem ser prestados tanto no regime público como no privado. O serviço em regime público é considerado importante para o país e a manutenção é de responsabilidade do governo federal. Esse serviço tem uma tendência a ser universalizado e com tarifas sob controle estatal. Uma modalidade de serviço é definida como público ou privado por um decreto do presidente da República. No momento, o único serviço prestado em regime público no Brasil é o STFC. Mas como existe a previsão de que um serviço possa ser regido pelos dois regimes e para que aumente a concorrência no STFC, este também pode ser prestado em regime privado. As empresas espelho e espelinhos trabalham sob o regime privado e podem definir preços de acordo com o mercado e a concorrência (ZANATTA, 2011).

8.3 QUEM PODIA PARTICIPAR DA LICITAÇÃO PARA AS ESPELINHOS

Para as licitações das empresas espelinhos ficaram de fora as empresas concessionárias e as suas respectivas autorizadas, chamadas de espelhos e juntamente as empresas em que tivessem participações. Nos municípios com até 50 mil habitantes, poderiam participar qualquer empresa ou consórcio de empresas que atuassem em qualquer ramo da economia. Em cidades com população acima de 50.000 habitantes a empresa, ou qualquer das empresas do consórcio, deveria comprovar experiência nas atividades da área de telecomunicações tais como: instalação e manutenção, ou possuir concessão, ou autorização para exploração de serviço de telecomunicações, incluída a radiodifusão (ZANATTA, 2011).

8.4 DOCUMENTAÇÃO

Para participar do processo licitatório, as empresas deveriam apresentar os chamados "Documentos de Habilitação" e as "Propostas Técnicas", sendo uma proposta para cada cidade interessada. Junto com a documentação deveria ser apresentada uma garantia correspondente a 10% do valor previsto para a outorga. Num mesmo município não poderiam ser apresentadas duas propostas de empresas coligadas, controladoras ou controladas (ZANATTA, 2011).

8.5 O CRITÉRIO DE CLASSIFICAÇÃO

Como o preço pela autorização seria único, o proponente ganhador seria o que oferecesse a maior tele-densidade (acessos por cem habitantes). Ou seja, que se comprometesse em disponibilizar um maior percentual de linhas em relação à população do município (ZANATTA, 2011).

8.6 CONTAGEM DE PONTOS

Se houvessem mais proponentes, para se fazer o cálculo de pontuação de cada referida proposta, seria levado em consideração o dobro da densidade que fosse oferecida para o primeiro ano com a densidade que fosse oferecida para o segundo ano, com a classificação em ordem decrescente. Se ocorrer empate na pontuação das propostas, empresa ganhadora seria decida por meio de sorteio (ZANATTA, 2011).

8.7 AS METAS

Junto com o comprometimento em oferecer a quantidade de linhas da proposta, a empresa espelhinho deveria também cumprir todas as normas estabelecidas para as empresas concessionárias e suas empresas espelho, exceto as metas de universalização. Para que o usuário não tivesse um serviço de menor qualidade, a empresa assinaria uma declaração se comprometendo a elaborar seus projetos em conformidade com a regulamentação técnica da Anatel (ZANATTA, 2011).

8.8 AS SANÇÕES

As espelhinhos assim como as empresas concessionárias e suas espelhos também estão sujeitas às sanções previstas em lei se ocorrer o descumprimento de suas obrigações contratuais. As possíveis multas somente ocorrerão por decisão da Anatel com a devida fundamentação, assegurado o direito de defesa conforme o Regimento Interno da Anatel (ZANATTA, 2011).

8.9 USO DE RADIOFREQUÊNCIAS

Uma das tecnologias utilizadas e mais rápidas de atender à demanda pelo serviço de telefonia fixa seria utilizar a tecnologia WLL (Wireless Local Loop), que já fora regulamentada no Brasil e estava disponível para as empresas espelho e também para as espelhinhos. O WLL dispensa as caras, complexas e de construção demorada redes de cabos. O edital das espelhinhos previa que a empresa poderia utilizar radiofrequências para a implantação de sistemas fixos terrestres. A empresa deveria levar ao conhecimento e aprovação da Anatel e até seis meses após a assinatura do respectivo contrato, um projeto com toda a demanda de radiofrequências necessárias para implantação dos sistemas de radiocomunicação necessários para o cumprimento do Compromisso de Abrangência e das obrigações do contrato. Para ter direito ao uso de radiofrequências, o interessado teria,

obviamente, de pagar por elas. O prazo de autorização foi de 20 anos, que podem ser prorrogados por igual período (ZANATTA, 2011).

8.10 O QUE ESTÁ POR TRÁS DOS NÚMEROS

Marmeleiro/PR, Niquelândia/GO, Russas/CE, Piripiri/PI, Paragominas/PA são algumas das cidades onde havia grandes oportunidades de negócios na área de telecomunicações. A Anatel queria que estas áreas passassem a ser foco de interesse de pequenos operadores, competindo com as *incumbents* locais.

A cidade de Águas Lindas de Goiás/GO não é do conhecimento de muita gente, mas por apresentar um crescimento demográfico maior do que 10% ao ano merece uma análise mais cuidadosa em termos de novos investimentos em termos de telecomunicações. O mesmo cuidado deve ser levando em conta para mais de 20 cidades com mais de 100 mil habitantes onde há oferta de serviços pelas empresas espelinhos, pois são um nicho de mercado ainda não explorado (ZANATTA, 2011).

Uma análise dos dados estatísticos mostra que existe uma grande variedade de oportunidades que podem ser exploradas ao se falar sobre o negócio de espelinhos. Desde localidades com tele-densidade muito baixa de apenas 0,01% ,como Augusto Corrêa/PA e até cidades que são pontos turísticos como Balneário Camboriú/SC, onde a tele-densidade é mais alta e supera os 45% (ZANATTA, 2011).

8.11 TV POR ASSINATURA

Nas áreas que foram licitadas pelo governo para as espelinhos, existem pelo menos 35 cidades em que operam as empresas de TV paga. Além destas áreas, havia outras 53 outorgas de TV paga que estavam em instalação durante o período da licitação e que coincidiam com a licitação das espelinhos (ZANATTA, 2011).

Uma das maiores provas de que a Anatel tentou forçar uma convergência entre as empresas de TV paga e as empresas espelinhos foi o fato

de estar licitando cerca de 193 outorgas de cabo ou MMDS em conjunto e nas mesmas regiões em que fazia a licitação das futuras empresas que competiriam com as teles (ZANATTA, 2011).

8.12 DEFINIÇÃO: EMPRESA-ESPELHO

Para cada estatal do sistema Telebrás que foi privatizada, ao mesmo tempo foi criada uma empresa chamada de espelho com autorização para oferecer os mesmos serviços e fazer concorrência à respectiva estatal. Desta forma são espelhos a Intelig da Embratel, a Vésper S/A da Telemar, a Vésper (S.P.) S/A da Telefônica e a GVT da Brasil Telecom (ZANATTA, 2011).

8.13 DEFINIÇÃO: EMPRESA-ESPELHINHO

Como as empresas espelho não conseguem atuar em toda a região a elas concedida e em algumas cidades a antiga estatal continuou sozinha trabalhar na forma de monopólio devido ao alto custo de operar em algumas regiões, a Anatel criou as empresas espelhinho para atender diretamente ao mercado local de uma região específica, mas a situação adversa do mercado impede que algumas destas empresas decolelem (ZANATTA, 2011).

9 ESTUDO DE CASO: OPERADORA ALPHA

9.1 HISTÓRICO

A *Operadora Alpha* é uma operadora 100% brasileira, presente em mais de 400 cidades e filiais internacionais no Japão, Estados Unidos e Portugal. É pioneira no lançamento de soluções IP. A empresa possui mais de 10 anos de experiência em telecomunicações e oferece serviços com tecnologia, qualidade e alto desempenho para clientes corporativos e residenciais. No portfólio de serviços agregados da operadora estão serviços em automação residencial e empresarial, soluções de videoconferência e integração das telefonia fixa e móvel, soluções IP, o código 17 para chamadas de longa distância, cartões pré-pagos, serviços de discagem direta a ramal e links dedicados de voz (TRANSIT TELECOM, 2011).

A *Operadora Alpha* conecta o Brasil ao mundo através das outorgas concedidas pela ANATEL em STFC (Serviço Telefônico Fixo Comutado) e SCM (Serviço de Comunicação Multimídia).

A trajetória da *Operadora Alpha* tornou-se referência no segmento de telecomunicações no Brasil. Pioneira no lançamento de soluções IP, hoje, a *Operadora Alpha* já figura entre as seis principais operadoras de telefonia do país, e apresenta um *portfólio* de serviços integrados à tecnologia e apresenta ao mercado novas tendências para que a comunicação se estabeleça (TRANSIT TELECOM, 2011).

Com um forte investimento, a *Operadora Alpha* direcionou o foco no aprimoramento de infra-estrutura e desenvolveu, de forma inteligente, uma rede totalmente preparada e multi-serviço, 100% NGN - *Next Generation Network* (TRANSIT TELECOM, 2011).

A operadora Alpha possui mais de 3300 cidades com atendimento local, 440 mil clientes residenciais e também corporativos e três filiais internacionais localizadas nos Estados Unidos, Portugal e Japão (TRANSIT TELECOM, 2011).

A inovação trouxe à *Operadora Alpha* parcerias com os principais *players* do mercado de Telecom e TI em todos os segmentos, permitindo a ampliação do portfólio com serviços de valor agregado. Devido à constante pesquisa e o foco totalmente voltado ao cliente, a *Operadora Alpha* tem obtido continuamente

representatividade e principalmente credibilidade em todas as frentes nas quais atua. Para a *Operadora Alpha*, a inovação, a tecnologia e alto desempenho rumam à era da integração total entre os universos de Telecom e TI (TRANSIT TELECOM, 2011).

9.1.1 CRONOLOGIA

2002 - Início das atividades da empresa.

2003 - Código de Longa Distância (17), pioneirismo na solução IP no Brasil.

2005 - Lançamento de soluções em VoIP.

2006 – Novas Parcerias com desenvolvedores do mercado para a rede NGN (*Next Generation Networks*).

2007 – aumento dos Pontos de Presença da *Operadora Alpha*.

2009 - Consolidação da *Operadora Alpha*: Primeira operadora em número de cidades cobertas e listada entre as 10 maiores operadoras do país.

2010 - Participação da *Operadora Alpha* na *Futurecom 2010*: Lançamento de soluções inovadoras e investimentos em capacidade, robustez e abrangência da rede. Lançamento do conceito Telco 2.0 (TRANSIT TELECOM, 2011).

9.1.2 MISSÃO

Ser uma empresa ágil e inovadora no setor de telecomunicações, sendo referência como caso de sucesso, proporcionando a seus clientes, produtos e serviços de alto valor adicionando, contribuindo para a plena satisfação de seus colaboradores e acionistas (TRANSIT TELECOM, 2011).

9.1.3 VISÃO

Se tornar referência no segmento de telecomunicações, buscando romper paradigmas em seu modelo de comercialização e oferta de serviços, sempre ressaltando a inovação, a qualidade e o custo benefício (TRANSIT TELECOM, 2011).

9.1.4 VALORES

- Relações simples, éticas e de igualdade
- Transparência
- Agilidade
- Capacidade de romper paradigmas
- Rentabilidade
- Crescimento sustentável (TRANSIT TELECOM, 2011).

9.1.4 PROJEÇÕES DE CRESCIMENTO E NOVOS NEGÓCIOS

A *Operadora Alpha* se propõe a diversificar sua atuação e ser mais conhecida pela atuação em TI.

Com atuação em 15 Estados mais o Distrito Federal, a *Operadora Alpha* espera ter de 10% a 12% do faturamento até meados de 2012, vindo de empresas de áreas como pagamentos eletrônicos, gestão e etiquetas inteligentes, compradas nos últimos seus meses (NEVES, 2011).

Para o ano de 2011, a operadora alpha busca atingir a meta de uma receita de R\$ 300 milhões, representando um crescimento de 25% sobre 2010 meses (NEVES, 2011).

Ainda entre as prioridades da empresa está a execução do plano de investimento de R\$ 200 milhões até 2012, que a companhia iniciou no ano passado meses (NEVES, 2011).

Esse plano prevê o lançamento de novos produtos, como os da área de tecnologia de informação, automação residencial, serviço de televisão pela *Internet*

(IPTV) e TV por assinatura, e a ampliação da rede de fibra óptica da *Operadora Alpha* (NEVES, 2011).

O objetivo é ampliar os atuais 800 quilômetros para 2 mil quilômetros até março do ano que vem (NEVES, 2011).

A *Operadora Alpha*, que já investiu de R\$ 50 a R\$ 60 milhões em sua plataforma IP e rede de fibra ótica nos últimos três anos, ainda deve fazer aporte de mais R\$ 150 milhões nos próximos dois anos, para expandir sua rede e conseguir ampliar a capacidade de sua plataforma (ALLAN, 2011).

Os objetivos da empresa são: atender a demanda de banda e *Internet*, integração das aplicações com a rede construída, aplicar em pesquisa e desenvolvimento e precificar os serviços. Para citar um exemplo, a empresa trabalha com pacotes de atendimento residencial e empresarial de SMS, onde a partir de 500 mensagens ao mês a uma tarifa de R\$ 0,14 cada, e que pode ir reduzindo de acordo com a quantidade maior adquirida, em planos adequados para pequenas e médias empresas. Para citar um exemplo, a operadora fechou um contrato para a venda de um milhão de SMS ao mês para um cliente onde o valor por SMS saiu mais em conta (ALLAN, 2011).

O objetivo da empresa é comercializar 20 milhões de SMS até o 1º trimestre do ano de 2012. O *software* de gestão de mensagens da empresa permite fazer o gerenciamento do SMS online, programar para quando será o envio a grandes grupos e fazer ação de marketing (ALLAN, 2011).

A *Operadora Alpha* anunciou em meados desse ano de 2011, o lançamento no mercado nacional do *pushFone*, serviço de rádio comunicação baseado na tecnologia *Push to Talk*, mais conhecida como PTT. O serviço prestado pela *Operadora Alpha* possui planos nas modalidades pré e pós-pagos, oferecidos nas versões *Light* e empresarial, onde as duas opções não dependem da operadora móvel contratada pelo cliente (ALLAN, 2011).

Na versão sem custos os usuários podem controlar sua própria agenda, fazer ligações PTT através de rede 3G ou *WiFi* e visualizar o registro de chamadas. Na versão empresarial, junto com o pacote simples de funções, os empresários podem fazer o gerenciamento das chamadas, criar grupos de usuários e personalizar *layouts*, via *web* (METAANÁLISE, 2011).

De acordo com a empresa, o sistema permite mais de 4 horas por mês de comunicação efetiva devido ao baixo consumo da rede de dados. E também o usuário permanece utilizando as funções normais do aparelho celular sem qualquer mudança de número ou operadora. As chamadas feitas através do sistema PTT permitem que possam ser criptografadas e gravadas, o que garante segurança e privacidade nas comunicações (METAANÁLISE, 2011).

O pushFone consegue fazer a conversação entre os usuários na modalidade *half-duplex*, onde cada participante fala por vez, e consegue transformar equipamentos como: computadores, celulares, *smartphones* e *tablets* em *walk-talkies*. A conexão é ilimitada e será disponibilizado na área de cobertura da Operadora Alpha em todo o País, que já ultrapassa 3.367 localidades (METAANÁLISE, 2011).

Na versão para empresas, os plug-ins podem realizar a gestão empresarial, servindo de interface para os sistemas ERPs das empresas. O serviço tem compatibilidade com vários modelos de celulares desde que os mesmos utilizem o sistemas operacionais *Android*, *iPhone* ou *Symbian S60* (METAANÁLISE, 2011).

9.2 FARROUPILHA: UM EXEMPLO DE MERCADO

Farroupilha é uma famosa cidade gaúcha, conhecida como berço da colonização italiana no Rio Grande do Sul (PREFEITURA DE FARROUPILHA, 2011).

Farroupilha tem economia bastante diversificada, onde se destacam as redes de lojas de varejo, o atacado de malhas e o comércio (PREFEITURA DE FARROUPILHA, 2011).

Na indústria tem destaque as indústrias de papel e embalagens, calçados, metalúrgica, malhas, confecções, móveis e estofados (PREFEITURA DE FARROUPILHA, 2011).

Na agricultura destacam-se a produção de uvas e vinhos e o plantio de kiwi (PREFEITURA DE FARROUPILHA, 2011).

Estão atualmente um total de 4.615 Alvarás concedidos pela prefeitura de Farroupilha. Sendo: 731 na área industrial, 1.435 na prestação de serviços, 1.625

no comércio, 539 autônomas e 285 profissionais liberais (PREFEITURA DE FARROUPILHA, 2011).

Farroupilha possui uma área de aproximadamente 360 km², sendo 40 km² de área urbana e 320 km² de área rural. A sua população estimada em 2010 era de 63.341 habitantes. A expectativa de vida de seus habitantes é de 74,11 anos. O PIB (Produto Interno Bruto) gerado pela cidade em 2008 era de R\$ 1.278.072.000 (PREFEITURA DE FARROUPILHA, 2011).

Alguns dados sociais da cidade de Farroupilha em comparação aos dados do Brasil são citadas na Tabela 1 (todas as informações são as mais atuais disponíveis, referente ao ano de 2008):

	FARROUPILHA	BRASIL
IDH (Índice de desenvolvimento humano)	0,844	0,69
Taxa de analfabetismo	2,68%	9,7%
Renda <i>per capita</i>	R\$ 20.392	R\$ 15.240,00

Tabela 1 – Comparativo entre dados nacionais e da cidade de Farroupilha
Fonte: Adaptado de IBGE (2011).

Diante de todo esse cenário social bem desenvolvido e de certa maneira invejável para a grande maioria dos municípios brasileiros, seria de se estranhar que a Operadora de Telefonia que atendia à cidade de Farroupilha no início dos anos 2000 não tivesse o interesse de lhe prestar adequadamente seus serviços. Seria de se estranhar se não fosse o fato de que, por mais que fosse uma cidade rica, não tinha um número expressivo de população. E baixo número de assinantes representava, à Operadora, baixo número de faturamento.

Foi exatamente nesse cenário de pouco contingente de demanda, porém de demanda intensa, de alto poder financeiro e de baixa inadimplência dentro desse pequeno contingente, que a *Operadora Alpha* encaixou-se. Farroupilha foi uma das primeiras cidades em que a Operadora Alpha passou a prestar seus serviços de espelhinho. As demais cidades nas quais a Operadora iniciou seu serviços em 2002,

simultaneamente à Farroupilha, foram: Canela-RS, Osório-RS, São Francisco do Sul-SC, São Miguel D'Oeste-SC, Timbó-SC e Canoinhas-SC (ALLAN, 2011).

O ideal da Operadora Alpha, que culminou com seu sucesso e conseqüente crescimento, era exatamente o mais indicado para aquelas empresas que pretendem iniciar suas atividades: colocar-se em regiões de baixo oferecimento de serviços, com clientes financeiramente potenciais e sedentos por serviços de qualidade. E foram exatamente esses pontos que tornaram próspero o negócio da Operadora Alpha no início de sua jornada.

9.3 PRODUTOS, SOLUÇÕES E VALOR AGREGADO

O grande diferencial das Operadoras de Telecomunicações, sejam as autorizadas, as espelhos ou as espelinhos, são os serviços de valor agregado. São esses serviços que chamam atenção dos seus usuários, permitem que seus clientes tenham percepção de diferencial de atendimento e, como conseqüência de tudo isso, engrossem o faturamento das empresas.

Em outras palavras, o serviço de telefonia fixa comutada é apenas o impulso inicial para a razão de existir das Operadoras. Mas não é esse o serviço, definitivamente, que oferece maior rentabilidade a essas empresas. Serviços de valor agregado, inclusive pelo diferencial que oferecem e pela forma que têm sua percepção vendida aos usuários, são os que compõem a maior parte do faturamento das Operadoras e, por conseguinte, oferecem as maiores margens de lucro.

Pela convicção do grau de relevância dos serviços agregados a uma Operadora, considerou-se praticamente mandatório reproduzir-se o mais fielmente possível a descrição dos mesmos nesse trabalho. Assim, o Anexo A desse trabalho descreve *ipsis literis* os serviços, produtos e soluções oferecidos pela *Operadora Alpha*, tais como constam em seu Catálogo de Serviços. Essa maneira escolhida de trazer a esse trabalho os produtos da *Operadora Alpha* possibilita, inclusive, a verificação de como a empresa aborda seus clientes tentando vender-lhes seus produtos. O *portfólio* da empresa é apresentado a seguir segmentadamente de acordo com cada mercado a que se propõe atender: Público residencial, Pequenas e médias empresas, Grandes empresas e Operadoras e Provedores.

10 CONCLUSÃO

Assim como num âmbito geral de que toda e qualquer privatização maximiza o número de produtos ofertados ao cliente diminuindo seus custos por conta da livre concorrência, com a telefonia isso não foi diferente.

Ainda que existam vários pensamentos fundamentalistas contrários a esse conceito por puro ideal, são inegáveis os ganhos que a privatização trouxe ao cenário das Telecomunicações. A começar pela oferta de serviços por mais de um provedor – o que antes da privatização ocorria apenas por Órgãos do próprio Estado. A livre concorrência traz benefícios aprendidos durante o primeiro grau escolar: acréscimo de qualidade nos serviços prestados, diminuição dos preços praticados, promoções para o consumidor final e diminuição nos prazos envolvidos na prestação do serviço ou na entrega do bem. Um dado que deve parecer esdrúxulo para aqueles que hoje têm menos de 15 anos de idade é o fato de uma linha telefônica ser entregue, quando solicitada, em prazo de um a dois anos antes da privatização das Telecomunicações.

E o que falar então, das chamadas de longa distância? Aquelas mesmas que você precisava “encomendar” à telefonista para que dentro de 24 horas essa mesma senhora lhe retornasse entregando a ligação.

Se for para falarmos de custos, algo de causar perplexidade era fazer um DDD na época pré-privatização. O conteúdo da ligação era rigorosamente planejado antes de a mesma ser completada. Para que não houvesse o mínimo espaço vazio durante a conversação.

Se partirmos para a análise da universalização da telefonia, a criação da concorrência e, mais tarde, das espelhos e espelinhos, fez com que o telefone chegasse às áreas mais remotas e, à primeira vista, mais inviáveis economicamente falando.

Entretanto, a privatização, à segunda vista, abriu novos filões e grandes oportunidades para aqueles que estavam mais atentos ao que acontecia no contexto geral. Cidades e distritos afastados e relegados pelas grandes Operadoras de Telecomunicações foram atacados pelas empresas espelinhos. E foi justamente esse o ingrediente propulsor dessas empresas. Empresas que atualmente, a exemplo da Operadora Alpha retratada nesse trabalho, cobrem várias outras

idades além das afastadas e relegadas. E que também oferecem vários outros serviços de valor agregado que engordam substancialmente seu faturamento.

Alguma dúvida de que a privatização das telecomunicações foi extremamente positiva para o público consumidor e os empreendedores que estavam mais atentos à época?

Inegável também que a atual prestação dos serviços de telecomunicações tem seus problemas. E que não são poucos. O péssimo atendimento dispensado pelas Operadoras aos seus clientes faz com esse seja o ramo de atividades líder nos *rankings* dos principais órgãos de defesa ao consumidor. A taxa de assinatura básica praticada no Brasil é uma das mais, se não a mais, caras de todo o mundo.

Mas é praticamente paradoxal imaginar que, frente a todos os ganhos oferecidos pela concorrência do mercado privado, alguém hoje quisesse voltar a viver o cenário pré-privatização das Telecomunicações.

E onde entram as espelhinhos nesse contexto de concorrência?

A operação com quadro de funcionários enxuto – porém altamente qualificado, tecnologia de ponta e projetada pela própria espelhinho com base na observação de mercado, adequando sua gama de produtos e serviços a um público consumidor que sofre metamorfoses em períodos quase mensais são os principais diferenciais dessas empresas para captar clientes de todos os portes.

Embora não possuam metas de universalização, as empresas espelhinho, assim como a *Operadora Alpha* estudada nesse trabalho, são fiscalizadas pela Anatel com relação à qualidade de serviços prestados. Assim, é indispensável realizar investimentos com prospecção, estudo de demanda, infraestrutura, montagem de central, construção de interconexão, tecnologia e licença.

O principal atrativo das empresas espelhinho frente às grandes operadoras para captar clientes são seus preços competitivos. No caso da *Operadora Alpha*, o baixo número de funcionários e o domínio da tecnologia estão entre os fatores que refletem positivamente no bolso do cliente. Os custos de uma rede própria, por exemplo, foram minimizados e os ganhos através disso foram repassados ao cliente, já que a rede foi terceirizada com fornecedores especializados e dedicados.

Mas a partir desse ponto, a operação das espelhinhos e a conseqüente concorrência dessas com as grandes operadoras são exatamente iguais ao resto do

mercado. O fator preço, na grande maioria das vezes, é o principal decisório do consumidor por optar entre o fornecedor A ou o fornecedor B. Uma vez escolhido aquele que pratica os melhores preços, o fato dos custos desse fornecedor serem os menores, dentre aqueles que concorrem em seu mercado, passa a não mais ser relevante ao consumidor. Isso porque sem dúvida nenhuma o cliente exigirá qualidade de serviço, disponibilidade de operação e atendimento exemplar tal qual tivesse optado por qualquer um dos fornecedores disponíveis no mercado - independentemente de ser o mais caro ou o mais barato.

Ou seja, mesmo que a Anatel fiscalize e regule a operação das espelhinhos, o que efetivamente vai guiar as ações dessas empresas é o comportamento do consumidor. Qualidade na prestação de serviço e atendimento de qualidade já a muito tempo deixaram de ser diferenciais para se tornarem obrigações de qualquer fornecedor. Talvez aqui “excelência” seja a palavra certa.

É necessário um exercício diário de observação do que o cliente quer, como ele quer. Para onde o mercado caminha, quais são as tendências desse mercado. É preciso inovar, trazendo produtos novos, porém sem aumentar custos ao consumidor final – ou então aumentá-los de maneira proporcional à percepção de valor agregado. Ainda que seja um bordão, essa é uma das principais e mais fidedignas leis de mercado: ainda que seja uma tarefa árdua, conquistar um cliente é muito mais fácil do que mantê-lo em sua carteira.

Isso posto e tendo em mente que qualidade, atendimento e intimidade com o cliente são características básicas de quem quer ter sucesso em qualquer tipo de mercado, vamos tomar o exemplo de determinado consumidor que precisa comprar um terno. Esse consumidor tem duas principais opções: uma grande rede varejista de roupas, presente no centro da sua cidade, e a tradicional loja familiar de roupas que está presente em seu bairro há muitos anos. Em relação à grande rede varejista, a loja do bairro pratica preços mais baixos – pois gasta menos com seu quadro de funcionários e com sua operação –, oferece atendimento personalizado – pois já conhece o cliente em questão a muito tempo – e, por conhecê-lo, sabe exatamente qual é seu estilo e quais deverão ser as características básicas do terno que o satisfará. Nesse ponto não é difícil imaginar de quem o cliente desse exemplo adquirirá seu terno. Certamente da tradicional loja familiar de roupas do seu bairro.

Esses são os principais segredos, não tão secretos assim, das empresas espelhinhos de telecomunicações. Seus preços mais baixos ajudam a captar mais

facilmente os clientes. Por atender a uma fatia menor de mercado, essas empresas podem dispensar atendimento diferenciado a seus clientes depois da captação. Atendimento diferenciado tem como principal consequência conhecer mais profundamente sua clientela, se comparado ao atendimento prestado pelas grandes operadoras. E conhecer intimamente seu público permite-lhes saber o que o cliente realmente deseja. Por fim, se o cliente realmente deseja algo, sem dúvida ele está disposto a pagar por isso.

Os objetivos delineados para esse trabalho foram atingidos, pois através dos dados levantados e apresentados, bem como os contextos pré e pós-privatização, a análise do modelo de concorrência idealizado para a telefonia fixa após a privatização tornou-se factível e palpável. E inclusive possibilitou a formação da opinião descrita nos parágrafos anteriores desse capítulo. A literatura disponível sobre o contexto e ações históricas que culminaram na privatização da telefonia fixa era vasta, tanto em formatos descritivos quanto dissertativos, o que contribuiu muito para a formação de opinião.

O detalhamento do modelo de concorrência idealizado para o cenário pós-privatização foi cuidadosamente construído nesse trabalho, para tornar viável ao público também formar sua própria opinião. As informações relevantes para a consolidação da *Operadora Alpha* foram citadas de maneira a elucidar e explicar o crescimento da mesma. E sob a ótica de visão, de oportunidade e de mercado: os pilares que realmente fazem a diferença para qualquer Companhia.

REFERÊNCIAS

ALLAN, Luis Claudio. Notícias e releases. **TRANSIT TELECOM INTENSIFICA A CONCORRÊNCIA DO MERCADO DE SMS AO OFERECER ÓTIMOS PACOTES RESIDENCIAIS E CORPORATIVOS.** Disponível em: <<http://site.firstcom.com.br/noticia/ver/id/294>>. Acesso em: 12 out. 2011.

ANATEL. Conheça a Anatel. **BASE LEGAL.** Disponível em: <<http://www.anatel.gov.br/Portal/exibirPortalPaginaEspecial.do?acao=&codItemCanal=800&nomeVisao=Conhe%20a%20Anatel&nomeCanal=Sobre%20a%20Anatel&nomeItemCanal=Base%20Legal>>. Acesso em: 15 jul. 2011.

ANATEL. **MISSÃO, ATRIBUIÇÕES E CARACTERÍSTICAS.** Disponível em: <<http://www.anatel.gov.br/Portal/exibirPortalPaginaEspecial.do?acao=&codItemCanal=801&nomeVisao=Conhe%20a%20Anatel&nomeCanal=Sobre%20a%20Anatel&nomeItemCanal=Miss%20o,%20atribui%20es%20e%20caracter%20sticas>>. Acesso em: 15 jul. 2011.

BNDES. Privatização no setor de Telecomunicações. **PRIVATIZAÇÃO NO BRASIL.** Disponível em: <http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/especial/Priv_Gov.PDF>. Acesso em: 12 out. 2011.

COMPARATEL. Comparatel comenta: em soma, o consumidor e a sociedade foram altamente beneficiados. **OS RESULTADOS DA PRIVATIZAÇÃO DA TELEFONIA.** Disponível em: <<http://www.comparatel.com.br/static/yy-privatizacao.asp>>. Acesso em: 12 ago. 2011.

DA SILVA, Marcello Muniz. **Regulação em Telecomunicações -Parte 2: Funções de governo e sua orientação: aspectos teóricos e históricos.** TUTORIAIS REGULAMENTAÇÃO. Disponível em: <<http://www.teleco.com.br/tutoriais/tutorialregulacao>>. Acesso em: 22 ago. 2011.

LENNON, John. Biography. **LENNON.** Disponível em: <<http://www.johnlennon.com/biography>>. Acesso em: 12 out. 2011

METAANÁLISE. Estratégias de Telecom. **TRANSIT TELECOM LANÇA SOLUÇÃO DE RÁDIO PTT.** Disponível em: <http://www.metaanalise.com.br/inteligenciadmercado/index.php?option=com_content&view=article&id=5479:transit-telecom-lanca-solucao-de-radio-ptt&catid=11:estrategias&Itemid=360>. Acesso em: 12 out. 2011.

NEVES, Guilherme. **TRANSIT QUER FATURAR 10% COM TI.** Disponível em: <<http://www.baguete.com.br/noticias/telecom/19/09/2011/transit-quer-faturar-10-com-ti>>. Acesso em: 12 out. 2011.

NOVAES, Ana. **PRIVATIZAÇÃO DO SETOR DE TELECOMUNICAÇÕES NO BRASIL.** Introdução. Disponível em: <http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/ocde/ocde05.pdf>. Acesso em: 12 out. 2011.

PREFEITURA DE FARROUPILHA. **DADOS SOCIOECONÔMICOS.** Disponível em: <http://www.farroupilha.rs.gov.br/index.php?option=com_content&task=view&id=5&Itemid=5>. Acesso em: 22 ago. 2011.

TRANSIT TELECOM. **A EMPRESA.** Disponível em: <http://www.transitbrasil.com.br/portal/transit.asp>. Acesso em: 11 ago. 2011.

ZANATTA, Carlos Eduardo. **COMO ENCARAR AS ESPELHINHOS.** Disponível em: <<http://www.teletime.com.br/especiais/espelinhos/regula.htm>>. Acesso em: 11 ago. 2011.

ANEXOS

ANEXO A – Portfólio de serviços da operadora alpha – Mercado público residencial

MEU 17

Falar com sua família e amigos, aqui pertinho ou em qualquer lugar do mundo, ficou ainda mais fácil! Usando o 17 da *Operadora Alpha*, você economiza no bolso para gastar mais tempo falando com quem você gosta.

O Meu17 tem franquias super especiais que ajudam você a economizar muito nas ligações interurbanas (LDN) e internacionais (LDI).

Contrate uma franquia do tamanho da sua saudade e comece a usar o Meu17 desde já! Você não vai ficar de fora, certo?

O Meu17 foi feito pra você.

Economia: Usando o 17, você economiza, em média, 40% nos gastos com telefonia.

Tarifa Flat: O valor será o mesmo independente do dia e horário.

Planejamento: Você sabe exatamente quanto vai pagar pelo minuto LDN (interurbano) e LDI (internacional).

Uso imediato: Após a validação do cadastro com a *Operadora Alpha*, você já pode começar a economizar.

Flexibilidade: O 17 Total não possui taxa de adesão e nem carência de permanência.

Atendimento: Atendimento 24h através de uma central especializada:
103 17.

TRANSITEL

Transitel é a linha telefônica que você sempre quis: sem mensalidade e com opções de franquia, para saber exatamente quanto você gastará no final do mês. Sem surpresa ou preocupação.

E mais:

Usando o *Transitel* você não vai pagar nada pelas chamadas locais para outro *Transitel*! É gratuito!

- Linha telefônica sem mensalidade e com várias franquias adequadas ao perfil de cada cliente.

- Ligações locais grátis e ilimitadas de *Transitel* para *Transitel*.

- Você só paga o minuto excedente quando seu consumo total ultrapassar o valor da franquia escolhida.

Serviços Suplementares: Os serviços suplementares são facilidades aplicadas à sua linha telefônica para trazer mais praticidade e economia ao seu dia-a-dia. A *Operadora Alpha* tem os serviços suplementares mais úteis para você, confira:

Identificador de Chamadas: Veja o número que está ligando para sua casa antes mesmo de atender a ligação, com uma grande vantagem: segurança.

Atendimento Simultâneo: Atenda outra chamada mesmo que já esteja utilizando o telefone. Desta maneira, você coloca a primeira ligação em espera enquanto atende a segunda.

Conferência: Três pessoas participam, simultaneamente, de uma conversa. Basta reter a primeira ligação, discar para o número da outra pessoa e estabelecer a conferência entre você e as outras duas pessoas.

Transferência de Chamadas: Atenda suas ligações de qualquer lugar! Assim, você não perde ligações quando estiver fora de sua residência. Basta deixar o número de destino programado, informando para onde você deseja que as ligações sejam redirecionadas.

Transferência Quando Ocupado: Se você usa muito o telefone e não pode deixar de atender uma ligação, programe um número alternativo para receber suas ligações enquanto o seu telefone estiver ocupado.

Transferência Quando Não Responde: Programe um número alternativo para receber suas ligações caso você não as atenda após 05 toques. Desta forma, se alguém liga para sua casa e ninguém atende após 05 toques, a ligação é imediatamente encaminhada para o número programado.

Consulta e Transferência: Você pode fazer uma consulta a outro número telefônico enquanto já estiver em uma ligação. (pêndulo).

Despertador: Você pode programar a hora que quer despertar ou ser lembrado sobre algum compromisso. O telefone tocará como se fosse uma ligação de entrada normal, mas não há mensagem.

Discagem Abreviada: Esta facilidade permite que o usuário memorize o número telefônico de até 20 pessoas em tabela de códigos (0 ..19), facilitando seu uso e agilizando a discagem.

TRANSIT+

O pacote de linha telefônica e banda larga *Transit+* oferece muito mais vantagem para você e sua família.

Chamadas locais para outro *Transit+* são gratuitas.

Fale com o mundo *on-line* ou por telefone, do seu jeito, no horário que preferir.

Facilite sua vida, tenha o *Transit+* em sua casa.

ANEXO B – Portfólio de serviços da operadora alpha – Mercado de pequenas e médias empresas

TRANSIT FIBER

A fibra óptica representa a modernidade entre os meios de acesso. Por isso, a Operadora Alpha criou um *combo* para que sua empresa usufrua ao máximo tudo que a fibra óptica pode prover em voz e dados. O *Transit Fiber* é a melhor solução em banda larga e telefonia e combina os melhores preços para qualquer tipo de ligação telefônica. E tudo isso com banda larga em alta velocidade sem precisar contratar provedor. (TRANSIT TELECOM DEVE INVESTIR MAIS R\$ 150 MI EM PLATAFORMA IP E REDE DE FIBRA ÓTICA, 2011)

Tabela de preços super competitiva, de acordo com o perfil de sua empresa.

Os valores gastos entre todas as linhas são compartilhados e abatidos de uma única franquia.

Download e *upload* em altíssima velocidade, com mais agilidade, pagando muito menos

FIRENET

FireNet é a banda larga ideal para que sua empresa acesse com muito mais velocidade os conteúdos multimídia e faça *download* de arquivos pesados, como e-mails ou videoconferências. E com o *FireNet* sua empresa não precisa contratar provedores. Opções de velocidades: 1 Mbps, 5 Mbps, 10 Mbps, 15 Mbps, 30 Mbps, 50 Mbps e 100 Mbps.

Banda Larga de altíssima qualidade.

É recomendado para uso empresarial avançado, como navegação em sites ricos em conteúdo multimídia, download de arquivos pesados, *e-mail* com anexos grandes, videoconferências, pesquisas, *netbanking* e contato com fornecedores.

Com 100% de garantia de velocidade de *upload* sua empresa pode enviar fotos, arquivos pesados ou *e-mails* em um clique.

O serviço funciona em diferentes sistemas operacionais: *Windows*, *Linux* e *Macintosh*. O usuário pode alternar a conexão entre diferentes computadores, sem necessidade de configuração.

ANEXO C – Portfólio de serviços da operadora alpha – Mercado grandes empresas

DDR

DDR é o serviço de conexão direta, dedicada e 24 horas que suporta aplicações de voz, interligando fisicamente o equipamento do cliente à central *Operadora Alpha*, para o tráfego de chamadas locais e de longa distância nacional e internacional tanto para terminações fixas quanto móveis.

Com o DDR da *Operadora Alpha*, as chamadas telefônicas são encaminhadas diretamente ao ramal, gerando mais agilidade no atendimento e no contato com o público.

Cada ramal pode ter seu número divulgado como uma linha direta.

Acesso rápido para ligações externas, sem operador.

Melhor gerenciamento do tempo.

Personalização do serviço.

Interligação de PABX de unidades em diferentes endereços.

Funciona para tráfego sainte e entrante.

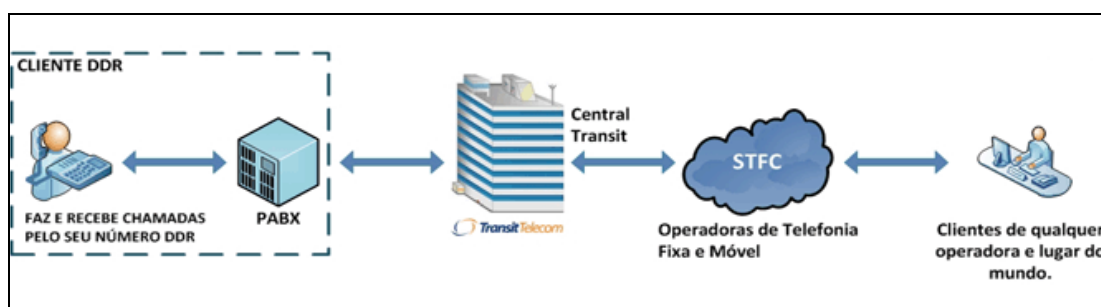


Figura 3: Serviço DDR

Fonte: Operadora Alpha

TRANSIT LINE

O *Transit Line* é o *link* dedicado que direciona todo o tráfego telefônico saindo do PABX de sua empresa e proporciona qualidade e performance nos serviços de telefonia, com preços altamente competitivos.

Uma rede de telefonia exclusiva de ótima qualidade, altamente confiável e segura.

Realiza chamadas locais, longa distância nacional e internacional, tanto na modalidade fixo-fixo quanto fixo-móvel, de forma digital.

Qualidade digital.

Preços altamente competitivos.

Pode ser conectado a PABX digital ou misto.

Tráfego de até 30 canais de voz simultâneos, por acesso.

INTERNETFULL

InternetFull é o produto de banda larga dedicada e em alta velocidade ideal para todos os portes de empresa. Você escolhe o pacote que melhor atende ao perfil de seu negócio e usufrui de todas as facilidades que a banda larga da Operadora Alpha proporciona, com o melhor preço e a melhor qualidade: 1 Mbps, 5 Mbps, 10 Mbps, 15 Mbps, 30 Mbps, 60 Mbps e 100 Mbps.

A conexão é direta, dedicada e com suporte 24 horas por dia.

Garantia de 99,8% de banda (*banda full*).

Mesma velocidade de *upload* e *download*.

Possibilidade de contratação adicional de IPs fixos.

Excelente qualidade, altamente confiável e segura.

ANEXO D – Portfólio de serviços da operadora alpha – Mercado operadoras e provedores

VOIP CLOUD

O *VoIP Cloud* atende a pequenos e médios provedores de telecomunicações com licença SCM provida pela Anatel para que possam oferecer serviços de voz (VoIP) por meio da infra-estrutura da *Operadora Alpha* com baixíssimo investimento.

No conceito de *Cloud Computing*, a *Operadora Alpha* fica responsável pelo *hardware* e pelo suporte do serviço, disponível para provedores nos modelos pré e pós-pago. Ao contratar o *VoIP Cloud* sua empresa passará por um treinamento ministrado por profissionais da *Operadora Alpha* para obter todo o conhecimento necessário na operação do sistema.

Desta forma, sua empresa não precisa investir em *hardware*, soluções próprias e mão-de-obra especializada. A operação de todas as chamadas VoIP de seus clientes serão feitas e recebidas por meio do *data center* da *Operadora Alpha*, diminuindo consideravelmente os custos da operação de sua empresa.

Sua empresa pode contratar o *VoIP Cloud* da *Operadora Alpha* nos modelos pré e pós-pago.

O gerenciamento do serviço de VoIP será feito remotamente por meio de uma plataforma *on-line* por onde você pode cadastrar novas contas, definir a tabela de preços, criar promoções e gerar relatórios de consumo.

É possível também criar um ambiente *on-line* customizado com a identidade visual de sua empresa para que seus clientes que contratam os planos de VoIP tenham acesso a serviços como detalhamento de fatura, alarme de crédito, consulta de preços e redirecionamento de chamadas:

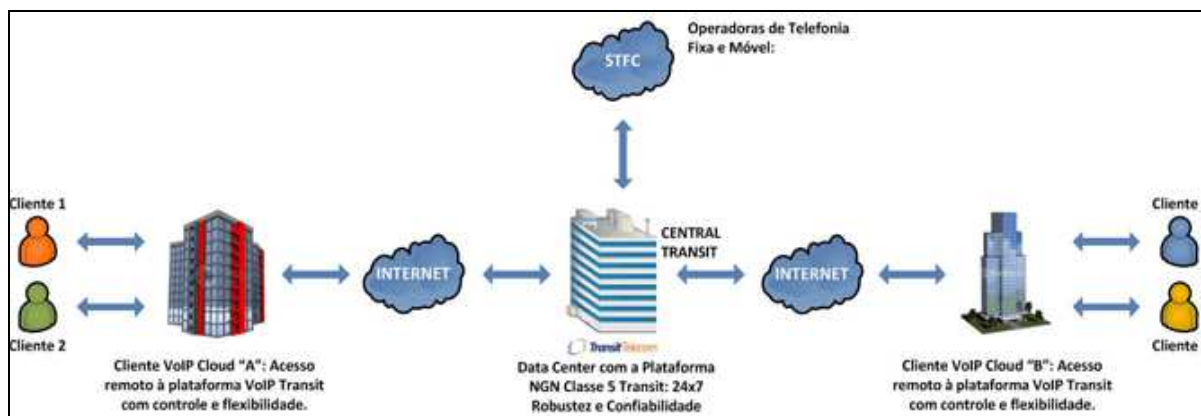


Figura 4: Serviço VoIP Cloud

Fonte: Operadora Alpha

WHOLESALE

A Unidade de Negócios de Atacado / *Wholesale* da *Operadora Alpha* oferece às Operadoras e aos Provedores as melhores soluções em telecomunicações, com alta qualidade e preços competitivos.

Os projetos são completos e envolvem desde o desenvolvimento da infra-estrutura necessária até as interconexões, para que sua empresa seja atendida pela melhor tecnologia. A equipe de *Wholesale* da *Operadora Alpha* atua em todo o processo da negociação.

A *Operadora Alpha* provê minutos com qualidade para todas as empresas, sejam prestadoras de serviços de telefonia, provedores de diversos segmentos no mercado de rede ou circuitos, internet ou TV a cabo. Uma vez conectada à rede *Operadora Alpha*, sua empresa pode realizar terminações internacionais de voz, fax, telefonia móvel e fixa. Tudo isso, com valores extremamente competitivos.

A *Operadora Alpha* acompanha todas as tendências do setor de telecomunicações, tanto na parte tecnológica / comercial quanto regulatória, levando aos clientes e parceiros, a melhor tecnologia, com segurança, qualidade e preço justo.