

# Um segmento que só cresce

FLÁVIA BARBOSA

Um dos poucos setores que não sabem o significado da palavra crise, a indústria e as operadoras de telecomunicações vêm em 2000 mais um ano de crescimento. De acordo com pesquisa feita com o segmento e projeções próprias do The Yankee Group, uma das maiores consultorias do ramo no mundo, os negócios de telecomunicações deverão crescer acima de 10% no ano 2000.

O Produto Interno Bruto (PIB) do setor deve passar dos atuais US\$ 28 bilhões para cerca de US\$ 31 bilhões, com a ampliação das redes físicas (que devem crescer 60%, contra 26% nos Estados Unidos), a oferta de novos serviços (desde os agregados na telefonia fixa até a integração da Internet aos celulares) e a chegada de três novas grandes empresas (Intelig, Vésper e Global Village), que serão as concorrentes das quatro principais operadoras do país – Embratel, Telemar, Telefônica e Tele Centro Sul.

Isto sem contar com os grupos que se especializarão nos serviços corporativos dedicados e na construção de redes. São empresas de porte, como a americana AT&T, a maior do mundo, que acabou de desembarcar no Brasil oferecendo soluções de rede para o mercado corporativo. Apenas as operadoras com sede no Rio – Embratel, Intelig, Telemar, Vésper, Telefônica Celular e ATL – deverão, juntas, investir mais de R\$ 4 bilhões. Os fornecedores seguem a mesma trilha. Os fabricantes de celulares, por exemplo, preparam simultaneamente o lançamento de duas novas gerações de aparelhos, uma delas para, no máximo, o segundo semestre de 2000.

De acordo com as operadoras e os fornecedores, o Brasil terá recebido US\$ 80 bilhões em investimentos no fim do período entre julho de 1998 – quando o Sistema Telebrás foi privatizado – e dezembro de 2003. É uma corrida cuja largada está nas metas de universalização dos serviços de telecomunicações, previstas no Plano Geral de Outorga de concessões no setor, e a abertura prevista para 2002, quando qualquer operadora poderá prestar quaisquer serviços em qualquer região do país.

Há outro motivo de euforia no segmento de telecomunicações. O Brasil finalmente desembarcou na era do comércio eletrônico (*e-commerce*), que através dos carrinhos virtuais de 250 milhões de internautas girou US\$ 1 trilhão em 1998. O mercado nacional de compra e venda pela Internet ainda é tímido se comparado ao mundial. Mas é também o mais promissor.

Só em 1999, a América Latina faturou US\$ 80 milhões. O Brasil respondeu por 88% da movimentação via comércio eletrônico – o segundo mercado é o do México, com apenas 6,5%. Diante deste potencial é que gigantes como America Online (AOL) chegaram ao Brasil ano passado fazendo estardalhaço. A previsão é que o mercado de comércio eletrônico cresça no Brasil 165% ao ano até 2005.