

**CONSULTA PÚBLICA SOBRE A RENOVAÇÃO DOS DIREITOS DE UTILIZAÇÃO
DAS FREQUÊNCIAS GSM 900/1800 (TMN E VODAFONE)**

POSIÇÃO DA MCT

10-08-05

A Media Capital Telecomunicações (MCT) saúda desde já a iniciativa do ICP-ANACOM de incluir nesta consulta pública sobre a renovação dos direitos de utilização das frequências pela TMN e Vodafone, o tema dos MVNO (questões nºs 19 e 20, que relevam ao acesso às redes GSM).

A expectativa generalizada aponta para que sejam as redes móveis de terceira geração (UMTS) as verdadeiras impulsionadoras do aparecimento de MVNO, mas já sobre as redes 2G se tem verificado haver condições para tal, como seja o caso das recém lançadas UZO, Rede4 e Vodafone Directo¹.

Ainda que existam de facto algumas limitações aos *challengers* sobre as redes GSM, nomeadamente no que toca à competitividade de ofertas face aos operadores com rede própria, já nas redes 3G serão possíveis serviços mais variados com múltiplos conteúdos e aplicações, capazes de efectivamente dinamizar o mercado móvel.

Um estudo da consultora Analysis (referido na revista "Comunicações", nº162 Julho/Agosto 2005) indica que, a nível mundial, o nº de MVNO tem vindo a crescer significativamente, tendo já um impacto relevante nos indicadores de negócio (nº de clientes, taxa de retenção e ARPU). Na Europa estima-se em cerca de 100 o nº de operadores que oferecem serviços de voz e dados utilizando a rede móvel de terceiros, e nos EUA este número atinge os 25² operadores.

A verdade é que todos os operadores móveis têm a ganhar com o aluguer das suas redes: ainda que os tradicionalmente preços baixos dos MVNO possam representar uma ameaça, as capacidades das redes aumentarão, podendo vir a significar um mais rápido alcance da rentabilidade (e amortização dos elevados investimentos na rede, relevantes sobretudo no caso das licenças 3G).

Os consumidores sairão obviamente beneficiados, com preços mais baixos e ofertas mais transparentes e diversificadas. E que existe apetência por novos serviços é

¹ Juridicamente a USO, Rede4 e Vodafone Directo são apenas marcas, ainda que na prática funcionem como MVNO's *de facto*.

² A Sprint disponibiliza a sua rede a cerca de 15 MVNO.

indiscutível, senão veja-se o caso da UZO, que ao fim de cinco dias de oferta tinha já cerca de quinze mil adesões.

No âmbito da consulta pública em causa e sobre esta matéria, as questões relevantes para a MCT são as abaixo enunciadas:

Questão 19: Que entidades poderão estar interessadas em obter o acesso às redes GSM ou a originação e em que condições se poderão materializar esses interesses?

Questão 20: Quais os novos serviços que podem ser disponibilizados por estas entidades para satisfação das necessidades dos utilizadores finais?

São diversas as entidades que já mostraram interesse em estabelecer este tipo de acordos, como é o caso dos CTT, da Tele2 e da própria Media Capital, enquanto grupo.

A Media Capital tem perspectivado o mercado móvel como uma forma de extensão dos seus actuais negócios, na perspectiva de renovar e fidelizar as audiências dos seus conteúdos e marcas, tornando-as presentes em novos momentos de consumo, e estabelecendo com essas audiências relações não anónimas, ao contrário do que tipicamente se verifica nos *mass media* (i.e., one to one vs one to many)

Terá certamente mais interesse em fazê-lo sobre as redes 3G, pelo tipo de ofertas e possibilidades que essas redes permitem. No entanto, e uma vez que os terminais de terceira geração estão ainda em fase de massificação, é equacionável uma primeira aproximação sobre as redes GSM.

Uma entrada neste negócio, poderia passar pela capitalização das marcas fortes do grupo (TVI, Rádio Cidade, Rádio Comercial, IOL, entre outras), junto de sub targets das suas audiências, aproveitando conteúdos já existentes (clips de televisão, clips de música, serviços de Internet...) à semelhança de acordos como NRJ/SFR e M6/Orange (em França) ou Sprint/Disney (nos EUA).

Por outro lado, é público que a Media Capital acredita e pretende apostar noutra tipo de standard – DVB-H. Também neste campo poderá fazer sentido a criação de parcerias com os actuais operadores móveis, utilizando as redes GSM/3G para os serviços voz e dados e a rede DVB-H para a componente de vídeo.

À semelhança do que tem acontecido noutros países, pensamos que qualquer uma destas possibilidades possa ser uma mais valia para o mercado, nomeadamente face ao que os operadores de telecomunicações “puros” podem oferecer.