

A FACTURA NOS SERVIÇOS INTERNACIONAIS DE TELECOMUNICAÇÕES

1 - A FORMAÇÃO DOS PREÇOS NAS TELECOMUNICAÇÕES

É opinião mais ou menos banalizada em Portugal e na grande maioria dos outros países considerar como caros os serviços internacionais de telecomunicações. Esta opinião revela a percepção que os utilizadores têm quanto ao que pagam em face do valor obtido, opinião que, no entanto, poderemos afirmar estar a alterar-se em muitos países entre os quais se inclui Portugal.

Para entendermos o que de facto se está a passar, convém olhar um pouco para trás e perceber em que quadro toda esta problemática tem evoluído.

Historicamente, os princípios que têm regulado a formação dos preços dos serviços de telecomunicações têm assente num complexo compromisso entre considerações e aspectos de ordem comercial e as preocupações de ordem social decorrentes da prestação de um serviço universal, nomeadamente no que se refere ao serviço telefónico.

Por outro lado, a oferta de serviços de telecomunicações tem, numa larguíssima maioria de países, sido feita num contexto mais ou menos monopolista com um controlo apertado das tarifas por parte do Estado.

Durante largas décadas, desde o aparecimento das primeiras redes e serviços, um conceito que sempre esteve subjacente ao

desenvolvimento do sector na generalidade dos países (excepção talvez feita nalguns serviços para o super liberal Estados Unidos) foi o de que as redes de telecomunicações constituíam infraestruturas básicas (tais como os caminhos de ferro, a rede eléctrica, etc.), exigindo elevados investimentos e tendo como objectivo a prestação de um serviço universal, tanto quanto possível socialmente justo do ponto de vista de preço e acesso. Este conceito era especialmente válido para o serviço que se entendia como fundamental para a comunicação entre as pessoas - o serviço telefónico - e de forma mais limitada para outros serviços.

É nesta lógica que se verifica toda uma subsidiarização cruzada entre serviços, aparecendo o serviço local, entendido como essencialmente residencial, a ser subsidiado pelo serviço de longa distância, nomeadamente o serviço internacional, entendido este como essencialmente utilizado pelo segmento empresarial. É a lógica do serviço social e não a lógica do mercado que funciona.

Este quadro está no entanto hoje em profunda mutação, como resultado directo do desenvolvimento económico, social e tecnológico verificado na última década.

O impacto destas realidades no domínio da prestação dos serviços de telecomunicações pode resumir-se nos seguintes factos:

- O quase total cumprimento do objectivo de serviço universal (em cada lar um telefone) verificado nos países mais desenvolvidos;
- O extraordinário "boom" verificado no comércio mundial com o aparecimento de novas necessidades em termos de serviços e facilidades de telecomunicações, tidos como fundamentais à sua evolução sustentada e continuada;
- As migrações maciças de populações direccionadas para os países mais ricos, criando importantes polos geradores de tráfego internacional na vertente residencial/pessoal. O caso português é disso um bom exemplo.

- O espectacular desenvolvimento tecnológico, permitindo a redução dos custos associados às redes e à exploração dos serviços (e.g. digital vs. analógico, serviço automático vs. serviço via operadora) bem como a possibilidade de criação de uma nova panóplia de serviços e produtos por inclusão de cada vez maior inteligência na rede;
- A concorrência que, de alguns anos a esta parte, se tem começado a manifestar como resultado da abertura de alguns serviços e mercados à iniciativa privada.

Há assim uma consciência mais aguda por parte dos diferentes intervenientes (Estado, operadores, consumidores) para a necessidade do reforço da vertente comercial que preside à formação dos preços e de que estes devem evoluir de acordo com a tendência dos custos, procurando-se um justo equilíbrio entre esta vertente e o objectivo do serviço universal.

2 - AS TARIFAS NO SERVIÇO INTERNACIONAL

As tarifas do serviço internacional e correspondentes processos de facturação têm sido influenciadas por um conjunto de regras, normas e recomendações emanadas pelo CCITT (Comité Consultivo de Telégrafos e Telecomunicações), actualmente designado por UIT-TS, um organismo internacional que ao longo das últimas décadas tem contribuído para a regulamentação e harmonização dos serviços internacionais de telecomunicações.

Uma componente importante na formação do preço final é a chama-da "taxa de contabilização" entre operadores, a qual decorre directamente, no caso da Europa, de regras estabelecidas por grupos específicos do CCITT e no caso do intercontinental das negociações bilaterais entre os operadores envolvidos de cada lado, procurando reflectir os custos dos meios que cada um põe à disposição numa ligação internacional. Não obstante se poder afirmar existir alguma dependência das distâncias em causa, a influência deste factor na

determinação da taxa de contabilização e por conseguinte, na formação do preço final, tem-se vindo a atenuar em detrimento de outros mecanismos e factores, tais como o tipo de meios e tecnologias empregues, o peso relativo de cada destino no cômputo das receitas do operador, a existência ou não de desequilíbrios nos fluxos de tráfego (tráfegos de saída e de entrada com o destino em causa) e ainda o aparecimento de situações de concorrência.

3 - MARCONI: Uma política de investimentos e gestão orientada para a redução dos preços

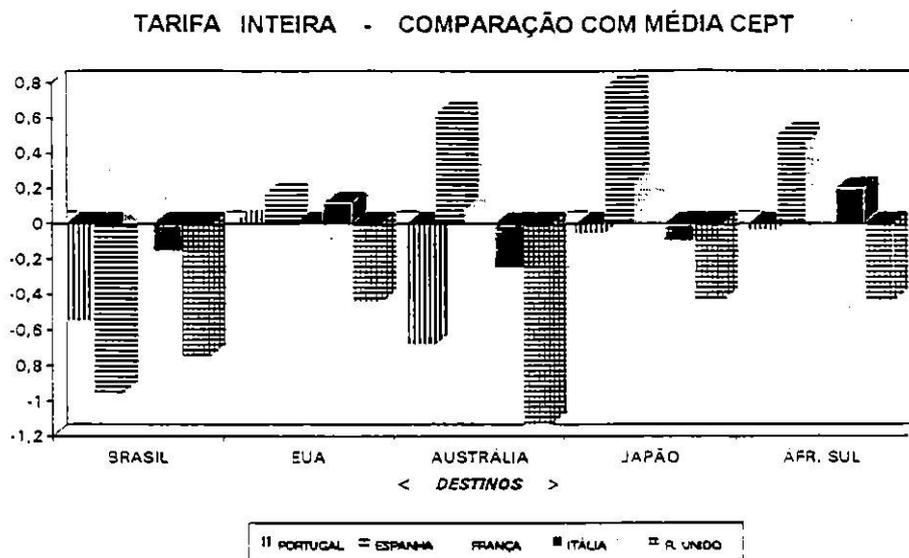
A Marconi, como concessionária do serviço intercontinental, tem desde sempre prosseguido uma política de forte investimento na modernização da sua rede, garantindo desse modo aos seus clientes, não só mais e melhores serviços como também preços justos.

Este esforço de modernização e inovação tecnológica conheceu durante a última década um incremento significativo e é com sentido orgulho que a Companhia possui hoje uma rede de teleco-municações, incorporando o último "state-of-the-art" em termos de tecnologia, com um elevado nível de inteligência incorporada e com uma dimensão mundial.

Estas características, associadas a uma criteriosa política de gestão de recursos e dos sistemas de exploração de tráfego, têm permitido a diversificação do nosso "portfolio" de produtos, o alargamento dos destinos directos e a obtenção de elevados índices de eficiência no escoamento dos tráfegos, que se encontram em permanente expansão.

Há também que não esquecer que, como fruto das profundas transformações que o sector vem conhecendo, a concorrência, embora ainda de forma mais ou menos dissimulada, é já, no entanto, uma realidade. Para a enfrentar, ou a que inevitavelmente aparecerá de forma mais directa e aberta, é necessário fazer um esforço de acompanhamento das tarifas praticadas pelos operadores europeus que nesta árrea têm vindo a mostrar maior agressividade. Pensamos

sobretudo em alguns grandes operadores do norte da Europa, já que, relativamente aos da nossa área geográfica, os nossos preços se apresentam competitivos.



Como consequência directa de tudo isto, temos vindo a implantar um pacote de medidas no âmbito dos preços, que se prolongarão no futuro próximo, e cuja repercussão é já no entanto visível pelo dinamismo que os tráfegos têm vindo a mostrar.

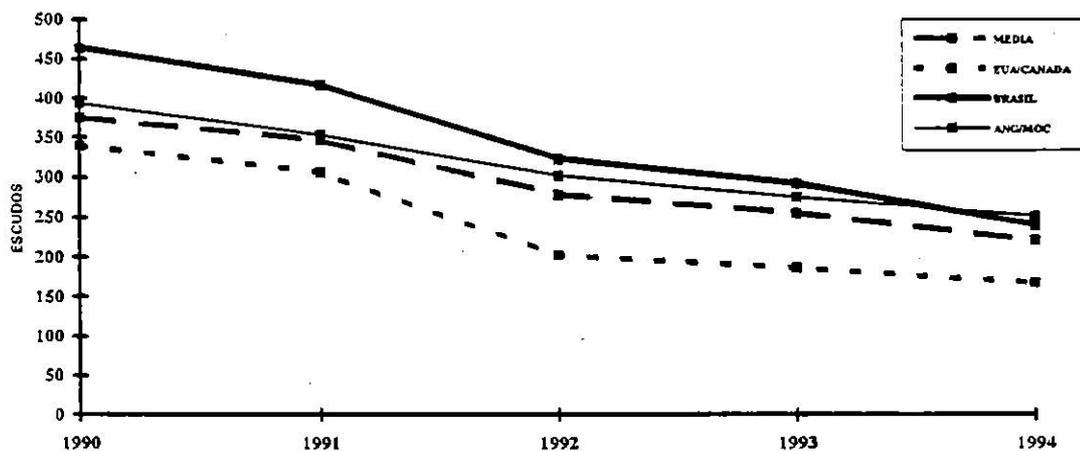
De entre estas medidas, salientaremos:

- A redução do preço médio das chamadas intercontinentais, cujo valor médio se situa entre 1990 e 1994 em -21% em termos nominais, o que corresponde a cerca de -40% em termos reais. As reduções efectuadas tiveram particular significado para os grandes mercados de destino como sejam os EUA, Canadá, Brasil e PALOP's conforme se pode verificar no gráfico da página seguinte.
- Uma política de redução dos preços selectiva e orientada para aqueles destinos em que razões de ordem comercial (mercado e concorrência) a impõem ou em que a redução dos custos de entrega do tráfego ou de exploração por virtude da inovação, modernização tecnológica e racionalização da utilização dos

recursos, permite transferir para o consumidor os ganhos daí resultantes.

- O alargamento das bandas ou escalões tarifários, para além dos períodos de tarifa inteira e tarifa reduzida, já existentes desde 1982, conduzindo a uma utilização mais eficiente da rede e proporcionando tarifas ainda mais reduzidas. Assim, a partir de 1992 foi introduzido um novo escalão tarifário com a designação de tarifa super-económica.

VARIAÇÃO DA TARIFA INTEIRA - SERVIÇO TELEFÓNICO PREÇOS REAIS EM ESCUDOS



- A introdução de soluções para grandes clientes a que correspondem pacotes tarifários específicos com aplicação do princípio de descontos, crescentes por patamares de volume de tráfego gerado. Esta política permitirá responder de forma comercialmente mais agressiva e dinâmica às expectativas dos grandes utilizadores de tráfego, sejam eles empresas portuguesas ou multinacionais estrangeiras, posicionando a Companhia para enfrentar a dura concorrência que se começa a delinear nesta área.
- A diversificação em termos de produtos e preços com base no valor acrescentado introduzido aos serviços base, permitindo responder às necessidades específicas dos diferentes segmentos e utilizadores.

Este pacote de medidas, numa componente da prestação de serviços de telecomunicações tão sensível para o consumidor como é o preço, contribuirá, estamos disso certos, para um maior estímulo e dinamismo na procura dos serviços que a empresa presta, reforçando a confiança pelos clientes e permitindo à empresa encarar os desafios que se aproximam com redobrado optimismo.

Autor da Comunicação

Nome : José António Morais de Oliveira, Engenheiro

Licenciado em Telecomunicações e Electrónica pelo Instituto Superior Técnico de Lisboa, tendo integrado os quadros da MARCONI em 1982 como quadro técnico da Direcção de Tráfego e Operações.

Em 1986 foi nomeado responsável pela Divisão de Planeamento e Gestão da Rede, funções que manteve até 1982. Nessa qualidade representou a empresa em vários foruns e grupos internacionais de planeamento e desenvolvimento da rede internacional de telecomunicações, bem como em organismos e órgãos específicos nas áreas de cabos submarinos e satélites.

Em Fevereiro de 1992 foi nomeado Director Comercial da Área de Negócios de Comunicações de Longa Distância, carga que desempenha actualmente e na qualidade do qual responde pela estratégia e desenvolvimento comercial dos Serviços de Longa Distância da Marconi.