

TELECOMUNICAÇÕES

Uma múltipla brasileira com sede em Tóquio

Dois dekkasseguis criam operadora de telefonia de US\$ 100 milhões

Renato Cruz

Nos últimos 30 anos, milhares de brasileiros foram tentar a vida no Japão. Depois de anos de trabalho pesado em fábricas, alguns desses dekkasseguis juntaram dinheiro e se tornaram empresários quando voltaram ao Brasil. A história de Renato Tanabe e Wilson Kawai é diferente. Eles criaram, em 1996, uma operadora de telecomunicações para atender à comunidade brasileira no Japão, chamada Brastel (de Brasil Telecomunicações), que acabou alcançando um faturamento anual de US\$ 100 milhões.

Para as gigantes japonesas de telecomunicações, pode parecer pouco. A NTT faturou US\$ 109 bilhões no último ano e a KDDI, US\$ 36 bilhões. Essas operadoras vêem a Brastel mais como cliente do que competidor. Quando surgiu, a Brastel oferecia serviços de call back, em que o cliente ligava para um número dos Estados Unidos, passava o número que queria chamar no Brasil e recebia uma ligação de volta, com a chamada desejada.

Foi uma parceria com a

KDDI, em 1998, que permitiu à Brastel vender ligações diretamente do Japão, por meio de cartões telefônicos. Em 2000, a empresa fez uma parceria com a NTT para lançar um cartão pré-pago recarregável nas lojas de conveniência japonesas. Delá para cá, a empresa passou a operar também nos Estados Unidos, em Hong Kong e no Brasil. "Somos a maior multinacional brasileira com sede em Tóquio", disse Marcius Wada, sócio da Brastel no Brasil.

Antes de criar a Brastel, Tanabe trabalhou um ano nos serviços gerais da embaixada brasileira em Tóquio, servindo cafézinhos e despachando cartas. À noite, fazia bico como garçom num restaurante brasileiro. Depois, passou a vender publicidade para jornais, revistas e catálogos voltados para a comunidade brasileira no Japão.

Kawai foi ao Japão em 1983 como bolsista, para fazer pós-graduação em engenharia. Depois, trabalhou como estagiário em uma empresa japonesa, desenvolvendo software. Mais tarde, resolveu ter a própria empresa e, depois de algumas tentativas, acabou montando a



EMPREENDEDORES - Kawai e Tanabe também criaram empresa para divulgar a cultura brasileira no Japão

Brastel com Tanabe.

Antes de terem a própria operadora, os dois brasileiros eram representantes de um serviço de call back para ligações internacionais. "Durante esse período, conhecemos o investidor

que financiava a empresa de call back e, quando decidimos montar a Brastel, eles se sentiram confortáveis em continuar trabalhando conosco", disse Tanabe. "Chegaram até a emprestar US\$ 500 mil sem nenhuma

garantia. Essas coisas são, de certa forma, comuns no Japão, mas muito raras para estrangeiros como nós."

A Brastel surgiu para oferecer serviços de telefonia para a comunidade brasileira no Ja-

pão e logo se expandiu para atender a outros grupos de estrangeiros. A central de atendimento da empresa fala 23 idiomas e tem atendentes, além do Brasil, no Sri Lanka, na Tailândia e nas Filipinas. Além do cartão, a empresa começou a oferecer, no Japão, o Basix, um sistema de telefonia via internet desenvolvido no Brasil, para pequenas e médias empresas.

A subsidiária brasileira foi criada há dois anos, mas começou a atuar mais fortemente este ano. No começo, a principal atividade era vender cartões telefônicos para quem viajava para o Brasil. Agora, o foco da Brastel no Brasil é o Basix. A empresa já tem cerca de 500 ramais em atividade no País. No Japão, já são cerca de 5,5 mil números de telefonia via internet em funcionamento.

"Procuramos nichos de alto potencial", afirmou Wada, que conheceu os dois fundadores quando a sua empresa, chamada Voice Technology, ganhou uma concorrência internacional para desenvolver o Basix. Para ter números locais, a Brastel comprou a Alpha Nobilis, operadora que surgiu no leilão das licenças para as "espelinhos", pequenas concorrentes das concessionárias. A Brastel investiu cerca de US\$ 5 milhões no País e espera ter retorno do investimento somente em 2013. "Para o padrão japonês não é muito tempo", explicou Wada.

No Japão, as pessoas não relacionam diretamente o nome Brastel ao Brasil (usando os fonemas do japonês, o nome do País vira "Burajiro"). Mas Tanabe e Kawai, que não esqueceram suas raízes, criaram no Japão uma outra empresa, chamada Tupiniquim Entertainment, para promover a cultura brasileira por lá. A empresa promove anualmente o Festival Cinema Brasil, que está na quarta edição, e lançou o DVD Tom na Mangureira e um CD do violonista Yamandú Costa.

E os fundadores da Brastel planejam voltar a viver no Brasil algum dia? "Quem sabe?", disse Tanabe. "Só Deus sabe...", respondeu Kawai. ●

ETHEVALDO SIQUEIRA

TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO • ECONOMIA DIGITAL • esiqueira@telequest.com.br



O que falta ao Brasil para ser competitivo

"O Brasil é hoje o segundo maior produtor mundial de alimentos e em breve será o primeiro. É o único país que reúne as quatro condições essenciais para essa produção: terra, sol, água e tecnologia. Disputa o primeiro lugar na produção de alguns produtos agropecuários, como café, soja, suco de laranja e frangos. É o maior produtor de energia renovável do planeta e líder em exploração de petróleo em águas profundas. Em breve se transformará no quarto maior produtor de petróleo. É o segundo produtor de aço e de minérios. É o terceiro produtor de aeronaves comerciais e de energia hidrelétrica. Em resumo: o Brasil é um país competente. Mas, infelizmente, não é competitivo. E, por isso, não tem blindagem contra a crise internacional."

Eis aí um pequeno retrato do País, nas palavras de Antonio Carlos Gil, presidente da Brasscom, associação setorial de outsourcing, ao falar no Futurecom 2008, em São Paulo, na semana passada. Sua análise é uma boa amostra do clima dominante no Futurecom 2008, marcado pelo fantasma da crise financeira mundial. Como era de se esperar, as discussões extrapolaram largamente a temática de telecomunicações e de tecnolo-

gia da informação.

Para Gil, o Brasil não é competitivo por causa de seus impostos elevados, das carências de seu sistema educacional, da insuficiência de investimentos em pesquisa, da falta de mão-de-obra qualificada, da ineficiência estatal e da precariedade de sua infra-estrutura em estradas, energia, previdência e saúde.

Outra causa da baixa competitividade brasileira decorre dos processos burocráticos ilógicos, como mostrou Maurício Botelho, presidente do Conselho da Embraer, um dos *keynote speakers* do evento: "Em um caso de exportação de aviões ultramodernos brasileiros, as autoridades de fiscalização atrasaram em algumas semanas a liberação das aeronaves porque elas tinham em seu interior um kit de primeiros socorros, que, conforme regulamento em vigor, exigia liberação prévia pela Agência de Vigilância Sanitária (Anvisa)."

QUE CRISE?

O discurso de algumas operadoras de telecomunicações, entretanto, surpreendeu pelo otimismo quanto aos investimentos e à confiança no crescimento setorial em 2009 - em especial na telefonia celular - embo-



CRISE - As discussões durante o evento Futurecom extrapolaram a temática das telecomunicações

ra em níveis um pouco menores do que em 2008.

O presidente da Vivo, Roberto Lima, garantiu que a empresa investirá em 2009 cerca de R\$ 6 bilhões, o que equivale praticamente ao mesmo nível de 2008. João Cox, presidente da Claro, afirmou que as empresas de telecomunicações deverão liderar o crescimento da economia brasileira em 2009. Para ele, "o desafio maior será viabilizar os recursos exigidos pelos investimentos programados".

Na mesma linha de confiança, Luiz Eduardo Falco, presidente da Oi, disse que sua empresa vai investir em infra-estrutura e novos serviços, no ano

que vem, praticamente o mesmo montante investido em 2008, ou seja, R\$ 3,5 bilhões.

VORACIDADE

A grande preocupação de Mario Cesar Araujo, presidente da TIM, está na voracidade fiscal brasileira: "A carga tributária incidente sobre os serviços de telefonia celular - disse ele - é mais de 10 vezes superior ao lucro operacional das operadoras, contribuindo para a baixa rentabilidade do setor. Enquanto o governo arrecada mais de R\$ 15,5 bilhões de impostos por ano sobre a telefonia celular, o lucro do investidor não ultrapassa R\$ 1,4 bilhão."

Recorrendo a números e tabelas comparativas, Mario Cesar Araujo, mostrou que a telefonia celular no Brasil - embora exiba elevadas taxas de expansão e de sucesso no cenário internacional - tem uma das mais baixas taxas de rentabilidade do mundo. Por quê? Em grande parte por causa do excesso de tributos que incidem sobre o valor dos serviços. Em sua visão, é lícito exigir das operadoras novas metas de qualidade, de universalização ou de responsabilidade social, mas sem permitir que o excesso de obrigações comprometa seus resultados. "Se a operadora não tiver rentabilidade, me desculpem, vamos

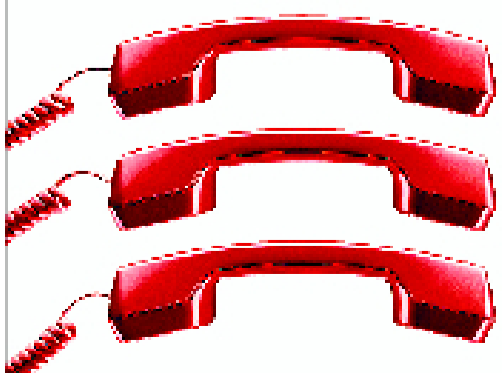
voltar ao Sistema Telebrás, quando o País estava defasado 10 anos porque o Estado não tinha condições de investir."

Na mesma linha de raciocínio, Roberto Lima, presidente da Vivo, disse estar "100% de acordo" com o diagnóstico de Araujo.

O EVENTO

Desde 2003, São Paulo não contava com um evento de telecomunicações de grandes dimensões, capaz de atrair mais de 15 mil profissionais e a maioria dos líderes e especialistas setoriais como o Futurecom. Realizado em Florianópolis e Foz do Iguaçu nos nove anos anteriores, o evento fez sua estréia em São Paulo este ano, com uma feira de 200 expositores e um congresso de elevado nível.

A parte industrial da feira foi dominada pelos avanços tecnológicos das redes sem fio - especialmente WiMax e celular 3G. Entre as prestadoras de serviços de telecomunicações, ganharam destaque as aplicações de tecnologias com protocolo IP, como no caso da Embratel. Numa proposta diferente e original, o presidente da Telefônica, Antonio Carlos Valente, anunciou a entrada da operadora no segmento de serviços de casa digital. ●



TIMFIXO
O telefone fixo da TIM

250 MINUTOS*
R\$ 29,90 / MÊS

TIM
Viver sem fronteiras

*VÁLIDOS PARA LIGAÇÕES LOCAIS FIXO-FIXO. TIM Fixo: 250 minutos em ligações locais para números fixos, válidos por 30 dias, por R\$ 29,90 por mês. Os minutos não utilizados não são cumulativos para o mês seguinte. Com o TIM Fixo, você tem gratuitamente os serviços de identificador de chamadas, conferência, chamada em espera e caixa postal. As ligações para sua caixa postal serão deduzidas da sua franquia de minutos. Para usufruir o serviço TIM Fixo, é fundamental que você cadastre sua área de uso ligando *333 do endereço de habitação. O cadastro da área de uso poderá ser alterado até 4 (quatro) vezes gratuitamente. Para saber mais sobre o seu número fixo da TIM, acesse o site www.tim.com.br