

DATA – 16/03/2007

MÍDIA – Agência do Estado

TEMA - “Sky fecha acordo para pacote de TV, banda larga e telefonia”

ENTREVISTADO – Carlos Parizotto

Sky fecha acordo para pacote de TV, banda larga e telefonia

Por Carolina Freitas e Leonardo Goy

São Paulo e Brasília - Os usuários de televisão por assinatura, internet banda larga e telefones fixo e móvel já podem unir os quatro serviços em um só pacote e ainda ganhar desconto. A proposta de convergência é da Sky, em parceria com as operadoras Brasil Telecom e Oi (antiga Telemar), e passou a valer na quinta-feira (14).

Os primeiros a contar com o serviço são os consumidores atendidos pela Brasil Telecom, em Campo Grande e Brasília, seguidos por Rio de Janeiro e Niterói, área de atuação da Oi. A parceria deve atingir até 50 cidades.

Quem adquirir serviços combinados da Sky e de uma das teles (seja telefonia fixa, móvel ou banda larga), paga de 20% a 42% menos na mensalidade. Segundo o presidente da Sky, Luiz Eduardo Baptista, a economia pode chegar a R\$ 60 por mês. Apesar das facilidades, é preciso prestar atenção ao contrato, pois o prazo de permanência para garantir o desconto varia de 12 a 18 meses.

Novos clientes da TV por assinatura ficam isentos de taxa de adesão e da compra de equipamentos de recepção, que custariam R\$ 239. Quem adquire a internet rápida da Brasil Telecom ou da Oi não precisa pagar pelo modem ADSL. O preço dos pacotes varia de R\$ 99 a R\$ 300.

PARCERIA É PASSO PARA CONVERGÊNCIA TECNOLÓGICA

Para o consultor em telecomunicações Carlos Parizotto, da Cypress Associates, a associação entre TV, telefonia e internet segue uma tendência mundial e demonstra a intenção das empresas do setor de se unir no futuro. A convergência tecnológica - ou seja, diferentes serviços fornecidos por uma só empresa - deve trazer conveniência e economia para o consumidor.

O acordo entre Sky e as teles começa como parceria comercial, uma ação de vendas conjunta, mas pode evoluir. "É um passo concreto e real no sentido da convergência tecnológica, que depende de regulamentação para virar realidade", diz Parizotto, referindo-se às regras da Agência Nacional de Telecomunicações, que impede teles de atuar como TV por assinatura. "O desafio da Anatel é reconhecer que a tecnologia evoluiu e atualizar as leis "

Segundo o especialista, a tecnologia necessária para unir conteúdos já está pronta, em teste por algumas companhias, e facilitaria a vida do consumidor. "Seria possível ter uma conta única para todos os serviços." Parizotto acredita que a integração pode baratear os produtos, já que a empresa passa a contar com maior volume de receitas, vindo de uma grande massa de clientes. "Sem dúvida, a mudança traz muito mais comodidade para o consumidor."

BOXE

COMO FICA A ASSINATURA DE SKY E DIRECTV DEPOIS DA FUSÃO

Por Carolina Freitas

Depois da fusão com a DirecTV, há sete meses, a Sky tornou-se a 2ª maior operadora de TV digital em número de assinantes. O universo de 1,4 milhão de clientes representa um terço do mercado de televisão paga no País. Para os antigos assinantes que querem apenas manter a programação, pouca coisa muda. Novos clientes, entretanto, têm descontos para adquirir o serviço.

Quem assinava DirecTV não precisa desembolsar qualquer centavo a mais se quiser manter a programação. Mesmo quem decidir migrar para a Sky, adquirindo outros combinados de canais, vai contar com preços promocionais.

Para novos clientes, o modelo de negócios herdado da DirecTV dispensa a compra do equipamento de recepção. O conjunto com decodificador, controle remoto e miniantena parabólica passou a ser entregue aos assinantes em comodato, sistema semelhante a um empréstimo, sem custos.

A Sky oferece dois pacotes, o Digital 2007, com 142 canais, por R\$ 84,90 mensais e o Digital Plus 2007, com 166 canais, por R\$ 99,90. O assinante pode incrementar a programação do Digital Plus com combinações de canais direcionados para cinema, futebol família e adulto.

O preço dos combos varia de R\$ 129,90 a R\$ 159,90. Quem quiser o Combo Total paga R\$ 199,90 e assiste a programação de todos os combos, exceto Playboy e Sexy Hot. O conteúdo adulto pode ser acessado a partir da compra de até quatro opções de canais, por preços entre R\$ 16,90 e R\$ 37,90.

O cliente dispõe ainda de pacotes opcionais, de filmes e esportes, além de programação internacional, como o canal japonês NHK e os europeus Deutsche Welle, RAI International, SIC International, TV5 Monde e TVE. Há também nove alternativas de pay-per-view, programação vendida por evento.

Todos os valores são reajustados de acordo com o Índice Geral de Preços do Mercado (IGPM), anualmente, na data de aniversário da entrada do cliente.

NOME E CORES BUSCAM ATRAIR PÚBLICO JOVEM

A escolha do nome curto e das cores vermelha e prata para representar a empresa reflete uma estratégia de aproximação com o público jovem. O nome Sky foi anunciado em fevereiro para representar a união. "Uma pesquisa constatou que as pessoas mais novas e ligadas à inovação e tecnologia se identificam mais com o nome escolhido", diz o presidente da Sky, Luiz Eduardo Baptista.

A nova identidade visual, desenvolvida pela agência de comunicação Giovanni + DraftFCB, usa cores fortes, para diferenciar o produto da concorrente Net, que adota o azul. "O vermelho torna a marca mais quente, jovem e próxima do público", afirma o executivo.

Iniciado em outubro de 2004, quando sócios das duas empresas anunciaram os planos de se unir, o processo de fusão aguarda a aprovação do Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade).