

Estudo de caso



CLEC NORTE AMERICANA ANALISANDO A VIABILIDADE DE OFERECER SERVIÇOS DE VOZ

Este caso envolve um provedor de serviços de telecomunicações americano com mais de quatrocentos pontos de presença nos EUA. Provendo serviços de HDSL e ADSL, a empresa tinha uma rede ATM conectando seus pontos de presença (POPs) e uma completa infra-estrutura de *routers* e DSLAMs. Quase todos os POPs eram localizados dentro dos centros de fios das operadoras de telefonia fixa (CO –*central offices*) em regime de co-locação, usando os pares de fios das operadoras para conectar os usuários aos DSLAMs. Os circuitos entre os pontos de presença (POPs) eram providos por três *carriers*: MCI/WorldCom, AT&T e Qwest.

Os fatores que geraram a necessidade do projeto

Nosso provedor de serviços era incapaz de oferecer serviços de voz. Deste modo, cada vez que um novo usuário decidia usar os serviços de acesso à Internet via ADSL tornava-se necessário pedir a operadora de telefonia local (ILEC) um segundo par de fios para implementar o serviço. Isto acontecia, porque embora a tecnologia ADSL em tese permitisse o transporte de voz e de dados o cliente estaria comprando apenas o serviço de dados e deste modo continuaria a precisar de um par para levar voz.

O problema era que a operadora de telefonia local (ILEC) nunca estava muito ansiosa para prover este segundo par, dado que ela tinha seu próprio serviço ADSL. Conseqüentemente, eles usualmente atrasavam a instalação do segundo par até o limite legal (FCC *regulations*) e neste meio tempo visitavam o cliente e mostravam que haveria grandes benefícios em se ter ambos os serviços (voz e dados) de um mesmo provedor. A maioria dos usuários preferia ter ambos os serviços cobrados em uma mesma conta.

Estes fatos estavam prejudicando a capacidade de nossa empresa de aumentar sua participação no mercado. Para tornar as coisas ainda piores, a CLEC (nossa empresa) tinha que pagar o equivalente a três meses do valor cobrado do cliente mensalmente a título de “taxa de instalação” para que a ILEC instalasse o segundo par de fios.

Conseqüentemente, se o provedor de serviço pudesse prover acesso de voz, isto proporcionaria melhoria no tempo de instalação, reduzir-se-iam os custos e tornaria possível prover apenas uma conta ao cliente. Tudo isto, além de diminuir a capacidade da ILEC de prejudicá-la junto aos potenciais clientes. Além disso, a empresa sabia que existia alguma folga nas bandas de sua rede ATM que permitira transportar voz sem custo adicional.

Em um primeiro momento, a empresa não estava nem mesmo cogitando transportar voz através de sua própria rede ATM. A idéia básica era maximizar o uso do par e mandar a chamada de volta para a rede da ILEC no CO. Depois de verificar que o custo de prover o acesso não seria muito menor do que prover a solução completa e vendo as possibilidades de receita eles decidiram implementar ambas as questões (acesso e transporte).

WANOPT

Condomínio Centro Empresarial Raja Gabaglia - Av. Raja Gabaglia 1011 - Sala 504B
Belo Horizonte - Minas Gerais - 30380-090 - Brasil
Tel: +55 31 3296 3474 - Fax: +55 31 3292 0490
E-mail: wanopt@wanopt.com

www.wanopt.com

Estudo de caso



Os resultados

Nós criamos um modelo onde o provedor de serviço podia analisar a correlação entre a porcentagem dos clientes usando voz e o custo para prover este serviço. O modelo mostrou que a empresa tinha que conseguir pelo menos 2% de todos os clientes de seus POPs para tornar o serviço de voz viável. Esta tarefa era relativamente difícil dado que a participação de mercado da empresa era em média exatamente 2% (um pouco mais na costa leste e um pouco menos na costa oeste). Deste modo, isto equivale a dizer que a implementação do serviço de voz só seria viável se 100% dos atuais clientes fossem convencidos a migrar seus serviços de voz da ILEC para a empresa. Se mais de 2% (clientes atuais) dos clientes e todos os novos clientes adotem ambos os serviços de nossa provedora a curva de custo se manterá abaixo da curva de receita. A curva de custos oscila em degraus de 25.000 usuários. Isto significa que a cada 25.000 usuários há um pico de lucratividade.

O fato de que a empresa não podia implementar a infra-estrutura em partes criou um problema adicional. Se ela o fizesse, a rede seria incapaz de suportar algumas das chamadas (obrigando o uso de rede de terceiros) e conseqüentemente a maior parte da receita não seria atingível anulando os benefícios de uma implementação gradual.

Outra conclusão interessante foi que embora houvesse a possibilidade de maximizar sua existente rede ATM, a atual estrutura seria capaz de suportar menos de 10% do tráfego adicional a ser gerado pelos usuários pelos usuários (2%). Deste modo, se apenas 10% de seus atuais clientes (0.2% do total) decidissem usar seus serviços de voz a capacidade ociosa da atual rede ATM seria absorvida.

Isto não significa que a configuração seria lucrativa (0.2% de todos os usuários). Pois a despeito do fato de que nestas circunstâncias não haveria a necessidade de se aumentar as bandas disponíveis, ainda haveria a necessidade de se construir um caro aparato (class five switches, SS7 integration, voice management, billing, etc.).

WANOPT

Condomínio Centro Empresarial Raja Gabaglia - Av. Raja Gabaglia 1011 - Sala 504B
Belo Horizonte - Minas Gerais - 30380-090 - Brasil
Tel: +55 31 3296 3474 - Fax: +55 31 3292 0490
E-mail: wanopt@wanopt.com

www.wanopt.com