



**SAIBA COMO O MERCADO
DE TV POR ASSINATURA
UTILIZA MODELOS DE
GEOMARKETING**

O mercado de TV por assinatura já está próximo de atingir 20 milhões de assinantes no Brasil, sendo que desses, 7 milhões estão apenas no estado de São Paulo, segundo dados fornecidos pela Anatel (Agência Nacional de Telecomunicações).

Entre os principais grupos com o maior número de clientes, estão a Telmex (Claro / Embratel / Net), com 10,2 milhões de assinantes e a Sky em segundo, com 5,6 milhões. Em terceiro está a Oi com 1,2 milhão, seguida pela GVT e Telefônica, com respectivamente, 916 mil e 780 mil clientes.



Para qualquer uma dessas empresas, uma análise precisa e ampla do potencial do mercado é essencial para planejar corretamente os investimentos necessários na expansão da oferta do serviço, visando evitar a tomada de riscos desnecessários. Este cuidado, naturalmente, deverá ser ainda maior em tempos de contenção econômica, uma vez que nestes períodos a indústria tende a experimentar quedas no consumo do serviço, além de aumentos na inadimplência.

Recentemente, inclusive, o presidente da ABTA (Associação Brasileira de Televisão por Assinatura) foi obrigado a admitir que a inadimplência chegou ao mercado de TV por assinatura e muitas contas estão sendo desligadas por falta de pagamento.

Os estudos de geomarketing são particularmente úteis para esta indústria, uma vez que existe uma correlação bastante óbvia entre a localização residencial do consumidor e seu comportamento efetivo ou potencial de consumo.

Identificação da necessidade da empresa

Neste whitepaper, apresentamos um case desenvolvido pela Cognatis, em que a aplicação de estudos geomercadológicos, associados a técnicas estatísticas e demográficas, foram instrumentais para apoiar uma empresa do setor a estimar o retorno dos investimentos em cabeamento de novas áreas para expansão da oferta.

À época, a empresa em questão oferecia apenas serviços de TV por assinatura, através de tecnologia de cabeamento físico. Neste caso, a expansão da área de cobertura do serviço requer a expansão da rede de cabeamento, implicando investimentos altos e de longo prazo.



Metodologia utilizada na resolução

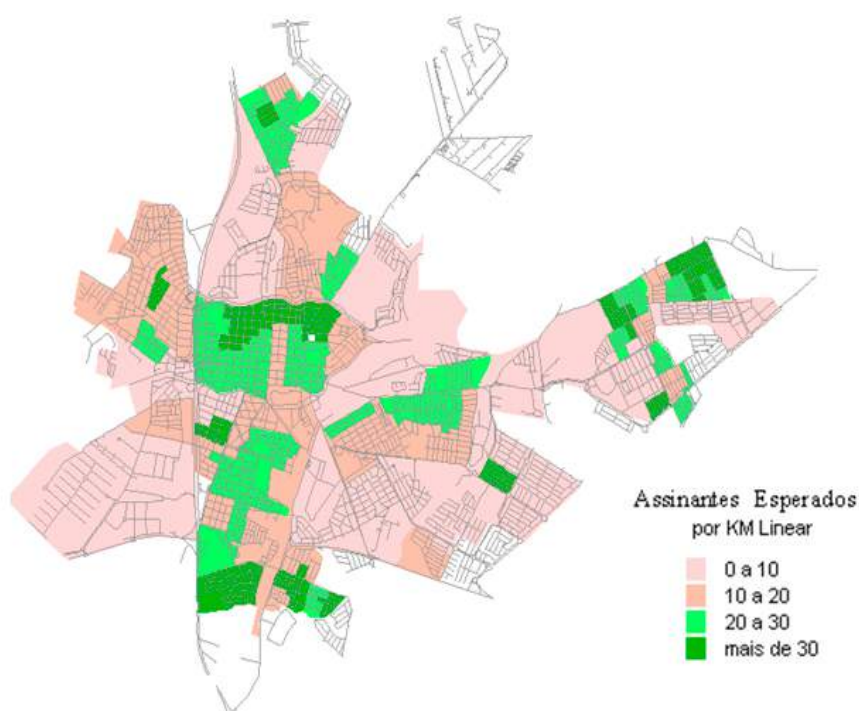
Naturalmente, o primeiro passo para a justificativa de tais investimentos consiste em estimar o consumo potencial das novas áreas de interesse, o que implica em estudar as características demográficas e socioeconômicas de suas populações, além de fatores mercadológicos tais quais a existência de ofertas concorrentes.

A fim de endereçar esta questão, a Cognatis desenvolveu um modelo de previsão de demanda baseado no desempenho passado das áreas em que a empresa já fornecia seu serviço. Desta forma, ao invés de usar hipóteses subjetivas sobre como fatores populacionais e mercadológicos se relacionam com o comportamento de consumo, foi possível usar dados objetivos e específicos do próprio negócio.

Foi criado, portanto, um modelo preditivo de potencial de consumo com base em dados cadastrais e transacionais da organização, aliados a dados geomercadológicos, que possibilitou estimar o consumo potencial de qualquer região ou área intra-urbana, como bairros e até mesmo áreas postais (referentes aos CEPs) em alguns casos.

Esta etapa possibilitou o mapeamento deste potencial de consumo em áreas de interesse, e conseqüentemente, a identificação das áreas com características ideais para posicionar novos amplificadores – que são equipamentos necessários para reproduzir e oferecer o sinal de TV.

Indicação das regiões onde o potencial de consumo justifica o investimento:



Avaliação do Investimento

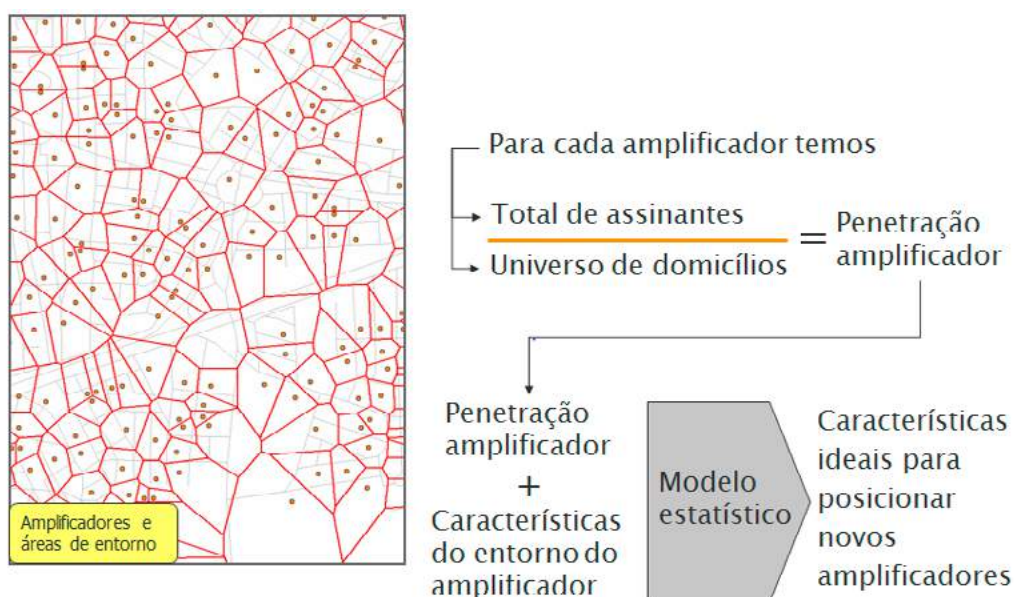
A decisão de investir ou não, porém, depende de outras variantes além do potencial de consumo. Em particular, para que seja possível avaliar o retorno do investimento com maior segurança, deve-se levar em consideração a complexidade e extensão da rede a ser implantada. A ideia é bastante simples de fato. O nível de investimento necessário dependerá, dentre outras coisas, da quantidade de quilômetros lineares de cabeamento necessários para atender a demanda em questão. Quanto mais quilômetros lineares existentes em uma região, maior será o volume de investimento. Por isso, não basta saber qual será o volume de consumo daquela região. É necessário comparar esta demanda potencial com o volume mínimo de investimento necessário para atendê-la.

Para endereçar este fator “custo” da decisão, a Cognatis utilizou uma estimativa do investimento esperado por quilômetro linear expandido, desenvolvida com a ajuda dos técnicos da empresa cliente. Usando então modelos de geoprocessamento, foi possível estimar, para cada trecho viário (ou seja, para cada quilômetro linear), o retorno do investimento baseado na expectativa de consumo naquele trecho. Foi desenvolvido então um mapeamento completo do “retorno” do investimento por trecho novo, que já considerava as receitas esperadas (consumo esperado já descontado o efeito da concorrência) bem como o investimento necessário para oferecer o serviço àquele trecho.



Resultados

Uma outra característica particular desta indústria e tecnologia é que, como mencionado antes, é necessário, além de expandir a rede de cabeamento, instalar amplificadores em pontos estratégicos da região. A cobertura destes amplificadores, ainda que possa variar um pouco dependendo de relevo e outras características topográficas, tende a respeitar limitações geográficas predefinidas. Por isso, o estudo da Cognatis dividiu o território estudado em “áreas de amplificadores”, facilitando o cálculo de retorno do investimento e o entendimento e aplicação dos resultados.



Para esta empresa, esta metodologia possibilitou um aumento em até 167% no retorno dos investimentos planejados para ampliar os serviços na região. Confira os resultados:

Total Cabeado ("Real") vs Indicado pelo modelo				
Município	Km lineares cabeados	Km lineares com retorno	% Retorno	Ganho
Cidade 1	114	43	37%	167%
Cidade 2	208	80	38%	84%
Cidade 3	163	49	30%	82%
Cidade 4	674	516	76%	24%
Cidade N	255	191	75%	17%
Total cabeado	1.415	878	62%	33%
Total modelo	981	853	87%	



Quer saber mais sobre geomarketing e como ele pode ajudar o seu negócio?

Acesse o site da **Cognatis** e conheça nossas soluções:

www.cognatis.com.br



Siga também a Cognatis no [LinkedIn](#) e [Facebook](#)