

O IMPACTO NAS RECEITAS DA TELEFÔNICA BRASIL S.A. COM A COMPRA DO WHATSAPP PELO FACEBOOK

THE IMPACT ON TELEFONICA BRAZIL S.A. REVENUE FROM WHATSAPP'S PURCHASE ON THE FACEBOOK

EL IMPACTO EN LOS INGRESOS DE LA TELEFÓNICA BRASIL S.A. CON LA COMPRA DEL WHATSAPP POR EL FACEBOOK

Valdenes Rodrigues de Rezende¹

Nadielli Maria dos Santos Galvão²

Dionei de Souza Lessa³

154

Resumo: Este trabalho buscou verificar como o WhatsApp interferiu nas receitas auferidas pela Telefônica Brasil S.A entre 2010 e 2017. O presente estudo, de caráter descritivo, apresentou o aplicativo supracitado e a empresa em questão através de pesquisa documental e análise dos demonstrativos contábeis, utilizando o teste *t-student* para averiguar se houve mudanças estatisticamente significativas nas variáveis estudadas. Constatou-se que a partir de 2014, ocorreram fortes crescimentos nas receitas com serviços e dados digitais e internet, como também variações negativas nas receitas com SMS, pressupondo-se haver uma migração na forma de se comunicar entre os usuários pelo celular através de mensagens.

Palavras-chaves: Facebook. Receitas. Telecomunicações. WhatsApp.

¹ Bacharelando em Ciências Contábeis. Universidade Federal de Sergipe. valdenes17@gmail.com

² Mestra em Ciências Contábeis. Professora da Universidade Federal de Sergipe. Membro acadêmico da Academia Sergipana de Ciências Contábeis. profa.nadielligalvao@gmail.com

³ Mestra em Ciências Contábeis. Professora da Universidade Federal de Sergipe. dioneilessa@hotmail.com

Abstract: This work looked to verify how WhatsApp interfered in revenues earned by Telefônica Brasil SA between 2010 and 2017. The present study, with a descriptive character, presented the application above mentioned and the company in question through documentary research and analysis of the financial statements, using the test t-student to determine whether there were statistically significant changes in the variables studied. It was verified that as from 2014, there were strong growths in revenues with digital services and data and internet, as well as negative variations in SMS revenues, presupposing a migration in the way of communicating between users through the cell phone through messages.

Key-words: Facebook. Revenues. Telecommunications. WhatsApp.

Resumen: Este trabajo buscó verificar cómo el WhatsApp interfirió en los ingresos obtenidos por Telefónica Brasil SA entre 2010 y 2017. El presente estudio, de carácter descriptivo, presentó la aplicación ya mencionado y la empresa en cuestión a través de investigación documental y análisis de los estados contables, utilizando el test t-student para determinar si había cambios estadísticamente significativos en las variables estudiadas. Se constató que a partir de 2014, se produjeron fuertes crecimientos en los ingresos con servicios y datos digitales e internet, así como variaciones negativas en los ingresos con SMS, presuponiendo una migración en la forma de comunicarse entre los usuarios por el móvil a través de mensajes.

Palabras clave: Facebook. Ingresos. Telecomunicaciones. WhatsApp.

INTRODUÇÃO

O WhatsApp é uma das maiores e mais utilizadas redes sociais da atualidade, tendo atingido mais de 1 bilhão de downloads nas lojas virtuais de aplicativos em fevereiro de 2016. Criado em 2009 pelos empresários Jan Koum e Brian Acton, no Vale do Silício, o WhatsApp já faz parte hoje do seleto grupo dos aplicativos mais populares do mundo. Foi comprado pelo Facebook pela cifra de 19 bilhões de dólares, conforme publicado pela empresa em comunicado oficial (Coutinho, 2014). A justificativa de tal valor foi de que o serviço de mensagens chegaria a 1 bilhão de usuários e se tornaria essencial para uma considerável parcela da população mundial (Oglobo, 2016).

Desde que foi adquirido pelo Facebook, o número de pessoas que utiliza o WhatsApp mais que dobrou (G1, 2016), o número de mensagens supera os 30 bilhões por dia (Exame, 2014). Segundo a Revista Exame (2016), o Brasil é o segundo país com o maior número percentual de usuários de linhas móveis que utilizam o WhatsApp regularmente (76%), ficando atrás apenas da África do Sul (82%). Depois da sua aquisição, o aplicativo tornou-se completamente gratuito (pois era cobrada uma taxa de US\$ 0,99 por ano); a gama de ferramentas disponíveis também cresceu, é possível enviar mensagens, mandar áudios, fotos e vídeos, além das chamadas de voz e vídeochamadas.

A necessidade de ter a informação cada vez mais rápida e a facilidade de comunicar-se que o WhatsApp proporciona, contribuiu para o crescimento exponencial e constante do aplicativo. O WhatsApp funciona como um aplicativo de mensagens instantâneas, que opera por conexão à internet, tanto Wi-fi como redes digitais móveis 3G e 4G, e que, diferentemente do SMS, possui custo zero de envio (Coutinho, 2014).

Consequentemente, houve crescimento no número de assinaturas de planos pós-pagos no Brasil, segundo dados da Anatel (2018), nos últimos doze meses houve um aumento de 10,1 milhões (+12,63%) no número de linhas pós-pagas no Brasil. A operadora de telefonia móvel VIVO, que pertence a Telefônica Brasil S.A. (VIVT3/VIVT4), atualmente é a operadora com o maior número de redes ativas, são

aproximadamente 75,1 milhões de linhas (Anatel, 2018). Esta empresa viu sua receita líquida evoluir de R\$31,47 bilhões em 2010 para R\$43,2 bilhões no último demonstrativo anual, divulgado em 2017.

Diante do exposto, surge o seguinte questionamento: **Qual o impacto que a compra do WhatsApp pelo Facebook, que ensejou o crescimento do aplicativo, trouxe na receita da empresa Telefônica Brasil S.A.?** Neste sentido, o objetivo da pesquisa é verificar como a receita da empresa vem mudando ao longo dos anos, após a compra WhatsApp pelo Facebook, pois tal evento motivou um crescimento do aplicativo. Neste caso, o presente artigo irá investigar se além dos valores das receitas, houve alteração também no tipo de arrecadação, ou seja, se a modalidade de ingresso de recursos foi alterada dentro do espaço temporal investigado que será entre os anos de 2010 a 2017. O ano de 2010 foi escolhido como inicial pois foi o ano seguinte ao surgimento da ferramenta tecnológica em questão, bem como foi o ano que entrou em vigor as normas internacionais de contabilidade no Brasil, fornecendo assim um demonstrativo contábil padronizado e alinhado com as normas vigentes. O ano de 2017 foi escolhido como final pois foi o último em que a empresa havia apresentado demonstrativos contábeis até o momento da pesquisa. Ressalta-se um corte no ano de 2014, pois foi este o ano da compra do WhatsApp pelo Facebook.

O WhatsApp vem ganhando cada vez mais espaço no meio corporativo, e, para Coimbra *et. al* (2016) existem muitas vantagens que o WhatsApp proporciona para uma comunicação rápida e eficaz, sendo elas, atendimento a qualquer hora, troca de informações entre setores da empresa e até mesmo entre consumidores e clientes. Devido a rapidez na comunicação que o WhatsApp proporciona, este tem se tornado um dos meios de comunicação comumente utilizado em algumas empresas, pois dissemina a informação mais rapidamente entre os usuários por meios dos grupos, tornando o processo de comunicação mais eficaz.

A relevância deste estudo para o meio acadêmico se dá pelo fato de que o WhatsApp está presente em significativa parcela dos dispositivos móveis. Apesar disso, ainda não se encontram muitos estudos a respeito deste tema na área contábil. O

WhatsApp tornou-se uma rede social de grande importância não só no meio social, mas também no mundo corporativo e suas finanças. Diante de tais apontamentos, este trabalho poderá auxiliar diversos grupos organizacionais a perceberem como eventos ocorridos na sociedade e no meio tecnológico podem impactar sua realidade financeira e econômica.

Este estudo está subdividido em cinco seções, sendo esta a primeira, denominada introdução, na qual estão sendo apresentados os objetivos, justificativa e contextualização do problema. Em seguida, explora-se a revisão de literatura, onde serão discutidos pontos que ajudarão na compreensão do trabalho. A terceira seção é a metodologia, a qual demonstrará os procedimentos realizados para o alcance do objetivo proposto. Na quarta seção serão apresentados os resultados da pesquisa. Por fim, na quinta e última seção destacam-se as conclusões, limitações do presente trabalho, bem como sugestão para futuras pesquisas.

REVISÃO DE LITERATURA

O SETOR DE TELECOMUNICAÇÕES NO BRASIL

158

A Telebrasil (2017) define o setor de telecomunicações como “setor da economia que engloba os serviços de telecomunicações, serviços de valor agregado e produtos utilizados para a prestação destes serviços. Ainda segundo a Telebrasil (2017, pág. 5), “a prestação dos serviços de telecomunicações é feita por agentes (operadoras) que detenham concessão, permissão ou autorização para a prestação do serviço”. De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2015), as telecomunicações estão inseridas no Setor de Tecnologia de Informação e Comunicação (TIC). Ainda de acordo com o estudo do IBGE (2015) compõem os serviços de telecomunicação: Telefonia Fixa, Telefonia Celular, SME (Trunking), Telecomunicações por Satélites, provedores de Acesso à Internet, transmissão e recepção de sinais de TV e Rádio, serviços de instalação e outros. Devido este trabalho ser voltado para uma rede social presente principalmente nos dispositivos móveis, daremos enfoque à telefonia celular (móvel).

O Sistema Brasileiro de Telecomunicações S.A. surgiu na década de 1970 e até a década de 1990 foi responsável pela prestação de todos os serviços de telecomunicações (CONSIDERA *et. al*, 2002). Em 1997 foi publicada a Lei Geral das Telecomunicações, a qual criou uma agência nacional reguladora (Anatel). No ano seguinte, teve início o processo de privatização do setor de telecomunicações brasileiro, a qual segundo foi fortemente marcada pela entrada de investimentos estrangeiros e a abertura comercial do setor, “o que provocou uma baixa nos preços dos equipamentos necessários para a expansão da rede de telefonia” (Costa, 2008, pág. 16).

Dentre as atividades do setor de serviços, as empresas de telecomunicações, apesar de terem perdido participação, saindo de 18,9% em 2007 para 11,3% em 2015, mantiveram o primeiro lugar na geração da receita operacional líquida do total da Pesquisa Anual de Serviços – PAS 2015 (Ibge, 2017, pág. 3). Ainda de acordo com esta pesquisa, podemos destacar alguns pontos importantes sobre o setor de telecomunicações:

- Possui 7494 empresas;
- R\$ 162 bilhões em receita líquida;
- R\$ 72,2 bilhões em valor adicionado bruto;
- Emprega 194.765 pessoas;
- R\$ 9,880 bilhões em salários, retiradas e outras remunerações.

Desde a privatização do Sistema Telebrás, em 1998, o setor privado de telecomunicações investiu mais de R\$ 416 bilhões, dos quais, R\$28 bilhões somente no ano de 2016. Estes investimentos que levaram o Brasil a ter a quinta maior infraestrutura de telecomunicações do mundo (Telebrasil, 2017).

Compreendendo, então, o que é este setor e sua importância na economia, tal como explanado neste tópico, segue-se agora para uma compreensão do que são as receitas dentro de uma empresa, sua importância para as organizações, verificando tal temática no universo das empresas de telecomunicações.

GERAÇÃO DE RECEITAS

De acordo com o Pronunciamento Contábil – CPC 00 (R1) – Estrutura Conceitual para Elaboração e Divulgação de Relatório Contábil-Financeiro:

As receitas são aumentos nos benefícios econômicos durante o período contábil, sob a forma de entrada de recursos ou do aumento de ativos ou diminuição de passivos, que resultam em aumentos do patrimônio líquido, e que não estejam relacionados com a contribuição dos detentores dos instrumentos patrimoniais (CPC 00[R1], 2011, p. 27).

A Demonstração do Resultado (DR) é um dos relatórios financeiros de apresentação obrigatória para as empresas, a qual evidencia a performance da entidade em um dado período de tempo, geralmente apresentada mensal, trimestral ou anualmente. Ferrari (2014) apresenta a DR como a demonstração contábil que evidencia a apuração do lucro ou prejuízo líquido de uma empresa referente a dado período, sendo que neste demonstrativo evidenciamos as receitas da organização.

O Art. 187 da lei nº 6.404/76 apresenta dois tipos de receitas (bruta e líquida), porém o Pronunciamento Contábil - CPC 26 (R1) – Apresentação das Demonstrações Contábeis apresenta apenas um tipo de ingresso sem haver diferenciação. Vale destacar que o §5º do Art. 177 da lei 6404/76, observa que as demonstrações financeiras (que inclui a DR) deverão ser elaboradas em consonância com os padrões internacionais de contabilidade.

Para que haja registro contábil da receita, se faz necessário informações relacionadas ao reconhecimento (quando) e a mensuração (quanto), e que ocorra a transferência dos benefícios e riscos de propriedade para o comprador, comumente “coincide com a transferência da titularidade legal ou transferência de posse do ativo para o comprador” (Martins *et al*, 2013), ou seja, na entrega do produto ou realização do serviço. O Pronunciamento Contábil – CPC 30 – Receitas evidencia que “a receita deve ser mensurada pelo valor justo da contraprestação recebida ou a receber”. Isso significa que numa venda a prazo fora dos prazos considerados normais no negócio (geralmente mensuradas no realizável a longo prazo), onde há juros embutidos no montante a receber,

o valor justo da transação geralmente é menor que seu valor nominal, uma vez que os juros não fazem parte do valor justo (Martins *et al*, 2013).

A receita é o principal elemento para medir a performance de uma organização, pois sem receitas, independentemente de sua modalidade (vendas, serviços ou ganhos), a empresa não possui meios para ter continuidade. Porém, para que a empresa possua boa saúde financeira é importante “manter registros básicos e acompanhar de perto os custos” A saúde financeira é o gerenciamento e controle das receitas e despesas (incluindo custos) que determinará o lucro (prejuízo) da organização. É importante que o gestor mantenha controle financeiro da empresa, descobrindo como e onde tem gastado o dinheiro. (Moschella e Vidotto, 2013).

As receitas do setor de telecomunicações se dividem em três grupos maiores: Serviços de Telecomunicações por fio, Serviços de Telecomunicações sem fio e Outros Serviços (Teleco, 2018). As receitas dos Serviços de Telecomunicações por fio derivam das chamadas locais, interurbanas ou internacionais, chamadas geradas em telefones públicos, serviços 0800, acesso de internet banda larga e outros. Já as receitas dos Serviços de Telecomunicações sem fio podem ser geradas dos serviços de telefonia celular pré/pós-pagos, wireless internet, roaming, venda de aparelhos celulares, envios de mensagens (voice-mail, short-message, etc.). Além destas, as empresas podem apresentar outras receitas a depender dos serviços específicos que estas oferecem, sendo supracitadas comuns à todas as organizações deste setor (Telebrasil, 2012).

ESTUDOS ANTERIORES

Em pesquisa na plataforma CAPES foram encontrados artigos que discutissem a seguinte temática: gestão e finanças do setor de telecomunicações; as redes sociais e as empresas; impactos de eventos nas finanças das organizações. Quanto à primeira temática, foram encontrados os estudos de Vendruscolo e Alves (2008); Moreira *et al*. (2014). Neste sentido, Vendruscolo e Alves (2008) verificaram em que região da função de custo total do setor, as empresas de telecomunicações estão operando, com o intuito de analisar os ganhos de escala do setor por meio da análise das curvas de custo. Com

isso, observou-se que a maioria das operadoras se localizava na curva de custo médio estimada para o setor, produzindo em média a quantidade de 2,78 milhões de clientes.

Por outro lado, Moreira *et al* (2014) buscaram avaliar se existe diferença significativa entre o EBITDA e o Fluxo de Caixa Operacional (FCO) das empresas do setor de telecomunicações no período de 2010 a 2011, assim, verificou-se que o EBITDA e o FCO não apresentam a mesma informação, pois enquanto o FCO mede a saúde financeira da empresa, o EBITDA favorece a imagem da empresa, pois tende a ser superior.

É possível perceber que estes trabalhos diferem do objetivo do presente estudo, sendo assim, destacada a relevância do trabalho como complementação à literatura existente no contexto nacional.

No que tange ao segundo tema investigado na plataforma CAPES para dar subsídio literário a este artigo, ou seja, o uso das redes sociais e o impacto nas organizações, encontraram-se os estudos de Junqueira Filho *et al* (2014), Arruda *et al.* (2015), Arruda, Girão e Lucena (2015) e Mota e Pinto (2016). No estudo de Junqueira Filho *et al.* (2014) foi analisado a forma como três empresas de diferentes ramos da cidade de Volta Redonda (RJ) utilizam as redes sociais, bem como seus benefícios, o qual constatou que a rede social mais utilizada por essas empresas é o Facebook, tendo como principal objetivo a divulgação de promoções, informações e programações.

Arruda *et al.* (2015) verificaram se a utilização das redes sociais (Wikipédia, Youtube e Facebook) reduzem a assimetria de informação existente entre as empresas e investidores, onde não foram encontradas diferenças significativas nos erros de previsão dos analistas entre os grupos das empresas que usam ou não usam as redes sociais.

Ainda neste tema, Arruda, Girão e Lucena (2015) buscaram verificar a relação da divulgação de informações nas redes sociais com o grau de assimetria informacional e o preço das ações das empresas listadas na BM&FBOVESPA. Os resultados apontam que das hipóteses testadas, ambas foram rejeitadas de forma geral pelas companhias brasileiras, com exceção do Facebook. Em relação à assimetria informacional entre

empresas e investidores esta é reduzida mediante a utilização de redes sociais e se as informações postadas nas redes sociais afetam o valor de mercado das empresas.

Por fim, Mota e Pinto (2016) analisaram se através da divulgação nas suas contas oficiais do Twitter, empresas com níveis diferenciados de governança corporativa listadas na BOVESPA, relativamente aquelas nos níveis tradicionais, possuem níveis melhores de *Disclosure* voluntário. De acordo com os autores, existe uma relação significativa e negativa entre o *Disclosure* voluntário no Twitter e a governança corporativa. Ainda segundo os mesmos, o Twitter é utilizado pelas empresas para outras finalidades, principalmente de caráter publicitário.

Quanto à última temática, ou seja, o impacto que eventos podem causar nos aspectos econômicos e financeiros das organizações, constatou-se a existência dos estudos de Oliveira, Lustosa e Sales (2007), Mendonça *et al.* (2008), Silva (2009) e Costa, Parente e Camelo (2011). No caso do trabalho de Oliveira, Lustosa e Sales (2007) foi verificado se a privatização trouxe modificação na eficiência produtiva da Companhia Vale do Rio Doce. Os resultados apontaram que após o processo de privatização ocorreram melhorias na organização, aumentando seu desempenho de produção.

163

Já no estudo de Mendonça *et al.* (2008) foi questionado se as empresas brasileiras que possuem ADRs emitidas antes de 2002 aumentaram a qualidade do lucro contábil de suas demonstrações financeiras depois da lei SOX. Os resultados, utilizando-se os modelos de BS (2005) quanto ao impacto devido à emissão de ADR, não foram significativos, indicando que não há indícios de alteração nessas características do lucro após a implementação da SOX. Há indícios de que o aumento no conservadorismo contábil a partir de 2002, talvez não ocorreu pelo impacto da SOX e, sim, por outros motivos econômicos do mercado brasileiro no período de 2002 a 2006.

Silva (2009) investigou se os estados brasileiros, a exemplo do que aconteceu com o Governo Federal, tiveram suas receitas afetadas pela crise e de que forma elas repercutiram nas metas de resultado primário previstas nos anexos de metas fiscais desses estados. A pesquisa apontou que as metas de resultado primário não foram afetadas negativamente pela recente crise econômica. Mesmo com uma arrecadação abaixo da

prevista, as metas de resultado primário não foram afetadas, pelo menos em relação ao resultado primário nos termos da LRF.

Por último, Costa, Parente e Camelo (2011) apresentaram como o processo de internacionalização gera impactos nas finanças, utilizando como principal indicador a margem de contribuição operacional, de uma empresa de pescados localizada no Rio Grande do Norte. Nos resultados, observou-se que as operações comerciais, em âmbito internacional, podem ser bastante lucrativas. A empresa poderia se capitalizar utilizando praticamente os mesmos índices produtivos.

METODOLOGIA

Esta pesquisa tem caráter descritivo, pois expõe as características de determinada empresa dentro de um período de análise. Quanto ao seu meio de realização trata-se de uma pesquisa documental, tendo como base os demonstrativos contábeis da organização em questão (Vergara, 2007).

O estudo foi realizado com os dados da empresa Telefônica Brasil S.A., a qual foi escolhida por ter o maior número de linhas ativas no Brasil. O período em análise foi entre os anos de 2010 e 2017, pois foi a partir de 2010 que entrou em vigência as normas de contabilidade internacional no Brasil, sendo também o ano seguinte a criação do WhatsApp. Além disso, 2017 foi escolhido como limite temporal da pesquisa devido ser o ano em que se tem os últimos demonstrativos anuais disponíveis.

Os dados da pesquisa serão suas receitas líquidas, as quais são apresentadas de forma sintética na Demonstração do Resultado, e de forma analítica nas Notas Explicativas. Tais informações são encontradas no sítio eletrônico da própria empresa⁴. Estas receitas serão tabuladas no Excel® e será calculada a média aritmética da receita total e de cada uma das receitas divulgadas pela empresa. Será realizada também a análise horizontal a fim de verificar o crescimento ou decréscimo do faturamento da instituição.

⁴ Disponível em: < http://ri.telefonica.com.br/pt/Info_Mercado/Balancos_Publicados.aspx>

Como já foi mencionado anteriormente, no ano de 2014 o Facebook comprou o WhatsApp, dessa forma será investigado se tal evento impactou as receitas da entidade em questão. Para tal, foi utilizado o teste t-student, que permite verificar diferenças entre as médias (Field, 2009). Nesse caso, se a diferença na média de receitas antes de 2014 e a partir do ano supracitado for estatisticamente significativa será possível inferir que o crescimento do WhatsApp influenciou a arrecadação da organização estudada. O teste foi realizado seguindo os moldes do estudo de Oliveira, Lustosa e Sales (2007), avaliando-se a diferença entre as médias em apenas uma empresa entre dois períodos distintos.

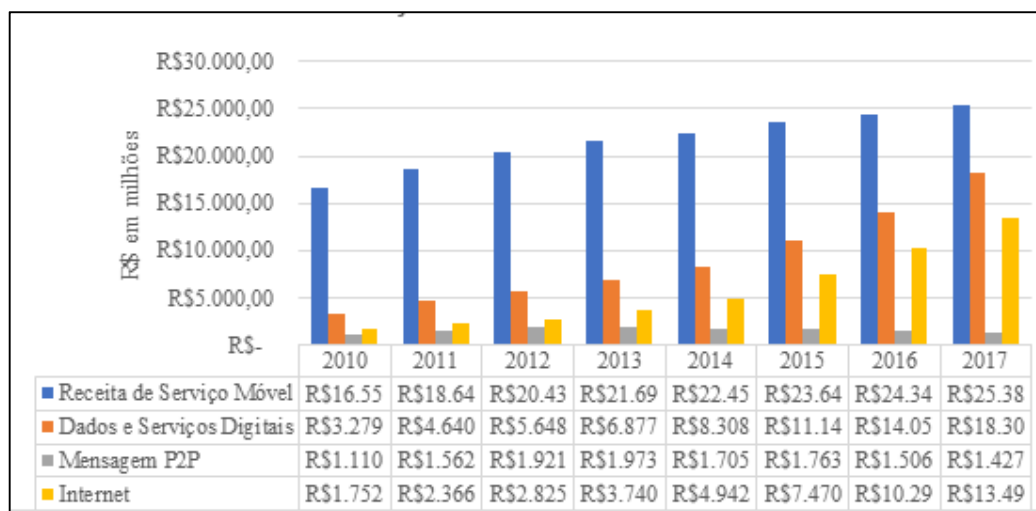
RESULTADOS

Nesta seção busca-se analisar a evolução das receitas auferidas⁵ pela Telefônica Brasil S.A. em termos monetários e percentuais, entre os anos de 2010 a 2017 e de que forma o WhatsApp pode ter afetado tais resultados alcançados. No gráfico 1, são apresentadas as receitas geradas em quatro categorias: Receita de Serviço Móvel, Dados e Serviços Digitais, Mensagem P2P⁶ e Internet.

⁵ Não foram consideradas neste estudo as seguintes receitas: Franquia e utilização, Voz sainte, Interconexão, SVA, Outros serviços e Receita com venda de aparelhos. Foi decidido não considerar estas receitas por não possuir dados disponíveis de todos os anos pesquisados ou não serem relevantes a este estudo.

⁶ As Mensagens P2P equivalem aos torpedos SMS. Foi preferível utilizar esta nomenclatura a fim de ficar em consonância com os demonstrativos contábeis apresentados pela empresa.

Gráfico 1 – Evolução das Receitas da Telefônica Brasil S.A.



Fonte: Dados da pesquisa (2018).

A Receita de serviço móvel compõe todas as receitas relacionadas a serviços de comunicação móvel, ou seja, se caracteriza pela mobilidade do usuário, tendo como principal a telefonia celular. Este conjunto de receitas arrecadou em média R\$21,58 bilhões por ano. Nota-se que há crescimento constante, porém com menor intensidade a medida da evolução dos anos.

As receitas com Dados e serviços digitais são compostas pelas receitas com mensagem p2p, internet, serviços digitais, serviços de valor agregado e outros serviços. É notório o elevado crescimento deste tipo de receita, a qual se expandiu mais de 5 vezes no período de 2010 a 2017, partindo de R\$3,27 bilhões para R\$18,3 bilhões. Tal acentuação fica mais clara a partir de 2015 até 2017, onde houve crescimento de R\$2,8 bilhões entre 2014 e 2015, R\$2,9 bilhões entre 2015 e 2016 e R\$4,3 bilhões entre 2016 e 2017, representando +34,1%, +26,1% e +30,2%, respectivamente. Percebeu-se que a VIVO é a operadora líder no segmento pós-pago, como também lidera em terminais com tecnologia 4G, obtendo participação de 37,5% em dezembro de 2015, conforme pode ser visto nos próprios demonstrativos contábeis da empresa⁷.

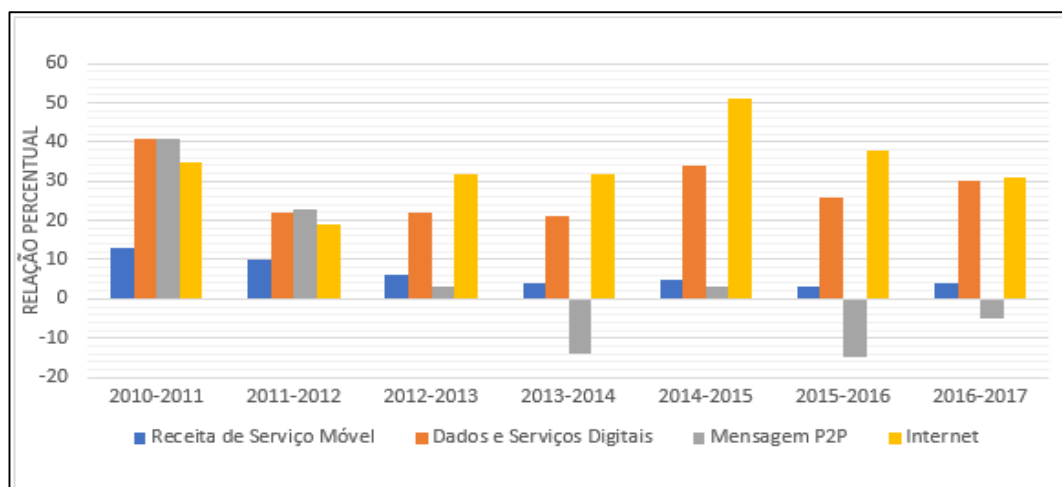
⁷ Disponível em: < <http://ri.telefonica.com.br/pt/informacoes-ao-mercado/central-de-resultados>>

Segundo o site Infobip, “Mensagem P2P (pessoa-a-pessoa) é o processo de envio de mensagens móveis a partir de um usuário para outro, onde uma mensagem SMS viaja entre dois assinantes móveis. Este é o tráfego habitual entre os assinantes de operadoras de telefonia móvel”. Dentre as receitas estudadas, esta foi a que obteve o menor crescimento em termos monetários e percentuais entre 2010 e 2017, a variação foi de apenas R\$317 milhões ao longo do período analisado, tendo como ano de maior arrecadação 2013 com \$1,973 bilhão. É possível verificar que entre os quatro tipos de receitas abordadas neste estudo, esta foi a única que apresentou resultados negativos entre um ano e outro. Tais resultados são observados nos períodos de 2013-2014 (R\$ -268 milhões), 2015-2016 (R\$ -257 milhões) e 2016-2017 (R\$ -79 milhões). Tais decréscimos podem ser explicados pelo fato dos aplicativos, como o próprio WhatsApp, permitirem o envio de mensagens gratuitas, sendo que em países da Europa e da Ásia, por exemplo, desde de 2013 já havia sido notado o decréscimo em receitas com SMS por parte das operadoras (Aguilhar; 2013).

Por outro lado, a receita com internet destaca-se positivamente, principalmente a partir do ano de 2014, ano após a aquisição do WhatsApp pelo Facebook, período em que o WhatsApp ganhou mais popularidade no Brasil. Conforme ainda apontado por Aguilhar (2013), até o ano de 2013 as empresas de telefonia ainda não tinham sentido tanto o impacto do aplicativo em suas receitas pois o mercado de smartphones ainda estava em estágio inicial. Verificou-se que a receita com internet arrecadada pela empresa estudada foi em média R\$5,86 bilhões por ano. No ano de 2017 ocorreu o maior crescimento na geração da receita, com R\$3,2 bilhões em comparação com 2016, arrecadando um total de R\$13,49 bilhões contra R\$10,29 bilhões. Destaque também para o ano de 2015 com receita de R\$7,47 bilhões, R\$ 2,528 bilhões a mais que 2014.

No gráfico 2, será apresentada a evolução percentual de cada tipo de receita, conforme já discutido de forma mais detalhada.

Gráfico 2 – Evolução percentual das receitas da Telefônica Brasil S.A.



Fonte: Dados da pesquisa (2018).

Por fim, com a finalidade de verificar se a variação na média de arrecadação de receitas na empresa em questão foi estatisticamente significativa, após o crescimento do WhatsApp no Brasil, em 2014, decorrente também da aquisição do aplicativo pelo Facebook, procedeu-se o teste t-student. Para que este teste seja realizado com eficiência é necessário que os dados apresentem uma distribuição normal (Field, 2009). Assim, foi realizado o teste Shapiro-Wilk, a fim de verificar se os dados estão normalmente distribuídos. Para este exame, caso o valor-p encontrado seja acima de 0,05 os dados apresentam uma distribuição normal. Tal resultado foi encontrado para todas as receitas analisadas neste estudo, tal como pode ser visualizado na tabela 1.

168

Tabela 1 – Resultado do teste de normalidade

Receita	Shapiro-Wilk	Valor-p
Receita de serviço móvel	0,96432	0,850089
Dados e serviços digitais	0,93102	0,525402
Mensagem P2P	0,96149	0,824242
Internet	0,88702	0,219486

Fonte: Dados da pesquisa

Em seguida procedeu-se o teste t-student, trançando-se as seguintes hipóteses:

H_0 = As receitas não apresentam alteração significativa a partir de 2014

H_1 = As receitas apresentam alteração significativa a partir de 2014

Como o objetivo do teste era inferir sobre a diferença de médias utilizou-se o teste bicaudal (Oliveira; Lustosa; Sales; 2007). Caso o valor-p encontrado for menor que 0,05 significa que a hipótese nula deve ser rejeitada, pois há diferença entre as médias, aceitando-se assim a hipótese 1 (Field; 2009). Os resultados para esta estatística estão sumarizados na tabela 2.

Tabela 2 – Resultado do teste t-student

Receita	Teste t	Valor-p	Média antes de 2014*	Média a partir de 2014*	Varição em %
Receita de serviço móvel	3,62687	0,0110	R\$ 19.332,08	R\$ 23.957,00	23,92%
Dados e serviços digitais	3,45836	0,0135	R\$ 5.111,28	R\$ 12.953,28	153,43%
Mensagem P2P	0,19297	0,8533	R\$ 1.641,93	R\$ 1.600,50	-2,52%
Internet	3,38546	0,0148	R\$ 2.671,23	R\$ 9.043,75	238,56%

* Em milhares de reais

Fonte: Dados da pesquisa

Conforme pôde ser visualizado, apenas não houve diferença estatisticamente significativa na receita ‘Mensagem P2P’, inferindo-se assim que antes e depois de 2014, período de corte dessa pesquisa, essa receita não apresentou fortes alterações.

Já as demais receitas apresentaram diferença significativa entre os dois períodos, com destaque para as receitas de dados e serviços digitais, com crescimento médio de 153,43%, tal como apresentado na tabela 2. Já a receita com internet, apresentou crescimento de 238,56%. Tais entradas de recursos podem ter alcançado patamares maiores por conta do crescimento do WhatsApp, pois por meio de dados e internet é possível ter acesso às ferramentas disponíveis no aplicativo.

Apesar dos objetivos do presente estudo serem diferentes dos apresentados por Oliveira (2007), é possível perceber que assim como no trabalho citado anteriormente, na atual pesquisa foi perceptível que eventos externos podem impactar os resultados organizacionais, pois após o advento do WhatsApp as receitas da operadora evidenciaram alterações significativas, as quais podem ter sido ocasionadas por esse evento.

Já nos estudos de Mendonça *et al.* (2008) e Silva (2009) os eventos externos não apresentaram impactos significativos nas variáveis econômicas das empresas estudadas,

o que difere do presente estudo. Mas, ressalta-se que as realidades organizacionais são divergentes e o fato de em um determinado setor econômico, certo evento não apresentar uma alteração nas finanças empresariais, não significa que outros fenômenos não viessem a trazer alterações. Ao mesmo tempo que, alguns setores podem ser mais sensíveis que outros a episódios sociais.

CONCLUSÃO

Este trabalho buscou verificar como o WhatsApp pôde ter interferido nas receitas auferidas pela Telefônica Brasil S.A entre os anos de 2010 e 2017. Para isso o presente estudo, que tem característica descritiva, buscou apresentar o aplicativo e a empresa em questão através de pesquisa documental, utilizando-se também do teste t-student para verificar se houve mudanças estatisticamente significativas nas variáveis estudadas.

Foi constatado que a partir do ano de 2014, ano da compra do WhatsApp pelo Facebook, ocorreram fortes crescimentos nas receitas com serviços e dados digitais e internet, como também resultados negativos nas receitas com ‘mensagem p2p’, pressupondo-se haver uma migração na forma de se comunicar entre os usuários pelo celular através de mensagens, mudando do SMS para os aplicativos de mensagens, entre eles o WhatsApp.

Este estudo foi relevante para evidenciar para as empresas como eventos ocorridos na sociedade de uma forma geral podem refletir nas finanças empresariais, servindo assim de alerta para que as entidades fiquem atentas às mudanças tecnológicas e comportamentais de seu público alvo, preparando-se para que estas alterações não impactem negativamente seus resultados.

Neste trabalho foram analisadas as receitas de apenas uma empresa, entre os anos de 2010 e 2017. Entende-se que devido ao grande número de eventos sociais, criação e melhoramento de tecnologias, outros fatores podem ter influenciado na variação das receitas da organização estudada neste trabalho, como: diminuição nos custos dos

smartphones, melhoramento na infraestrutura telecomunicativa, ampliação na cobertura de internet, aumento da renda da população, entre outros fatores.

Como sugestão para futuros trabalhos, pode-se ampliar o número de empresas estudadas e o espaço temporal de análise das receitas. Também é possível sugerir o estudo de outros eventos sociais que podem ter impactado nas receitas auferidas por instituições desse ramo de atividade.

REFERÊNCIAS

AGUILHAR, Ligia. **Apps de mensagens substituem o SMS**. Estadão. Publicado em: 22/04/2013. Disponível em: < <https://link.estadao.com.br/noticias/geral,apps-de-mensagens-substituem-o-sms,10000033809> >. Acesso em 15/07/2018.

ANATEL – Agência Brasileira de Telecomunicações - **Brasil registra redução de 2,88% no número de acessos em operação na telefonia móvel em 12 meses**. Publicado em: 30/04/2018. Disponível em: < <http://www.anatel.gov.br/dados/destaque-1/283-brasil-tem-236-2-milhoes-de-linhas-moveis-em-janeiro-de-2018> > Acesso em 26/05/2018.

171

ARRUDA, Marcelo Paulo de; GIRÃO, Luiz Felipe de Araújo Pontes; LUCENA, Wenner Glaucio Lopes. Assimetria Informacional e o Preço das Ações: Análise da Utilização das Redes Sociais nos Mercados de Capitais Brasileiro e Norte-americano. **Revista Gestão e Contabilidade**. USP, São Paulo, v. 26, n. 69, p. 317-330, set./dez. 2015.

ARRUDA, Marcelo Paulo de *et al.* **Revista Evidenciação Contábil & Finanças**. João Pessoa, v. 3, n. 2, p. 27-41, maio/ago. 2015.

COIMBRA, Larissa Queiroz *et al.* O uso do WhatsApp como estratégia de comunicação interna nas organizações. **16º Congresso Nacional de Iniciação Científica (CONIC)**. Faculdade Eniac, Guarulhos (SP), 25 e 26 de novembro de 2016.

COMITÊ DE PRONUNCIAMENTOS CONTÁBEIS. **Pronunciamento Conceitual Básico (R1) – Estrutura Conceitual Para Elaboração e Divulgação de Relatório Contábil-Financeiro**. Ano: 2011. Disponível em: < http://static.cpc.aatb.com.br/Documentos/147_CPC00_R1.pdf >. Acesso em: 25/06/2018.

CONSIDERA, Claudio Monteiro *et al.* **O modelo Brasileiro de Telecomunicações: Aspectos Concorrenciais e Regulatórios**. SEAE, Brasília, pág. 1-31, ago. 2002.

COSTA, Lúcia de Fátima Lúcio Gomes da; PARENTE, Raimundo Nonato Camelo; CAMELO, Gerda Lúcia Pinheiro. Processo de Internacionalização e o Impacto nas Finanças da Empresa: O Caso Lusamar. **Holos**. IFRN, Natal. Ano 27, v. 2, p. 100-110, 2001.

COSTA, Vilson Aparecido da. **Privatização e Reestruturação das telecomunicações no Brasil e seus impactos sobre a criação e destruição do Emprego**. 2008. 105 f. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade de Ribeirão Preto, Universidade de São Paulo, Ribeirão Preto, 2008.

COUTINHO, Gustavo Leuzinger. **A Era dos Smartphones: Um estudo Exploratório sobre o uso dos Smartphones no Brasil**. 2014. Monografia – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal de Brasília, Brasília, 2014.

CVM – Comissão de Valores Mobiliários – Disponível em:
<<http://siteempresas.bovespa.com.br/consbov/ExibeTodosDocumentosCVM.asp?CNPJ=02.558.157/0001-62&CCVM=17671&TipoDoc=C&QtLinks=10>> Acesso em 26/05/2018.

EXAME - **Brasil é um dos países que mais usam WhatsApp, diz pesquisa**. Publicado em: 30/06/2016. Disponível em: < <https://exame.abril.com.br/tecnologia/brasil-e-um-dos-paises-que-mais-usam-whatsapp-diz-pesquisa/> > Acesso em 25/05/2018.

172

EXAME – **Operadoras apostam em aplicativos contra queda na receita**. Publicado em: 03/06/2016. Disponível em: < <https://exame.abril.com.br/negocios/operadoras-apostam-em-aplicativos-contr-a-queda-na-receita/> >. Acesso em: 09/07/2018.

INFOBIP – **Mensagem P2P (pessoa-a-pessoa)**. Disponível em: < <https://www.infobip.com/pt/glossario/mensagem-p2p-pessoa-a-pessoa> >. Acesso em: 01/07/2018.

FERRARI, Ed Luiz. – **Análise das demonstrações contábeis** – Niterói, RJ: Impetus, 2014.

FIELD, Andy – **Descobrindo a estatística usando o SPSS** – Trad. Lorí Vialli. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

FRAGA, Nayara. **WhatsApp se torna ferramenta de trabalho**. O Estado de S. Paulo. Publicado em: 08/06/2013. Disponível em: < <https://economia.estadao.com.br/noticias/geral,whatsapp-se-torna-ferramenta-de-trabalho,155959e> > Acesso em 27/05/2018.

G1 - **WhatsApp alcança 1 bilhão de usuários.** Publicado em: 02/02/2016. Disponível em: < <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2016/02/whatsapp-alcanca-1-bilhao-de-usuarios.html> > Acesso em 25/05/2018.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas – **Pesquisa Anual de Serviços 2015 – PAS.** Rio de Janeiro, vol. 17, pág. 1-4, 2015. Disponível em: < https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/150/pas_2015_v17_informativo.pdf > Acesso em 01/06/2018.

JUNQUEIRA, Fernanda Campos *et al.* A Utilização das Redes Sociais para o Fortalecimento das Organizações. **XI Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia (SEGeT 2014).** Resende (RJ), 22, 23 e 24 de Outubro de 2014.

MARTINS, Eliseu *et al.* **Manual de contabilidade societária.** 2. ed. – São Paulo: Atlas, 2013.

MENDONÇA, Mark Miranda de *et al.* O impacto da Lei Sarbanes-Oxley (SOX) na qualidade do lucro das empresas brasileiras que emitiram ADRs. **8º Congresso USP de Controladoria e Contabilidade.** São Paulo, 2008.

MOREIRA, Angélica Tavares *et al.* Um estudo comparativo do EBTIDA e do Fluxo de Caixa Operacional em empresas brasileiras do setor de Telecomunicações. **Revista de Gestão, Finanças e Contabilidade**, UNEB, Salvador, v. 4, n. 3, p. 05-22, set./dez., 2014.

173

MOSCHELLA, Alexandre; VIDOTTO, Hugo. **Como crescer: estratégia, gestão e recursos para sua empresa.** São Paulo: Ernest & Young Terco, 2013.

MOTA, Sandriele Leite; PINTO, Suelem Katherinne de Macedo. A Utilização do Twitter na Análise do Disclosure Voluntário das Empresas Brasileiras **II Seminário de Ciências Contábeis e Atuariais da UFPB (SESIAT).** UFPB, João Pessoa (PB), 02 e 03 de Setembro de 2016.

NASCIMENTO, Victor Wladimir Cerqueira. **Introdução a Metodologia científica.** São Cristóvão: Universidade Federal de Sergipe, CESAD: 2010.

OGLOBO - **WhatsApp atinge meta de Zuckerberg e chega a 1 bilhão de usuários.** Publicado em: 01/02/2016. Disponível em: < <https://oglobo.globo.com/sociedade/tecnologia/whatsapp-atinge-meta-de-zuckerberg-chega-1-bilhao-de-usuarios-18586683#ixzz5GYVLwuoJ> > Acesso em 25/05/2018.

OLIVEIRA, Pedro Henrique Eduardo; LUSTOSA, Paulo Roberto Barbosa; SALES, Isabel Cristina Henriques. Comportamento de custos como parâmetro de eficiência produtiva: uma análise empírica da companhia Vale do Rio Doce antes e após a privatização. **Revista Universo Contábil.** Blumenau, v. 3, n. 3, 0. 54-70, set./dez. 2007.

SILVA, José Wesmey da. O impacto da crise econômica nas finanças dos governos estaduais. Uma análise das receitas, despesas e resultados primários. **Revista Controle**. Fortaleza, v. VII, n. 2, p. 27-41, dez. 2009.

TECHINBRASIL – **Breve histórico da ANATEL**. Publicado em: 15/08/2015.
Disponível em: < <https://techinbrazil.com.br/breve-historico-da-anatel> > Acesso em: 30/05/2018.

TELEBRASIL – Associação Brasileira de Telecomunicações – **O Setor de Telecomunicações no Brasil, Uma Visão Estruturada**. 2012. Disponível em: < http://telebrasil.org.br/component/docman/doc_download/1204-o-setor-de-telecomunicacoes-no-brasil-2012-dez?Itemid= >. Acesso em: 09/09/2018.

TELEBRASIL – Associação Brasileira de Telecomunicações – **Prestadoras de serviços de telecomunicações investiram R\$28 bilhões em 2016**. Disponível em: < http://www.telebrasil.org.br/newsletter/001_invest.html >. Acesso em: 01/07/2018.

TELECO - **Estatísticas do Brasil - Receitas do Setor de Telecomunicações**. Publicado em 17/05/2018. Disponível em: < http://www.teleco.com.br/ibge_pas.asp >. Acesso em: 06/06/2018.

VENDRUSCOLO, Maria Ivanice; ALVES, Tiago Wickstrom. Estudo da economia de escala do setor de telecomunicações móveis do Brasil pós-privatizações. **Revista Contabilidade e Finanças**. USP, São Paulo, v. 20, n. 49, p. 63-78, jan./abr. 2009.

174

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 9 ed. São Paulo: Atlas, 2007.