

446

REESTRUTURAÇÃO DO SETOR DE TELECOMUNICAÇÕES NO BRASIL: REENGEHARIA DAS EMPRESAS E REDEFINIÇÃO DO SETOR APÓS A PRIVATIZAÇÃO. *Daniel Gustavo Mocelin, Larusha Sanjur Krás Borges, Sonia Maria Guimaraes Larangeira (orient.) (UFRGS).*

O setor de telecomunicações no Brasil passou por um processo de reestruturação na década de 1990. Nesse processo, caracterizou-se a implementação da reengenharia das empresas, que se verificou inicialmente na indústria de bens de produção (Rifkin, 1995) e que vem ocorrendo com intensidade em empresas do setor de serviços. Sumariamente, *reengenharia* pode ser entendida como um sistema de gestão que estabelece novos padrões de comportamento produtivo (Albuquerque, 2002). O objetivo da pesquisa consistiu em descrever a reengenharia das empresas de telecomunicações e as transformações no cenário do setor no Brasil após a privatização ocorrida em 1998. O estudo baseou-se em visitas às empresas, entrevistas, e informações de relatórios. Os resultados demonstraram que a reengenharia interna das empresas provocou mudanças externas, que contribuíram para a redefinição do setor como um todo. As empresas entrantes passaram a seguir um modelo estratégico de atuação competitiva: redução da hierarquia e da burocracia e integração de setores para favorecer a eficiência dos processos; foram eliminadas gerências médias e áreas compartimentadas. Em suma, as empresas centrais concentraram as atividades de gestão, externalizando as atividades de operação. Seguindo essa tendência, o cenário do setor foi preenchido por diversas empresas: concessionárias e espelhos na telefonia fixa, empresas de longa distância e de telefonia celular, fornecedores de equipamentos, infra-estrutura e serviços, consultorias e pequenos escritórios. Como conclusão, verificou-se que o processo produtivo no setor tornou-se segmentado, constituindo uma cadeia ou rede produtiva racionalizada, formada por empresas especializadas, em que cada uma assume uma etapa da produção que tradicionalmente era realizada na própria empresa. Enfim, a exposição à competição instituiu nas empresas uma nova filosofia orientada para o mercado, privilegiando a busca pela produtividade, eficiência e lucratividade. (CNPq)