

Entrevista com João Pedro Serra, Diretor de Marketing e Produtos da Orolix

# Tem Linux na linha

O provedor Orolix tem um modelo de negócios inovador, recompensando seus clientes por usarem seu serviço. Veja como o Código Aberto e a virtualização contribuem para o sucesso da empresa.

por **Pablo Hess**

A Orolix é um provedor de serviços e acesso à Internet que iniciou suas atividades em 2005 com uma proposta um tanto inovadora, exemplificada pelo mote da empresa: “Você navega, a gente paga”. Desde o início destacou-se dos demais provedores de acesso discado por recompensar seus clientes com créditos (chamados de *oros*) que podem ser trocados por minutos em celulares pré-pagos ou

outros produtos, o que representou um passo além do provimento de acesso gratuito.

Em 2007, a empresa anunciou um crescimento de 50% no número de clientes, e inaugurou a oferta de novos serviços a seus clientes, através da criação de novas parcerias. No lado da TI, as vantagens do investimento em Software Livre e de Código Aberto se mostraram fundamentais, especialmente no uso da virtualização para provimento de serviços aos clientes.

A **Linux Magazine** entrevistou o diretor de marketing e produtos da Orolix, João Pedro Serra, para entender o modelo de negócios da empresa e sua visão de mercado.

**Linux Magazine»** *Provedores gratuitos já são comuns, mas pagar ao cliente para que ele use seu serviço não é uma prática muito difundida. Como funciona o modelo de negócios da Orolix?*

**João Pedro Serra»** Pela lei, a operadora beneficiada com a origem da

chamada deve repassar um determinado valor em minutos para a operadora responsável pelo término da chamada. Por exemplo, uma chamada discada de um aparelho de uma operadora para um número de outra faz com que parte do valor pago pelo consumidor à primeira seja repassado por esta para a segunda.

Por convergir um grande volume de ligações para suas operadoras parceiras, a Orolix recebe um incentivo por isso. Esse incentivo é pago pelo repasse de parte da TU-RL (Tarifa de Uso de Rede Local) recebida pelas parceiras.

Em vez de investir o dinheiro em marketing e campanhas, a Orolix repassa 50% da receita advinda das chamadas de seus usuários para os próprios usuários, como incentivo ao *multilevel marketing* (marketing viral). Além disso, usuários que navegam recebem uma participação, e aqueles que convidam outros usuários também ganham 20% do rendimento destes.



**Figura 1** João Pedro Serra, Diretor de Marketing e Produtos da Orolix.

**LM» Qual o uso que a Orolix faz do Software Livre e de Código Aberto? Qual a importância dessa tecnologia para a empresa?**

**JPS»** A Orolix utiliza, em seus sistemas e produtos, diversos projetos de Software Livre e de Código Aberto. Alguns dos principais exemplos são distribuições Linux como *Red Hat*, *CentOS* e *Debian*, além do servidor web *Apache* equipado com as tecnologias *Tomcat* e *JBoss* e do banco de dados *MySQL*. O uso desses sistemas traz ganhos em termos de qualidade de operação, pois sua comunidade oferece suporte contínuo. Além disso, esse uso minimiza o custo de desenvolvimento

aos sistemas e produtos que disponibilizamos ao usuário, como o webmail, a consulta a saldo e extrato de Oros (nossa moeda virtual), saque e compra de créditos de celular, entre vários outros. Além disso, nossos próprios sistemas são desenvolvidos com uso de diversas ferramentas livres, como *Eclipse*, *Subversion*, *Hibernate* e mais.

**LM» Que desafios a Orolix enfrenta no uso de SL/CA?**

**JPS»** O principal desafio que encontramos é nos mantermos atentos às tecnologias em SL/CA mais atuais, com o objetivo de conhe-

tem aumentado em grande escala seu corpo de funcionários, principalmente com técnicos renomados oriundos do meio acadêmico.

**LM» Qual sua expectativa quanto ao número de usuários em 2008?**

**JPS»** A expectativa é de pelo menos dobrarmos o número de usuários. As classes sociais menos favorecidas estão com uma renda maior, e adquirem cada vez mais computadores. Além disso, temos um serviço e um atendimento superiores aos da concorrência, o que, acreditamos, fará com que continue havendo uma migração para a Orolix, proveniente de outros provedores de acesso.

**LM» Como é sua concorrência com as operadoras de banda larga? Vocês têm intenção de entrar também nesse mercado? Nesse caso, como seria o serviço oferecido?**

**JPS»** Atualmente, nosso serviço está focado na Internet discada. No entanto, somos uma empresa com olhos voltados para o futuro da Web no país, e que possui profissionais que trabalham desde já em projetos futuros. Mas esses são planos que não vou revelar.

**LM» Qual será o principal foco (ou principais focos) da Orolix em 2008?**

**JPS»** O objetivo este ano é aumentar ainda mais nosso número de usuários e atender cada vez mais localidades no Brasil, especialmente aquelas que provavelmente não terão acesso à banda larga tão cedo.

Além disso, buscamos sempre melhorar nossa qualidade de atendimento aos parceiros por email, que é sempre personalizado. Também buscamos desenvolver produtos inovadores que facilitem a vida do usuário. Algumas novidades em produtos deverão ser anunciadas no decorrer do ano. ■

## Utilizamos SL/CA em toda a nossa operação. Obtemos vantagens para cada sistema em SL/CA utilizado.

e manutenção dos próprios sistemas, o que permite à Orolix repassar mais receita a seus usuários.

**LM» Quais funções o SL/CA exerce na infra-estrutura da empresa? Que vantagens ele oferece?**

**JPS»** Utilizamos SL/CA em toda a nossa operação. Obtemos vantagens para cada sistema em SL/CA utilizado. Por exemplo, usamos o sistema de virtualização de Código Aberto *Xen*, visando a redução de custos com aquisição de hardware, espaço alocado em datacenter e, conseqüentemente, redução de consumo de energia elétrica. Empregamos ainda outros sistemas de Código Aberto, como o *Nagios*, por exemplo, para realizar o monitoramento do portal.

Além disso, projetos de SL/CA como *Apache*, *Tomcat*, *JBoss* e *MySQL* proporcionam o suporte de base

cer aquelas que melhor atendam às nossas necessidades. Para isso, contamos com excelentes profissionais, que acompanham as mais novas tecnologias em busca de oportunidades para pô-las em uso na Orolix.

**LM» A Orolix teve um forte crescimento no número de clientes em 2007, da ordem de 50%. Isso certamente impôs dificuldades. Como vocês lidaram com esse crescimento?**

**JPS»** Na verdade, a Orolix conta com uma estrutura técnica muito bem planejada, e que recebeu mais investimentos para acompanhar o crescimento da empresa, já que, mais do que remunerar os usuários, a Orolix tem como diferencial competitivo a qualidade do atendimento e do serviço de provimento de acesso discado. Além disso, nos últimos anos a Orolix