

Guerra na propaganda do celular

Heloisa Magalhães e Talita Moreira

O lançamento da nova campanha publicitária da TIM neste final de semana mostra a estratégia italiana de acoessar a Vivo. As imagens prometem ser bem suaves, com pássaros seguindo um líder tendo como fundo um céu azul e águas cristalinas ou campos verdejantes. Mas a proposta é agressiva, a de firmar a idéia da TIM como líder de mercado, posição que a Vivo ocupava com folga até meados de 2006. A campanha deve absorver R\$ 10 milhões

A Vivo também voltou à mídia neste mês, na sua primeira campanha institucional em mais de um ano. Só que a mensagem é bastante diferente da que foi escolhida agora pela TIM. Sai de cena a ênfase no tamanho e entra o enfoque na qualidade dos serviços.

O presidente da Vivo, Roberto Lima afirmou que o posicionamento da marca agora é o de "melhor" e não o de "maior". Questionado se a mudança de foco seria uma admissão da perda de liderança para a TIM, o executivo respondeu: "Não quer dizer que não queiramos mais ser a maior. Somos a maior e vamos continuar fazendo esforços para isso. Mas queremos sair dessa noção de dimensão. Estamos aqui para correr uma maratona ou dez maratonas e não uma corrida de cem metros".

A consultoria Teleco, especializada em telecomunicações, informa que TIM passou a Vivo no último trimestre de 2006, em receita bruta de serviços e também na receita por assinante. Mas ainda tem menos usuários.

O presidente da TIM, Mario Cesar Pereira de Araujo, reage à contagem por número de assinantes e diz que quando é medido o desempenho de uma companhia não se mede o volume de produtos vendidos e sim pelos resultados.

A expectativa do consultor da Teleco, Eduardo Tude, é de que a TIM ultrapasse a Vivo em faturamento total já neste trimestre. Mas ele lembra que a partir de abril a Vivo, que oferecia rede CDMA, entra no mercado GSM e o resultado do desempenho ainda é pouco previsível.

Em janeiro e fevereiro passado a Vivo perdeu clientes enquanto que a TIM foi a que mais avançou. Tude lembra que Vivo e TIM terminaram 2006 praticamente empatadas na liderança em receita trimestral entre as operadoras de celular no Brasil. A receita bruta das duas companhias foi próxima, a da Vivo no quarto trimestre de 2006 ficou em R\$ 4,111 bilhões da TIM em R\$ 4,094 bilhões, compara a Teleco.

Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 30 mar. 2007. Tendência & Consumo, p. B4