

Com novas regras, operadoras de celular travam guerra por clientes Redução de prazo de contrato de fidelidade e desbloqueio vão aumentar subsídio de aparelhos e reduzir preços de serviços em até 20% nos próximos meses, dizem analistas

Bruno Rosa e Mariana Schreiber

Com as novas regras da telefonia celular, que entraram em vigor no mês passado por determinação da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), a concorrência no setor ficará ainda mais acirrada. As operadoras vão intensificar suas promoções em serviços e em subsídios de aparelhos, afirmam especialistas do setor. Isso pode se acentuar ainda mais, dizem analistas, com a portabilidade numérica, que entra em vigor no segundo semestre deste ano em algumas cidades do país. No Rio, só começa no próximo ano.

O aumento no subsídio tem ainda outro motivo. De acordo com especialistas do setor, como os contratos de fidelidade foram reduzidos de 18 meses para um ano, as operadoras vão oferecer mais vantagens na compra do aparelho. O objetivo, afirmam, é reter o cliente na empresa, já que o desbloqueio só é gratuito imediatamente quando não há nenhum tipo de subsídio.

A principal estratégia para os clientes pós-pagos (de conta), que geram mais receitas para as operadoras, será oferecer — ainda mais — aparelhos de graça ou com preços menores.

No caso dos clientes pré-pagos (cartão), não haverá muitas mudanças, pois, com a queda do dólar, os modelos já ficaram mais acessíveis.

Porém, o subsídio nas tarifas vai ganhar ainda mais força para todos.

Com isso, o tráfego de dados (como acesso à internet, placa de internet para notebooks, download e envio de fotos) ficará entre 15% e 20% mais barato nos próximos meses, segundo cálculos de alguns especialistas.

Empresas mascaram subsídios em promoções Para a Corretora Lopes Filho, os departamentos comerciais das operadoras terão de ser muito criativos, já que todos estão refazendo as suas margens para a venda de celulares continuar rentável. As principais empresas do país, como Vivo, TIM, Claro e Oi, vão reforçar a sua negociação com os fornecedores de aparelhos. O presidente da Claro, João Cox, já disse que, sem subsídio de aparelho, não há crescimento de mercado. Segundo Gabriela Derenne, diretora da regional Rio e Espírito Santo da Claro, oferecer aparelhos mais baratos apenas não basta.

— Tem de ter ainda tarifas competitivas e uma boa cobertura. Sem isso, não adianta. Com as novas regras da Anatel, a compra de aparelho subsidiado é uma decisão do cliente.

Facilitamos e estimulamos o cliente a comprar o aparelho — diz Gabriela.

O subsídio vinha perdendo força no país, com exceção da Claro. Com a entrada da Vivo na rede GSM, em meados do ano passado, os preços mais em conta voltaram com força em todas as operadoras. Atualmente, já há pacotes agressivos. Na TIM, ao aderir a um plano pós-pago e levando

um celular antigo de outra operadora, o aparelho novo sai de graça.

Na Vivo, diversos modelos saem a R\$ 10 para quem assinar contrato no plano de conta. A empresa ainda vende um chip por R\$ 5 e oferece R\$ 10 com créditos em ligações.

Segundo analistas, os subsídios ganharam uma nova cara, muitas vezes camuflados em promoções. A Oi, por exemplo, oferece créditos de até R\$ 900 no cartão de crédito via celular da Oi para os clientes pós-pagos utilizarem em dez parcelas, como quiserem, inclusive na compra de aparelho. Para os clientes pré-pagos, a operadora lançou no ano passado uma promoção que oferece bônus de dez vezes o valor de recarga, para ser utilizado em ligações locais para Oi ou fixo.

— O nosso subsídio é mais real para o cliente. O dinheiro que eu daria para a recompra de um aparelho eu dou para o que ele quiser fazer — afirma Flávia Bittencourt, Diretora de marketing da Oi.

Oferta fica mais agressiva com aumento do uso, diz Oi Para Flávia, essa é uma forma mais transparente de atrair clientes.

Ela argumenta que descontos na compra do celular nem sempre representam subsídio de fato, pois as operadoras compram os aparelhos em larga escala, já por preços menores: — Quanto mais produtos o cliente tem, mais agressiva é a oferta. O cliente pós-pago pode aderir a planos promocionais, mas dificilmente vai preferi-los a planos personalizados.

Após ter seu celular roubado, a consultora de viagens Anne Lopes foi à Claro e se surpreendeu com a diferença de preços. Há um ano e meio, ela gastou R\$ 200 a mais para comprar um aparelho pior do que o que ela pretendia levar agora, um Nokia 2760. O aparelho estava custando R\$ 62 no seu plano.

— Para mim, está valendo a pena.

É um aparelho completo. Tem bluetooth, câmera, rádio. Ainda estou pesquisando, mas já estou bem perto de comprar — disse Anne.