

O NOVO EMISSÁRIO DE SLIM

Ex-presidente da Claro na Argentina, o mexicano Carlos Zenteno assume o comando da operadora no Brasil, substitui três diretores e parte para a disputa com sua maior concorrente — a Vivo

CAROLINA MEYER

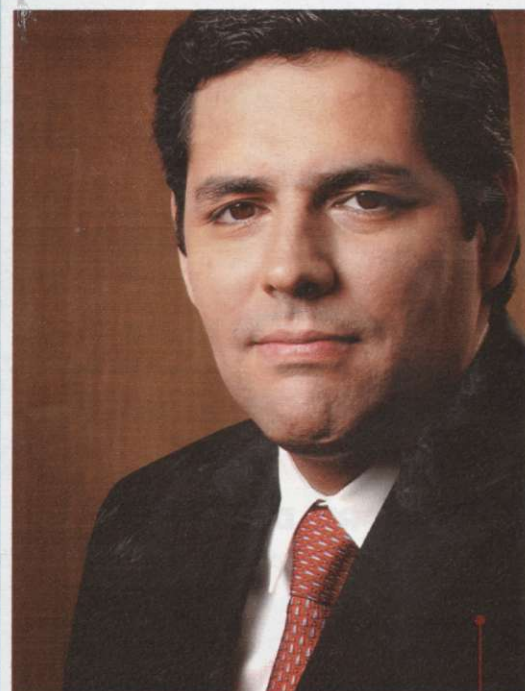
JOE PUGLIESE/CORBIS OUTLINE

O MAGNATA MEXICANO CARLOS SLIM: para ele, diminuir a distância da Vivo é questão de honra

O PRIMEIRO SEMESTRE DESTA ANO foi marcado por duas grandes tacadas no disputado setor de telecomunicações latino-americano. A primeira foi cercada de holofotes. Em julho, a espanhola Telefônica, concessionária de telefonia fixa do estado de São Paulo, finalmente conseguiu comprar o controle da Vivo, maior operadora de celulares do Brasil, criando um colosso com faturamento de 46 bilhões de reais e 56 milhões de clientes. Enquanto a novela da aquisi-

ção da Vivo se desenrolava publicamente (a Telefônica precisou fazer três ofertas até que a quarta fosse aceita), uma série de transações bem mais silenciosas acontecia em paralelo — todas elas envolvendo a América Móvil, operadora de celulares controlada pelo bilionário mexicano Carlos Slim. Em janeiro, a empresa que nasceu como um simples braço de telefonia móvel da Telmex, de telefonia fixa, fez uma oferta de 21 bilhões de dólares para adquirir sua empresa-mãe, com o óbvio intuito de fundir as duas operações, pas-

sando a oferecer serviços convergentes de TV, internet e telefonia. A operação teve impacto direto no mercado brasileiro. A Claro, controlada pela América Móvil e segunda maior empresa de celular do Brasil, e a Embratel, controlada pela Telmex, iniciaram um processo de integração que deverá ser concluído até o início de 2011. Mais recentemente, no dia 7 de outubro, a Embratel pagou 3,3 bilhões de reais por 72% das ações preferenciais da Net na bolsa (os mexicanos dividem com a Globo o controle da empresa de TV a cabo).



CLARIN

Carlos Zenteno,
presidente da Claro

IDADE 39 anos

FORMAÇÃO Engenharia eletrônica

CARREIRA Ingressou na subsidiária mexicana da IBM em 1993 e, já no ano seguinte, migrou para a América Móvil. Antes de ser transferido para a Argentina, como presidente, em 2004, ocupou o posto de gerente-geral da empresa no Equador

PRINCIPAL FEITO Levar a Claro à liderança do mercado argentino, com 36% de participação, em pouco menos de seis anos

Entre todas essas movimentações nenhuma deu sinais tão evidentes do apetite de Slim pelo mercado brasileiro quanto a troca no comando da subsidiária brasileira da Claro, anunciada em agosto. No lugar do executivo brasileiro João Cox, presidente da operadora desde 2006, assumiria o mexicano Carlos Zenteno, então presidente das operações na Argentina, no Uruguai e no Paraguai. "Assim como já havia acontecido na Embratel, Slim colocou na presidência da Claro um de seus homens de confiança", diz um executivo da operadora

que pediu para não ter seu nome revelado. "Isso mostra o quanto o Brasil tornou-se estratégico para a América Móvil." A missão de Zenteno, de 39 anos, é repetir por aqui o salto de crescimento que conseguiu promover nas operações que comandou em outros países latino-americanos. Nos últimos seis anos em que esteve à frente das subsidiárias na Argentina, no Paraguai e no Uruguai, Zenteno multiplicou por 10 o número de clientes da Claro, chegando a 17 milhões em julho deste ano. O feito garantiu à operadora a lideran-

ça na região, com 36% de participação — em 2004, essa fatia não passava de 18%, o que a deixava numa desconfortável terceira posição, atrás da Movistar, da Telefônica, e da Telecom Argentina. Para conquistar tantos novos clientes, Zenteno teve de lançar mão de estratégias um bocado agressivas, como dar uma segunda linha de brinde aos novos assinantes de celular pré-pago, oferecer descontos aos usuários que migrassem de outras operadoras e subsidiar em até 50% o preço de alguns aparelhos. Na última semana de agosto.



LOJA DA CLARO EM SÃO PAULO: operadora foi a que menos conquistou clientes em 2010

ANTONIO RILENA

O TERRITÓRIO DE SLIM

O bilionário mexicano controla algumas das principais operadoras do Brasil

→ CLARO

Segunda maior operadora de celular do país

→ EMBRATEL

Maior operadora de longa distância do país⁽¹⁾

→ NET⁽²⁾

Maior empresa de TV por assinatura e banda larga do país

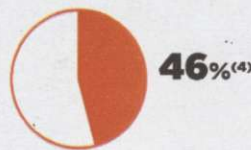
Receita⁽³⁾

16 bilhões de reais

15 bilhões de reais

6 bilhões de reais

Participação de mercado



Clientes

47 milhões

7 milhões

4 milhões

(1) Em receita (2) 49% do bloco de controle (3) Em 2009 (4) Em TV por assinatura Fontes: empresas e Teleco

enquanto as outras operadoras reajustavam suas tarifas em 20%, corrigindo-as pela inflação, Zenteno mantinha intactos os preços cobrados pela Claro. "Quando soube que ele iria para o Brasil, minha primeira reação foi de alívio", diz o executivo de uma operadora de telefonia na Argentina. "A concorrência aqui estava ficando predatória." (Procurado por EXAME, Zenteno preferiu não dar entrevista.)

Formado em engenharia eletrônica, Zenteno começou a carreira na subsidiária mexicana da IBM em 1993. Um

ano mais tarde, migrou para a América Móvil e foi um dos responsáveis pela introdução da tecnologia GSM no México. Antes de ser transferido para a Argentina, ocupou o posto de gerente-geral da empresa no Equador, em 2003. Mal assumiu a subsidiária brasileira, Zenteno já começou a mostrar a que veio. Em apenas dois meses, substituiu três diretores da Claro — a área de atendimento também passou a ser ocupada por um mexicano, e o departamento jurídico, por um executivo vindo da Embratel (o diretor financeiri-

ro da operadora pediu demissão e deve permanecer na empresa só até o final do ano). Ao mesmo tempo, dispensou a AlmapBBDO, uma das três agências de publicidade que atendem a Claro (por enquanto estão mantidas a Ogilvy e a F/Nazca). "Slim tem pressa e Zenteno não pode perder tempo", diz um executivo próximo à América Móvil no México. "Com o iminente avanço da Telefônica, ele precisa estar com a operação brasileira azeitada, pronta para ser consolidada."

Para tentar frear o avanço dos espanhóis, Zenteno precisará de mais que as táticas utilizadas nos países vizinhos. Isso porque, embora responda por mais de 20% dos clientes totais da América Móvil e quase 15% de sua geração de caixa, a subsidiária brasileira é atualmente a menos eficiente do grupo, com uma margem Ebitda em torno de 24% — no México, um mercado bem menos competitivo, esse índice é de 55%. Ou seja, promoções agressivas podem ter o efeito colateral de reduzir ainda mais esses ganhos. Além disso, a Claro foi a empresa que menos conseguiu conquistar novos clientes entre as grandes operadoras no primeiro semestre deste ano: 2 milhões de usuários, ante 3,5 milhões da Vivo e 3 milhões da TIM, segundo dados da Anatel, agência que regula o setor. "O número em si não é tão ruim", diz o analista de um grande banco de investimento. "O problema está na qualidade desses clientes." Entre janeiro e junho deste ano, a Claro adquiriu pouco mais de 270 000 assinantes no segmento pós-pago, um quarto do registrado pela Vivo e metade do verificado pela TIM. Tal discrepância refletiu-se nos resultados da operadora. Enquanto a receita líquida da Vivo avançou 7%, a da Claro evoluiu 3,5% em comparação com igual período do ano passado. "Essa distância que separa a Claro da Vivo sempre incomodou Slim", diz um executivo próximo às operadoras. "Mas, desde que a Vivo se juntou à Telefônica, encurtar essa diferença passou a ser questão de honra dentro da companhia." Caberá a Zenteno provar que está, de fato, à altura desse desafio.