Marca Telefônica deixa de existir no Brasil em abril de 2012
Edileuza Soares

Operadora passará a se chamar Vivo e entregará serviços móveis e fixo com cobertura nacional.

A Telefônica definiu o mês de mudança da sua marca no Brasil. A partir de abril de 2012, a operadora passa a atender no País pelo nome Vivo, integrando a telefonia móvel e fixa das duas empresas. O presidente da Telefônica, Antonio Carlos Valente, informa que a companhia está em processo acelerado de integração das equipes e de todos os sistemas internos para que dentro de aproximadamente quatro meses o grupo passe a operar no mercado local com logomarca única.

Todas as lojas da Telefônica em São Paulo vão adotar a marca Vivo e passarão a oferecer serviços integrados. Valente acredita que até 30 de abril do próximo ano a operadora esteja com tudo pronto para começar sua nova etapa no Brasil com atuação nacional na telefonia móvel e fixa.

Para que esse processo seja concluído, o executivo informa que a companhia precisa finalizar outros dois projetos. Um deles é a inauguração de um moderno data center da Vivo, que está sendo construído em Tamboré (Barueri-SP) e que vai suportar toda a TI da operadora. O outro é o término das obras da nova sede da Vivo, em São Paulo, onde vai concentrar a maior parte das duas equipes em um novo prédio, localizado na região sul de São Paulo.

"É um grande desafio juntar duas equipes grandes e de alta performance numa única companhia, que tem o objetivo de ser a maior do Brasil", comentou Valente nesta terça-feira, 06/12, ao apresentar balanço de 2011 e perspectivas do grupo no País para 2012. Juntas, as duas operadoras contam com 82 milhões de clientes em todos os serviços e empregam 22 mil profissionais.

Expansão de serviço fixo

A Telefônica espera até o final de 2012 estender a telefonia fixa para toda a área de cobertura da Vivo, que conta com presença em mais de 1,7 mil cidades do País. Um dos planos desenhados para esses mercados é o Vivo Fixo, que utiliza a rede 3G e tem como alvo assinantes de pós-pago da Vivo. O serviço sai por 9,90 reais por mês com uma franquia de 200 minutos.

Essa oferta já foi lançada em Porto Alegre e Rio de Janeiro e neste mês expandirá para mais duas praças, que são as regiões metropolitanas de Vitória (ES) e de Belo Horizonte (MG).

O diretor-geral da Vivo, Paulo Cesar Teixeira, avalia que mesmo com a concorrência no segmento de voz, há muita oportunidade de negócios em outras regiões do País "O Brasil tem 52 milhões de residências fora do estado de São Paulo e metade não tem telefonia fixa", informa.

O executivo diz que a Vivo tem estratégia agressiva para ganhar uma fatia desse mercado com telefonia fixa e outros serviços. Entretanto, afirma que o cronograma de expansão para outras praças depende do sinal verde da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), que precisa aprovar sua entrada em cada cidade.

Além de expandir a telefonia fixa, está nos planos da Vivo aumentar a sua oferta de TV por assinatura, aproveitando a nova regulamentação desse mercado. "Estamos aguardando a proposta de consulta pública da Anatel para avaliar nossos investimentos em TV paga. Queremos ser uma companhia de conectividade que entregará todas as tecnologias", promete Valente.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais

A operadora planeja ainda para 2012 serviços de IPTV. A Telefônica fechou uma parceria global com a Microsoft para adotar sua plataforma de vídeo em todos os países em que atua, incluindo o Brasil.

Segundo Valente, investimentos para novos projetos no Brasil não faltarão, já que a companhia tem um plano para aplicar 24,3 bilhões de reais no mercado local entre 2011 e 2014. Esses recursos são 52% maiores que os 16 bilhões de reais desembolsados entre o período de 2007 e 2009.

Fonte: Computerworld online, 6 dez. 2011. Disponível em: <http://computerworld.uol.com.br>. Acesso em: 7 dez. 2011.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais