Vale-tudo na guerra dos celulares
Bruno Rosa

Com mercado saturado nas classes A e B, operadoras apelam até para cadastros de rivais na corrida para sustentar expansão

Marcelo Silveira, cliente da Vivo, recebeu uma proposta da concorrente TIM. Luciana Gonçalves, da Claro, foi abordada por um consultor da TIM na rua. Já com Elizabeth Carvalho, da Vivo, foi pior. Além de ligações da Claro e da TIM, ainda recebeu correspondência da Oi. Na luta para manter o ritmo de sua expansão num mercado que, com mais 58 milhões de clientes, já dá sinais de saturação nas classes A e B, as operadoras têm partido para o vale-tudo. E, muitas vezes, aborrecem os consumidores das concorrentes com o assédio.

A agente de viagens Elizabeth Carvalho, de 52 anos, por exemplo, é assediada por todas as operadoras de telefonia móvel. Com três linhas e gastos mensais médios de R$ 100 por aparelho, ela acredita que as outras operadoras de telefonia móvel tenham tido acesso ao seu cadastro.

- Sou uma cliente interessante. Mas sei que isso é um jogo. Todos querem vender mais e ter o máximo de clientes possível. Algumas operadoras oferecem celular grátis e outras apresentam bons descontos. Às vezes, quando você está no trabalho, e os atendentes ligam, incomoda - queixa-se Elizabeth.

Nas três últimas semanas, os telefonistas da TIM têm andado bem ocupados, já que a operadora tem feito uma agressiva estratégia de captar clientes de outras operadoras. De acordo com a empresa, os consultores ligam para números aleatórios para divulgar seus serviços e conquistar novos clientes. A empresa nega que tenha acesso ao cadastro de outras operadoras.

Já o consultor de imóveis Marcelo Silveira de Moura, de 34 anos, caiu ''no engano'' de aceitar uma dessas propostas via telefone. A sua noiva, Caroline Macedo, cliente também da Vivo, recebeu uma oferta da TIM. Há alguns meses, o casal aceitou as vantagens oferecidas pela concorrência, como ligar de graça para outros aparelhos da operadora. A TIM exigiu que o casal continuasse com a antiga empresa por mais dois meses. Era uma espécie de plano de migração. No entanto, este foi o tempo necessário para começar o imbróglio.

- O valor da fatura combinado não foi o mesmo que chegou na conta. Ficamos revoltados. A operadora negou. Pedimos o cancelamento. Mas as contas chegavam. Só foram pegar os aparelhos depois de cinco meses de muito aborrecimento. A nossa sorte foi que não cancelamos o número antigo - afirmou Marcelo.

Depois disso, contudo, a TIM voltou à carga, oferecendo um novo pacote.

- Expliquei para o consultor todo o problema que enfrentei com minha noiva. A resposta dele foi que a empresa havia mudado e que estava melhor. Mas, dessa vez, não caímos na conversa. Mesmo porque, agora, a conta está no nome do pai da minha noiva - completou Marcelo.

Quem já está acostumada com o papo dos vendedores é a secretária Luciana Gonçalves, de 26 anos. Cliente da Claro, ela foi abordada por consultores da TIM, que lhe ofereceram um pacote de 500 minutos por R$ 99 ao mês.

- Às vezes, é muito delicado quando você recebe uma proposta. Mas sempre tento escutar. Quando acho interessante, aceito. Foi assim, que mudei de operadora.

Procurada pelo JB, a Oi informou que realiza acordos com diversas empresas para o envio de malas diretas para a base de clientes dessas empresas. Todas as propostas enviadas são segmentadas e enviadas de acordo com o perfil dos clientes em prospecção.

A Claro também informou que verifica os números da concorrente que mais trafegam em sua rede. A partir daí, esse número entra no cadastro e uma proposta é oferecida. Assim, ao contatar o cliente, tenta oferecer uma proposta mais adequada a seu padrão de consumo. Todas as operadoras concordam num ponto: a disputa por consumidores das concorrentes é uma tendência mundial.

Leia Mais

Comprovar violação é difícil
Bruno Rosa

Para o advogado José Armando Falcão, todos os consumidores têm o direito de entrar com um processo quando sentirem que sua intimidade foi violada. Mas o especialista ressalta que, dificilmente, algum juiz dará ganho de causa aos clientes.

- Neste tipo de situação é muito difícil provar que houve violação da vida pessoal - argumenta Falcão.

Segundo Rafles Pereira, diretor de desenvolvimento de mercado da Vivo, a empresa sempre lança promoções, com campanhas publicitárias e nos pontos de vendas, para clientes das empresas concorrentes. A diferença, segundo ele, é que as promoções também contemplam os próprios clientes da empresa.

- Quando os nossos atendentes do telemarketing ligam para os clientes, a escolha é feita de modo aleatório - afirma Pereira.

Leia Mais

Crescimento se limita à baixa renda
Daniele Carvalho

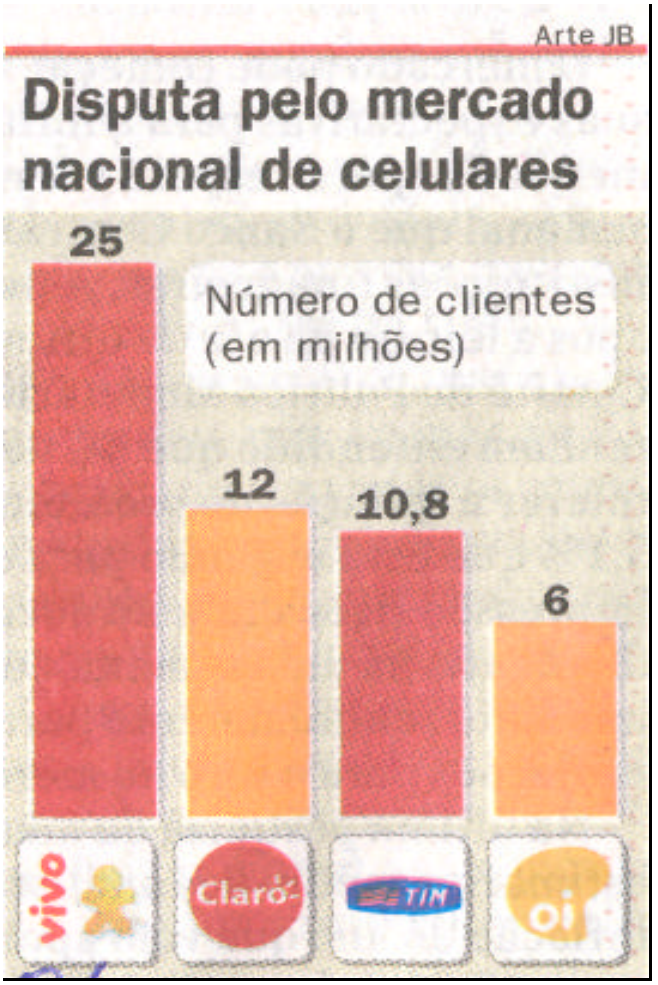
Para analistas, disputa acirrada é tendência mundial

Para analistas do mercado de telecomunicações, a briga cada vez mais acirrada entre as operadores de telefonia celular se deve à saturação do mercado de aparelhos móveis entre os usuários da classe média. Sem ter margem para expandir suas bases de clientes neste segmento, as empresas partem, portanto, em busca do consumidor dos concorrentes.
- A expansão da telefonia celular está se dando mais fortemente nas classes C, D e E. Nas classes mais altas, o mercado já está praticamente consolidado e a disputa pelos clientes passa a ser mais feroz - explica o engenheiro e analista de telecomunicações do Banco BVA, Cledson Souza.

Além de terem gastos mais altos, os consumidores de classe média têm outro importante atrativo: são os maiores assinantes do sistema pós-pago. A conta do telefone, principalmente quando em débito automático, representa uma garantia de fidelidade fundamental em tempos de concorrência ferrenha.

Equacionar a participação deste tipo de clientes com os de cartão tem sido o grande desafio das companhias telefônicas, que se deparam com a maior fatia de seus clientes operando na modalidade pré-paga. Ainda de acordo com estudiosos do setor, a disputa entre operadoras não deverá se restringir ao serviço móvel, se expandindo para a telefonia fixa. Isto porque dados recentes, da Pesquisa Nacional por Amostragem de Domicílios, divulgada pelo Instituto Brasileiro de Geografia Estatística (IBGE), apontam que os brasileiros estão trocando linhas de telefones fixos por celulares.

A estagnação do mercado de telefonia já foi observada em diversos países europeus. Mas, de acordo com os especialistas, a situação é menos crítica do que no Brasil por conta do maior poder aquisitivo da população, que se reverte em consumo. Lá, é comum os consumidores terem celulares de mais de uma operadora.



Jornal do Brasil – 3 nov. 2004, Economia & Negócios, pA19