Maior operadora de celular do país comemora marca
Cesar Baima

Vivo chega aos 20 milhões

Maior empresa de telefonia móvel do Brasil, a Vivo chegou à marca de 20 milhões de clientes no país. Com isso, a operadora, joint-venture da espanhola Telefónica com a Portugal Telecom, tem quase a metade dos usuários de celulares do Brasil e mais do dobro dos cerca de 9 milhões de clientes da segunda colocada, a Claro. No fim de setembro, a Vivo tinha 18,47 milhões de clientes. A marca dos 20 milhões foi alcançada antes mesmo do Natal, época em que as vendas têm forte aumento.
Para chegar a tal domínio do mercado, a Vivo teve a seu favor importante vantagem competitiva. A maior parte das operadoras que compõem o grupo está entre as pioneiras na telefonia móvel no Brasil - as empresas originárias do Sistema Telebrás. Entre elas, as antigas Telesp Celular e Telerj Celular, precursoras nos dois mercados mais importantes. As exceções são a Global Telecom, operadora em Santa Catarina e Paraná, e a Norte Brasil Telecom, que atua no Amazonas, Roraima, Amapá, Pará e Maranhão.

- Com a aquisição (no início do ano) da Tele Centro Oeste, que agregou ainda a Norte Brasil Telecom, a Vivo teve uma ampliação muito grande de sua base. Isso também criou facilidades para quem trafega nos eixos principais do Brasil, o que ajuda nesse aumento. A Vivo está presente em todos os grandes centros do país, com exceção de Minas - destaca Luiz Pellegrini, gerente-sênior de Telecomunicações da consultoria BearingPoint.

Mas a maior concorrência também trabalhou a favor da expansão. A competição baixou os preços dos aparelhos e tarifas e o celular passou de luxo a artigo comum, com as classes de menor renda aderindo ao serviço.

- A telefonia móvel está com uma penetração muito grande e já passou a fixa em número de usuários. As celulares têm grande poder de fogo e uma cobertura muito boa. Hoje, muitos preferem ter um celular pré-pago do que uma linha fixa, que você tem que pagar assinatura todo mês - diz Pellegrini.

A expansão pela baixa renda, porém, pode afetar a saúde das empresas, alerta o consultor, pois o serviço pré-pago ''não é tão rentável''. Segundo dados da Anatel, no fim de 2002 o Brasil tinha 34,88 milhões de usuários de celular, dos quais 25,002 milhões (71,68%) pré-pagos. Em outubro, eram 41,887 milhões no total e 28,796 milhões (74,34%) de pré-pagos.

Pellegrini também espera uma briga mais dura pelo mercado no ano que vem. Mais do que atrair novos usuários, a grande preocupação das empresas deverá ser reter os atuais clientes. Hoje, diz, o chamado churning (entra e sai de clientes) está entre 10% e 15% da base e vai se intensificar em 2004. Assim, ''será preciso fôlego financeiro'' para combater o assédio das concorrentes e cobrir ofertas.

- O fato de a Vivo ter a maior base ajuda, mas não é suficiente para segurar o mercado. A telefonia celular não é estática e as estratégias de retenção também incluem qualidade e abrangência dos serviços.

Jornal do Brasil – 9/12/2003