

## **Anatel adia benefício da portabilidade para 2009**

São Paulo, 8 de Março de 2007 - O usuário de telefone fixo ou celular vai trocar de operadora sem alterar o número. Como já ocorre nos países desenvolvidos, o brasileiro também vai poder trocar de operadora telefônica sem mudar de número. Dentro de 24 meses - e não mais 18 como estava previsto - tanto as empresas fixas - Telefônica, Oi e Brasil Telecom - quanto as celulares - Vivo, Claro, TIM, BrT e Oi - serão obrigadas a oferecer essa facilidade denominada "portabilidade" a seus clientes, divulgou a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) ontem, em Brasília.

Naturalmente haverá cobrança pelo serviço, como também é hábito no exterior. Mas o valor ainda não foi estabelecido. Para entender melhor as mudanças do mercado e poder assessorar as teles, a empresa de pesquisa Yankee Group e a ClearTech, que atua como clearing house, promoveram uma pesquisa com 600 clientes de São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte. E descobriram, entre outros fatos interessantes, que mais gente do que se imaginava vai trocar de empresa.

Segundo Luiz Minoru, o principal executivo do Yankee no Brasil, quase 50% dos entrevistados disseram sim à pergunta sobre a mudança com a manutenção do número. Na telefonia fixa, São Paulo figurou como a região onde haverá mais mudanças (59% dos entrevistados), em prejuízo da Telefônica e benefício da Embratel, disse Minoru. O executivo chamou atenção ao fato de que a maioria dos que vão mudar gastam mais de R\$ 100 mensais, ou seja são os "preferidos" das teles.

Entre eles, grande parte não se importa de ter de pagar por isso, desde que a taxa fique em torno de R\$ 30. Alguns não se incomodam de gastar mais se a migração puder ocorrer em questão de horas, como nos Estados Unidos.

Ao adiar a entrada em vigor da portabilidade, a Anatel atendeu aos anseios das teles, temerosas de perder clientes nesse processo. Aliás, é de se esperar que as teles providenciem a adoção de estratégias para agradar e manter a clientela fiel, o que não deixa de ser uma boa notícia ao consumidor.

O atendimento pelo callcenter, por exemplo, é um dos focos das reclamações mais frequentes e pode receber investimentos a partir de agora. (Gazeta Mercantil/Caderno C - Pág. 1)(Thaís Costa)