

JATOBÁ 2022

**TelComp e venda da Oi Móvel –
Educando stakeholders para garantir um
mercado competitivo**

AGÊNCIA

Vianews

CATEGORIA

**Assessoria de imprensa/
Relacionamento com a mídia**

Projeto especial

Campanha de Comunicação



TelComp
Competição para o Futuro Digital

Cenário



Oligopólio na telefonia móvel

Quatro grandes empresas – Vivo, Claro, TIM e Oi – detinham **97%** do mercado brasileiro de **telefonia móvel**. Em dezembro de 2020, a Oi Móvel (concessão pública em processo de recuperação judicial) foi vendida em um leilão.

Arrematada por uma **única proposta** apresentada pelas 3 **maiores empresas** de telefonia móvel do país, a Oi Móvel teria os seus **ativos divididos entre elas**, elevando o percentual de **concentração do mercado** para aproximadamente **98%**.



Competição prejudicada

As **Operadoras Competitivas e as MVNOs** (operadoras móveis virtuais) **não foram contempladas** no leilão e dependem diretamente da parceria com as grandes empresas que apresentaram a proposta de compra.

A quantidade de celulares das MVNOs ainda representa **menos de 1%** do total de celulares no país. Na Europa e Estados Unidos, esta participação é maior que 5%, chegando a **40%** em países como Holanda e Alemanha.



Levando infra a todo país

Em um país com dimensões continentais como o Brasil, as **operadoras competitivas** são responsáveis por levar a estrutura de telecomunicação a **cidades do interior e locais de difícil acesso**, onde as empresas de grande porte, conhecidas nos grandes centros urbanos, não investem pelo baixo número de assinantes.



Associação recorre

As operadoras competitivas são representadas pela **Associação Brasileira das Prestadoras de Serviços de Telecomunicações Competitivas (TelComp)**. Fundada em janeiro de 2000, a TelComp reúne mais de 70 operadoras de telecomunicações e atua para **promover a competição como alavanca para o desenvolvimento do setor**. A TelComp abordou os órgãos reguladores para defender a não autorização da venda da Oi Móvel ou, se aprovada, que seja sob cláusulas que respeitem e mantenham um **ambiente competitivo** no setor de telecomunicações do Brasil, ao contemplar propostas de **Operadoras Competitivas** na venda.

Contratempos



A imprensa recebeu a proposta de “fatiamento” dos ativos móveis da Oi como um “fato praticamente consumado”, mote da comunicação das vencedoras do leilão. Porém, faltava a aprovação da Anatel e do Cade.

Ou seja, não dedicou espaço para análises e contestações, mesmo sendo tema de interesse dos usuários de celular e não apenas para as empresas envolvidas.



O leilão foi realizado em dezembro de 2020, mesmo mês em que a TelComp elegeu nova diretoria. Portanto, houve um delay da reação da associação na imprensa.



Tradicionalmente, **dezembro** é um período em que os grandes temas têm **reduzida repercussão** na imprensa brasileira.



Com a formalização do negócio em março de 2021, a TelComp entrou com pedidos para ser parte interessada no processo, tanto no Cade (Conselho Administrativo de Defesa Econômica), que atua para evitar negócios que levem ao aumento de concentração de mercado; quanto na Anatel (Agência Nacional de Telecomunicações), que regula o funcionamento do setor no País. Foi aceita no Cade, mas não na Anatel.



Mesmo com a TelComp sendo aceita para se manifestar no processo no Cade, na imprensa e nas mídias sociais o tema não havia sido retomado com intensidade. Assim, reiniciamos os posts e os contatos com a imprensa com uma nova estratégia e abordagem. Os contatos com os jornalistas foram feitos entre janeiro e maio de 2021.



Havia espaço para uma abordagem mais assertiva, pois, em junho de 2021, em função de um primeiro movimento da Anatel para rever a decisão, uma única matéria publicada pela Agência Estado foi amplamente repercutida em outros veículos.

chall enges



1

Manter o tema da venda da Oi Móvel e a posição da TelComp nas mídias sociais e na imprensa, enquanto os órgãos reguladores não anunciassem sua decisão em relação ao negócio, conseguindo que na imprensa o espaço fosse ampliado e a discussão contuasse em pauta.

2

Ampliar o espaço dedicado pela imprensa e na mídia social a este assunto, para dar visibilidade às Operadoras Competitivas e **não deixar que a narrativa fosse controlada pelas grandes companhias.**

3

Reforçar a **reputação da TelComp como uma associação protagonista no setor de telecomunicações** no geral e, também, em relação ao negócio com a Oi Móvel.

Pesquisas e insights



Problema

A excessiva concentração do mercado de telefonia móvel poderá dar às maiores operadoras um poder absoluto, **levando as menores a desaparecerem do mercado.**



Proposta

Apresentar a dimensão das operadoras competitivas, para **construir imagem e reputação compatíveis com a importância estratégica dessas empresas** de telecomunicações à manutenção de um mercado competitivo e de qualidade.



Como

Para conseguir destacar os argumentos das Operadoras Competitivas à **imprensa e aos demais stakeholders**, era preciso **partir de educação ao público** sobre a **importância da competição*** para o **desenvolvimento do setor.**

***O grupo gestor da Telcomp fez pesquisas sobre a legislação de outros países (como resolveram esse tipo de concentração de mercado), sobre a legislação brasileira para entender como a Anatel e o Cade tratavam o assunto e sobre os efeitos econômicos da venda da Oi. Por fim, realizamos uma extensa pesquisa com jornalistas e influenciadores de diversas áreas sobre como estavam cobrindo o tema, com o perfil de cada um e possíveis propostas de cobertura.**

Estratégia



Oferecer **diferentes formatos de conteúdos**, de acordo com a demanda da imprensa e a repercussão na mídias sociais. Também chamamos **advogados e juristas para opinarem**.



Organizar um **workshop** para jornalistas de economia, tecnologia, telecomunicações, defesa do consumidor e legislação.



Inclusão de entidades interessadas no temas. Convidar o Idec (Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor) para falar sobre os **impactos da excessiva concentração de mercado** nas tarifas pagas pelos usuários de telefonia celular, além da Neo, outra associação que atua no setor de telecomunicações.



Dimensionar as operadoras competitivas (quantas eram, % de mercado, quantidade de dados processados, cidades e população atendidas etc.).



Apresentar **argumentos sobre os malefícios** causados pela incorporação dos ativos da Oi à **competição sadia e aos consumidores**.



Abordar **informações adicionais** aos aspectos mais específicos do negócio com a Oi.

Execução

- Divulgar artigos de opinião explicando **consequências jurídicas e econômicas**, notas para colunistas de economia e negócios, respostas rápidas a cada **decisão da Anatel, Cade ou pronunciamento** das partes envolvidas, além da inclusão de remédios.
- Posts nas **mídia sociais destacando** as consequências da aquisição sem uso de remédios para equalizar o mercado.
- Sugerir como fontes **advogados e juristas** para opinarem sobre o processo.
- Convidar jornalistas da **grande imprensa e de veículos especializados** para o workshop sobre o tema, envolvendo as entidades TelComp, Idec e Neo.
- Após o workshop, compartilhar apresentação com dados elaborados pela TelComp, Idec e Neo, para **fundamentar todos os argumentos** que questionavam a venda da Oi Móvel.



Resultados

Realizado em 7 de julho de 2021, o workshop transmitido online contou com a **participação de 18** dos 24 **jornalistas convidados**. O conteúdo da live rendeu **mais de 20 publicações na imprensa**, repercutindo a argumentação de TelComp, Idec e Neo, que questionava a venda da Oi Móvel e possíveis impactos ao consumidor final. Entre janeiro de 2021 e julho de 2022, a **TelComp foi mencionada em 430 publicações na imprensa (a maioria delas Tier 1)** sobre a venda da Oi Móvel.

O principal resultado da campanha foi o Cade apontando remédios para que as **operadoras competitivas e os consumidores não saíssem prejudicados pela fusão**.

TelComp protagonista

Após o workshop, a TelComp passou a ser **procurada pela imprensa** para discutir questões macroeconômicas, ao lado de outras grandes empresas e entidades representativas, como no caso da venda da Oi Móvel e do leilão do 5G no Brasil.



430

publicações na imprensa

Aquisição da Oi por concorrentes pode elevar preços de serviços, diz parecer

Análise encomendada por associação de provedores regionais aponta ainda que operação tem potencial de gerar redução nos investimentos

Por Rodrigo Carro, Valor — Rio
08/07/2011 17:51 | Atualizado há 4 meses

[Confira matéria completa](#)



Oi não precisa ser 'salva' pelos concorrentes, dizem Telcomp, Idec e Neo

Mariana Spericoni | 08/07/2011 17:51

[Confira matéria completa](#)

análise

TELCOMP, NEO E IDEC QUEREM MUDAR NARRATIVA EM TORNO DA VENDA DA OI MÓVEL

ANALISA AQUILO
14 DE JULHO DE 2011

f t g+ in

[Confira matéria completa](#)

broadcast⁺

ECONOMIA & MERCADO | 08/07/2011 17:51

ENTIDADES COBRAM REMÉDIOS POR DIVISÃO DA OI MÓVEL ENTRE RIVAIS; IDEC FALA EM IR À JUSTIÇA

1 2 3 4

Por Circo Bonatelli

Bonatelli

[Confira matéria completa](#)

Legado

Setor

O Cade aprovou a venda, mas, com a **adoção de medidas condicionantes para manutenção do ambiente competitivo** – o que sempre foi defendido pela TelComp.

TelComp

A TelComp tornou-se reconhecida na imprensa como uma das **principais entidades do setor**.

Consumidor

Para um setor dominado por três grandes operadoras (Vivo, Claro e TIM), isto significa uma **oportunidade de ter mais players concorrendo** e pressionando para a **redução de tarifas e aumento da qualidade dos serviços**.

*“A **campanha de comunicação** foi importante para mostrar aos órgãos reguladores que a sociedade, quando organizada, consegue se **mobilizar e atuar na defesa de uma economia saudável e inclusiva**. Presentes nas comunidades mais distantes dos grandes centros, nossas associadas passaram a confiar ainda mais na TelComp. Demonstramos nossa capacidade em liderar um negócio que, ao final da linha, garante a inclusão digital da população que mais necessita dos benefícios da concorrência.”*

Luiz Henrique Barbosa, presidente executivo da TelComp

