

Passe a tesoura na conta telefônica

Marilena Rocha

Pacotes podem reduzir custos e aumentar eficiência nas empresas

O mercado de telefonia está de olho no crescente interesse das pequenas e médias empresas por soluções de comunicação. Tanto que todas as operadoras criaram departamentos específicos para atender a esses segmentos ou desenvolveram pacotes especiais voltados para esse público.

A Vivo, por exemplo, encomendou uma pesquisa para a multinacional francesa Ipsos, que confirmou o nicho a ser conquistado: 70% das microempresas ainda não contam com sistema de telefonia móvel. Já entre as pequenas e médias empresas constatou-se que pelo menos 32% ignoram as soluções móveis existentes.

"As pequenas e médias empresas começam a exigir de nossos fornecedores os mesmos produtos que as grandes empresas têm", diz o diretor de PME da Vivo, Josué Freitas. A empresa, contudo, optou por um sistema de venda consultiva, argumentando com a imensa variedade de necessidades dentro do segmento. "Os perfis das pequenas e médias empresas são tão diferentes que exigem soluções distintas. Vamos ao local, estudamos as necessidades e apresentamos uma solução customizada, que agrega valor e aumenta a produtividade da empresa. O cliente só contrata o que realmente precisa."

Como o produto é modular, pode ser alterado a qualquer tempo, ou seja, quando o cliente entender que deve aumentar o número de aparelhos ou de minutos a serem usados. A automação de força de vendas é uma das soluções que têm atraído empresas de diversos segmentos para a transmissão de dados instantânea. A Bebidas Poty, de São José do Rio Preto (SP), que tem 550 funcionários e distribui seus produtos para mais de 30 mil pontos-de-venda, implantou o sistema há dois meses. "Estamos com 88 vendedores trabalhando com a tecnologia de pedidos online. As informações chegam de imediato à fábrica, o que agiliza as entregas e até reduz a carga horária de trabalho desse pessoal, que antes se estendia por mais duas ou três horas diárias. Vamos ganhar em agilidade, mas ainda não dá para quantificar a redução de gastos", informa o diretor comercial Volnei Gomes.

Além de oferecerem às pequenas e médias empresas opções como celulares, pocket PCs, smartphones, banda larga, VoIP (transmissão de voz pela internet), as operadoras invariavelmente prometem algum tipo de tarifa zero, desde que a comunicação seja feita entre os funcionários exclusivamente nos aparelhos das próprias operadoras.

O diretor de vendas corporativas da Claro, Sérgio Pelegrino, confirma: a operadora está atenta ao potencial das PMEs. "Elas representam 70% de nossos clientes e cada vez mais requisitam produtos que até então só oferecíamos às grandes empresas, como o BlackBerry (serviço de e-mails corporativos via celular)".

Força de venda, controle de estoques e venda porta-a-porta são algumas das operações que as PMEs querem modernizar e agilizar. "O preço dos nossos pacotes diminui de acordo com o volume de serviço e eles têm de 10% a 20% de desconto em relação à conta da pessoa física. Com R\$ 20, por exemplo, se pode falar até 2 mil minutos intra-empresa."

A Claro tem 5 mil vendedores preparados para apresentar aos interessados os mais diversos planos, como o gestor online, em que o empresário pode definir quanto irá falar em ligações internacionais. "Ter telefone fixo hoje é um custo a mais que pode ser eliminado", acredita Pelegrino.

Na TIM as pequenas e médias empresas também fazem parte da política de negócios. "Pelo tamanho do mercado de celular, a probabilidade de uma comunicação intra-empresa, entre empresas e clientes ou fornecedores é muito maior do que uma ligação de rede fixa", argumenta o gerente nacional de vendas corporativas da TIM, Lauro Monteiro.

Com uma frota de 370 carros, a cooperativa Use Táxi registrou um aumento de ganhos de 40%, sem aumento de gastos. Criada há 20 anos, a cooperativa trabalhava com o sistema de rádio. Mobilizando 15 pessoas por turno, fazia em torno de 1.700 corridas. Hoje, pouco mais de um ano desde que adotou o sistema Autocab com chip de dados da TIM com GPS, consegue fazer 2.500 corridas com a mesma equipe. "Praticamente não houve redução de custos, mas verificamos um aumento de ganho de 40%", garante o presidente da cooperativa, Eder Luz. Os carros são monitorados via satélite e deixaram de circular sem necessidade..

Também a Brasil Telecom montou alguns pacotes para conquistar micro, pequenas e médias empresas. O Brasil Total Negócios inclui soluções em telefonia fixa, móvel, internet e serviços inteligentes, diz o diretor do Mercado Empresarial da Brasil Telecom, Leandro Bueno.

O pacote mais em conta custa R\$ 144,90 e representa uma redução de 71% sobre o preço total (R\$ 500,81), ou seja, uma economia de R\$ 355,91. Compreende um terminal e 500 minutos de franquia para falar com um telefone fixo, IP Profissional (1 MB) e 200 minutos de franquia para falar do celular para celular Brasil Telecom ou para o fixo de qualquer operadora, com direito a serviços inteligentes (chamada de espera, identificador de chamadas, secretária básica e consulta).

Quem busca telefonia móvel na área de atuação da Oi (região Sudeste, Nordeste e os Estados do Amazonas, Amapá, Roraima e Pará, na região Norte) vai encontrar dois planos para pequenas e médias empresas: Oi Profissional (franquias a partir de R\$ 50), em que o preço da ligação pode chegar a R\$ 0,10/minuto, e Oi Profissional Equipe (franquias a partir de R\$ 100), para quem quer compartilhar uma determinada franquia em reais entre diversos usuários de uma mesma empresa. No total são 22 opções de pacotes.

Outra opção que pode baratear os custos das PMEs é o serviço da Nextel. Com ampla aceitação, principalmente em logística, prestadores de serviço e construção, a empresa registrou no ano passado um crescimento de 43% no volume de clientes. "Nossos pacotes são bem simples. Nada de oferta complicada. Cliente só com o rádio começa com R\$ 92. Por 1.200 minutos paga R\$ 220. O preço do minuto é competitivo", explica Tiago Galli, gerente de produtos e serviços Nextel.

Com um call center totalmente interno, garantindo mais de 1.600 posições de atendimento, a empresa tem hoje mais de 1,5 milhão de clientes e pretende entrar no Nordeste no ano que vem, chegando a Salvador, Recife e Fortaleza já no primeiro semestre.

"Temos um sistema pelo qual o cliente paga um aluguel normal e, em caso de roubo, quebra ou perda do aparelho, recebe outro de imediato a custo zero, para não ficar sem comunicação. É a alternativa preferida dos clientes. Ele paga por um aparelho mais em conta quatro parcelas de R\$ 46 mais R\$ 13."

O Grupo FB, que há 25 anos atua no mercado de serviços terceirizados nas áreas de segurança e vigilância patrimonial, portaria, higiene hospitalar, limpeza e conservação em shoppings e universidades, é cliente da Nextel desde 1998. São 7 mil funcionários e mais de 600 clientes, alguns com até três unidades. "Foi a forma que achamos de agilizar a comunicação", diz Denise Morante, diretora operacional do grupo.

Denise não quantifica a economia que faz com o sistema, mas assegura ser significativa. "Começamos com 100 rádios e hoje temos 630 aparelhos Nextel. Fomos a primeira empresa de vigilância a adotar o sistema. A nossa telefonia fixa é bastante reduzida". Segundo Denise, celular na empresa, só particular. "No pacote de minutagem livre gastamos por aparelho R\$ 49. Com celular, esse gasto seria astronômico", avalia.

Já as empresas que dependem da telefonia a longa distância estão cada vez mais se voltando para o VoIP (Voice over Internet Protocol ou Voz sobre IP), tecnologia que permite a transmissão de voz pela internet. Ele chega a reduzir entre 70% e 80% o custo da telefonia a longa distância, nacional e internacional. A GVT fechou o segundo trimestre do ano com cerca

de 90 mil linhas VoIP em serviço. Só a receita gerada por usuários Vono aumentou 28,9% no último ano, atingindo R\$ 6,1 milhões no acumulado do semestre.

Todos os planos Vono são pré-pagos e a empresa que opta pela recarga mensal de R\$ 250 paga em média R\$ 0,09 o minuto. Se a recarga mensal for de R\$ 1.000, baixa o minuto para R\$ 0,06. "A vantagem é que o cliente pode ligar para 183 cidades no Brasil a preço de ligação local. E mais, pode ter números na cidade em que não está. Se ele tem, por exemplo, clientes no interior de Pernambuco, vai usar o número Vono que tem no Recife para pagar ligação local, mesmo estando aqui em São Paulo", diz o gerente de produto do Vono, Daniel Dabés.

Por meio de adaptadores, a empresa pode também fazer ligações Vono via celular, telefone fixo e não apenas pelo computador. Nesse caso o cliente liga para um número local e a Central Vono faz a conexão. Ligações de Vono para Vono são gratuitas. A Repom, empresa brasileira que desde 1993 desenvolve soluções para gestão de contratação de fretes e vale-pedágio, constatou uma redução de 75% no custo dos interurbanos ao optar pelo VoIP. "Nossa redução nos gastos com ligações interurbanas também beneficia os nossos clientes. Eles economizam ao ligar para o nosso número Vono, pagando ligação local e não interurbana", afirma o diretor de TI da Repom, Rubens Naves.

Na Embratel, um só pacote inclui ligações locais, DDD, DDI e internet banda larga, sem contratação de provedor de acesso ou compra ou aluguel de modem. Não há carência e custa por mês R\$ 189,90 (R\$ 100 de franquia para serviços de voz e o restante para internet).

Em três anos, a Embratel quer levar o WiMax (tecnologia de banda larga sem fio) para 61 cidades. No momento ela já é uma realidade em Belém, Belo Horizonte, Brasília, Curitiba, Fortaleza, Goiânia, Porto Alegre, Recife, Rio de Janeiro, Salvador, São Luís e São Paulo. Nesta última a banda larga se dá via Net Virtua, com uma cota mensal de consumo de 20 GB, com pacote adicional de 10 GB por R\$ 9 (com impostos), dispensando provedor de acesso.

Fonte: O Estado de S. Paulo, São Paulo, 29 out. 2008, Especial Sua Empresas, p. 18-20.