Finalmente, telefonia IP alça vôo

Talita Moreira, Ricardo Cesar e João Luiz Rosa De São Paulo

Atraídas pelo custo baixo, grandes companhias começam a investir no sistema

Quando um executivo do banco Itaú liga de São Paulo para os escritórios da organização em Nova York, Luxemburgo, Lisboa ou mesmo Tóquio, a pessoa do outro lado da linha não percebe nenhuma diferença, mas a voz está trafegando pela internet, como se fosse um e-mail. Está em ação a telefonia IP (protocolo de internet, em inglês) , um sistema do qual se fala há quase uma década, mas que desde então rendeu poucos resultados práticos. Agora, porém, esse cenário está mudando. E rapidamente.

O principal atrativo da telefonia IP é o preço do serviço, mais baixo que o do modelo tradicional. Pelo sistema, a voz transita na rede como um pacote de dados, cujo custo é menor.

O Itaú começou a usar a tecnologia em 2002 e desde então não parou de expandir sua utilização. "Estamos economizando R$ 1 milhão por ano e isso ainda é pouco perto do potencial", diz João Antonio Dantas Bezerra Leite, diretor de operação de computadores e telecomunicações da instituição.

Como o Itaú, muitas outras empresas engrossam a lista de adeptos da telefonia IP. Uma pesquisa realizada pela consultoria Yankee Group com 200 grandes empresas mostra que a maioria já conhece a tecnologia. Entre as companhias com mais de 5 mil funcionários, 100% dos entrevistados já ouviram falar do sistema. Na faixa entre mil e 5 mil, o índice é de 93%, e nas empresas com 500 a mil contratados, de 77%.

A taxa de adoção é mais modesta. Mesmo assim, 26% das corporações com mais de 5 mil funcionários já têm um sistema IP. Na faixa entre 500 e mil funcionários, o número é bem menor: 9%.

A Aracruz Celulose, que usa a telefonia IP para interligar suas filiais, está economizando R$ 40 mil por mês com o sistema, uma redução de custo de 25%, diz Marcelo Mendonça, gerente de tecnologia da informação (TI) da companhia.

Já a siderúrgica Belgo-Mineira planeja colocar em funcionamento este mês um projeto IP para integrar cinco unidades no país além dos escritórios em Belo Horizonte e São Paulo. O objetivo é reduzir em pelo menos 30% os gastos com as ligações, afirma Newton de Lima, gerente de TI da empresa.

Companhias que têm muitos pontos a ligar estão entre as pioneiras do IP. No Sistema de Crédito Cooperativo (Sicredi), instituição financeira que reúne 127 cooperativas de crédito e mais de 800 mil associados em vários estados, o projeto nasceu quando a empresa decidiu construir um novo centro administrativo em Porto Alegre (RS), concluído em maio de 2004.

O Sicredi atua com 950 unidades de atendimento - o equivalente a agências bancárias - e percebeu que, interligando todas com tecnologia IP, teria uma grande economia na comunicação entre elas e com a central.

O centro administrativo já opera seus 600 ramais em rede IP. Há três meses, a instituição começou o projeto-piloto de implantação nas unidades de atendimento. O objetivo é implementar a telefonia IP em todas elas até o final do ano, diz Márcio Lermen, gerente de TI.

A idéia é instalar um telefone IP em cada agência, que ficará ligado à central telefônica no centro administrativo de Porto Alegre.

"A economia total ainda não foi calculada, mas sabemos que há unidades que gastam mais de R$ 5 mil em conta telefônica por mês", afirma Lermen. "O investimento vai se pagar em menos de quatro meses na maioria das unidades".

Apesar do movimento crescente, a telefonia IP ainda tem muitos desafios a superar, como o desconhecimento entre as empresas de pequeno porte. Em uma pesquisa com 350 companhias pequenas (20 a 99 funcionários) e médias (100 a 499), o Yankee Group constatou que 84% das empresas do primeiro grupo não usam IP e 51% delas sequer ouviram falar do sistema. Nas de médio porte, 24% desconhecem completamente a tecnologia e 82% não a utilizam.

Mesmo entre as grandes empresas, pouca gente pensa em adotar exclusivamente a telefonia IP. Em geral, os projetos são departamentais, diz Márcio Mattos, presidente da Avaya, fornecedora americana de infra-estrutura. "É o 'test drive' das companhias", compara ele.

A mensagem, compartilhada pelo mercado, é clara: não há nenhuma revolução à vista. E isso por um motivo simples. As companhias não podem jogar fora toda a infra-estrutura de que já dispõem. O que se espera é uma mudança forte, porém gradual, à medida que a infra-estrutura envelhece e precisa ser renovada.

"Voz sobre IP é uma evolução", diz Mendonça, da Aracruz. "Já usávamos o recurso de fazer ligações entre filiais por canais dedicados desde 1989. A tecnologia evoluiu de canais de voz analógicos, passou por voz e dados no mesmo canal e chegou à voz sobre IP".

No Itaú, onde a tecnologia foi ganhando novas funções, a próxima fronteira é explorar a mobilidade. Trata-se de uma das principais vantagens do sistema, dizem os especialistas. A meta, este ano, é implantar ramais remotos. O projeto está em fase de teste.

Na prática, o sistema transforma o notebook em uma extensão do telefone, o que pode render episódios curiosos. Na Avaya, recentemente um executivo discou o ramal de um subordinado e começou a conversar sobre um negócio. Depois de alguns minutos, pediu que o outro "desse um pulinho" à sua sala. O subordinado respondeu que isso era impossível e justificou: "Eu estou em Tóquio".

Leia Mais

Acesso em casa dá os primeiros passos
De São Paulo

O nome soa esquisito e a tecnologia é complexa, mas o uso de voz sobre IP começa a despertar a atenção de clientes residenciais, interessados em baixar a conta de telefone. Empresas novatas de telecomunicações e prestadoras de serviços de TV paga dão os primeiros passos nesse mercado nascente, que pode representar concorrência inédita às concessionárias.

As operadoras de TV a cabo TVA e Net e a empresa de telefonia Transit planejam oferecer a tecnologia ao mercado residencial nos próximos meses.

A TVA, do grupo Abril, atua junto com a Primeira Escolha, operadora criada na segunda metade do ano passado. O serviço será lançado neste mês. A meta é alcançar 10 mil clientes - entre domicílios e pequenas e microempresas - até o fim do ano, diz Mário Leonel, presidente da Primeira Escolha. Hoje a operadora tem 150 assinantes corporativos. "A demanda que esperávamos se confirmou", afirma.

Segundo Leonel, a voz sobre IP é atraente para novos competidores porque reduz os custos de implantação de uma rede própria. A Primeira Escolha deve investir US$ 15 milhões em dois anos. "Se tivéssemos optado por uma rede tradicional, os valores seriam muito mais altos", observa.

As chamadas "espelhinhos" das concessionárias de telefonia apostam na tecnologia para ter custos compatíveis com os das operadoras tradicionais. A GVT conquistou 2,6 mil clientes de telefonia IP desde que lançou o serviço, em setembro. Do total, 85% são assinantes residenciais. "É neste público, do consumidor bigo, que a GVT vai conseguir se diferenciar mais", afirma Rodrigo Dienstmann, vice-presidente executivo.

Para contornar a falta de rede local sem ter de fechar acordos de interconexão com as empresas tradicionais, as novatas têm saído à caça de parcerias alternativas. É o caso da Primeira Escolha, que tem autorização da Anatel para atuar em telefonia mas padece de falta de infra-estrutura.

As empresas de TV a cabo tornaram-se alvos cobiçados por terem rede própria chegando até o consumidor final. Não por acaso, nos EUA o setor está roubando clientes das teles. No Brasil, as empresas de TV paga também deverão se tornar peças importantes, mas com alcance menor: elas não têm mais do que 4 milhões de clientes.

A Transit buscou outro caminho e fez acordo com provedores de banda larga via satélite ou rádio, segundo Jorge Noboru, vice-presidente comercial.

Até agora, as grandes operadoras não colocaram os pés nesse mercado, embora sejam provedoras importantes de voz sobre IP no segmento corporativo. Mas não há dúvidas de que entrarão na briga se a concorrência incomodar.

A Telemar tem um projeto de telefonia IP residencial em teste, mas não há data para oferecê-lo comercialmente. "Temos fôlego para competir. Não precisa ser com voz sobre IP. As pessoas querem um serviço barato, não importa a tecnologia", afirma André Bianchi, diretor de estratégia corporativa.

As empresas de voz sobre IP têm pela frente outro obstáculo. Há no país 24 milhões de computadores pessoais, mas somente 2,4 milhões de assinantes residenciais de internet em banda larga.

Leia Mais

Demanda aquecida para equipamentos
De São Paulo

Embora a adoção da telefonia IP ainda seja incipiente entre as empresas - o que em geral significa projetos pequenos e orçamentos baixos - a tecnologia já concentra boa parte da atenção e dos esforços comerciais dos fornecedores de infra-estrutura de rede que atuam no Brasil.

"É um momento crucial" , diz Márcio Mattos, presidente da Avaya, de origem americana. A questão é quem vai ganhar as primeiras concorrências. "O vencedor de um pequeno contrato provavelmente se tornará o fornecedor padrão da companhia licitante nos próximos dez anos".

Os negócios com IP têm crescido rapidamente. Entre janeiro e abril, a 3Com, outra multinacional americana, recebeu um número de propostas maior que o do segundo semestre de 2004. "O volume de negócios fechados também foi maior, mas não explodiu", diz Marcelo Rosalen, gerente de contas para o mercado de voz.

A subsidiária brasileira da Cisco Systems, também dos EUA, afirma que dobrou as vendas de telefonia IP anualmente nos últimos dois anos. Cerca de 10% do faturamento da empresa na América Latina já vem do sistema - mundialmente, o número fica em torno de 15%.

Para 2005, as previsões são ainda mais otimistas. "Estamos no meio do ano fiscal e já vendemos 25% a mais em telefonia IP no Brasil do que em todo o ano fiscal anterior", afirma Luiz Carlos Rego, diretor de mercado corporativo da Cisco. O mercado de equipamentos de telefonia privada (em empresas) movimentou US$ 97 milhões no Brasil em 2004, segundo a consultoria IDC. Cerca de 8% a 10% - algo próximo a US$ 10 milhões anualmente - envolve tecnologia IP. "É um mercado que ainda movimenta volumes pequenos, mas que cresce rapidamente", diz Rego. Ainda segundo a IDC, até 2007 cerca de 70% dos PABX comercializados no Brasil utilizarão o sistema.

Um dos entraves à disseminação mais rápida da tecnologia é o preço dos equipamentos. "Os olhos dos clientes até brilham quando ouvem falar de telefonia IP, mas quando ele compara a proposta com os preços de um PABX tradicional, muitas vezes muda de idéia", conta Rosalen.

Mesmo o custo dos aparelhos que ficam na mesa do usuário pode ser bem mais alto. Enquanto um aparelho comum, analógico, é encontrado a R$ 20 nos supermercados, um aparelho IP custa de US$ 100 a US$ 1,2 mil, compara o executivo da 3Com. "Dependendo do caso, a diferença de preço é de quase dez vezes".

É por isso que boa parte das oportunidades tem surgido em situações nas quais o cliente se vê obrigado a modernizar sua infra-estrutura. É o caso de companhias que estão mudando de prédio ou construindo outra unidade. "Temos clientes nessas situações que teriam de pagar o dobro para instalar a infra-estrutura tradicional", diz Rosalen. "Todo mundo que monta um escritório ou prédio novo é forte candidato a adotar telefonia IP", afirma Rego, da Cisco. "Na hora de trocar o PABX, no mínimo a empresa estuda a nova tecnologia".

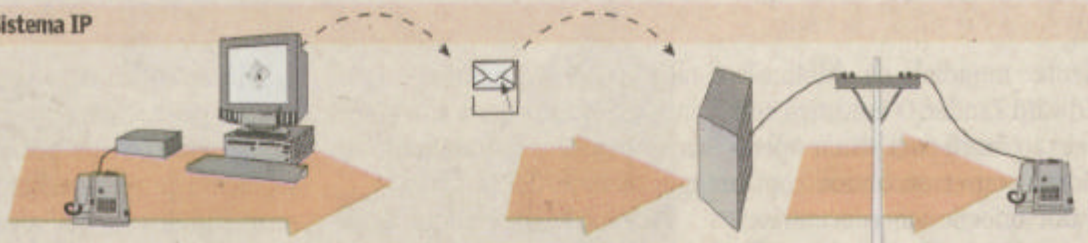
Na prática, a disseminação do IP vai depender do perfil de uso do cliente. Se o objetivo é só fazer chamadas de voz, o investimento pode não se justificar, reconhecem os fornecedores. As funções adicionais do sistema, oferecidas sem custo pela tecnologia, é que fazem a diferença.

"Na telefonia comum, todas as funções são consideradas adicionais e custam caro", diz Rosalen. "Comprando uma central IP, as funções básicas, como correio de voz, vão de brinde".

Cruzamento tecnológico

Com a tecnologia IP, chamadas de voz navegam na internet

Sistema IP



1. A ligação é feita por um telefone IP, por um aparelho comum acoplado a um adaptador ou por um computador, que converte a voz em um pacote de dados
2. O pacote de dados trafega pela internet, da mesma forma que um e-mail
3. As informações chegam à central da operadora, que as converte novamente em voz
4. A ligação passa à rede pública de telefonia e chega ao número chamado

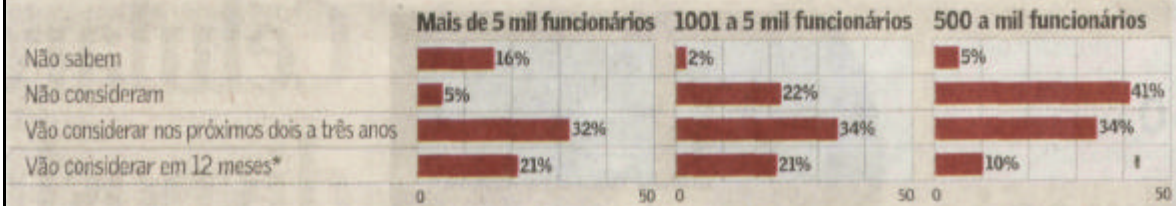
Sistema tradicional

1. A ligação é feita por um aparelho de telefone comum
2. A voz trafega pela rede pública de telefonia até uma central da operadora
3. A central redistribui a ligação para a rede pública até o destino final

Uso do IP nas empresas

Pesquisa mostra o grau de conhecimento e adoção da tecnologia no Brasil

Quais os planos de sua empresa quanto à implementação do sistema via internet?



Fonte: The Yankee Group 2004 Latin America Communications Survey. * Respostas coletadas em julho de 2004

Valor Econômico, São Paulo, 18 maio 2005, Tecnologia & Telecomunicações, p. B3