

# Telefonia inteligente é a bandeira da DigiVoice

## A capacidade de integrar múltiplas tecnologias

de telefonia (TDM, IP e GSM) e viabilizar a criação de aplicações sobre software livre tem sido o principal vetor de crescimento da DigiVoice desde 2007, quando lançou suas linhas de produtos para plataforma Asterisk (um servidor de PBX baseado em Linux). Em 2009, a receita líquida da fabricante de placas e equipamentos, pela segunda vez consecutiva escolhida Destaque do Ano pelo Anuário Telecom, cresceu 17,32% e fechou em US\$ 2,92 milhões.

A companhia, que hoje compete com os grandes desenvolvedores mundiais de aplicações de telefonia, nasceu em um mercado bem diferente. Em 1991, sua solução de PBX para condomínios supria a escassez de serviços telefônicos, à época inacessíveis até à classe média. Mas o compartilhamento das linhas telefônicas criava um problema: como rotear a chamada a cada residência? Os equipamentos que permitiam essa automação, de discagem ao ramal, eram (e são até hoje) baseados em linhas de tom (DTMF), enquanto a maioria das centrais e dos aparelhos funcionava com pulso. “Desenvolvemos uma placa de atendimento que reconhecia comandos por pulso ou tom. Fizemos acordos de OEM com os principais fabricantes de PBX e nossa tecnologia foi disseminada no país inteiro”, lembra Carlos Smetana, fundador e diretor da empresa. Até meados da década, a DigiVoice cresceu com outras soluções criativas para atenuar a precariedade da telefonia fixa. Com a expectativa da privatização e da entrada da telefonia móvel, focou seu desenvolvimento em soluções de entrega de serviços para operadoras, além das placas para integradores e desenvolvedores de aplicações de CTI (integração computador/telefone).

No momento em que as operadoras intensificavam os esforços de vendas de linhas E1 (30 canais de voz a 64 kbps), a DigiVoice passou a oferecer uma solução de PBX que integrava o enlace digital aos ramais analógicos legados. “Foi o ancestral do CB3000 (que hoje inclui enlaces E1, IP e interfaces para celular)”, diz Smetana. Ele lembra que em 1999 a Embratel usou essa solução da DigiVoice para chegar a novos clientes de telefonia fixa. “A operadora tinha excelentes centrais, mas os enlaces tinham que ser feitos por rádio. Com o nosso equipamento, se alcançava o cliente com um feixe E1, sem a necessidade de alterar a estrutura de telefonia e os ramais já existentes”, explica.

Atualmente, o portfólio da DigiVoice inclui, entre outros equipamentos, um gateway para integrar E1, IP e GSM a PBX legado, e uma plataforma com funcionalidades avançadas de telefonia e múltiplas interfaces, com capacidade de buscar as rotas de menor custo.

Além da mudança no cenário de serviços de telecomunicações, os avanços na capacidade dos PCs também apontaram uma nova direção de desenvolvimento, há dez anos, quando a DigiVoice entrou no mercado de CTI. Até então, os módulos da DigiVoice eram integrados em PBX. “Esse movimento foi demorado. Os fabricantes de PBX estavam sustentando bem nosso crescimento e os novos investimentos. Mas o pessoal de call center conhecia as placas de fabricantes do exterior, que eram caras. Fomos então o primeiro fabricante de CTI no Brasil e lançamos o Voice Lib, uma biblioteca para criação de aplicações de telefonia”, diz.

Em 2007, a DigiVoice apresentou seus primeiros modelos compatíveis com a plataforma Asterisk, o que tem

Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida (%)	Rent. s/vendas (%)	Rent. s/patrimônio (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)
DIGIVOICE	1.892,50	17,32	11,55	69,00	1,81	2,53



## Carlos Smetana

diretor

### O trunfo de colocar o sistema de telefonia em servidores Linux

respondido pelo crescimento do volume de vendas nos últimos anos. “Antes, as placas eram vendidas para desenvolvedores, birôs e call center. Com o Asterisk, ganhamos escala e passamos a contar com centenas de desenvolvedores como potenciais parceiros”, constata Smetana.

Diferentemente do que ocorria com as placas de CTI para servidores Windows, os produtos para Linux da DigiVoice têm preços maiores do que o de competidores internacionais. Em contrapartida, apresenta funcionalidades de cancelamento de eco, sinalização R2 e recursos mais ricos de integração e desenvolvimento. O cadastro de desenvolvedores – alguns dos quais compraram apenas uma placa para testar aplicações – teve 600 registros até o primeiro semestre de 2010. “Qualquer escritório precisa de um PBX e hoje todos buscam redução de custos. Colocar o sistema de telefonia em um servidor Linux, com qualidade, é um apelo que vai acelerar esse mercado”, prevê Smetana.

No mercado corporativo, os produtos da DigiVoice chegam a muitos clientes por meio das operadoras. “As grandes companhias são encorajadas por seus provedores e gestores de telecomunicações a operar sobre uma única infraestrutura IP. Mas é preciso integração com o legado e as extensões da rede. Por isso desenvolvemos os gateways com IP, TDM e GSM. As operadoras não querem integrar placas; elas querem um appliance para ativar imediatamente seus serviços”, resume Smetana.

Até 2008, todo o processo de manufatura era realizado na unidade de Barueri (SP), onde fica a sede da empresa. Com os produtos para Asterisk, de maior escala de produção, a montagem de parte do hardware é terceirizada. Contudo, Smetana enfatiza que a DigiVoice

controla toda a cadeia de suprimentos. “Nós escolhemos de quem importar os componentes, o que faz uma diferença grande. Ganhamos controle sobre a qualidade e conseguimos custos menores”, conta.

Smetana reconhece que o relacionamento com os fornecedores também favorece à gestão financeira. “Durante anos, acumulamos credibilidade e crédito. Hoje conseguimos manter estoques com custos suportados pelo fornecedor”, diz.

Segundo ele, cerca de 20% do faturamento da DigiVoice é investido em pesquisa e desenvolvimento. “O maior custo é com mão-de-obra especializada. E, daqui a dois anos, vai ficar ainda mais difícil achar bons engenheiros, com a exploração do petróleo no pré-sal e outras demandas”, prevê.

Em agosto de 2008, a DigiVoice inaugurou uma unidade em São Paulo, para atividades comerciais, de marketing e, principalmente, do centro de treinamento. “Essa área tem sido estratégica. Treinamos em média 45 pessoas por mês”, conta o diretor.

Para sustentar um mercado de larga escala, a DigiVoice investe agora em um portal de comércio eletrônico para clientes corporativos e parceiros. “Nosso objetivo é facilitar o trabalho dos canais. As revendas serão comissionadas pelas indicações”, destaca Smetana. Ele admite, no entanto, que o portal acaba funcionando como um balizador de preços ao cliente final.

Em termos estratégicos, o engenheiro avalia que o futuro está na combinação da telefonia inteligente às aplicações de negócios. “A ideia é subir o nível de integração e fazer com que funcionalidades da plataforma de telefonia se insiram em processos definidos no ERP”, exemplifica.



Receita Líquida Total (US\$ mil)	Receita Líquida Prop. Segmento (US\$ mil)	Lucro Líquido Total (US\$ mil)	Lucro Líquido p/ Func. (US\$ mil)	Giro dos Ativos
2.920,92	2.164,11	337,43	10,54	3,10