

## ENTREVISTA

# “Ser a primeira em preferência é a nossa meta”

Há mais de onze anos atuando no setor de telecomunicações, **Márcia Duarte Ribeiro** é, desde outubro do ano passado, gerente consumer da TIM no Centro-Oeste. Um de seus focos tem sido promover um dos carros-chefe da empresa, o Plano Intinity, que trouxe para o mercado o conceito de tarifação por chamada, “muito mais vantajosa para os clientes quando comparada com a tradicional tarifação por minuto, já que permite falar mais e pagar menos”, propaganda. “No primeiro trimestre de 2010, o resultado foi um crescimento na taxa de MOU (minutos por usuário) de 42% em relação ao mesmo período do ano anterior, chegando a 100 minutos em março”, comemora Márcia, lembrando também do Plano Liberty, que permite que clientes pós-pagos falem entre si de forma ilimitada, o que, segundo ela, consolidou a posição da empresa no mercado. Nesta entrevista ao jornal Alô Brasília, a gerente da TIM comenta um pouco sobre peculiaridades das empresas de telefonia; e as expectativas da empresa

para este ano:

**Jornal Alô Brasília** - Quais os reflexos da portabilidade para a TIM em Brasília?

**MDR:** A TIM é uma empresa inovadora e 2010 tem sido um ano muito positivo para a operadora. Primeiro porque lançamos produtos inovadores e convergentes, que atendem a real necessidade de nossos clientes, como é o caso do TIM Fixo, tanto o pré quanto o fixo, quanto a família de planos Infinity e Liberty. Não falamos sobre números regionais, mas, nacionalmente, a TIM encerrou o primeiro trimestre de 2010 com expressiva evolução em todos os indicadores operacionais e financeiros. Este resultado é fruto de uma série de ações baseadas na retomada da inovação, característica que sempre foi fortemente associada à imagem da TIM, e da qualidade, preocupação número um da empresa.

**Jornal Alô Brasília** - Por que este segmento tem tantos problemas junto aos órgãos de defesa do consumidor? A empresa tem alguma política para minimizar estes problemas?

**MDR:** Nenhum outro setor da economia tem o tamanho da telefonia. Portanto, basta comparar o número de celulares e o número de ligações, que aumentam a cada dia, para perceber que, proporcionalmente a outros setores, o volume de reclamações é baixo. A Anatel acompanha de perto isso, e inclusive, divulga metas de qualidade e atendimento, que a TIM tem cumprido eficientemente. Um dos pilares da estratégia da TIM é exatamente a qualidade. Além disso, a TIM implementou um sistema inédito que permite atrelar a remuneração dos parceiros de call center à qualidade no atendimento ao cliente é a novidade apresentada pela TIM em 2010. A remuneração variável tem características diferenciadas: os parceiros que forem bem avaliados na qualidade no atendimento percebida pelo cliente e tratarem suas solicitações de forma efetiva e com rapidez podem ganhar bonificações de até 10% em cima do seu faturamento, o que representa um aumento expressivo de sua receita. O novo sistema entrou em

vigor em abril e promete revolucionar a relação entre a TIM e CSU, Almagora e AeC, seus atuais parceiros de call center, como também com a Atento, que passou a ser parceira em 2010.

**Jornal Alô Brasília** - Qual a expectativa da TIM, em termos comerciais, para este ano?

**MDR:** A melhor. E temos um desafio: ser a primeira na preferência dos consumidores, o que não significa, necessariamente, ser a maior em tamanho e em número de linhas. Temos duas metas: qualidade e competitividade na inovação da oferta. Se chegarmos a ser a primeira em preferência, poderemos ser a primeira em mercado.



Márcia Duarte Ribeiro,  
gerente consumer da TIM  
Centro-Oeste

DIVULGAÇÃO

## NOTAS

### Zebra em Brasília

A Zebra Technologies, líder global em soluções de impressão especiais, inaugurou esta semana seu escritório em Brasília com um café-da-manhã com o diretor das operações da empresa no Brasil, Carlos Levenstein, e vários parceiros da empresa com foco no setor público. “Queremos estar mais próximos de nossos parceiros locais, melhorando o relacionamento e estruturando o atendimento a demandas. Nosso objetivo é posicionar as tecnologias Zebra para projetos do setor público, essencial para a expansão da Zebra no Brasil”, afirma Levenstein. O escritório fica no Setor Comercial Norte e será gerenciado por Márcio Almeida, gerente de Desenvolvimento de Negócios Governo da Zebra Technologies do Brasil.

### Crescendo em escala exponencial

A rede Bob's dá continuidade ao plano de expansão e pretende inaugurar até dezembro mais de 135 pontos de venda em todo o Brasil. Com as novas unidades, a empresa vai gerar mais de 1500 vagas de empregos diretos. A expectativa é de que a Região Centro-Oeste receba mais 12 unidades, que somam 120 empregos diretos. O Bob's é a rede de fast food com a maior cobertura geográfica no Brasil, e atualmente, possui 706 unidades em todos os estados brasileiros e gera mais de 11 mil vagas de trabalho no Brasil.

### Novidade no Conjunto

A Collins – marca de moda feminina – acaba de inaugurar uma loja no Conjunto Nacional, a primeira fora do Estado São Paulo. A loja abre com o tradicional bota-fora da Coleção Outono/Inverno 2010, com descontos de até 80%. Entre os destaques estão os tricots, que surgem dos mais leves aos pesados, as saias altas, jaquetas perfectas, minivestidos com manga longa, a volta dos pretinhos básicos, casacos militares, leggings sirê, além dos modelos com peles, metais e os ombros estruturados, grande aposta da estação. Há 26 anos, a Collins apresenta coleções completas inspiradas, principalmente, na moda européia. Uma de suas principais características é a excelência de acabamento em todas as peças, além de serem produzidas com tecidos de alta qualidade. Atualmente, a marca possui 79 lojas e trabalha com mais de 500 lojas multimarcas espalhadas pelo Brasil.

## AGENDA

### ExpoMoney vem aí

Vem aí a quarta edição do maior evento de educação financeira e investimentos da América Latina, o ExpoMoney. O evento ocorre no dia 11 e 12 de agosto, no Centro de Convenções Ulysses Guimarães, das 13h às 21h30. Ao todo, serão mais de 40 palestras, além de exposição de produtos e serviços ligados à área.

## LEITURA OBRIGATÓRIA

### VOCÊ NÃO NASCEU SABENDO CURIOSIDADES PARA AUMENTAR SEU CONHECIMENTO

Em algum momento do dia nos deparamos com questões que parecem ser bem resolvidas em nossas mentes, mas que, na verdade, não sabemos respondê-las com convicção. Por exemplo, já pensou no motivo de a humanidade não ter acabado, sendo que Adão e Eva só tiveram filhos homens? E o sal de fruta que tomamos para aquele mal estar, realmente possui sal? E tem fru-

ta? Para responder de forma bem humorada essas e outras curiosidades do cotidiano, o autor Andrei Winograd escreveu o livro “Você não nasceu sabendo. Curiosidades para aumentar seu conhecimento geral”, lançamento da Matrix Editora. Dando continuidade ao sucesso do livro (F)utilidades publicado em 2006, também pela Matrix Editora, o autor mantém a mesma in-

tenção: divertir e informar. Após diversas pesquisas, Andrei procurou questões interessantes ligadas a várias áreas do conhecimento como Biologia, História, Tecnologia, Esportes, etc. A narrativa deixa clara a seriedade das pesquisas realizadas pelo autor, mas sem perder o bom humor, proporcionando cultura e diversão instantânea.



Você não nasceu sabendo -  
Curiosidades para aumentar  
seu conhecimento  
Autor: Andrei Winograd  
Editora: Matrix  
Número de páginas: 256  
Preço sugerido: R\$ 32,00

## EXTREMIDADES

### MERCADO IMOBILIÁRIO NO DF

O mercado imobiliário do DF é considerado o segundo maior em faturamento do país, atrás apenas de São Paulo. Em 2009, somente as aquisições de unidades em lançamentos movimentaram R\$ 3,2 bilhões no DF. Para 2010, a expectativa é de que haja um crescimento de 25%.



### SERVIÇOS: UM TERÇO DO ORÇAMENTO FAMILIAR

Os gastos com serviços – o que inclui energia, telecomunicações, médico, manicure etc – representam cerca de um terço do orçamento mensal das famílias brasileiras, segundo a última Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF), divulgada pelo IBGE.

### Sindicato pode mudar de nome

Está marcada para o próximo dia 19, às 17h, uma reunião com os empresários filiados ao Sindicato do Comércio Varejista de Combustíveis e de Lubrificantes do DF (Sinpetro-DF). Em pauta: a mudança de nome do Sindicato (cuja ideia é passar a se chamar Sindicombustíveis-DF) e a regulamentação dos cartões de crédito. O evento ocorre na sede do Sindicato, instalada na 704/705 Norte.