



AI/CANVA

IMPACTO

EMPRESAS PAGARÃO POR RESPOSTAS NO WHATSAPP BUSINESS

Mais de 5 milhões de empresas serão afetadas pela nova cobrança da Meta

A decisão da Meta de cobrar por respostas enviadas aos clientes no WhatsApp impacta um dos maiores ecossistemas de comunicação empresarial do mundo. Atualmente, mais de 200 milhões de empresas utilizam soluções do WhatsApp Business globalmente.

Desse total, mais de 50 milhões usam o aplicativo WhatsApp Business, voltado principalmente para pequenos negócios, enquanto milhões de empresas de médio e grande porte utilizam a WhatsApp Business Platform (API oficial) para automatizar atendimentos e integrar o canal aos seus sistemas. No Brasil, um dos principais mercados da plataforma, mais de 5 milhões de empresas utilizam o aplicativo para se comunicar com clientes.

Irão existir duas formas distintas para responder aos clientes no WhatsApp, e cada uma tem uma lógica de preço diferente.

O cronograma começa em 1º de agosto de 2026, quando entra em vigor a cobrança pelo Meta Business Agent, plataforma de agentes de IA da empresa.

Nesse modelo, a cobrança será feita por tokens, unidade utilizada para medir o processamento da inteligência artificial, e não pela quantidade de mensagens. O pacote com 1 milhão de tokens custará US\$2, com cobrança em reais para brasileiros no futuro. O consumo de tokens varia conforme a complexidade da interação: quanto mais elaborado o atendimento, mais créditos serão gastos. Segundo a Meta, o custo médio ficará entre US\$0,04 e US\$0,05 por interação, dependendo da complexidade da conversa.

A principal mudança, no entanto, acontece em 1º de outubro de 2026. A partir dessa data, todas as mensagens de serviço, respostas enviadas pelas empresas dentro da janela de atendimento de 24 horas, seja por atendentes humanos, chatbots ou soluções de IA de terceiros, passarão a ser cobradas individualmente.

No Brasil, a Meta cobrará US\$0,0068 por mensagem enviada, o equivalente a cerca de R\$0,035, conforme a cotação do dólar. Esse valor refere-se apenas à tarifa da plataforma. Quando a empresa utiliza modelos de IA de terceiros, o custo final passa a incluir também o processamento da inteligência artificial. Com isso, 10 mil respostas podem custar cerca de US\$268 em atendimentos de baixa complexidade e até US\$968 em interações mais complexas. Com o Meta Business Agent em conversas de alta complexidade, o custo ficaria entre US\$400 e US\$ 500.

A mudança vale exclusivamente para empresas que utilizam a API oficial do WhatsApp Business, normalmente integrada a CRMs, plataformas de automação e centrais de atendimento. Usuários do WhatsApp convencional e do aplicativo WhatsApp Business gratuito não serão afetados.

Além de criar uma nova fonte de receita, a Meta busca incentivar a adoção do Meta Business Agent, sua plataforma nativa de agentes



Guilherme Rocha

“Até agora, muitas empresas mediam eficiência pelo tempo de resposta. A partir de outubro, será preciso olhar também para a quantidade de mensagens necessárias para resolver cada atendimento. Conversas longas, repetitivas e mal estruturadas passam a ter um custo direto para a operação.”

inteligentes. Diferentemente dos bots desenvolvidos por empresas especializadas, o serviço roda diretamente na infraestrutura da própria Meta e possui um modelo de cobrança diferente, baseado no consumo da inteligência artificial.

Dessa forma, a empresa passa a competir também no mercado de atendimento automatizado, oferecendo uma solução própria para criação de agentes capazes de responder aos clientes, consultar informações da empresa e transferir o atendimento para operadores humanos quando necessário.

Empresas terão de rever operações

Embora o custo unitário de cada mensagem seja baixo, especialistas avaliam que empresas com grande volume de atendimento poderão sentir impacto relevante nas despesas operacionais.

Segundo Guilherme Rocha, CEO da HelenaCRM, empresa brasileira especializada em CRM conversacional e automação de atendimento via WhatsApp, a mudança representa uma transformação na forma como as empresas deverão desenhar suas jornadas de atendimento.

"Até agora, muitas empresas mediam eficiência pelo tempo de resposta. A partir de outubro, será preciso olhar também para a quantidade de mensagens necessárias para resolver cada atendimento. Conversas longas, repetitivas e mal estruturadas passam a ter um custo direto para a operação."

Na avaliação do executivo, a tendência é que as empresas invistam mais em automação inteligente e revisão dos fluxos de atendimento.

"Não significa reduzir o contato com o cliente, mas tornar cada interação mais eficiente. Quem conseguir resolver uma demanda em menos mensagens terá uma operação mais competitiva. Isso deve acelerar investimentos em inteligência artificial, integração com CRMs e modelos de atendimento capazes de entender o contexto da conversa sem gerar trocas desnecessárias."

Consumidor não deve pagar diretamente

Apesar da nova cobrança atingir apenas empresas, especialistas avaliam que parte desse custo poderá ser incorporada ao orçamento das operações digitais, especialmente em setores que realizam milhares de atendimentos por dia, como varejo, bancos, operadoras, saúde e serviços financeiros.

Ao mesmo tempo, a expectativa é que o novo modelo estimule atendimentos mais objetivos e automatizados, reduzindo etapas desnecessárias nas conversas.

Para Guilherme Rocha, o cenário também exigirá uma análise estratégica sobre qual tecnologia utilizar.

"Agora é uma decisão financeira. As empresas precisarão comparar o uso do Meta Business Agent com soluções próprias de IA, considerando não apenas o preço, mas também fatores como integração com sistemas internos, precisão das respostas, personalização e capacidade de evolução da operação."

Segundo a documentação publicada pela Meta, permanecem sem alteração os preços das mensagens de marketing, autenticação e utilidade já existentes, assim como a janela gratuita de até 72 horas para conversas iniciadas por anúncios no formato Click to WhatsApp.

O que as empresas devem fazer

Segundo Rocha, o primeiro passo é entender o volume real de mensagens enviadas diariamente. "Muitas empresas ainda não sabem quantas mensagens de atendimento enviam por mês. Esse levantamento será essencial para calcular o impacto financeiro da nova cobrança e identificar onde estão as maiores oportunidades de otimização", afirma.

O segundo passo, segundo o executivo, é redesenhar as jornadas de atendimento para reduzir o número de interações necessárias até a resolução da demanda. "Será preciso revisar os processos para resolver as solicitações em menos mensagens, eliminando etapas desnecessárias e tornando o atendimento mais objetivo. O que antes era apenas uma boa prática para melhorar a experiência do cliente passa a ter impacto direto nas despesas da empresa", explica.

O CEO da HelenaCRM destaca que essa revisão não significa reduzir a qualidade do atendimento, mas aumentar sua eficiência. "Empresas que conseguirem resolver as demandas de forma mais rápida, com menos mensagens e maior assertividade, tendem a controlar melhor os custos e oferecer uma experiência mais fluida ao cliente."



AI/CANVA