

NEGÓCIOS

A AMBIÇÃO DA ALMAVIVA

Em quatro anos, ela saiu do zero e se tornou o décimo maior call center no Brasil. Agora, quer mais. Mas os obstáculos serão maiores

Julio Salomone anda em desenvoltura pelo labirinto de corredores e salas da unidade da Almoviva, em São Paulo. Diariamente passam por lá mais de 1.500 pessoas, que trabalham em quatro turnos, 24 horas por dia. Italiano de Turim e com 21 anos de serviços prestados à montadora Fiat, Salomone fala português com desembaraço e se diz completamente adaptado ao País. À frente da Almoviva, ele liderou a rápida escalada da empresa no mercado brasileiro. Em apenas quatro anos, o faturamento saltou de R\$ 22 milhões, em 2007, para pouco mais de R\$ 200 milhões, previstos para 2010. Com esse desempenho, ela foi a empresa que apresentou a maior taxa de crescimento do setor de telemarketing entre 500 companhias analisadas, de acordo com a consultoria IDC.

Mas para Salomone tudo isso é apenas o começo. "Trabalho para sermos, já em 2014, os maiores entre os call centers não ligados às empresas de telefonia", diz o executivo, em referência à Contax, que pertence à Oi, e à Atento, que é da Telefônica.

Há, no entanto, um longo caminho a ser percorrido pela Almoviva até atingir seu objetivo, que é faturar R\$ 500 milhões em 2014. Apesar do crescimento acelerado, a empresa foi a décima maior do setor em faturamento, segundo a IDC. "Até por ser mais nova, é uma empresa que tem crescido de forma ágil", afirma Stan Braz, diretor do Sindicato das Empresas Paulistas de Telemarketing (Sintemark). "A tendên-

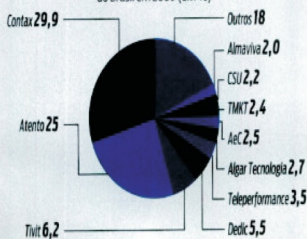
ITALIANO NO BRASIL: Salomone quer mais que dobrar de tamanho até 2014



cia é que agora ela passe a ter mais dificuldades." Para manter as taxas de crescimento acelerado, a companhia planeja iniciar a oferta de serviços baseados em tecnologia semântica, conhecida também como inteligência artificial. O atendimento poderia ser por telefone, online ou até por meio de um totem, no qual um avatar seria capaz de interagir com os clientes. Outra estratégia é oferecer serviços de tecnologia, uma tendência que os seus rivais já começaram a fazer há tempos. Até aquisições não estão descartadas. Líder em call center na Itália e com operações na China e na Tunísia, a Almoviva conquistou clientes de peso no Brasil. Embora não confirme, DINHEIRO apurou que as empresas de telefonia Telefônica e TIM, o banco Itaú e a Universidade Estácio de Sá usam os serviços da companhia. **S**

TEM ALGUÉM NA LINHA

As dez maiores empresas de call center do Brasil em 2009 (em %)



Fonte: IDC