

Valor Agregado

Faturamento Líquido do Segmento (US\$ milhões)

708,3

Em 2004, mais uma vez, o segmento de serviços de valor agregado cresceu. O faturamento líquido obtido pelas empresas que integram essa área do *Anuário Telecom 2005* foi de US\$ 708 milhões, 35% acima do obtido no exercício anterior. Isso, porém, não se traduziu, proporcionalmente, em operações rentáveis. Ao fazer um balanço do ano passado, Topázio Ferreira Neto, presidente da Associação Brasileira de Telemarketing (ABT), diz que as empresas tiveram que enfrentar alguns desafios. O primeiro foi o aumento da Cofins, um susto que durou até abril, quando o governo percebeu que a elevação da incidência da contribuição sobre as centrais de atendimento não seria interessante. Tanto porque o segmento gera um número razoável de empregos, quanto porque sua cadeia de operações é curta.

Entretanto, nem tudo foram notícias ruins, pelo menos para as centrais localizadas no Estado de São Paulo, cujo governo, em maio, anunciou a redução para 15% do ICMS nas contas de telefonia fixa das empresas de *call center*. O objetivo da medida foi proteger a economia paulista, visto que, além de a atividade envolver elevado contingente de mão-de-obra, havia necessidade de frear a migração de empresas para outros Estados, atraídas pela redução de ICMS concedida na conta telefônica. Por outro lado, os *call centers* são o setor de atividades que apresenta um dos maiores índices de rotatividade, principalmente em função dos baixos salários que paga. Os maiores usuários dos serviços das centrais são as

operadoras de telefonia, que também são os acionistas controladores de cinco das dez maiores empresas do segmento por posições de atendimento (PAs). No ano passado, de acordo com a consultoria Frost&Sullivan, havia no país 80 mil PAs, e 60 empresas provedoras de serviços terceirizados. O contingente de empregados, segundo a ABT, era de 555 mil pessoas, número que deve se elevar para 615 a 620 mil em 2005 no segmento como um todo (empresas de *outsourcing* e centrais próprias). No começo deste ano, a expectativa era de crescimento no exercício, mas Ferreira Neto avalia que houve alguma reversão diante do quadro de turbulência política, do nível dos juros e da valorização cambial. Miguel Cui, presidente da Dedic, central de atendimento controlada pela Portugal Telecom, concorda com a análise do presidente da ABT para este ano. "Nós reduzimos nossas expectativas porque quando o cliente reduz seus negócios, diminui investimentos, e isso se reflete tanto nas operações receptivas quanto nas ativas", observa o executivo. Com 13,5 mil funcionários, três *sítes* com capacidade para 4 mil PAs, 3 mil das quais em uso, a empresa obteve receita líquida de US\$ 56,5 milhões em 2004, 82% acima do faturamento do exercício anterior. No primeiro trimestre de 2005, em relação ao mesmo período do ano anterior, a receita cresceu 50% em reais, de acordo com o executivo, que considera o resultado excelente, considerando que as projeções para o mercado de *contact center* são de expansão de 11%.

As Maiores

Atento

247.408,66

Contax

223.731,50

Dedic

55.916,61

As Mais Eficientes

	Pontuação	Cresc. Rec. Líq. (%)	Rent. s/vendas (%)	Liquidez corrente	Endiv. s/ ativo (%)	Lucro Líq. p/func. (US\$ mil)
Telefutura	1.230,20	75,95	14,72	1,11	0,00	0,90
ACS	933,50	101,24	4,84	0,46	23,53	0,33
Contax	573,20	64,18	-2,69	1,51	0,00	-0,15

> por receita líquida no segmento (em US\$ mil)

Luiz Mattar

presidente

“Trabalhamos como o cliente quer, porque um call center é uma central de custos, que conseguimos transformar em central de receita”.

divulgação



O principal executivo da Dedic aplaude a redução do ICMS porque significou a diminuição entre 3 a 5% nos custos das operações ativas das centrais de atendimento, um valor significativo diante das margens atuais das empresas da área.

A Softway, com suas 3,1 mil PAs distribuídas entre São Paulo, São Bernardo do Campo e Florianópolis e com clientes da área financeira, varejo, publicações e telecomunicações (TIM), faturou US\$ 32 milhões líquidos em 2004, 34% a mais do que no exercício anterior. Este ano, diz o presidente Alessandro Goulart, será o de maior expansão da empresa, em termos absolutos, consequência do crescimento das operações de cobrança e atendimento, serviços prestados aos bancos que, como se sabe, têm experimentado sensível evolução. O executivo prevê que a empresa atingirá receita bruta de R\$ 140 milhões em 2005. “Será um período de crescimento e consolidação para a Softway”, diz. Tanto em 2004 quanto este ano, a empresa investiu quase R\$ 6 milhões, informa Goulart, acrescentando que a Softway é a única central de atendimento incluída no rol das empresas eleitas por seus empregados como as melhores para trabalhar.

O Grupo Algar, de seu lado, continua investindo na expansão de seu *call center*, a ACS, agora com uma nova unidade em instalação na cidade de Campinas, empreendimento que receberá parte dos R\$ 44 milhões que serão aplicados na empresa em 2005. No último exercício, o faturamento líquido da empresa foi de quase US\$ 47 milhões, pouco mais de 100% do que em 2003. O novo *site* ACS tem previsão de inauguração em outubro e deve gerar em torno de 3 mil empregos diretos e 800 indiretos no primeiro ano de atividades e, num primeiro estágio, ativará 300 PAs de sua capacidade total de 1,5 mil, informa a empresa. Na sede, em Uberlândia, a ACS tem 3,8 mil PAs, faz e recebe em torno de 10 milhões de ligações mensais, tem aproximadamente 6 mil funcionários, dos quais a quase totalidade são universitários. A empresa continua prospectando novos clientes no mercado dos Estados Unidos, pioneira que é na prestação de serviços *offshore*, com quatro operações internacionais em andamento.

Telefutura, fábrica de informações.

Quem vem semeando há quase uma década, só pode colher. Assim, pelo segundo ano consecutivo, a Telefutura é a empresa de melhor desempenho do segmento de serviços de valor agregado do Anuário Telecom. Os resultados do ano passado são uma continuidade do trabalho que a central de atendimento vem fazendo há sete anos, desde o início de suas atividades, conta o presidente Luiz Mattar. “Trabalhamos como o cliente quer, exatamente porque um call center é uma central de custos. A Telefutura transformou isso em uma central de informações, e até em uma central de receita”, afirma o executivo.

Trocando em miúdos, essa filosofia operacional se traduz em produtividade para o cliente, em abastecê-lo com informações precisas, funções mais próximas de um centro de receitas, explica Mattar. Resultado: contratos por prazos maiores, o que é importante em um segmento muito concorrido. Nem por isso, a Telefutura entra em guerra de preços, garante Mattar.

“Nossa diferença é que temos produtividade. A nossa equipe é motivada, e utilizamos ferramentas de gestão para melhor direcionar o interesse do cliente”, diz o presidente da empresa. E não são ferramentas quaisquer, já que na Telefutura há uma equipe de 39 pessoas dedicadas ao desenvolvimento de software como o CRM (Customer Relationship Management) próprio, que consumiu recursos da ordem de R\$ 4 milhões.

Em 2003, diz o executivo, a empresa investiu o equivalente a 3% da sua receita (cerca de R\$ 2,15 milhões) e, no ano passado, quase 2% (R\$ 2,52 milhões). A Telefutura tem um quadro de 8 mil funcionários, em 3,6 mil posições de atendimento por cinco sites. Seu foco são operações médias (30 a 300 PAs), que requerem formatação adequada à cultura de cada cliente, finaliza Luiz Mattar.