

A Atento abre espaço para serviços diferenciados

No ano em que completou dez anos de operação, a Atento Brasil, fundada em abril de 1999, chegou a uma receita líquida de US\$ 895 milhões (1,34% mais do que em 2008). Especializada em serviços de contact center e terceirização de processos de negócios (BPO), a empresa, do grupo Telefônica, emprega 75 mil funcionários. A Atento administra 30 centrais de atendimento próprias e 26 operações remotas (instaladas no cliente).

Tony Cruz, diretor executivo de administração, eficiência e tecnologia da informação da Atento Brasil, avalia que os resultados positivos de 2009 devem-se à importância que o serviço da empresa ganha no negócio dos clientes. “Se por um lado o outsourcing se converteu em uma estratégia bem sucedida por empresas de todos os setores da economia, existe uma crescente demanda por serviços cada vez mais complexos, fruto do amadurecimento das relações entre as companhias e seus clientes. Hoje, o chamado consumidor 2.0 exige de seus fornecedores interações mais transparentes, ágeis e assertivas”, descreve.

Embora não revele o peso das diversas linhas de serviços no resultado total, Tony confirma a tendência de maior diversificação nos contratos. “Até 2008, cerca de 80% do faturamento da Atento provinham do teleatendimento. Hoje, esse percentual diminuiu para 57%, devido à criação de serviços diferenciados”, diz.

O executivo observa que esse equilíbrio no portfólio contribuiu para que o segmento de contact center não sofresse grandes impactos com a crise, pois a retração em alguns serviços foi compensada com o aquecimento da demanda em outros. “Se por um lado a crise de 2009

inibiu o crescimento da operação de vendas e atividades relacionadas, também sinalizou novas oportunidades de terceirização. Um bom exemplo disso, frente ao cenário econômico, foi o crescimento da demanda por soluções de crédito, risco e cobrança. Nessa área, alcançamos crescimento já no primeiro semestre de 2009, consolidando assim nossa presença nesse mercado, com atuação em carteiras de clientes em diferentes faixas de atraso, desde a telecobrança até a cobrança contenciosa”, conta.

Em 2009, a Atento inaugurou duas novas centrais no estado de São Paulo, uma no bairro de Santana (na capital) e a outra em Santo André. A companhia também inaugurou mais um centro de treinamento em São Paulo, com 42 salas. A empresa tem unidades também em dez outras cidades, além de manter promotores de vendas em todo o território nacional.

A carteira da Atento inclui mais de 70 clientes, corporações nacionais e multinacionais de variados setores, com predominância de companhias de telecomunicações, finanças, varejo, mídia, serviços de infraestrutura (utilities) e TI.

Junto à expansão da estrutura de datacenter e centrais de atendimento, Tony Cruz explica que a adoção de novas tecnologias de gerenciamento de redes IP, dão base a reorganizações no esquema de trabalho, que aumentaram a escalabilidade da operação: “Com a implantação da tecnologia SIP (Session Initiation Protocol), as centrais passam a ser administradas como se fossem um único contact center, o que favorece um atendimento mais personalizado, no qual o cliente é atendido pelo teleoperador que tiver as competências adequadas às suas necessidades”.

Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida (%)	Rent. s/vendas (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)	Lucro Liq. P/ Func. (US\$ mil)
ATENTO	198,50	1,34	6,28	1,18	2,99	0,74



Tony Cruz

diretor-executivo

“A grande mudança no relacionamento entre empresa e consumidor é o tempo de resposta.”

No campo das novas aplicações, o executivo destaca que o amadurecimento dos sistemas de análise de fala – que permitem o reconhecimento de expressões verbais que servem como indicadores, conforme o contexto do atendimento – tende a aproximar o provedor do contact center das áreas de estratégia competitiva dos clientes. “Por meio das chamadas telefônicas, é possível extrair informações estratégicas para tomadas de decisão, identificar a causa-raiz de problemas, tendências de mercado, entre outros fatores”, enumera.

O diretor informa que o orçamento de 2009 destinou cerca de R\$ 10 milhões a iniciativas em capacitação. “O investimento inclui projetos como o Programa de Formação Inicial, destinado a recém-contratados, Programas de Reciclagem, que incentivam o crescimento profissional, e Academia Atento, que aprimora a formação e o desenvolvimento das equipes que atuam nas diversas áreas da empresa”, diz.

Como todas as organizações de contact center, a Atento enfrenta o desafio de formar sua própria mão-de-obra. Contudo, em grande parte dos casos, o treinamento para atuar no contact center é complementar a outras qualificações, que têm que ser buscadas no mercado.

Entre ligações feitas, recebidas, chat e e-mails, a Atento realiza cerca de 8 milhões de contatos por dia. No entanto, Tony Cruz destaca que, mais do que a expansão de volumes, a empresa precisa se adequar constantemente a mudanças qualitativas no setor. “Em um cenário de web 2.0, a grande mudança no relacionamento entre empresa e consumidor é o tempo de resposta. Agilidade, assertividade, objetividade e

transparência são imprescindíveis nesse modelo de relacionamento”, diz. “Nesse sentido, a Atento acredita que uma das tendências do setor é a diversificação, cada vez maior, das formas de relacionamento com o consumidor. Para auxiliar seus clientes nesse desafio, oferecemos canais variados de relacionamento (telefone, e-mail, chat, APV – Atendimento Pessoal Virtual, videoatendimento, SMS – gerenciamento de mensagens individuais, IM – Instant Messenger, e mídias sociais), ferramentas de automação (SMS, teleaviso, scoring, checagem, URA, discador, documentos eletrônicos, e localizador) e serviços de valor agregado (pesquisa, database marketing, monitoramento e interação nas mídias sociais da web e benchmarking)”, enumera.

Em novembro de 2009, a Atento obteve certificação ISO 9001:2008, referente à qualidade e melhoria contínua nos processos. Para garantir a aderência às melhores práticas, a empresa criou o SAGRe - Sistema Atento de Gestão por Resultados, que junta as referências ISO e Six Sigma ao COPC (customer operations performance center), um conjunto de padrões, promovido por grandes indústrias, para medir e gerenciar unidades de relacionamento.

“Acreditamos que 2010 também será um ano muito positivo. Queremos manter nosso crescimento sustentável e, dessa forma, continuaremos investindo em nossa estratégia de diferenciação, focando cada dia mais na proximidade de negócios com os nossos clientes, na eficiência operacional, no fortalecimento de nossa cultura e no desenvolvimento contínuo de nossos funcionários”, afirma Tony Cruz.



Receita Líquida Total (US\$ mil)	Receita Líq. Prop. Segmento (US\$ mil)	Lucro Líquido Total (US\$ mil)	Rent. s/ patrimônio (%)	Giro dos Ativos
895.556,44	895.556,44	56.270,93	30,97	2,61