



Press kit

Janeiro 2010

QUEM SOMOS

Almaviva do Brasil é uma sociedade de Telemarketing e Informática do Grupo Almaviva - The Italian Innovation Company .

O Grupo Almaviva nasceu na Itália e possui 8 empresas, que operam em 12 cidades italianas e em 2 sedes no exterior: Tunísia e Brasil.

A estrutura organizacional da **Almaviva do Brasil** possui no momento cerca de 7.500 funcionários, entre os quais 6.900 são operadores telefônicos.

O QUE FAZEMOS

A **Almaviva do Brasil** oferece suporte a **Organizações Privadas** e à **Administração Pública** (em projeto e operação) nos processos de relacionamento com clientes; apoiando-se no Know how do Grupo Almaviva, consolidado em anos de atividade na Itália e outros países da Europa.

O Grupo Almaviva é líder na Itália em atividades de Contact Center, nos serviços de Customer Relationship Management e nas soluções de Tecnologia da Informação para a Administração Pública e para os setores de Transporte/Logística e Território/Ambiente.

A oferta da Almaviva do Brasil é completa e desenvolve-se nos principais setores do mercado: Telecomunicações, Transportes, Bancos e Seguradoras, Industrial e Administração Pública.

Os serviços oferecidos vão desde a gestão de todos os processos de **Customer Care Receptivo**, a atividades de **Telemarketing, Back-Office, Web Call Center**, suporte operativo nos programas de **lealdade**, realização de **pesquisas de mercado** e **recuperação de crédito e cobrança**.

ONDE ESTAMOS

Instalada em Belo Horizonte - MG, desde agosto de 2006, inaugurou sua primeira filial no centro da capital paulista, em março de 2008. Atualmente, a empresa possui 2.200 posições de atendimento (PA's) na Matriz e 1.300 PA's nas duas Filiais de São Paulo.

Presidente: Giulio Salomone

Diretor de Operações: Matteo Marchiori

Diretor Financeiro: Rogélio Palma Nascimento

Diretor Comercial: Roberto Ribeiro

Diretor de Gestão de Pessoas: João Roberto Modugno

Diretor de Tecnologia da Informação: Luis Antônio Silva

Almaviva do Brasil

Belo Horizonte

Matriz

Av. Solferina Ricci Pace, 470
Vale do Jatobá - Belo Horizonte / MG
CEP: 30664 000
Tel.: +55 (31) 3516 6100 / Fax: 3516 6104
E-mail: geral@almavivadobrasil.com.br
www.almavivadobrasil.com.br

São Paulo

Filial 1 - Sede Operacional

Av. São João, 455
Centro - São Paulo / SP
CEP: 01035 000

Sede Comercial

Rua da Consolação, 338
Centro - São Paulo / SP
CEP: 01302 000
Tel.: +55 (11) 2526 9141
0800 941 8482

Filial 2 - Sede Operacional

Rua da Consolação, 318
Centro - São Paulo / SP
Cep: 01302 000

O Top Management

Giulio Salomone **Presidente da AlmavivA do Brasil**

Italiano, de 48 anos, Salomone trabalhou no Grupo Fiat por 21 anos assumindo uma posição de crescente responsabilidade no mundo de serviços financeiros e no setor de automóveis, na Itália e no exterior.

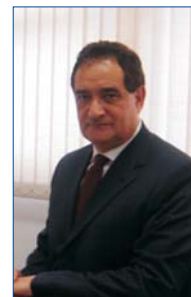


Salomone amadureceu sua carreira no Grupo automobilístico no cargo de Diretor Geral da Fidis, sociedade de serviços financeiros do Grupo, no cargo de Diretor Presidente da Fiat Credito Portugal e posteriormente como Diretor Presidente da Fiat Auto Grã-Bretanha.

Graças à experiência internacional trazida por Giulio, a AlmavivA do Brasil, presente no mercado Brasileiro de Contact Center desde 2006, coloca-se a caminho de uma grande potencialização dos seus negócios.

Rogélio Palma Nascimento
Diretor de Administração, Controladoria e Finanças
da AlmaxivA do Brasil

Nascido em São Paulo em 1955, Rogélio Palma Nascimento graduou-se Bacharel em Administração de Empresas e em Ciências Contábeis pela Fundação Armando Álvares Cabral e possui MBA em Controladoria e Finanças pela Universidade de São Paulo – USP.



Profissional de Controladoria e Finanças, adquiriu sólida experiência assumindo posições de liderança em organizações Multinacionais, Familiares, Serviços e Alta Tecnologia como: Telefônica, Grupo Suzano Feffer e Dixie Toga.

No decorrer de sua carreira, desenvolveu alta capacitação para startup e condução da área Financeira e Controladoria, mesmo durante processos de fusão, venda ou incorporação de empresas. Participou dos projetos de fusão da SPP Nemo e Agraprint Informática e de venda da Agaprint Embalagens para Rigesa pelo grupo Suzano.

Em novembro de 2009, Rogélio assumiu a Direção de Administração, Controladoria e Finanças da AlmaxivA do Brasil.

Matteo Marchiori **Diretor de Operações da AlmovivA do Brasil**

Formado em Administração pela Universidade Ca' Foscari de Veneza, possui mais de 15 anos de experiência na área de Information & Communication Technology, sendo que oito anos foram dedicados a TIM Itália, nas funções de Diretor de Contact Center e Gerente de Outsourcing.

Como Diretor Geral da Datel e da Telic, empresas líderes em Business Process Outsourcing, elevou os faturamentos em 75% durante o ano de 2003, utilizando um complexo Sistema de Gerenciamento Conjunto em Telemarketing Receptivo, Ativo e Back Office de logística integrada - gerenciamento eletrônico de documentação.

Tornou-se Diretor de Produção do Grupo AlmovivA em 2004, quando participou do processo de aquisição da Atesia, que na ocasião já era a maior empresa de Contact Center da Itália. Em julho de 2006, iniciou o processo de Start up da AlmovivA do Brasil como Diretor de Operações e pretende aproveitar todo o know how consolidado na Europa para alcançar resultados e qualidade, utilizando modelos inovadores na gestão de pessoas e nas formas contratuais para clientes de todos os portes.



Roberto Ribeiro **Diretor Comercial da Almagora do Brasil**

Diretor Comercial da Almagora do Brasil, Roberto Ribeiro, possui mais de 10 anos de experiência na estruturação e planejamento de áreas de vendas e marketing, sendo os últimos 9 anos dedicados a grandes empresas de Call Center, nacionais e multinacionais, tais como Teleperformance, Atento e Contax.



Formado em Administração de empresas pela Universidade Candido Mendes/RJ e com MBA em Marketing na Universidade Federal do Rio de Janeiro, possui também a certificação COPC - Customer Operation Performance Center - específica em modelo de gestão para empresas de prestação de serviços.

São grandes pontos de destaque em sua carreira: a liderança nas negociações do projeto de terceirização das operações do Banco Real (2.000 PA's) e Brasil Telecom (5.600 PA's) e a participação no processo de aquisição da CBCC pela Teleperformance.

Em agosto de 2007, Roberto foi convidado a dar mais um grande passo em sua carreira, fazer parte do start up comercial da Almagora do Brasil com o desafio de torná-la uma das maiores empresas do segmento de Call Center no país.

João Roberto Modugno Diretor de Gestão de Pessoas da Almagora do Brasil

Aos 44 anos, João Roberto Modugno é um Profissional de Recursos Humanos com sólida experiência adquirida em posições de liderança. Construiu sua carreira em organizações Nacionais e Multinacionais, Indústria de Base, Serviços e Alta Tecnologia, como os Grupos Telefônica, Suzano Feffer e Asea Brown Boveri.



Formado em Economia pela PUC de São Paulo e com especialização em Administração Industrial pela Fundação Vanzolini - SP, Modugno recebeu o prêmio "Destaque RH" por duas vezes, em 2002 e 2008.

João Roberto adquiriu experiência internacional com a coordenação e implantação de projetos de RH do Grupo Telefônica em Madri e também como responsável do grupo pela área de planejamento e remuneração para a América Latina.

Sua última função se deu como Diretor Executivo de Gestão de pessoas pela empresa G&P ITO & BPO Company – GPTI S/A, onde teve forte atuação no processo de profissionalização da companhia, bem como na elaboração de modelo cultural orientado para resultado e identidade organizacional.

Hoje, seu maior desafio consiste em transformar sua experiência em todos os subsistemas de Recursos Humanos e programas de mudança cultural, em ações estratégicas a fim de suplementar idéias e esforços à Almagora do Brasil.

Luis Antônio Silva
Diretor de Tecnologia da Informação da AlmavivA do Brasil

Brasileiro, de 43 anos, Luis Antonio acumula uma experiência de mais de 20 anos na área de Tecnologia da Informação.

Atuou em grandes empresas Nacionais e Multinacionais, tais como Telesp, Telesp Celular, TIM e Spread. Participou, como responsável pela implantação da infra-estrutura de TI e Contact Center, de 4 Startups de empresas de Telefonia Celular.



Nos últimos 5 anos, foi Diretor de Operações do Grupo Spread em São Paulo, sendo responsável pela gestão de mais de 2.000 colaboradores.

Em sua carreira, destaca-se o start up da TIM no Brasil (Bahia e Sergipe) em março de 2008, onde, em apenas 3 meses foi projetada, adquirida e implantada toda a infra de TI e Contact Center que permitiu à empresa entrar em operação.

Luis ingressou na AlmavivA do Brasil em setembro de 2009, com a missão de atender às demandas dos clientes internos e externos com a eficiência, a qualidade e a agilidade que o mercado exige.

MISSÃO:

Ser instrumento de criação, inovação e desenvolvimento de estratégias de comunicação e relacionamento entre a organização e seus clientes, garantindo a remuneração dos acionistas e satisfação dos funcionários, impulsionando a comunidade em geral em seu processo de crescimento e respeitando as leis e normas que regulamentam o setor.

VISÃO:

Ser considerado o melhor parceiro no mercado de CRM, agregando valor ao business dos clientes através de um trabalho pautado em criatividade, competência, seriedade e profissionalismo.

VALORES:

O principal pilar para a construção do sucesso da empresa está na valorização e respeito às diferentes culturas, inteligências e experiências das pessoas que integram a AlmavivA do Brasil. Portanto o relacionamento entre, Pessoas/Pessoas, Empresa/Pessoas e Empresa/Clientes é transmitido através dos seguintes valores:

Transparência: Construir um clima de confiança por meio de relações sinceras, justas e sólidas, expressando livremente as próprias idéias e contributos, até se contrários à orientação comum, mas cumprindo lealmente o seu papel uma vez que a decisão for tomada.

Integração: Compartilhar conceitos, metas, conhecimentos e experiências entre todos os colaboradores, visando o crescimento profissional em prol de objetivos comuns.

Profissionalismo: Decidir com rapidez e no tempo certo, assumir riscos e experimentar novas soluções no ambiente de trabalho, sendo capaz de alcançar os resultados prioritários e a satisfação do cliente com o menor custo possível.

Empreendedorismo: Olhar o futuro, imaginar cenários, antecipar o novo, buscando o crescimento contínuo e a superação. Cada colaborador, empreendedor de si mesmo, dentro da empresa e com a empresa: cada um buscando o perfil de um grande vencedor.

O VALOR DAS PESSOAS

Valorização e Integração das Pessoas

Vários projetos são criados com a finalidade de integrar as áreas e possibilitar que os funcionários desenvolvam suas habilidades, destacando entre eles, o projeto "IdéiavivA", onde todos os funcionários são convidados a apresentar idéias em 3 categorias: "Idéias que otimizam tempo e dinheiro", "Melhoria do ambiente de trabalho" e "Melhoria dos procedimentos na empresa.

O Projeto "IdéiavivA" é desenvolvido anualmente por um grupo de trabalho composto por representantes de todas as áreas da empresa.

O objetivo é desenvolver soluções que contribuam para a melhoria e crescimento da empresa, promovendo a participação ativa de todos os colaboradores da AlmagivA do Brasil.

Dentre as sugestões de projetos dadas pelos funcionários, as mais votadas são premiadas e implementadas pelos próprios autores. A exemplo desses projetos podemos citar: "AlmagivA Parceiro", "Anjo da Guarda" e "Ginástica Laboral"

O "IdéiavivA" funcionou também como ponto de partida para vários outros projetos como: o jornal "NotíciavivA", de circulação interna, e o Projeto "Olhos da Alma", exposição cultural que envolveu todos os funcionários da empresa na comemoração de um ano da AlmagivA do Brasil.

A AlmagivA do Brasil é formada por pessoas comprometidas com os projetos da empresa e determinadas a realizar com sucesso suas metas. Todos os colaboradores são considerados parceiros estratégicos nesse sentido.

Seus colaboradores buscam realização na participação ativa dos processos da empresa e procuram conquistar novos horizontes. Em pouco mais de 3 anos de atividades, a AlmagivA do Brasil promoveu mais de 1.100 dos seus funcionários.

Os funcionários da AlmagivA do Brasil têm idade média entre 18 e 25 anos e 77% é do sexo feminino.

A base para a construção do nosso sucesso está na capacitação e profissionalismo de nossos colaboradores, valorizando as experiências e as diferentes culturas dentro da organização.

DESENVOLVIMENTO ORGANIZACIONAL

A Política de Desenvolvimento de Pessoas tem como pilar principal a Gestão por Competências que se baseia na identificação dos conhecimentos, habilidades e atitudes, agregando valor à organização e valor social ao indivíduo.

Desenvolvimento e Crescimento Profissional

O **Programa de Desenvolvimento de Supervisores (PDS)** tem como principal pilar transmitir o conhecimento, aplicando uma visão prática, objetiva e focada na realidade da Operação. O PDS foi elaborado em Módulos: o 1º Módulo é de "Orientação para Equipes", o 2º de "Orientação para Qualidade", o 3º de "Orientação para Processos" e o 4º de "Orientação para Resultados". Este programa de desenvolvimento foi organizado especialmente para os Supervisores de Operação e é composto por conteúdos técnicos e comportamentais.

A Almagora do Brasil acredita que por meio de treinamentos e atividades de desenvolvimentos específicos, os Supervisores possam ampliar sua competência, sabendo lidar com a diversidade individual de seus operadores, gerando produtividade com excelência e lucratividade para a empresa.

O **Programa de Potenciais Supervisores (PPS)** tem como objetivo o desenvolvimento do Operador para que se efetive como Supervisor de Telemarketing. Consiste em um acompanhamento pela Gerência de Operação responsável, durante o período de um mês. O programa envolve treinamento, acompanhamento, feedback, suporte do RH e apresentação de pontos de melhoria da operação identificados pelos Potenciais Supervisores e por fim a identificação dos Potenciais Supervisores selecionados para o cargo de Supervisor de Telemarketing.

A Almagora do Brasil possui também o **Projeto Passaporte do Saber**, que objetiva ampliar o conhecimento e desenvolver os Operadores no sentido profissional e pessoal, preparando-os ainda mais para futuras oportunidades de crescimento dentro da empresa. O Projeto oferece variados cursos para crescimento profissional do funcionário, tais como: Conhecimento básico em Informática, Técnicas de Atendimento/Vendas, Reforma Ortográfica, Como redigir Cartas e Redação, Marketing Pessoal, etc.

BENEFÍCIOS

A AlmavivA do Brasil acredita que o bom clima organizacional seja um fator fundamental para o seu sucesso, pois o bom ambiente e a satisfação do colaborador se refletem na excelência do atendimento ao cliente final.

Alimentação

A AlmavivA do Brasil, preocupada com o bem estar de seus colaboradores, oferece refeição gratuita para todos os seus funcionários. Na matriz, foi estabelecida uma parceria com a empresa Puras, que fornece refeições saudáveis e balanceadas (sob supervisão de nutricionistas) em todos os turnos de trabalho; nas filiais o benefício é oferecido através do Vale Refeição.

Ambulatório médico

A AlmavivA do Brasil possui ambulatório médico – com consultórios, salas de audiometria e salas de repouso – provido de todos os equipamentos necessários para atender aos seus funcionários, além de médico, enfermeiros e fonoaudiólogos disponíveis para qualquer eventualidade.

Plano de saúde

A empresa oferece aos funcionários (assim que cumprido o prazo de três meses de experiência) Plano de Saúde Unimed, Plano de Saúde Intermédica e Plano Odontológico Bradesco, três das maiores operadoras de planos de saúde do Brasil, que garantem aos colaboradores da AlmavivA do Brasil cobertura em toda a região metropolitana de Belo Horizonte e São Paulo e para situações de emergência a cobertura é oferecida em todo o território nacional.

Seguro de vida

Pensando também na tranquilidade e proteção às famílias de seus colaboradores, a AlmavivA do Brasil concede o Seguro Coletivo Vida Mais Segura Bradesco.

Transporte

A AlmavivA do Brasil oferece também transporte fretado aos funcionários da matriz. Em parceria com a empresa de transportes Rouxinol Turismo, a empresa desenvolveu avançados sistemas de planejamento de rotas, garantindo aos seus colaboradores: conforto, segurança, pontualidade e facilidade no acesso à empresa.

Ginástica Laboral

A empresa conta com professoras de Ginástica Laboral e o programa está disponível 12 horas por dia, cinco dias por semana. Objetiva promover o bem estar dos colaboradores, prevenindo problemas de postura e lesões, além de contribuir para a melhoria das relações interpessoais.

Convênios

Com o objetivo de obter descontos para seus colaboradores, a AlmavivA do Brasil possui um programa de convênios chamado "AlmavivA Parceiro", que estabelece parcerias com estabelecimentos comerciais e instituições de ensino, entre outros.

Parceria com Banco

Para maior comodidade dos funcionários, foram disponibilizados (dentro da matriz) dois caixas eletrônicos 24h e uma agência bancária com funcionário à disposição para atender os colaboradores, em todos os dias úteis.

Estrutura física

A AlmavivA do Brasil está sempre aprimorando, tanto sua estrutura física quanto suas normas internas, de forma a oferecer aos seus colaboradores uma crescente melhoria nas condições de trabalho, visando inclusive superar as exigências da NR-17 e demais dispositivos legais.

RESPONSABILIDADE SOCIAL

Nossa Política de Responsabilidade Social começa dentro da empresa com a valorização dos funcionários e com parcerias junto à iniciativa privada e pública.

Política de Estágio: Prioriza o direito de cidadania do estudante em participar de atividades práticas relacionadas à sua linha de formação. Por meio de convênios com instituições de ensino, insere os estudantes na empresa visando o desenvolvimento e a aplicação do conhecimento adquirido sob orientação de um supervisor.

Política de Recrutamento e Seleção: Prioriza a contratação de funcionários que residem na região próxima da sede da empresa, como forma de valorizar e contribuir para o crescimento da comunidade vizinha que conta com poucas oportunidades de trabalho.

Projeto Social “Construir o Amanhã”

Esse projeto objetiva, em parceria com as escolas da região em que a AlmavivA atua em Belo Horizonte, oferecer o primeiro emprego a jovens estudantes. As escolas encaminham seus melhores alunos - a partir dos 16 anos e ainda cursando o ensino médio - à empresa, que os oferece trabalho registrado em carteira e em horários compatíveis com a escola.

TECNOLOGIA DE PONTA

AlmavivA do Brasil investe em tecnologia de ponta. Foram investidos R\$ 35 milhões para o start up da empresa e são investidos cerca de R\$ 5 milhões/ano para manutenção e evolução dessa tecnologia.

A AlmavivA do Brasil possui Data Center equipado com ativos de rede CISCO SYSTEMS e servidores de última geração Hewlet Packard e Dell. Redundância para todos os equipamentos e serviços de telecomunicações: rede LAN de alta disponibilidade em topologia estrela duplicada com anel óptico redundante, rede WAN redundante com fibra óptica e radio e pelo menos duas operadoras de telefonia. No break (UPS) e gerador de energia elétrica para toda a operação, com autonomia de 16 horas, ou vários dias com reabastecimento de diesel, caso haja corte de energia. Cabeamento estruturado e certificado SYSTIMAX e FURUKAWA.

A central telefônica AVAYA (S-8720) pode processar até 540.000 chamadas hora em horário de pico (BHCC) e suporta até 36.000 portas.

Todas as Posições de Atendimento (PA's) são equipadas com computadores de última geração HP Pentium 4 e monitor LCD 17" ajustável.

O Centro de Competência está especializado no desenvolvimento e customização de soluções personalizadas para o atendimento das necessidades dos clientes.

A AlmavivA do Brasil investe cerca de R\$ 1 milhão/ano em pesquisa e desenvolvimento de novos produtos/sistemas, que venham a agregar valor ao negócio dos nossos clientes.

A infra-estrutura de telecomunicação tem, entre os parceiros e fornecedores, empresas como CTBC, Infovias (fibras ópticas), OI, TIM e Diveo (rádio digital).

A empresa firmou parcerias com os maiores fornecedores mundiais de tecnologia da informação, entre eles Microsoft, HP, Avaya, ASPECT, CISCO e DELL.

PREMIAÇÕES

Prêmio Padrão de Qualidade em Contact Center - Consumidor Moderno - na categoria "Melhor SAC Serviços"

Em setembro de 2009, a AlmovivA do Brasil participou do Prêmio Padrão de Qualidade em Contact Center, promovido pela revista Consumidor Moderno e pela Izo Brasil, onde foi premiada na categoria "Melhor SAC Serviços", em reconhecimento ao sucesso do Case TIM.

No mercado cada vez mais competitivo, esse exemplo de sucesso vem comprovar que os serviços da AlmovivA do Brasil orientam o cliente na diferenciação do seu negócio. A oferta da companhia é direcionada a todas as empresas que tem como intuito valorizar a relação com o próprio cliente, propondo serviços customizados e de alto valor agregado.

O Prêmio Padrão de Qualidade em Contact Center tem como objetivo geral reconhecer as melhores práticas e operações de Contact Center no Brasil, bem como proporcionar a divulgação pública das melhores empresas na gestão de Contact Centers. A inclusão da AlmovivA do Brasil entre as empresas merecedoras de tal reconhecimento indica, necessariamente, que o Know how consolidado pelo Grupo AlmovivA em anos de atividade na Itália e Europa, trata-se do seu grande diferencial frente à concorrência.

A premiação aconteceu no dia 15 de setembro, durante o jantar de abertura oficial do Conarec 2009, no Hotel Transamérica, e contou com a presença dos executivos e lideranças que formam a elite da comunidade do setor de relacionamento com clientes no Brasil. O Conarec representa o maior encontro ibero-americano de profissionais de relacionamento.

O Prêmio Padrão de Qualidade em Contact Center possui uma abrangência internacional, pois esse reconhecimento é efetuado concomitantemente em outros países ibero-americanos por meio da AIAREC Summit.

Diploma de Honra ao Mérito

Em dezembro de 2007, a AlmovivA do Brasil foi homenageada com o Diploma de Honra ao Mérito concedido pela Câmara Municipal de Belo Horizonte, em reconhecimento à contribuição da empresa para o desenvolvimento social e econômico da cidade.

A AlmovivA do Brasil tem como política valorizar a mão-de-obra local, contribuindo para o crescimento das comunidades vizinhas. Sua chegada na região do Barreiro (Belo Horizonte / MG) propiciou um significativo aumento da empregabilidade - cerca de 75% dos funcionários residem na região onde a Matriz está instalada.

Além disso, a AlmovivA do Brasil é responsável por promover o engajamento de um grande número de jovens no mercado de trabalho, oferecendo a oportunidade do primeiro emprego. Mais de 7.500 jovens já obtiveram seu primeiro emprego, em pouco mais de 3 três anos de atividade da empresa.

INFRA-ESTRUTURA

A estrutura organizacional da AlmovivA do Brasil conta com 7.500 funcionários, dos quais 6.900 são operadores telefônicos. A empresa possui capacidade para até 2.200 posições de atendimento (PA's) na sede, em Belo Horizonte, e mais de 1.500 PA's nas filiais de São Paulo.

A AlmovivA do Brasil conta com data center e torre de rádio próprios, no break e gerador que suporta toda a sede, inclusive o ar-condicionado, e autonomia sem abastecimento de água para cinco dias de operações contínuas.

O ambiente de trabalho é bem iluminado, todas as Posições de Atendimento (PA's) são equipadas com computadores de última geração, monitor LCD 17" ajustável. Todos os equipamentos são totalmente reguláveis para maior conforto do operador telefônico, superando a NR17 – nova legislação brasileira de ergonomia.

MATRIZ – BELO HORIZONTE

- Mais de 14.000 m² de área construída;
- 22.000 m² de área total;
- 2.200 PA's;
- Capacidade de customização de acordo com necessidades específicas, inclusive isolando ilhas, salas ou mesmo prédios inteiros, para Clientes com demandas especiais;
- 9 salas de treinamento com tecnologia de última geração e com capacidade para 35 pessoas, cada;
- Auditório com recursos audiovisuais e capacidade para 250 pessoas;
- Torre de rádio própria (15 metros);
- No break e gerador que suporta todo o site (inclusive ar-condicionado);
- Autonomia sem abastecimento de água para cinco dias de operações contínuas.

FILIAIS – SÃO PAULO

- 2 sites no centro da cidade;
- Área total de 8.000 m²;
- 1 site com capacidade para 780 PA's;
- 1 site com capacidade para 800 PA's;
- Capacidade de customização de acordo com necessidades específicas do Cliente, isolando ilhas e salas.
- Salas de treinamento em cada site;
- PA's equipadas com computadores de última geração, monitor LCD 17" ajustável, equipamentos totalmente reguláveis para maior conforto do Operador Telefônico, superando a NR17 – Nova Legislação Brasileira de Ergonomia.

SEGURANÇA

A manutenção da segurança física e lógica (dados dos clientes) é uma das preocupações da empresa. O sistema inclui leitura óptica de códigos de barra e identificação biométrica através de impressão digital, guarda armada 24 horas nos sete dias da semana, monitoração eletrônica de perímetro, portas e janelas, cobertura de circuito fechado de tevê em toda a empresa (áreas externas e internas). E também suporte técnico no local 24 horas nos sete dias da semana, conexões de voz e dados em rádio digital e fibras ópticas.

O data center possui sistemas de segurança de última geração. A entrada no local somente é permitida a pessoas cadastradas. O ingresso é feito por senha e leitura de impressão digital. O objetivo é garantir total segurança aos dados dos clientes e da empresa. Não existe compartilhamento de bancos de dados ou servidores, garantindo altíssimo nível de segurança a todos os clientes.

PARCEIRO IDEAL

A AlmavivA do Brasil tem grande experiência, profissionalismo e tecnologias para apresentar-se no mercado brasileiro como player de excelência e ser um protagonista no mercado dos serviços inovadores.

O objetivo do serviço de Customer Care e Customer Relationship Management que a AlmavivA do Brasil oferece irá permitir às empresas focalizar em seu próprio business, enquanto aumenta a qualidade e a eficácia dos serviços e a satisfação do cliente final.

Oferta personalizada, tecnologia de vanguarda, velocidade de execução do serviço, flexibilidade na gestão dos volumes de chamadas, consultoria mercadológica nos processos de Customer Relationship Management, trabalho contínuo, recursos dedicados com skill específicos em atividade de telemarketing, relatórios automatizados e personalizados: a AlmavivA do Brasil é o parceiro ideal para clientes de grande porte que atuam no mercado brasileiro.

A AlmavivA do Brasil não possui portfólio rígido de produtos, mas oferece um conjunto de soluções de telemarketing ativo e receptivo que é desenhada sob medida para a necessidade de seus clientes, com base na experiência e know how internacionais, em diversos setores dos mercados públicos e privados.

A AlmavivA do Brasil não tem um portfólio de produtos, mas um portfólio de áreas de soluções e CRM. Flexibilidade e customização para atender todas as necessidades dos clientes constituem o posicionamento da AlmavivA do Brasil no seu mercado.

PERFIL DO GRUPO

A Almaviva - The Italian Innovation Company é a empresa líder na Itália nos serviços de CRM e nas soluções de Tecnologia da Informação para a Administração Pública e para os setores de Transporte /Logística e Território/Ambiente.

Com capital 100% italiano, o Grupo Almaviva compreende 8 empresas que operam em 12 cidades italianas e em 2 sedes no exterior, Tunísia e Brasil. O faturamento em 2008 chegou a 630 milhões de euros.

O Grupo é formado pelas seguintes empresas: Almaviva, Almaviva Finance, Almaviva Consulting, Almaviva Contact, TSF - Tele Sistemi Ferroviari, CosTunisie, Alicos e Almaviva do Brasil.

A originalidade do projeto industrial da Almaviva é fruto da integração entre os elementos oferecidos por cada empresa do Grupo; da Tecnologia da Informação ao Customer Relationship Management e Business Process Outsourcing para criar ofertas de Information e Communication Services.

A Almaviva está presente nos setores vitais da economia Italiana: a administração pública, as telecomunicações, os transportes, a indústria, ambiente e o mundo financeiro. Para esses mercados a Almaviva projeta e desenvolve sistemas informativos, serviços integrados com tecnologia inovadora, iniciativas complexas e de grande duração, para as quais se encarrega de todos os aspectos, sejam eles de projetos ou change management, da segurança e dos inteiros processos de negócios.

Para conseguir esses resultados, a Almaviva tem à sua disposição potentes infra-estruturas (data center) para suporte dos serviços de co-sourcing e full outsourcing.

Com essas características, o Grupo Almaviva exprime um patrimônio de experiência, profissionalismo e tecnologias que lhe permite apresentar-se aos mercados como player de excelência e como um protagonista na economia dos serviços inovadores.

Três "I", guiam a estratégia da Almaviva: Integração, Inovação e Internacionalização.

Integração: porque a estratégia da Almaviva baseia-se na convergência de competências e experiências complementares em Information Technology e Customer Relationship Management para oferecer uma vasta e diversificada gama de serviços focados no negócio do cliente. Um novo modelo de empresa e de oferta de soluções voltadas para serviços, baseadas nos multi-canal da comunicação com os clientes e com a sociedade.

Inovação: porque com a oferta da Almaviva é possível transferir-se da cultura de serviços centrados somente na tecnologia, à cultura de serviços de consultoria, gestão dos processos e transformação do negócio, ou seja, Information & Communications Services.

Internacionalização: porque a Almaviva opera predominantemente na Itália, mas observa também os mercados externos. Está presente com atividade de call center na Tunísia e no Brasil. O Grupo tem projetos de exportar em breve o seu know-how também para outros países.

Presidente: Alberto Tripi

Administrador Delegado: Marco Tripi

Vice Presidente: Giuseppe Cuneo

O TOP MANAGEMENT

Alberto Tripi **Presidente do Grupo AlmavivA**

Empreendedor, nascido em Roma em 1940, graduado em Engenharia. Trabalhou na IBM por 17 anos, onde ocupou importantes cargos executivo.

Em 1983, deixa a IBM Europa - com sede em Paris - onde era responsável pelo desenvolvimento do mercado de serviços na Europa, África e Oriente Médio. No mesmo ano funda a Cos Communication Services S.p.A., para realização de serviços de informática e telecomunicação.

Atualmente é acionista majoritário e Presidente da AlmavivA S.p.A. - The Italian Innovation Company, holding responsável pelo controle de uma série de empresas nos setores de Informática e Telecomunicações.

Por cinco anos, desenvolveu funções de Conselheiro de Administração do IRI.

No Sistema Confindustria exerce funções representativas desde 1977 e, atualmente, faz parte do Conselho Diretivo como Delegado da Presidência para o e-Government e Coordenador de Serviços e Tecnologia.

É integrante do Gruppo e-Europe da Comissão Europeia.

Marco Tripi **Administrador Delegado do Grupo AlmavivA**

Administrador Delegado da AlmavivA, ocupa o cargo de Presidente da TSF, AlmavivA Finance e AlmavivA Contact. Ele é o Presidente do Conselho de Administração da AlmavivA do Brasil.

Nascido em Roma em 1969 e graduado em Economia e Comércio, trabalhou na Diretoria de Marketing do BNL Multiserviços, empresa de serviços informativos e telemáticos do Grupo BNL, onde iniciou em 1997.

Em 1999 ingressou no Grupo COS, hoje AlmavivA Contact, ocupando primeiro o cargo de Diretor de Marketing e a partir de 2001 o de Administrador Delegado.

Em 2008 foi nomeado Vice Presidente da Assotelecomunicazioni – ASSTEL e entrou no Conselho Diretivo da Unione degli Industriali e delle Imprese di Roma.

Giuseppe Cuneo **Vice Presidente do Grupo AlmavivA**

Vice Presidente da AlmavivA, nasceu em Genova no ano de 1946 onde graduou-se em Engenharia.

Até o final de 2004 ocupou o cargo de Administrador Delegado da Elsag (Grupo Finmeccanica), onde iniciou suas atividades em 1992 no cargo de Diretor Geral.

Anteriormente trabalhou na Olivetti, onde assumiu vários cargos gerenciais, entre eles o de responsável da Olivetti Personal Computer. Assumiu responsabilidades na Associação Industrial de Genova e Federcomin.

EMPRESAS DO GRUPO ALMAVIVA

AlmavivA

Sociedade líder na oferta de “Information e Communication Services”.

Alicos

Sociedade de Customer Relationship Management para o setor de Transporte.

AlmavivA Consulting

Sociedade destinada à inovação dos processos de negócios das empresas públicas e privadas.

AlmavivA Contact

Sociedade líder na Itália nos serviços de Customer Relationship Management, para os setores de Telecomunicação, Mídia, Financeiro e Administração Pública.

AlmavivA do Brasil

Sociedade de serviços de CRM e Tecnologia da Informação para o mercado brasileiro.

AlmavivA Finance

Sociedade especializada em soluções e serviços de TI para os bancos e seguradoras.

CosTunisie

Sociedade de serviços de CRM para o mercado tunisiano e internacional.

TSF

Sociedade líder no setor de serviços de informação e Communication Technology para o transporte.

Atualizado em 19 de janeiro de 2010.

Marketing e Comunicação
Márcia Bara

Av. Solferina Ricci Pace, 470
Vale do Jatobá - Belo Horizonte
CEP: 30664 000
Tel.: (31) 3516 6130
E-mail: mbara@almavivadobrasil.com.br

Assessoria de Imprensa
Filomena Sayão Comunicações
Tel.: (11) 3541 3577 / 3289 6429 / 9992 1266
E-mail: filosayao@filosayao.com.br