31/01/2013 - Processos de gestão em serviços compartilhados são foco do novo posicionamento de negócios da LOWCOST

Desde 2010, companhia investe anualmente 4,5% de seu faturamento em um novo modelo de negócios, que confere significativa redução de custos na gestão de documentos

Para oferecer gestão documental estruturada e serviços compartilhados a empresas de grande porte no Brasil e na América do Sul, a LOWCOST reposicionou seus serviços e sua marca, após quatro anos de estudos e análises sobre como as grandes corporações vêm gerenciando seus documentos físicos e virtuais. A empresa, que já tem uma trajetória bem-sucedida no segmento de outsourcing de impressão, desenvolveu um novo modelo de negócio, que congrega todos os pilares relacionados à gestão de documentos. Esses pilares, quando implementados integralmente, conferem uma expressiva redução de custos e de utilização de espaço físico.

“Olhar os fluxos dos departamentos das empresas de forma horizontal é a base do serviço que oferecemos. Com isso, é possível aportar processos à gestão de documentos e apontar as possíveis reduções de custos que, no dia-a-dia, podem passar despercebidas para a maioria dos gestores”, explica Francis Safi, presidente da LOWCOST.

Lidar com um grande volume de dados e os riscos que permeiam o processo de gestão de milhares de arquivos dos clientes é o foco da LOWCOST. A companhia opera para solucionar as dificuldades não de uma, mas de todas as fases da gestão de informação. “O que norteou o desenvolvimento deste modelo de negócios foi a união, em um único serviço, de todos os processos de gestão da informação”, comenta Safi. “Com isso, há redução de custos, mas também há melhoria da operação do cliente como um todo, pois é possível mensurar os resultados em qualquer ponto de captura da informação”.

Oportunidades de mercado

Na avaliação de Francis Safi, o foco em inovação é essencial para uma companhia de TI, e o desenvolvimento de soluções, além de melhorar as negociações com clientes e fornecedores faz com que a cadeia toda seja sustentável. O presidente explica que o pensamento convencional das corporações é a de que os dados podem somente ser acessados por meio da ferramenta que os criou e, com isso, a gestão da informação fica mais complexa e isolada. O resultado é um desempenho abaixo do esperado e aumento nos custos de armazenamento e de mão de obra contínua, para a manutenção das informações obsoletas.

“Como esses dados não são normalmente gerenciados e regidos por políticas de descarte, são criadas responsabilidades desnecessárias para as organizações”, diz Safi. “É aí que a LOWCOST desonera seus clientes, oferecendo uma gestão que mantém apenas o que é necessário, de acordo com a legislação e as políticas de cada empresa”, declara.

A meta da LOWCOST é audaciosa. Com o novo posicionamento, a empresa prevê, em dois anos, conquistar 20 novos clientes de grande porte no Brasil, na Argentina e no México, o que representará 30% de crescimento em faturamento. Para isso, a companhia tem um plano de investimentos que engloba suas áreas comercial, de marketing e de recursos humanos.

A LOWCOST investe continuamente 4,5% do seu faturamento em inovação e tem em sua carteira de clientes empresas como Siemens, Gerdau, Atos, Otis, Philips, Audi e CPFL, entre

outras.

Sobre a LOWCOST
A LOWCOST, empresa de Tecnologia de Informação, é expert na gestão estratégica da informação em todos os seus aspectos. Com filiais na Argentina e México, a empresa está em franca expansão na América Latina. Possui mais de 300 funcionários e atende 50 mil usuários, em mais de 80 clientes corporativos. Fundada em 1996, a multinacional de origem brasileira é referência no mercado de outsourcing de impressão, sendo pioneira em aplicar gestão a esse processo. Com foco na excelência e investindo em inovação, a companhia tem uma solução focada na eficiência dos processos para otimização da performance e redução de custos dos clientes.

Andreoli MSL Brasil