



Revista de Imprensa

Mercados Atividade ional impulsiona contact centers em Portugal	Vida Económica	Fri, 29 Jul 2022
Como a tecnologia pode aumentar a produtividade em contact centers	HR Portugal	Tue, 26 Jul 2022
Oito razões para as empresas optarem por um "contact center" terceirizado	Bom Dia Europa	Mon, 25 Jul 2022
A cloud e o impacto no trabalho remoto no contact center	Call Center	Wed, 20 Jul 2022
IA e automação no Contact Center – 79% planeia aumentar investimento	Call Center	Wed, 20 Jul 2022
Warpcom aposta em tecnologias-chave de customer experience	APDC	Wed, 13 Jul 2022
Uber escondido com ministro de fora: a conspiração para baixar salários	Abril Abril	Wed, 13 Jul 2022
Trabalho por turnos: Que impacto tem na saúde e no desempenho dos operadores?	MSN Portugal	Wed, 13 Jul 2022
81% dos contact centers norte-americanos aumentou a sua aposta em software. Será suficiente?	Call Center	Tue, 5 Jul 2022
Humanização – Até onde vai o script? Dois terços dos operadores querem alterá-lo	Call Center	Tue, 5 Jul 2022

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

## Mercados Atividade ional impulsiona contact centers em Portugal

VIDA ECONÓMICA - FRI, 29 JUL 2022

Atividade internacional impulsiona contact centers em Portugal

PEDRO MIRANDA, PRESIDENTE DA APCC, AFIRMA

O segmento de atividade de contact centers que tem crescido mais em Portugal é o internacional, de serviços prestados a nearshore ou offshore, que hoje já representa mais de 50% do setor, em pessoas, receita e valor acrescentado, afirma Pedro Miranda, presidente da APCC- Associação Portuguesa de Contact Centers.

Os maiores utilizadores dos serviços de contact centers são multinacionais ou grandes organizações, mas Pedro Miranda entende que se deve dar mais atenção às PME, porque muitas vezes é o nível de atenção ao cliente que as distingue de empresas de maior dimensão”.

Vida Económica - Como tem evoluído a atividade dos Contact Centers em Portugal?

Pedro Miranda - A evolução dos Contact Centers está na categoria do “espetacular”, sem falsas modéstias. Hoje os Contact Centers em Portugal não conseguem restringir-se a uma definição simples, de modo algum. São diversos e diferentes segmentos de atividade, sendo que o segmento que tem crescido mais é o internacional, que hoje já representa mais de 50% do setor, em pessoas, receita e valor acrescentado. São serviços prestados em Portugal que têm como destino outros países, que designamos por vezes nearshore ou offshore.

O setor, hoje, no seu todo e na sua essência de prestação de serviços, envolve 104 mil profissionais, e fatura algo como três mil milhões de euros, sendo mais de metade para o mercado internacional, e com taxas de forte crescimento. O mercado com destino ao segmento português, embora sendo um segmento aparentemente “nacional”, também já possui fortes influências da crescente imigração e do forte crescimento do turismo. Os turistas consomem produtos e serviços que precisam de um Contact Center de apoio, ou os imigrantes, por exemplo, abrem e utilizam contas bancárias, pelo que recorrem a Contact Centers onde o Inglês é cada vez mais necessário. Adicionalmente, se a digitalização acelerada das relações é uma realidade, como é exemplo o e-commerce, também é verdade que na retaguarda têm crescido soluções de apoio aos clientes ou potenciais clientes que, embora com apoio tecnológico, nunca deixam de envolver equipas humanas que são imprescindíveis e com dimensões de que a maioria das pessoas não tem noção.

Outra dimensão do setor é a tecnologia, que é um segmento com forte tradição portuguesa, com empresas de referência internacional que começaram a sua atividade em Portugal. Também neste segmento, importa destacar que o mais avançado a nível mundial está disponível e ao serviço do próprio setor, nomeadamente soluções completas de Contact Center e BPO na cloud, soluções de voz natural para os canais de voz, assistentes virtuais, soluções de gestão de relacionamento, bases de conhecimento de suporte, formação, além de soluções de workforce management. Também é verdade que, para crescerem de forma internacional, essas soluções têm incorporado capital estrangeiro, mas envolvem muitos profissionais portugueses e também trabalham o mercado nacional, como escala mundial.

VE - Quais são os fatores que tornam o nosso país atrativo para esta atividade?

PM -A maioria das pessoas que trabalham no segmento internacional, pela pequena dimensão do mercado nacional disponível, são pessoas estrangeiras e de diversos países. Sobre os fatores que tornam possível esta imigração já todos estamos conscientes e continuam atuais, mas também têm limites que ainda não se sabe bem quais, nomeadamente o ambiente mais organizado e simpático nas nossas grandes cidades, a crescente oferta de serviços do turismo que também serve bem o segmento das pessoas que vêm de fora para trabalhar em Portugal, como é o caso da oferta de restauração e diversão, o clima e as praias. A habitação é uma limitação geral, como é sabido, mas tem havido capacidade de absorção porque as empresas do setor têm investido para que as pessoas que são atraídas para Portugal tenham incluído um pacote de alojamento e serviços associados. Geralmente são pessoas qualificadas e, não podemos esquecer, fazem consumo e pagam impostos, diretos e indiretos, em Portugal. Algumas dessas pessoas vão fazer a sua vida cá, o que é ótimo para melhorar o perfil laboral português.

A escassez de profissionais, que atravessa todos os setores, também atinge o nosso, tanto de trabalhadores portugueses como estrangeiros. E Portugal enfrenta a concorrência de outros países mais a Sul, como é o caso da Grécia. A guerra na Ucrânia e a desestabilização consequente a Leste da Europa favorece outras regiões, como é natural, embora se espera que temporariamente.

VE -A dificuldade em contratar pessoas está a condicionar o crescimento da atividade?

PM -A dificuldade de contratar é evidente, e o crescimento dos salários e custos para reter os profissionais são também evidentes, o que também condiciona o crescimento da atividade, sem dúvida.

VE -O trabalho continua a ser realizado em escritórios ou também é feito em teletrabalho?

PM - Em ambos, sendo que a tendência é a existência de segmentos distintos, com pesos distintos, nomeadamente nas instalações especializadas, em regime híbrido e a 100% remoto.

O regime híbrido é o que tem mais peso e penso que é o regime que melhor funcionará nos próximos tempos.

VE - O leque de serviços disponibilizadas pelos Contact Centers está a ser alargado?

PM - Sem dúvida, os serviços de Contact Center são realmente muito abrangentes, para começar, cada vez mais multicanal, embora o canal voz continue com peso significativo. Há um novo leque de serviços. Quanto aos serviços mais tradicionais, não desapareceram, claro,

nomeadamente o apoio ao cliente ou vendas, mas são cada vez mais integrados em jornadas de um nível de “customer experience que se pretendem cada vez mais fáceis, intuitivas e menos consumidoras de fricções que necessitem de intervenção humana.

VE - Qual é a importância da formação nos contact centers?

PM - Este setor envolve formação, inicial e contínua, de forma muito relevante. É uma parte principal da atividade. Não só formação técnica no âmbito principal do serviço que as pessoas estão envolvidas, naturalmente, mas também competências de comunicação e gestão de relacionamento. Ao nível de chefes de equipas, é fundamental acrescentar a formação nas competências de liderança.

VE - Os utilizadores de Contact Center são grandes organizações ou também PME?

PM - O segmento internacional tende a ser suportado em grandes organizações, sejam próprios a instalar em centros em Portugal para seu consumo interno, sejam empresas profissionais na prestação de serviços. Os centros para o mercado doméstico estão mais segmentados, desde os grandes até aos mais pequenos ou de nicho. As PME também são, mas com pouca expressão quanto tanto sabemos. Penso mesmo que se deverá dar mais atenção às PME, que são o tecido empresarial dominante em Portugal e que podem evoluir ainda mais a sua prestação de serviços, porque muitas vezes é o nível de atenção ao cliente que as distingue de empresas de maior dimensão.

Setor envolve 104 mil profissionais e fatura três mil milhões de euros

‘A evolução dos Contact Centers está na categoria do ‘espetacular’, sem falsas modéstias”, afirma Pedro Miranda.

**APCC - Associação  
Portuguesa de  
Contact Center**

OUTLET Vida Económica  
MEDIA TYPE newspaper  
FREQUENCY Weekly  
COUNTRY Portugal  
LANGUAGE Portuguese  
IMPRESSIONS 210,900  
TAGS Contact Centers, APCC

PUBLICATION DATE Fri, 29 Jul 2022  
CIRCULATION 105,450 Weekly  
PAGES 14, 2  
SIZE 425 cc  
AVE €4,523  
DISTRIBUTION Portugal



Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.



**14 Mercados**  
Atividade  
internacional impulsiona  
contact centers em  
Portugal





Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

PEDRO MIRANDA, PRESIDENTE DA APCC, AFIRMA

# Atividade internacional impulsiona contact centers em Portugal

O segmento de atividade de contact centers que tem crescido mais em Portugal é o internacional, de serviços prestados a nearshore ou offshore, que hoje já representa mais de 50% do setor, em pessoas, receita e valor acrescentado, afirma Pedro Miranda, presidente da APCC - Associação Portuguesa de Contact Centers.

Os maiores utilizadores dos serviços de contact centers são multinacionais ou grandes organizações, mas Pedro Miranda entende que se deve dar mais atenção às PME, porque muitas vezes "é o nível de atenção ao cliente que as distingue de empresas de maior dimensão".

**Vida Económica - Como tem evoluído a atividade dos Contact Centers em Portugal?**

**Pedro Miranda** - A evolução dos Contact Centers está na categoria do "espetacular", sem falsas modéstias. Hoje os Contact Centers em Portugal não conseguem restringir-se a uma definição simples, de modo algum. São diversos e diferentes segmentos de atividade, sendo que o segmento que tem crescido mais é o internacional, que hoje já representa mais de 50% do setor, em pessoas, receita e valor acrescentado. São serviços prestados em Portugal que têm como destino outros países, que designamos por vezes nearshore ou offshore.

O setor, hoje, no seu todo e na sua essência de prestação de serviços, envolve 104 mil profissionais, e fatura algo como três mil milhões de euros, sendo mais de metade para o mercado internacional, e com taxas de forte crescimento. O mercado com destino ao segmento português, embora sendo um segmento aparentemente "nacional", também já possui fortes influências da crescente imigração e do forte crescimento do turismo. Os turistas consomem produtos e serviços que precisam de um Contact Center de apoio, ou os imigrantes, por exemplo, abrem e utilizam contas bancárias, pelo que recorrem a Contact Centers onde o Inglês é cada vez mais necessário. Adicionalmente, se a digitalização acelerada das relações é uma realidade, como é exemplo o e-commerce, também é verdade que na retaguarda têm crescido soluções de apoio aos clientes ou potenciais clientes que, embora com apoio tecnológico, nunca deixam de envolver equipas humanas que são imprescindíveis e com dimensões de que a maioria das pessoas não tem noção.



**"A evolução dos Contact Centers está na categoria do 'espetacular', sem falsas modéstias", afirma Pedro Miranda.**

Outra dimensão do setor é a tecnologia, que é um segmento com forte tradição portuguesa, com empresas de referência internacional que começaram a sua atividade em Portugal. Também neste segmento, importa destacar que o mais avançado a nível mundial está disponível e ao serviço do próprio setor, nomeadamente soluções completas de Contact Center e BPO na cloud, soluções de voz natural para os canais de voz, assistentes virtuais, soluções de gestão de relacionamento, bases de conhecimento de suporte, formação, além de soluções de workforce management. Também é verdade que, para crescerem de forma internacional, essas soluções têm incorporado capital estrangeiro, mas envolvem muitos profissionais portugueses e também trabalham o mercado nacional, como escala mundial.

**VE - Quais são os fatores que tornam o nosso país atrativo para esta atividade?**

**PM** - A maioria das pessoas que trabalham no segmento internacional, pela pequena dimensão do mercado nacional disponível, são pessoas estrangeiras e de diversos países. Sobre os fatores que tornam possível esta imigração já todos estamos conscientes e continuamos atuais, mas também têm limites que ainda não se sabe bem quais, nomeadamente o ambiente mais organizado e simpático nas nossas grandes cidades, a crescente oferta de serviços do turismo que também serve bem o segmento das pessoas que vêm de fora para trabalhar em

Portugal, como é o caso da oferta de restauração e diversão, o clima e as praias. A habitação é uma limitação geral, como é sabido, mas tem havido capacidade de absorção porque as empresas do setor têm investido para que as pessoas que são atraídas para Portugal tenham incluído um pacote de alojamento e serviços associados. Geralmente são pessoas qualificadas e, não podemos esquecer, fazem consumo e pagam impostos, diretos e indiretos, em Portugal. Algumas dessas pessoas vão fazer a sua vida cá, o que é ótimo para melhorar o perfil laboral português.

A escassez de profissionais, que atravessa todos os setores, também atinge o nosso, tanto de trabalhadores portugueses como estrangeiros. E Portugal enfrenta a concorrência de outros países mais a Sul, como é o caso da Grécia. A guerra na Ucrânia e a desestabilização consequente a Leste da Europa favorece outras regiões, como é natural, embora se espera que temporariamente.

**VE - A dificuldade em contratar pessoas está a condicionar o crescimento da atividade?**

**PM** - A dificuldade de contratar é evidente, e o crescimento dos salários e custos para reter os profissionais são também evidentes, o que também condiciona o crescimento da atividade, sem dúvida.

**VE - O trabalho continua a ser realizado**

**Sector envolve 104 mil profissionais e fatura três mil milhões de euros**

**em escritórios ou também é feito em tele-trabalho?**

**PM** - Em ambos, sendo que a tendência é a existência de segmentos distintos, com pesos distintos, nomeadamente nas instalações especializadas, em regime híbrido e a 100% remoto.

O regime híbrido é o que tem mais peso e penso que é o regime que melhor funcionará nos próximos tempos.

**VE - O leque de serviços disponibilizadas pelos Contact Centers está a ser alargado?**

**PM** - Sem dúvida, os serviços de Contact Center são realmente muito abrangentes, para começar, cada vez mais multicanal, embora o canal voz continue com peso significativo. Há um novo leque de serviços. Quanto aos serviços mais tradicionais, não desapareceram, claro, nomeadamente o apoio ao cliente ou vendas, mas são cada vez mais integrados em jornadas de um nível de "customer experience" que se pretendem cada vez mais fáceis, intuitivas e menos consumidoras de fricções que necessitem de intervenção humana.

**VE - Qual é a importância da formação nos contact centers?**

**PM** - Este setor envolve formação, inicial e contínua, de forma muito relevante. É uma parte principal da atividade. Não só formação técnica no âmbito principal do serviço que as pessoas estão envolvidas, naturalmente, mas também competências de comunicação e gestão de relacionamento. Ao nível de chefes de equipas, é fundamental acrescentar a formação nas competências de liderança.

**VE - Os utilizadores dia Contact Center são grandes organizações ou também PME?**

**PM** - O segmento internacional tende a ser suportado em grandes organizações, sejam próprios a instalar em centros em Portugal para seu consumo interno, sejam empresas profissionais na prestação de serviços. Os centros para o mercado doméstico estão mais segmentados, desde os grandes até aos mais pequenos ou de nicho. As PME também são, mas com pouca expressão quanto tanto sabemos. Penso mesmo que se deverá ser dar mais atenção às PME, que são o tecido empresarial dominante em Portugal e que podem evoluir ainda mais a sua prestação de serviços, porque muitas vezes é o nível de atenção ao cliente que as distingue de empresas de maior dimensão.

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

## Como a tecnologia pode aumentar a produtividade em contact centers

HR PORTUGAL - TUE, 26 JUL 2022

Nos contact centers, tempo é dinheiro. Para ter sucesso, os agentes devem atender o maior número possível de potenciais clientes, sem sacrificar a qualidade da interação, o que nem sempre é fácil. Contudo, com a formação e as ferramentas necessárias, qualquer agente pode ser mais produtivo, ao mesmo tempo que assegura a lealdade do cliente ao proporcionar-lhe uma boa experiência.

Por Susan Ysona, vice-presidente de Marketing, EMEA & Ásia do Pacífico na Talkdesk

Através da tecnologia e da inteligência artificial (IA), os agentes têm a oportunidade de recolher informação relevante, tal como se houve algum contacto anterior entre a empresa e o cliente, o que foi dito e ainda que produtos compraram e que problemas tiveram. Também permitem a automatização de vários processos, tornando-os mais eficientes – os softwares para contact centers conseguem gerar uma nova tarefa e enviar um email ao agente quando um cliente deixa um voicemail, ou quando uma chamada é perdida.

Assim, as opções provenientes das ferramentas tecnológicas que aumentam a eficiência são infinitas. Actualmente, existe uma grande variedade de oportunidades digitais, tais como programas de Call Center com integração do help desk, gestão de relação com clientes (CRM) e outras soluções para recolher todos os dados necessários para um bom desempenho num único local. Existem também ferramentas de gravação e monitorização que permitem aos agentes ouvir as chamadas e medir o progresso, ou chat online e email que minimizam a dependência das chamadas.

Mas, a tecnologia só terá impacto se, ao mesmo tempo, as empresas alocarem os recursos necessários para conhecerem potenciais clientes – por dentro e por fora. Obter informação sobre cada cliente pode ser a chave para que os agentes de um contact center consigam responder às suas necessidades específicas e antecipar possíveis perguntas ou preocupações.

Por outro lado, o esforço para aumentar a produtividade deve começar antes de o agente se juntar a uma equipa num contact center. A sua formação correcta e adequada irá ajudá-lo a trabalhar mais rápida e eficientemente e a conseguir um resultado mais positivo com o cliente. Por conseguinte, vale sempre a pena investir um pouco mais de tempo no processo de formação da equipa se isso significar que os agentes irão acrescentar ainda mais valor ao resultado final.

É também importante proporcionar uma boa experiência e encorajar o desempenho do agente, quer através de uma maior flexibilidade no seu programa de desenvolvimento, através de melhores feedbacks e de formações mais personalizadas, quer através da implementação da automatização dos fluxos de trabalho dos agentes. Neste sentido, existem ferramentas e soluções omnicanal concebidas para melhorar a experiência dos agentes de modo a que estes possam melhorar o envolvimento e desenvolvimento profissional.

Desta forma, a automatização destas pequenas tarefas pode levar ao aumento na eficiência ao nível do contact center. A tecnologia e as ferramentas de IA servem para apoiar o agente e proporcionar uma experiência sem barreiras e complicações ao cultivar um cliente fiel à marca – por isso, é um bom investimento para as empresas.

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

## Oito razões para as empresas optarem por um “contact center” terceirizado

BOM DIA EUROPA - MON, 25 JUL 2022

Não é novidade para ninguém que um atendimento de qualidade que estreite a relação de uma empresa com os seus clientes é essencial para qualquer organização.

Contudo, na correria do dia-a-dia de uma empresa, são tantas as atividades operacionais que, no intuito de facilitar a gestão e diminuir custos, muitos gestores acabam por preferir terceirizar o setor do atendimento ao cliente.

Uma das opções mais procuradas nesta terceirização do atendimento é a solução de Contact Center.

Neste tipo de modelo, todas as formas de contacto com o cliente estão incluídas e correlacionadas, garantindo uma melhoria da qualidade do serviço e aumento da taxa de fidelização dos clientes.

8 razões para as empresas optarem por um Contact Center terceirizado

Se pretende terceirizar um serviço de Contact Center, mas ainda tem dúvidas sobre as mais-valias que ele trará para o seu negócio, fique por aí e conheça 8 razões de peso para que entregue o atendimento ao cliente a uma solução deste tipo.

**Maior foco nos objetivos principais da empresa**

Ao terceirizar uma solução de Contact Center, as empresas reduzem as necessidades de cuidados com outras funções que não são a sua especialidade, podendo, deste modo, alocar mais tempo e recursos aos seus objetivos principais.

Para além disto, com a agilização da comunicação, a solução de Contact Center terceirizada permite às empresas diminuírem a burocracia e tomarem decisões de forma mais rápida e assertiva.

**Avanço tecnológico**

As empresas de Contact Center contam com os melhores e mais avançados recursos tecnológicos disponíveis atualmente. Uma vez que a concorrência entre elas é bastante acentuada, a atualização tecnológica dos seus serviços é assegurada constantemente.

Isto acaba por ,não só dar à empresa que as contrata uma maior alavancagem tecnológica, como também lhe permite oferecer um processo de atendimento ao cliente mais qualificado e produtivo.

Utilizando novamente o caso da Menon como exemplo, esta marca proporciona às empresas uma experiência completa e 100% digital, através de múltiplos pontos de contacto, concedendo aos clientes a possibilidade de interagirem através do canal que lhes for mais cómodo: voz, redes sociais, e-mail, webchat, ou WhatsApp.

**Garantia de um serviço de qualidade**

De modo a assegurar um serviço de qualidade, os colaboradores dos Contact Centers terceirizados passam por etapas formativas exigentes, sempre em linha com as tendências de mercado para que o consumidor final se sinta sempre bem atendido e estreite os laços que o unem à marca.

De referir que a prova dos resultados é efetuada através de métricas e relatórios completos e detalhados.

**Escalas mais flexíveis**

Quando uma empresa atua fora do horário comercial habitual ou nos fins-de-semana e feriados, pode ser complicado fazer a escala de serviço e/ou negociar ajustes.

Ao contratar uma empresa especialista em soluções de Contact Center, isto torna-se muito mais fácil, uma vez que poderá estipular quais são os dias e horários em que necessita de mais operadores disponíveis, de acordo com a procura dos consumidores.

Aliás, o próprio Contact Center terceirizado pode alertar a empresa sobre tais necessidades.

**Fidelização do cliente**

A insatisfação dos clientes é uma das principais causas das perdas financeiras das empresas, uma causa que foi acentuada com o crescimento do comércio eletrónico e o advento de um consumidor mais informado e exigente.

Em tal contexto, o atendimento terceirizado ao cliente contribui para a redução nas ocorrências de consumidores frustrados e para a diminuição do atrito ou abandono do carrinho de compras na altura do checkout que, por sua vez, leva a uma maior fidelização dos clientes e uma propaganda positiva nas suas redes pessoais ou na Internet.

**Padronização e registo de procedimentos**

O atendimento terceirizado de empresas de Contact Center é caracterizado pelo registo sistemático dos procedimentos realizados.

Esta metodologia é fundamental para assegurar que os serviços são efetivamente prestados e os seus resultados.

Para além disso, a credibilidade da empresa aumenta junto dos consumidores, uma vez que os processos de atendimento são padronizados.

**Desburocratização e flexibilidade**

Como já referimos, a terceirização do Contact Center permite à empresa desburocratizar uma série de processos que lhe tomam tempo e dinheiro, mas também lhe garante uma maior flexibilidade.

Por exemplo, uma empresa, em função da sua área de atuação, apresenta flutuações sazonais relevantes. Quando isto acontece, as empresas



especialistas em Contact Centers terceirizados fazem ajustes na disponibilidade dos operadores de modo a irem ao encontro das necessidades das empresas contratantes.

Além disto, o Contact Center terceirizado pode estar operacional 24 horas por dia, 7 dias da semana, não deixando, deste modo, os consumidores desamparados.

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

## A cloud e o impacto no trabalho remoto no contact center

CALL CENTER - WED, 20 JUL 2022

Em Portugal, 62% das empresas do setor dos contact centers adotaram um regime de trabalho 100% remoto, com 43% a afirmarem querer apostar num regime maioritariamente híbrido (43%). Num panorama como este, cada vez mais os colaboradores esperam poder trabalhar de maneira integrada a partir de qualquer lugar.

Na perspetiva de Nuno Duarte, PreSales Consultant da CPCECHO, a cloud pode facilitar o contacto entre todos os colaboradores. Num artigo de opinião para o Computerworld, explica que “atualmente as empresas enfrentam um novo desafio: como lidar com novas formas de trabalho. As novas tendências tecnológicas mudaram a forma como as organizações oferecem valor ao cliente”.

Dessa forma, considera ser “necessário que as organizações criem experiências que sejam significativas tanto para clientes, como para os seus colaboradores”. No caso dos colaboradores, um dos caminhos passa por ferramentas de colaboração imersivas, de forma a otimizar a produtividade dos colaboradores e os processos empresariais.

Nuno Duarte nota, por isso, que o investimento em tecnologia cloud é importante para as empresas. Para prosperar, as organizações devem adotar uma cultura centrada no cliente, para que todos os colaboradores, independentemente da sua posição ou localização, estejam empenhados em potenciar uma experiência ao cliente que eleve a sua satisfação”.

Na sua visão, um contact center baseado na cloud permite aos colaboradores comunicarem entre si de forma a resolver rapidamente os problemas dos clientes. “O passo seguinte é a implementação de agentes virtuais com inteligência artificial (IA) que permitem fornecer um serviço ao cliente 24 horas por dia, 7 dias por semana, e facultar a capacidade de ligar os clientes a um colaborador apenas quando necessário ou quando a IA não pode mais ajudar”, conclui.

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

## IA e automação no Contact Center – 79% planeia aumentar investimento

CALL CENTER - WED, 20 JUL 2022

O estudo “The Future of AI 2022: Progressing AI Maturity in the Contact Center”, promovido pela Talkdesk, revelou que existe um consenso de 85% sobre o valor que a inteligência artificial pode trazer para o contact center. Apesar disso, as empresas continuam a investir, mas restringindo a curto prazo as implementações mais profundas devido a desafios organizacionais, de segurança e de talento. Segundo explicado em comunicado, 79% dos profissionais de customer experience (CX) afirmam que a sua empresa quer aumentar os investimentos no próximo ano. 52% consideram que sem a IA e a automação, a satisfação do cliente vai diminuir e 48% esperam uma queda na produtividade das equipas. Apesar disso, a utilização destas ferramentas, por exemplo, no self-service diminuiu de 69% em 2021 para 60%. Os profissionais que dizem sentir-se moderadamente a extremamente familiarizadas com a IA baixou de 93% há um ano para 87%. Da mesma forma, o número de inquiridos que caracterizam a aplicação da tecnologia de IA da sua organização como mais avançado caiu para 35%. A resistência à mudança dentro das suas organizações e a falta de visão estratégica foram citadas de forma comum como obstáculos. Relativamente à segurança, 75% acreditam que vai permitir que os dados do utilizador estejam mais seguros. No entanto, metade atribuiu preocupações com a segurança devido às limitações na infraestrutura implementada nas empresas. Outro obstáculo comum à implementação avançada de IA é a falta de profissionais que possam construir, formar e manter estas soluções.

Metodologia

O estudo teve como base mais de 500 entrevistas qualitativas, em organizações com mais de 100 colaboradores a tempo inteiro, nos EUA, Canadá, França, Alemanha e Reino Unido.

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

## Warpcom aposta em tecnologias-chave de customer experience

APDC - WED, 13 JUL 2022

2022-07-13 Com a sua integração no grupo Evolutio, líder espanhol em soluções para contact centers, a Warpcom tem agora como meta posicionar-se como empresa de referência neste setor em Portugal. Assim, disponibilizou um novo portefólio de soluções baseadas em tecnologias cloud, inteligência artificial e machine learning. O objetivo é impulsionar a agilidade, flexibilidade e capacidade de inovação dos clientes, ajudando a alcançar o máximo valor para o negócio e acompanhando o processo de digitalização.

A empresa está assim a reforçar o investimento no setor dos contact centers, através da disponibilização de uma oferta tecnológica completa que maximiza as sinergias estratégicas com a Evolutio, que já lidera o mercado espanhol nesta área com 50% de quota de mercado.

O objetivo é equipar os contact centers com soluções inovadoras e criadas especificamente para a sua realidade, que lhes permitam adaptar-se aos picos de procura e que proporcionem aos clientes uma excelente experiência e um apoio personalizado e em tempo real, seja qual for o canal de interação.

A Warpcom passa assim a estar totalmente alinhada com a estratégia da Evolutio: "Ajudamos as organizações a implementar o contact center que necessitam, desde uma solução que integra uma rede inteligente e um contact center omnicanal num modelo pay-per-use, self-provisioning e scorecard em tempo real, até soluções avançadas na cloud e bots inteligentes", explica Bruno Banha - Solutions Design & Warpdev Director da Warpcom.

Para empresas que ainda têm uma solução on-premises, o desafio é manter os sistemas atualizados e adaptá-los às necessidades do negócio. Neste caso, a Warpcom ajuda a alcançar maior eficiência e produtividade, a transformar a arquitetura dos dados e a preparar o contact center para a escala.

O portefólio de soluções da Warpcom inclui tecnologias disruptivas de IA orientadas para a conversação e compreensão da linguagem e voz naturais para facilitar as interações humanas em todos os canais que combinam self-service e serviço assistido. Com os denominados bots, as organizações são capazes de comunicar de forma automatizada com os clientes e transferir para os agentes humanos apenas os casos mais complexos.

Neste âmbito, a Warpcom disponibiliza tecnologias de Chat Bot, Voice Bot, Natural Language, Speech e Text Analytics ou Voice Biometrics que viabilizam a criação de soluções de vanguarda. Além disso, trabalha com diferentes tecnologias de cloud como a AWS, Google, Amazon, IBM, Microsoft ou Nuance conforme os requisitos e preferências dos clientes.

Tem também parcerias com fabricantes de soluções de contact center líderes reconhecidos do mercado como a Genesys e a Talkdesk, disponibilizando assim plataformas omnicanal que garantem a gestão da multitude de pontos de contacto com os clientes finais e dão uma visão 360 graus dos clientes, agentes e interações no contact center em todos os canais e locais no modelo de pay-per-use. Finalmente, disponibiliza plataformas que permitem gerir canais tradicionais como a telefonia, email, SMS; canais de mensagens de texto como o chat, webchat, WhatsApp e aplicações de messaging; redes sociais, interações de backoffice ou mesmo canais virtuais como o Metaverso.

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

## Uber escondido com ministro de fora: a conspiração para baixar salários

ABRIL ABRIL - WED, 13 JUL 2022

Uma investigação do Consórcio Internacional de Jornalistas de Investigação (ICIJ, na sigla em inglês), publicada esta semana, revela que entre 2013 e 2017 a empresa recorreu a manipulação na comunicação social, lobbies financeiros e criação de influência sobre decisores políticos para expandir o seu negócio.

A investigação Uber Files do ICIJ envolveu 40 meios de comunicação em 29 países (Portugal não está na lista de media partners, embora o caso português tenha sido abordado) que analisaram mais de 124 mil documentos da empresa. Os dados mostram que entre 2013 e 2017, o então presidente executivo da Uber, Travis Kalanick, deu aval a uma estratégia que acicatava histórias de violência contra motoristas da Uber para promover a imagem da empresa na sua luta contra os taxistas e sabotando leis que não permitiam a expansão do seu negócio, e o consequente aumento da desregulamentação do mercado de trabalho.

A estratégia foi repetida em vários países, incluindo Portugal, revela uma investigação jornalística publicada domingo passado pelo ICIJ. O plano começou a ser traçado em 2015, quando os estrategos da empresa norte-americana perceberam que poderiam beneficiar com os actos de violência contra os motoristas da Uber, ganhando a simpatia da opinião pública, revela a investigação Uber Files. O plano terá começado depois de um conselheiro da Comissão Europeia ter escrito na rede social Facebook que um Uber em que viajou tinha sido atacado por taxistas.

Nessa semana, quatro motoristas da Uber foram atacados numa mesma noite por taxistas nos Países Baixos que protestavam contra os benefícios de que a empresa norte-americana estava a beneficiar, levando Niek van Leeuwen, gestor da organização para aquela região europeia, a relatar a situação ao então presidente executivo, Travis Kalanick.

Com o aval da direcção geral da empresa, Leeuwen fez um relatório interno em que aconselhava uma estratégia para a empresa conseguir entrar em países com leis do trabalho e regulamentos estritos do ponto de vista da formação mínima dos motoristas: «Temos de manter esta narrativa da violência».

A partir daí, a Uber começou a aconselhar os motoristas a fazerem frente à violência dos taxistas, lembrando-os que essa era a melhor forma de proteger os interesses da empresa para a qual trabalhavam sem contrato. Várias mensagens mostram Kalanick a aconselhar os taxistas a manter esta «narrativa da violência».

Um dos exemplos apresentados pela investigação do ICIJ — citado pelo jornal The Washington Post, um dos jornais envolvidos nesta investigação — ocorreu em Portugal, em 2015, quando taxistas cometeram «actos de violência» contra motoristas da Uber em diversas ocasiões, provocando ferimentos em vários e levando um deles a ser hospitalizado.

A contestação ao serviço Uber em Portugal, e à falta de regulação da sua actividade, cresceu de tom ao longo do primeiro semestre de 2015, culminando, no final do mês de Junho, na confirmação de uma providência cautelar, apresentada pela Associação Nacional de Transportadores Rodoviários em Automóveis Ligeiros (ANTRAL), que junta os proprietários de táxis, junto do Tribunal Central de Lisboa, para a suspensão da actividade da plataforma tecnológica.

Situação que foi sendo revertida ao longo do tempo, em Portugal e em outros países, com apoio de políticos locais, que viram a entrada do Uber como uma ocasião de ouro, para fragilizar ainda mais os direitos laborais, ajudando a destruir direitos laborais conquistados por gerações de trabalhadores.

Em França, a 3 de Julho de 2015, a suspensão do UberPop parecia uma vitória do governo socialista de Hollande e dos trabalhadores e empresários dos táxis. Quando a realidade foi bastante diferente. Pois ninguém sabia, na altura, que esta decisão fazia parte de um «acordo» feito às escondidas com o ministro da Economia da altura, Emmanuel Macron, para «contornar» a legislação do próprio governo que fazia parte.

Os Uber Files levantaram o véu sobre a relação entre a empresa californiana e o actual Presidente da República francês. Durante pelo menos dois anos, os directores da Uber trocaram mensagens com Emmanuel Macron e o seu gabinete e até se encontraram com o então ministro em várias ocasiões. Na maior parte das vezes, estas reuniões foram confidenciais, sem serem registadas na agenda do ministro, realizadas atrás das paredes do Bercy, sede do Ministério das Finanças, ou em restaurantes chiques. Graças a esses encontros, a Uber acabou por obter um «relaxamento» da lei e conseguiu instalar-se em França.

A empresa que em França defendia os interesses da Uber e dos Veículos Turísticos com Chofer (VTC) implementou uma verdadeira «estratégia de caos» desde a sua chegada a França em 2012.

«A violência garante o sucesso», defendeu várias vezes Travis Kalanick, o carismático e controverso fundador da plataforma Uber. A fim de impor o seu serviço, os gestores de topo da Uber sabem como tirar partido da oposição violenta dos taxistas, para mudar a opinião pública, e tentam, por muitos meios, influenciar a mudança da lei.

Documentos internos da empresa, analisados pelo diário francês Le Monde, mostram como, entre 2014 e 2016, o ministro da Economia trabalhou nos bastidores com a empresa para impor uma desregulamentação do mercado de trabalho que enfrentava a hostilidade da maioria



da população e até do governo que fazia parte.

Desde a meia-noite, 1 de Outubro de 2014, a novíssima lei Thévenoud entrou em vigor: fornece um quadro muito mais rigoroso para as condições de se tornar um motorista Uber, três anos após a chegada da empresa americana a França, e proíbe de facto o UberPop, o serviço que tinha provocado um gigantesco movimento de raiva entre os taxistas em França ao permitir que qualquer pessoa se tornasse um motorista ocasional. Mas às 8:30 daquela manhã, um veículo Uber bastante invulgar estacionou em frente à rue de Bercy 145 - a entrada do Ministério da Economia através da qual passam os convidados de Emmanuel Macron, que tinha sido nomeado para o cargo um mês antes.

Dentro da carrinha Mercedes Viano estão quatro figuras da Uber: Pierre-Dimitri Gore-Coty, o director da Europa Ocidental, agora responsável da Uber Eats; Mark MacGann, o chefe do lobby para a Europa, África, zona do Médio Oriente; David Plouffe, antigo conselheiro de Barack Obama, recentemente nomeado vice-presidente da Uber; e o próprio fundador e CEO da empresa, Travis Kalanick. Uma hora mais tarde, a equipa de lobby de choque saiu do escritório de Emmanuel Macron atordoada. «Numa palavra: espectacular. Inédito», escreveu Mark MacGann num breve relatório enviado aos seus colegas. «Muito trabalho para fazer, mas dançaremos em breve ;)» «Mega encontro top com Emmanuel Macron esta manhã. Afinal, a França ama-nos», escreveu ele também.

Esta reunião confidencial não estava na agenda de Emmanuel Macron. Le Monde e os seus parceiros do Consórcio Internacional de Jornalistas Investigativos (ICIJ) revelaram agora a sua existência graças à análise de uma vasta quantidade de documentos internos da Uber, transmitidos ao diário britânico The Guardian. Estes Uber Files, dezenas de milhares de emails, apresentações, folhas de cálculo e documentos PDF, escritos entre 2013 e 2017, lançam uma luz particularmente dura sobre estes anos loucos, pontuados pela violência durante os protestos de táxi, durante os quais a empresa americana utilizou todas as receitas de lobbying para tentar obter uma desregulamentação do mercado de trabalho e das leis sobre transportes de passageiros em França.

Acima de tudo, estes documentos mostram até que ponto a Uber encontrou um ouvido atento em Emmanuel Macron, que selou um «acordo» secreto com a empresa californiana alguns meses mais tarde para «garantir que a França trabalha para a Uber, para que a Uber possa trabalhar para a França».

Os executivos da Uber ficam tanto mais encantados com o acolhimento extremamente cordial do ministro da Economia até porque o resto do governo parece-lhes ser muito hostil. O, na altura, Presidente da República, François Hollande, encontrou-se com Travis Kalanick muito discretamente em Fevereiro de 2014, mas ninguém no executivo parece estar pronto a defender a Uber. Arnaud Montebourg, predecessor de Emmanuel Macron em Bercy, acusou directamente a Uber de «destruir empresas»; no Ministério do Interior, Bernard Cazeneuve - responsável pelos táxis - não esconde a sua hostilidade ao serviço, que opera à margem da lei e é alvo de pelo menos quatro investigações diferentes. O primeiro-ministro, Manuel Valls, tem pouco mais simpatia pela Uber, e o ministro dos Transportes, Alain Vidalies, desconfia do serviço, que não oferece qualquer segurança de emprego. Quando recebe o Kalanick, Macron não pode ignorar que está a contornar as decisões dos seus colegas de governo e dos deputados socialistas.

O actual Presidente da República nunca escondeu a sua simpatia pela Uber e pelo seu modelo, que ele acredita poder criar muitos empregos, especialmente para os pouco qualificados. «Não vou proibir a Uber, isso seria enviar [jovens dos subúrbios sem qualificações] de volta para vender drogas», disse ele ao site Mediapart em Novembro de 2016. No final de 2014, Emmanuel Macron defendeu muito publicamente o modelo Uber na conferência «Le Web», durante a qual se pronunciou contra a proibição da Uber em Paris e explicou que «[o seu] trabalho não é ajudar as empresas estabelecidas, mas trabalhar para os forasteiros, os inovadores».

Mas os Uber Files mostram até que ponto Emmanuel Macron tem sido mais do que um apoiante, quase um parceiro, na Bercy. Um ministro que sugere à Uber que transmita alterações «chave na mão» a deputados amigos. Macron é um ministro a quem Uber France não hesita em recorrer em caso de busca nas suas instalações; um ministro que, a 1 de Outubro de 2014, «quase pede desculpa» pela entrada em vigor da lei Thévenoud, segundo um relato da reunião escrito pelo lobista Mark MacGann para os seus colegas de língua inglesa. De acordo com a mensagem, Macron disse que queria ajudar a Uber a «trabalhar em torno» da lei.

Pelo menos dezassete trocas de informação significativas (reuniões, chamadas, mensagens de texto) tiveram lugar entre Emmanuel Macron ou os seus conselheiros próximos e as equipas de Uber France, nos dezoito meses seguintes à sua chegada ao ministério, incluindo pelo menos quatro reuniões entre o ministro e Travis Kalanick.

#### COÇA-ME AS COSTAS QUE EU COÇO-TE AS TUAS

Os executivos da Uber France rapidamente viram como poderiam, numa forma de simbiose, estabelecer uma relação vantajosa com Emmanuel Macron, dando ao ministro oportunidades de se apresentar como o campeão da inovação, assegurando ao mesmo tempo notícias nos meios de comunicação social positivas para o governante e atenuando a oposição política e legal à empresa.

Para a Uber, os contactos com Macron permitiram-lhe fazer cair leis que exigiam uma formação importante e demorada para se poder ser condutor de carros que transportassem passageiros. Para o ministro a empresa era uma ponta de lança para conseguir desregulamentar o mercado de trabalho e fazer com que os trabalhadores de todos os outros sectores da economia fossem forçados a aceitar trabalhos com piores salários e menos direitos.

Em Outubro de 2015: o prefeito de polícia de Marselha, Laurent Nuñez, emitiu uma ordem de proibição de facto da Uber numa grande parte dos Bouches-du-Rhône. «Sr. ministro, estamos chocados com a ordem da prefeitura de Marselha», escreve Mark MacGann, chefe do lobby da Uber, imediatamente a Emmanuel Macron. «Pode pedir ao seu gabinete que nos ajude a compreender o que se passa?» Emmanuel Macron responde por mensagem de texto que «investigará pessoalmente». Três dias mais tarde, a prefeitura da polícia «clarificou» os contornos da sua ordem: a proibição desapareceu.

Para o conseguir legalizar completamente a empresa, Emmanuel Macron e Uber acordam numa estratégia comum. A Uber elabora directamente alterações parlamentares simplificando as condições de acesso à licença VTC, para que possam ser propostas pelos deputados e discutidas durante o exame do chamado projecto de lei «Macron 1»; se a sua adopção for improvável na Assembleia, darão mais peso ao

ministro para assinar um decreto que não precisará de passar novamente pela Assembleia.

Em Janeiro de 2015, a Uber France enviou, portanto, emendas «chave na mão» ao deputado socialista Luc Belot, que era muito favorável à empresa.

O plano correu sem problemas: as emendas apresentadas por Luc Belot foram rejeitadas ou retiradas, mas Emmanuel Macron aproveitou a oportunidade, na Assembleia, para anunciar que um decreto iria responder às preocupações principais da empresa. No início de 2016, o governo reduziu a duração da formação necessária para obter uma licença VTC de duzentas e cinquenta horas para apenas sete horas. Estavam abertas as portas à implantação da Uber em França.

#### UM CAMPO SEMEADO PARA A UBERIZAÇÃO E PRECARIZAÇÃO EM PORTUGAL

A crise, os ataques à contratação colectiva e à liberdade sindical, conjugadas com uma comunicação social cada vez mais ideologizada e de direita, tornaram Portugal um terreno fértil para as «novas» formas de trabalho, que recordavam, pelas suas condições precárias e miseráveis, muitas das formas de trabalho dos tempos passados da ditadura.

A esta movimentação não ficaram alheias as universidades que funcionam, cada vez mais, como caixas de ressonância do neoliberalismo e da desregulamentação total das condições de trabalho.

«A 'uberização' é já uma realidade irreversível para a economia. Da mesma forma que o correio eletrónico reduziu a atividade postal, as máquinas multibanco e o homebanking satisfazem a maior parte das necessidades bancárias do cidadão comum, a Uber proporciona um serviço mais personalizado e mais adaptado às necessidades dos consumidores, e na maioria das vezes também vantajoso em termos de preço. O emprego corporativo de longo prazo está a ser substituído pelo paradigma do work on demand.», defendia Alexandra Leitão, docente da Católica Porto Business School, no Jornal Económico em 2017.

«O investigador da Universidade de Cambridge no Reino Unido, Andy Neely, disse recentemente à BBC que "a economia e o consumo estão cada vez mais voltados para os clientes modelo 'Uber' (...). E não é só a oferta de um serviço que está em causa. O elemento-chave é a satisfação do cliente".», concluía a docente.

Por seu lado, o sociólogo Elísio Estanque do Centro de Estudos Sociais da Universidade de Coimbra, fazia notar, em 26 de Julho 2019, em declarações recolhidas pelo site alemão Deutsche Welle, que os baixos salários portugueses e a crise económica faziam do Uber uma saída para muita gente, mesmo que isso significasse receber muito menos que os motoristas assalariados portugueses.

«Grande parte dos portugueses ganha apenas o salário mínimo garantido pelo Estado de 600 euros mensais. Como motoristas de Uber, eles conseguem guardar mais nos bolsos no final do mês».

Segundo o sociólogo, o preço do boom da economia compartilhada é alto: com uma receita um pouco maior, os próprios motoristas passam a ter que pagar contribuições para a Segurança Social e custos operacionais. Além disso, eles também são totalmente responsáveis por acidentes e outros problemas potenciais.

«Muitos também conduzem no seu tempo livre. Têm na verdade um outro emprego. Até eu recebi uma oferta. Só é preciso inscrever-se. Tudo é incrivelmente fácil», afirmou o sociólogo.

Além disso, o governo português está constantemente promovendo «empresas inovadoras de empreendedorismo e plataforma digitais».

Resultado: nas cidades há agora mais motoristas de Uber do que de táxi, notava o jornalista do DW.

#### TECNOLOGIAS MODERNAS AJUDAM A EXPLORAÇÕES ANTIGAS, DAS EMPRESAS ÀS UNIVERSIDADES

A uberização do trabalho foi precedida e acompanhada pelo aumento exponencial do trabalho de call center em Portugal. Segundo a Associação Portuguesa de Contact Centers (APCC), o sector dos contact centers cresceu 53,1% entre 2019 e 2021, empregando actualmente 2% da população activa de Portugal. É esta a principal conclusão do Estudo de Dimensionamento do Sector apresentado na 18ª Conferência Internacional da APCC.

Em comunicado, a APCC informa ainda que existem no sector 103,674 mil «colaboradores» e que a actividade dos Outsourcers cresceu de 898 milhões para 1,375 mil milhões de euros entre 2019 e 2021. A quota de exportação nesta actividade é de 51,6% do total faturado.

Os baixos salários, a alta intensidade desse trabalho e a precariedade são aspectos que caracterizam também o sector.

A ideia de precariedade como admirável mundo novo que temos de aceitar assentou praça na sociedade e esse processo de legitimação de uma situação injusta faz-se também nas universidades e na sua forma de tratar os seus trabalhadores e investigadores.

Em Fevereiro de 2021, vários investigadores universitários, entre os quais Ana Ferreira, dirigente sindical do SPGL/Fenprof enviaram para o diário Público, um texto intitulado «A insustentável leveza da precariedade na Ciência», que fazia um diagnóstico que pouco se alterou com o tempo.

«A este respeito, desde 2015 o governo faz do "estímulo ao emprego científico" a sua grande bandeira. Contudo, se esta opção política melhorou as condições laborais de doutorados, possibilitando que alguns acedessem a um contrato de trabalho a prazo por oposição às malfadadas bolsas de pós-doutoramento (que, ainda assim, continuam a existir), não configura um efetivo e consequente combate à precariedade, nem aos seus impactos no trabalho e nas vidas daqueles que permanecem, ano após ano, ameaçados com a possibilidade de desemprego. Esta Ciência de curta duração encontra expressão clara, por exemplo, nos três concursos individuais de estímulo ao emprego científico (GEEC-IND) com cerca de 90% dos doutorados excluídos; num concurso institucional (GEEC-INST) que atribuiu 40,8% de contratos a prazo, 46,6% para o ingresso na carreira docente e apenas 12,6% para entrada na carreira de investigação científica ou, de uma forma ainda mais clara, num programa de combate à precariedade (Prevpa) que excluiu 87% dos investigadores e que se tem arrastado de forma inaceitável para os poucos propostos para integração na carreira de investigação científica.»

«Um modelo de Ciência, como o actual, unicamente baseado em projectos competitivos e vínculos laborais precários, está esgotado e não permitirá que a investigação científica em Portugal avance no sentido de criar alicerces robustos para uma sociedade justa e igualitária. Isto é particularmente patente no actual momento pandémico, que impossibilita o regular decurso de projectos e agrava diversos problemas das vidas

dos trabalhadores e, em maior escala, das trabalhadoras científicas. Não nos esqueçamos que os vínculos precários destes investigadores implicam uma menor protecção ou mesmo exclusão dos apoios governamentais actualmente em curso. Se o momento actual exige medidas integradas e sistémicas de resposta às perturbações decorrentes da pandemia, também se impõem medidas de real combate à precariedade na Ciência, promovendo o fim das bolsas de investigação científica e a integração dos investigadores, técnicos de laboratório e gestores e comunicadores de ciência em lugares permanentes de carreira. Este caminho implica não só um reforço e articulação do investimento público em pessoas, projectos e instituições, mas, acima de tudo, uma alteração do paradigma da "investigação à la carte", pronta num estalar de dedos e desenvolvida pelo investigador precarizado do momento, por uma Ciência com o tempo e a profundidade que a produção de conhecimento sustentado implica.», afirmavam os investigadores.

#### TRABALHO EM LUTA

O que têm em comum os investigadores universitários, os operadores de call center e os imigrantes que nos fazem entregas de comida de bicicleta? A todos pretendem convencer que não são trabalhadores e que isso de haver direitos sociais colectivos e laborais minam a sua venturosa vida de liberdade de trabalhar quando querem, onde querem e quanto tempo querem, pelo mínimo dinheiro possível.

E como a liberdade não tem preço, não nos admiremos que a recompensa da aventura seja raramente ser aumentado e não vir a receber reforma. Vivemos um tempo em que os patrões querem enfiar no caixote da história conquistas como: tempo de descanso, segurança no trabalho e salários dignos.

Para abordar as novas formas de exploração e a necessidade de encontrar novas formas de luta, o colectivo Iniciativa dos Comuns promoveu, no final de Junho, a sua primeira assembleia em Lisboa, sob o tema: «O Trabalho em Luta». As intervenções iniciais estavam a cargo de Ana Ferreira (investigadora universitária e sindicalista), Nuno Rodrigues (ex-estafeta na Glovo) e Daniel Negrão (membro do Sindicato Nacional de Trabalhadores dos Correios e Telecomunicações).

Ana Ferreira sublinhou, na sua primeira intervenção, que «aquilo que tem mobilizado as pessoas nas lutas no sector do Ensino Superior e Ciência têm sido a questão da precariedade». Apesar disso, a maioria daqueles que nelas participam «não se identificam enquanto trabalhadores, nem assalariados». As pessoas vêem-se como cientistas que tentam fazer investigações para construir uma carreira académica e científica.

«Construir uma luta por melhores condições de trabalho com pessoas que não se identificam como trabalhadores não é propriamente muito fácil», nota Ana Ferreira, que analisa o processo que levou a investigação e o Ensino Superior a esta situação de precarização e individualização das pessoas.

«A precarização no ensino superior e na ciência é fruto dos desenvolvimentos nas últimas décadas. Todo esse tempo foi acompanhado com a narrativa da chamada criação da economia do conhecimento que teria de ser construída à volta dos valores da competitividade e da meritocracia. As normas dos valores na academia baseiam-se nesta competitividade, de produzir mais e mais.»

«Isto foi acompanhado por um processo de precarização da força de trabalho que atingiu todas as actividades envolvidas no ensino superior. A maior incidência é a nível de investigação, em que cerca de 95% de todos os investigadores são precarizados - com contratos de trabalho a prazo, bolsas de investigação, mas também estamos a falar de recibos verdes e actos únicos. Nos docentes convidados o número de precarizados tem aumentado nas últimas décadas e já atingem cerca de 40%; e ao nível da gestão e das funções para a ciência e tecnologia e similares, cerca de 65% estão também ocupadas por trabalhadores precarizados.»

Perante esta situação, a sindicalista e investigadora defende que têm-se degladiado duas posições opostas: por um lado, os decisores políticos e os reitores das instituições que afirmam que o facto de as pessoas estarem há décadas nas instituições não significa que ocupem funções permanentes. Defendendo, governo e reitores, que as bolsas precárias são a melhor forma de os investigadores explorarem o seu caminho em liberdade; e, por outro lado, as associações de investigadores e os sindicatos fazem notar que uma academia e ciência onde reina a precariedade, «só garante a liberdade de exploração. E que nós, investigadores e académicos, não queremos ser mais escravos da precariedade.», garantiu Ana Ferreira.

«SE NÃO ESTÁS SATISFEITO PODES IR PARA OUTRO LADO.»

A intervenção de Nuno Rodrigues, investigador, que foi trabalhador das plataformas de entregas e que tentou criar uma cooperativa nesse meio, versou muito a partir da sua experiência pessoal.

«Na sequência do fim de uma bolsa de investigação, trabalhei quatro meses a entregar comida a partir das plataformas e aplicações. A partir daí, tenho acompanhado o que acontece por intermédio de amigos que lá continuam a trabalhar e participando em alguns grupos de Whatsapp de pessoas que lá trabalham», historia.

Para Nuno Rodrigues há aspectos novos, em relação à avaliação de trabalho ser feita por intermédio dos algoritmos com a introdução de classificações por parte dos clientes e outros parceiros que «fazem parte do ecossistema do negócio», como os restaurantes. No entanto, esse tipo de avaliação tem diferentes ponderações e resultados dependendo da plataforma com que se trabalha. Quando um pedido é feito, o estafeta recebe prioritariamente esse pedido, tendo em conta a proximidade a que está e a classificação que o algoritmo lhe dá. «Há plataformas que permitem reservar horas de trabalho, nesse processo as pessoas que têm um ranking mais elevado têm vantagem, normalmente são as pessoas que estão disponíveis para trabalhar mais horas. Aqueles que iniciam o trabalho, restam-lhes ou horas que ninguém quer ou alturas em que há muita procura.»

As empresas ficam com parte do dinheiro que retiram a quem trabalha e aos restaurantes, e cabe aos trabalhadores toda a responsabilidade na compra e manutenção dos meios de produção, isto é o veículo em que se fazem transportar.

Um dos problemas é a arbitrariedade das plataformas e a inexistência de interlocutores para poder resolver questões. «Se há um problema e recebemos um email a dizer que a nossa conta foi cancelada, não existe a possibilidade de recorrer em relação aquela decisão. É, cada vez mais difícil, conseguir chegar a falar com alguém. São impostas regras kafkianas.»

Nuno Rodrigues realça a enorme exploração que todos estão sujeitos:

«Algumas pessoas, com grande sacrifício pessoal, fazem alguns rendimentos consideráveis. Mas chega o Verão e o número de pedidos desce. Estamos muitas vezes uma ou duas horas na rua, sem nenhum pedido. Acontece isso a centenas de trabalhadores.».

Dada a desregulamentação das suas relações laborais e a dificuldade do processo de legalização dos trabalhadores imigrantes, o sector presta-se a ser a última hipótese de sobrevivência a muitas imigrantes indocumentados que são explorados por outros. «A plataforma, dada a sua “informalidade”, aproveita pessoas cujo a situação é de grande precariedade e necessidade, não conseguem ter um Número de Identificação Fiscal (NIF) e acabam a sujeitar-se a remunerações ainda mais baixas. Tendo eu NIF em Portugal posso abrir uma conta, posso ir para as redes sociais, dizendo que tenho uma conta e quem quiser trabalhar com ela, posso alugá-la com uma divisão de proveitos de 70% para a pessoa que trabalha e 30% para mim, sem fazer nada. Isto está bastante generalizado, não só em termos de imigrantes brasileiros, mas também do sudoeste da Ásia.»

O antigo trabalhador faz notar que as aplicações são tudo menos igualitárias, mesmo dentro das pessoas que lá estão. «A plataforma vendia a ideia que a aplicação unia o produtor ao consumidor, isso não é verdade. Há gente que tem contrato com a plataforma, que não só gere várias contas, como acaba por estender esse negócio a todo uma série de instrumentos de trabalho necessários, como, no caso da TVDE, das viaturas, seguros, etc.. Há assim claramente uma lógica de intermediação, em que surgem vários agentes a ganhar dinheiro com este dinâmica.» , explica.

Do ponto de vista laboral há, para Nuno Rodrigues uma enorme contradição, as pessoas são solidárias, organizam-se em grupos nas redes sociais, mas essa solidariedade não as leva ainda a contestar as dinâmicas de exploração e falta de direitos laborais.

«Neste sector há uma dinâmica de solidariedade muito forte: se alguém tem um furo, ou algum problema mecânico, rapidamente surge alguém para ajudar. Mas quando se discute que a plataforma nos está a roubar porque baixa unilateralmente o preço e o nosso rendimento, há logo gente considera que isso está ligado à própria dinâmica da tecnologia e de quem é o “empreendedor” e que reage dizendo: “Se não estás satisfeito podes ir para outro lado.” » .

#### SÓ DANDO MAIS FORÇA AOS SINDICATOS É POSSÍVEL MUDAR A SITUAÇÃO

Daniel Negrão é dirigente sindical e trabalhador num call center. Entrou para pagar as suas propinas e ficou agarrado a um cubículo até hoje.

«Eu sou trabalhador de call center desde 2001, entrei para pagar propinas. Acabei o curso há dez anos. Como eu, há vários colegas meus que têm cursos superiores, mestrado, têm doutoramento. Tenho um colega meu que escreveu um artigo científico para a revista Science [uma das mais importantes publicações científicas do mundo] sobre marcadores do cancro, ele trabalha ao meu lado há muitos anos. Não valorizamos a formação dos nossos trabalhadores. O mantra das empresas é sempre o mesmo: explorar, explorar, ganhar, ganhar.»

O dirigente sindical do STCP afirma que as condições de trabalho não têm melhorado.

«Cada vez mais são atacados os direitos dos trabalhadores, seja com a desculpa da crise, desculpa da pandemia ou desculpa da guerra. É sempre uma desculpa para cortar mais um direito e para não nos devolver um direito que foi cortado por uma desculpa anterior. É inacreditável que em pleno século XXI temos as condições laborais que temos.» , afirma.

«Em Portugal existem mais de 100 mil trabalhadores de call centers, que recebem a maioria deles o salário mínimo nacional. Como é que é possível existir no século XXI este tipo de exploração? Existem várias empresas. Vou dar o meu exemplo: eu faço trabalho para a Altice empresas, e trabalho para uma empresa que se chama Intelcia, que por sua vez esta empresa é contratada por uma empresa chamada PT Contacto, empresa essa que revende os meus serviços à Altice. São três empresas, com os seus patrões, cada um deles ganha com o meu trabalho. E quem me paga o ordenado não tem trabalho para mim, nem para os meus colegas. A empresa acima também não tem trabalho para ninguém. Só a última, a Altice tem. Porquê que não somos trabalhadores da Altice, que é para quem trabalhamos de facto? Esta é a reivindicação da maior parte dos trabalhadores.»

Daniel Negrão relata as dificuldades do trabalho dos sindicatos nestas empresas, e que apesar disso, apenas a sindicalização e a luta pode melhorar a vida destes trabalhadores. « Apesar de haver 100 mil trabalhadores é muito difícil organizá-los. Muitos não se assumem como tal: “só estou aqui para pagar propinas”, dizem-nos alguns. Mas não é verdade. É mais fácil falar com pessoas da Uber que com um colega meu. Na Fectrans (sindicato dos transportes) conseguimos contactar trabalhadores da Uber, e nós não conseguimos contactar trabalhadores dos call centers porque têm medo. Imaginem o que é trabalhar num cubículo mínimo, sem luz natural, ter que realizar centenas de chamadas, sentado numa cadeira sem nenhuma condições ergonómicas, com pessoas a controlar em permanência, a exigir que se façam mais chamadas e contactos? Apesar disso, os trabalhadores já tiveram algumas vitórias, como não ser descontado o tempo de ida à casa de banho, no tempo de trabalho.» , exemplifica o dirigente sindical.

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

## Trabalho por turnos: Que impacto tem na saúde e no desempenho dos operadores?

MSN PORTUGAL - WED, 13 JUL 2022

[vc\_row][vc\_column][vc\_column\_text]Trabalho por turnos: Que impacto tem na saúde e no desempenho dos operadores?

Os contact centers são um dos serviços mais impactados pelo trabalho por turnos. Com o objetivo de disponibilizar suporte aos clientes, vários funcionam 24 horas por dia durante sete dias por semana. No entanto, o trabalho por turnos, principalmente para quem faz o turno da noite, pode ter impacto na saúde e no desempenho dos operadores. Perceba o que está em causa.

Um estudo da universidade Maharaja Agrasen, na Índia, analisou uma amostra de 156 operadores de contact center durante a noite. A investigação revelou maiores níveis de fadiga quer física como emocional entre estes trabalhadores. O nível de fadiga registado foi independente de qualquer característica demográfica. Dessa maneira, sugerem a adoção de turnos rotativos e a permissão para sestas de curta duração nestes turnos.

Aliado a esta problemática, o trabalho à noite pode afetar o sono. De acordo com a Philips, o ritmo circadiano – relógio interno natural do corpo que regula o ciclo do sono – é perturbado nos casos de trabalho à noite ou em turnos rotativos, o que pode causar insónia e um sono menos descansado.

“Problemas de perturbações crónicas relacionadas com o trabalho por turnos podem fazer com que acabe por adoecer, resultando num risco aumentado de doença cardiovascular, problemas metabólicos, obesidade, problemas gastrointestinais e mesmo alguns tipos de cancro. Inclusivamente, pode adormecer incontrolavelmente durante breves períodos de tempo, que é denominado como "microsono". Isto pode provocar acidentes de trabalho ou viação”, nota a empresa.

Por sua vez, a Sleep Foundation nota que se pode desenvolver um shift work disorder, condição que pode causar insónia quando os trabalhadores tentam dormir ou excessiva sonolência enquanto trabalham. Aliado a isso, por média, uma pessoa com esta síndrome perde, em média, uma a quatro horas de sono por noite.

Entre os problemas associados estão:

Problemas de humor, como maior impaciência, irritabilidade e falta de capacidade para lidar com problemas ou conflito.

Má performance de trabalho, devido à falta de concentração e problemas em memorizar;

Maior risco de acidentes

Mais problemas de saúde;

Menos testosterona;

Pode levar, em certos casos, à automedicação com álcool ou drogas.

Como melhorar a situação?

Dessa maneira, a fundação aconselha a que seja colocada prioridade à saúde do sono e a criação de um horário. No caso de um turno noturno, se uma pessoa acorda às cinco da tarde e vai dormir às oito da manhã, deve tentar manter esse calendário mesmo nos dias em que não trabalha.

De forma a evitar a exposição ao barulho e à luz, aconselha-se utilizar cortinas ou máscaras dos olhos, assim como tampões de ouvido ou máquinas de white noise.

“Em vez de irem imediatamente para a cama, alguns trabalhadores por turnos preferem ficar acordados algumas horas depois de chegarem a casa, como se poderia fazer depois de um dia de trabalho num horário tradicional das 9h às 17h. Assim, podem acordar mais perto da hora em que começam o próximo turno da noite. Para outros, um horário de sesta dividida é mais eficaz. Isto implica dormir durante algumas horas depois de chegar a casa de manhã e depois dormir mais tempo nas horas que antecedem a hora de início do próximo turno”, nota a Sleep Foundation.

No caso de turnos rotativos, aconselha-se que se deve preparar para as mudanças por turnos, ajustando gradualmente os horários de sono.

No entanto, “alguns turnos rotativos são melhores para dormir do que outros. Por exemplo, mudar de dia para tarde para turnos noturnos é uma progressão mais natural que é mais fácil para o seu corpo em comparação com a rotação na direção oposta ou em padrões aleatórios. Os turnos de turno a cada dois ou três dias também podem ser melhores para os colaboradores do que rodar os seus turnos de cinco em cinco a sete dias, e muitos turnos noturnos consecutivos podem ser problemáticos”.

Em último caso, deve-se falar com o supervisor para ajustar os turnos de forma a permitir um melhor sono.

Artigo em parceria com a Call Center Magazine.[/vc\_column\_text][vc\_row\_inner][vc\_column\_inner][vc\_column\_text]Gostou deste artigo?

Subscreva a newsletter do RHBizz aqui. Siga-nos também no LinkedIn.[/vc\_column\_text][vc\_column\_inner][vc\_row\_inner][vc\_column]

[/vc\_row]



Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

## 81% dos contact centers norte-americanos aumentou a sua aposta em software. Será suficiente?

CALL CENTER - TUE, 5 JUL 2022

Apesar de 81% dos contact centers norte-americanos ter revelado que aumentou a sua aposta em software, quase metade (48%) consideram não se sentir “muito preparados para o futuro”. A conclusão é de um novo estudo do Observe.Ai, realizado pela Zogby Analytics, e que inquiriu 307 líderes de contact center norte-americanos.

Segundo explicado em comunicado, um dos grandes destaques do relatório é o desafio que a indústria enfrenta – o Customer Experience Paradox – no qual as expectativas dos consumidores e os investimentos tecnológicos aumentam, mas a experiência do cliente e os resultados empresariais não melhoram.

Nos contact centers em que foi adotado soluções de inteligência artificial que informam a conversão entre o operador e o cliente – Conversation Intelligence – foi relatado uma maior visibilidade nessa interação, impulsionando programas de coaching mais robustos, operadores de alto desempenho e uma maior confiança sobre o futuro dos seus negócios.

Outro problema detetado foi a continuidade da grande dependência em processos manuais, apesar de uma adoção transversão da inteligência artificial e da automação. Apenas 16% dos inquiridos analisa todas as interações operador-cliente. A maioria (67%) ainda utiliza processos manuais para analisar interações, quer exclusivamente ou em combinação com a IA. 21% utiliza apenas processos completamente manuais para a transcrição e análise das interações.

Esta análise continua ainda a ser feita, em grande número, através de métodos não científicos. Quase metade (49%) dos contact centers continuam a utilizar folhas de cálculo antiquadas e/ou documentos rudimentares de processamento de palavras como base para avaliar e analisar interações.

Autorizada pela VISAPRESS para a reprodução, distribuição e/ou armazenamento de conteúdos de imprensa, das publicações por esta representada, sendo interdita qualquer reprodução, mesmo que parcial.

## Humanização – Até onde vai o script? Dois terços dos operadores querem alterá-lo

CALL CENTER - TUE, 5 JUL 2022

Os bots são uma realidade cada vez mais crescente na interação dos consumidores com o apoio ao cliente. Com a crescente 'robotização', cada vez mais procura-se inverter a tendência e humanizar as interações. Mas onde entra aqui o script a partir do qual as interações dos operadores com os clientes são baseadas? Como humanizar o script? Um estudo da Balto nota que já dois terços dos operadores querem alterar os seus guiões e uma das preocupações passa por essa humanização.

Uma das principais conclusões da análise mostra que os operadores quando deixam de guiar-se pelo script não é porque esqueceram-se do que dizer, mas sim porque querem. Neste aspeto, o desejo de melhorar o guião é a principal razão, seguida por este ser não natural, não ajudar a resolver o problema ou não ser relevante.

Quando os operadores fazem erros de forma não intencional, as causas são esquecerem-se do script, ficarem aborrecidos ou ficarem nervosos.

O estudo nota que os gestores de contact center devem então garantir que o guião é natural, ajuda e é relevante para as interações. Aliado a isso, os gestores devem considerar o que significa a improvisação e o desejo de improvisar.

"Improvisar requer uma compreensão interna da situação em questão. Pense em aprender um instrumento: tem de aprender todas as notas e acordes antes de poder improvisar. O objetivo não deve ser eliminar a improvisação. Se um operador improvisa numa chamada, muitas vezes significa que sabe do que está a falar", pode ler-se.

Outro grande padrão detetado pelo estudo é que quando mais envolvidos os operadores de contact center estão na escrita do guião, mais os seguem e mais felizes ficam. "O envolvimento do operador na escrita do guião foi um importante indicador de se os operadores queriam ou não mudar alguma coisa sobre os seus scripts, em média. Aqueles que relataram o menor envolvimento na escrita de guiões eram os mais propensos a querer mudar tudo sobre isso", lê-se.

O relatório "The Case for the Anti-Script: A Multifactor Analysis of Script Adherence" é baseado no inquérito que envolveu 567 operadores de contact center nos Estados Unidos da América.