

**CENTRO DE EDUCAÇÃO SUPERIOR CESREI LTDA
CESREI FACULDADE
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

JANAÍNA COSTA DOS SANTOS

**OPERADORES DE TELEMARKETING *CALL CENTER* DE CAMPINA
GRANDE/PB: PERCEPÇÃO SOBRE O MODELO DE TRABALHO *HOME OFFICE*,
EM 2020, DURANTE O ISOLAMENTO SOCIAL DA COVID 19**

Campina Grande - PB

2022

JANAÍNA COSTA DOS SANTOS

**OPERADORES DE TELEMARKETING CALL CENTER DE CAMPINA
GRANDE/PB: PERCEPÇÃO SOBRE O MODELO DE TRABALHO *HOME OFFICE*,
EM 2020, DURANTE O ISOLAMENTO SOCIAL DA COVID 19**

Trabalho Monográfico apresentado à
Coordenação do Curso de Administração
da Faculdade Cesrei, como requisito
parcial para a obtenção do grau de
Bacharel em Administração.

Orientadora: Profa. Ma. Maria Zita
Almeida Batista dos Santos.

S237o Santos, Janaína Costa dos.
Operadores de telemarketing *call center* de Campina Grande/PB: percepção sobre o modelo de trabalho *home office*, em 2020, durante o isolamento social da COVID 19 / Janaína Costa dos Santos. – Campina Grande, 2022.
37 f. : il. color.

Monografia (Bacharelado em Administração) – Centro de Educação Superior Cesrei – Ltda., Cesrei Faculdade, 2022.
"Orientação: Profa. Ma. Maria Zita Almeida Batista dos Santos".

1. Administração dos Recursos Humanos. 2. Administração do Desempenho. 3. Teleatendente - Call Center de Campina Grande. 4. Modelo de Trabalho *Home Office* – Percepção. 5. Técnica de Bola de Neve. I. Santos, Maria Zita Almeida Batista dos. II. Título.

CDU 005.962.13(043)

JANAÍNA COSTA DOS SANTOS

OPERADORES DE TELEMARKETING CALL CENTER DE CAMPINA GRANDE/PB:
PERCEPÇÃO SOBRE O MODELO DE TRABALHO *HOME OFFICE*, EM 2020,
DURANTE O ISOLAMENTO SOCIAL DA COVID 19.

Aprovada em: 06 de Dezembro de 2022.

BANCA EXAMINADORA

Maria Zita Almeida Batista dos Santos

Me. Maria Zita Almeida Batista dos Santos - CESREI
Orientadora

Lênio Assis de Barros

Me. Lênio Assis de Barros - CESREI
1ª Examinador

Magna Sueli Clemente Barros

Me Magna Sueli Clemente Barros - CESREI
2º Examinador

Dedico esse trabalho aos meus pais que sempre se dedicaram a minha educação.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus que permitiu que tudo acontecesse ao longo da minha vida, por nunca ter deixado que me faltasse fé e foco para concluir esse ciclo;

Ao meu pai Antônio Barbosa da Costa, que no momento não está entre nós, mas estaria muito orgulhoso por essa conquista ao qual alcancei, e a minha mãe Maria Helena dos Santos pelas palavras de força, por ter me apoiado em todos os momentos da minha vida e que tanto lutou pela minha educação;

Aos meus irmãos Elisângela Costa dos Santos, Fabiana Conceição Costa Santos e Flávio dos Santos Costa que de alguma forma também contribuíram para que meu sonho de entrar na faculdade se tornasse realidade;

As minhas filhas Hellen dos Santos Santana e Helliana Kelly dos Santos Santana, que eu tanto amo, fico grata pela companhia, alegria e por tornar o meu mundo mais colorido;

Ao meu amor, Joseano Chagas de Lima, que com carinho, compreensão e incentivo me acompanhou nesta jornada;

Agradeço a todos os professores da CESREI Faculdade, do curso de Administração, por terem me proporcionado conhecimento, contribuindo na minha formação profissional;

Agradeço a minha orientadora, Maria Zita Almeida, por aceitar conduzir o meu trabalho de pesquisa;

Agradeço a minha amiga Danielba Eleutério Pontes pela amizade, pelas risadas, pelas inúmeras contribuições e pelos momentos de aprendizagem compartilhados.

RESUMO

Este estudo mostra a percepção dos teleatendentes de *Call Center* que atuaram na modalidade *home office*, de março a novembro de 2020, período inicial do isolamento social devido a pandemia de Covid-19, na cidade de Campina Grande – PB. O principal objetivo da pesquisa é identificar a percepção dos operadores diante essa modalidade e as relações na rotina do trabalho. As possíveis consequências na relação familiar, as principais dificuldades e as vantagens encontradas nessas condições de trabalho. A metodologia aplicada foi caracterizada por uma pesquisa dedutiva, qualitativa e descritiva, sendo utilizada a técnica Bola de Neve. Para que essa pesquisa se tornasse precisa foi elaborado um questionário e entrevistado 98 teleatendentes de *Call Center*, sendo os dados obtidos através da plataforma *Google*. Ainda que o trabalho *home office* apresente pontuais fatos negativos, 96,9% dos participantes demonstram satisfação em atuar em domicílio. Essa resposta direciona aos empresários que há maior vantagem em utilizar dessa modalidade, unindo os benefícios para o trabalhador com os objetivos da empresa. Analisando-se os elementos presentes nas categorias de condições de trabalho, segundo a percepção dos entrevistados, no ambiente de *home office*, foi possível levantar que os elementos das condições de trabalho foram avaliados de forma predominantemente positiva, como exemplo: em relação a organização e liberdade no uso do tempo e distribuição dos seus afazeres.

Palavras-chave: Percepção. Técnica de Bola de Neve. *HomeOffice*. Teleatendente. Call Center. Campina Grande.

ABSTRACT

This study shows the perception of Call Center operators who worked in the home office modality, from March to November 2020, the initial period of social isolation due to the Covid-19 pandemic, in the city of Campina Grande - PB. The main objective of the research is to identify the operators' perception of this modality and the relationships in the work routine. The possible consequences in the family relationship, the main difficulties and the advantages found in these working conditions. The methodology applied was characterized by a deductive, qualitative and descriptive research, using the Snowball technique. In order for this research to become accurate, a questionnaire was prepared and 98 call center attendants were interviewed, the data being obtained through the Google platform. Although home office work presents occasional negative facts, 96.9% of the participants demonstrate satisfaction in working at home. This answer is direct to entrepreneurs that there is greater advantage in using this modality, combining the benefits for the worker with the objectives of the company. Analyzing the elements present in the categories of working conditions, according to the perception of the interviewees, in the home office environment, it was possible to conclude that the elements of working conditions were evaluated in a predominantly positive way, as an example: in relation to the equipment provided by the company to carry out work activities in the modality, and in relation to the organization and freedom in the use of time and distribution of their tasks.

Keywords: Perception. Snow Ball Technique. Home Office. Tele attendant. Call Center. Campina Grande.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABT -Associação Brasileira de Telesserviços

MT -Ministério do Trabalho

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Diferenças entre <i>Telemarketing</i> Receptivo e Ativo.....	15
---	----

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Função desempenhada pelos colaboradores.....	23
Gráfico 2: Sentimento que a modalidade desperta no colaborador.....	24
Gráfico 3: Sensação de isolamento no <i>home office</i>	24
Gráfico 4: Aumento de despesas no trabalho <i>home office</i>	25
Gráfico 5: Aumento tempo livre na modalidade <i>home office</i>	26
Gráfico 6: O <i>home office</i> e a alteração na rotina diária.....	26

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Dados complementares modalidade <i>home office</i>	27
---	----

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
CAPÍTULO I - <i>TELEMARKETING</i>& TELEATENDIMENTO Error! Bookmark not defined.....	14
1.1 <i>TELEMARKETING</i> <i>CALL CENTER</i>	14
1.2 TELEATENDIMENTO.	16
CAPÍTULO II - <i>HOME OFFICE</i> E SUAS REPERCURSSÕES	18
2.1 TRABALHO <i>HOME OFFICE</i>	18
2.2 HOME OFFICE E LEI TRABALHISTA	20
2.2.1 Trabalho <i>home office</i> na pandemia.....	20
CAPÍTULO III - TELEATENDENTES E HOME OFFICE: APRESENTAÇÃO E DISCURSÃO DOS RESULTADOS	22
3.1 MÉTODOS.	22
3.2 RESULTADOS.	23
3.3 ANÁLISE.	28
CONSIDERAÇÕES FINAIS	31
REFERÊNCIAS	32
ANEXO	34

INTRODUÇÃO

O mercado de trabalho do trabalho passa por uma série de transformações ao longo da história. Segundo Borges e Yamamoto (2004) *apud* Bezerra, foi com o surgimento do capitalismo que se consolidou as mudanças mais perceptíveis sobre o trabalho. Nesse contexto a estrutura do mercado de trabalho, com a reestruturação que abrange desde a modificação ou extinção de processo do trabalho, até o aparecimento de uma nova atividade ao processo predominantemente industrial dos anos 70, acompanhou-se uma profunda mudança nas relações de trabalho e na classificação dos trabalhadores nos diversos setores econômicos.

Um crescimento significativo foi no ramo de serviços e comércio em relação ao setor industrial. Do setor de serviços destaca-se o crescimento das centrais de atendimento de telemarketing, que de acordo com a Associação Brasileira de Telemarketing (ABT), “é toda e qualquer atividade desenvolvida através de sistema de telemática e de múltipla mídia, objetivando ações padronizadas e contínuas de marketing”.

Os Teleatendentes estão presentes no dia a dia de todo brasileiro, seja em casa ou no trabalho, ou em atendimento médico, sendo o ramo profissional um dos que mais cresce no Brasil. Segundo a Associação Brasileira de Telemarketing (ABT), era cerca de 1,5 milhões de trabalhadores formais em 2016.

Essa modalidade de trabalho é muito abrangente, sendo adotado por várias empresas, e descreve as práticas que estão além dos modelos de trabalho.

Neste contexto, esta pesquisa se debruçou em analisar a percepção dos Teleatendentes que atuaram na modalidade *HomeOffice*, em *Call Center*, de março a novembro de 2020, período inicial do isolamento social devido à pandemia de Covid-19, na cidade de Campina Grande – PB. Para tanto, buscou-se obter as respostas através de um questionário elaborado na ferramenta *Google Form*, com 98 Teleatendentes. A ferramenta *Google Forms* possibilita personalizar o questionário e criar diversos tipos de perguntas, como de múltipla escolha, caixa de checagem, escalas, listas suspensas e entre outros. Essa ferramenta facilitou a elaboração das perguntas a organização dos dados coleta.

Muitas foram às empresas e funcionários que tiveram que se adaptar as mudanças, e a grande maioria não sabia como e por onde começar, por esse

motivo, o objetivo geral desse trabalho é identificar a percepção dos trabalhadores acerca da modalidade em Home Office.

Como objetivos específicos, investigar como os trabalhadores encaram a realidade do *homeoffice* na sua rotina de trabalho, averiguar as possíveis consequências na relação familiar dos trabalhadores nesta modalidade e verificar se a modalidade de trabalho trouxe consequências no trabalho dos operadores.

A metodologia desta pesquisa, quanto a estrutura, foi utilizada o método dedutivo, com o objetivo de identificar a percepção dos operadores de telemarketing acerca da modalidade *HomeOffice* baseado na elaboração de um questionário aplicado a esses trabalhadores específicos. De acordo com Gil (2008, p 28), “o método dedutivo, parte de princípios reconhecidos como verdadeiros e indiscutíveis e possibilita chegar a conclusões de maneira puramente formal, isto é, em virtude unicamente de sua lógica”.

Quanto à natureza (finalidade), utilizamos o método da pesquisa aplicada com abordagem quantitativa. “Por possibilitar o tratamento quantitativo dos dados, este tipo de entrevista torna-se o mais adequado para o desenvolvimento de levantamentos sociais” (GIL, 2002, p. 136).

Quanto à análise é descritiva, visto que a pesquisa tem o intuito de averiguar, através da aplicação de questionário, a percepção dos teleatendentes mediante a modalidade *Home Office*. “Este tipo de pesquisa tem como principal objetivo a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis” (GIL, 2008, p.47).

Quanto ao procedimento técnico foi utilizada para este trabalho a pesquisa de campo com o intuito de extrair informação sobre o tema escolhido. De acordo com GIL (2008) as pesquisas deste tipo se caracterizam pela interrogação direta das pessoas cujo comportamento se deseja conhecer.

Utilizamos, também, técnicas de estudo de amostragem Bola de Neve, é uma forma de ter acesso ao público de difícil acesso, através de uma pessoa que tem informação de acordo com o tema do questionário essa pessoa é chamada de semente, porque através dela o questionário será passado para outras pessoas em comum. Segundo Bernard (2005) é um método de amostragem de rede útil para se estudar populações difíceis de serem acessadas ou estudadas, cujas informações podem ser coletadas através das redes sociais dos entrevistados, sendo que o processo pode ser finalizado a partir do critério de ponto de saturação. Durante todo

o processo, o trabalho foi norteado por pesquisas bibliográficas, constituídos principalmente de livros e artigos científicos.

CAPÍTULO I – TELEMARKETING& TELEATENDIMENTO

1.1 TELEMARKETING | CALL CENTER

O *telemarketing* é um dos setores mais relevantes para a economia brasileira. Conta à história que em 1880, na cidade de Berlim, um pasteleiro começou a ligar para seus clientes oferecendo pastéis, surgindo daí a atividade de *telemarketing*. No setor de telecomunicações, o *telemarketing* surgiu na década de 1980, como um canal para oferecer informações e serviços e receber críticas e sugestões dos clientes, servindo ainda como um veículo de propaganda, divulgando produtos e serviços de forma rápida através do aparelho telefônico. O objetivo era atender uma nova demanda de qualidade da produção com uma diversidade de produtos e atendimento personalizado.

Segundo a Associação Brasileira de *Telemarketing* - ABT¹ (2006), *telemarketing* é "toda e qualquer atividade desenvolvida através de sistemas de telemática e multimídia, objetivando ações padronizadas e contínuas de *marketing*". Trata-se, então, de um diálogo em tempo real à distância, de forma padronizada e sistemática, com o intuito de estreitar relacionamentos e realizar negócios, existindo para isso quatro tipos: o ativo, o receptivo, o misto e o híbrido (MONTEIRO, 1997).

O setor de telemarketing representa um elo importante entre as organizações e os clientes e entre a produção e o público em geral. Nesse sentido vale salientar que a produção pode ser de produtos ou serviços; e o público em geral seria a própria empresa, outras empresas, ou pessoas.

O *telemarketing*, também conhecido como *Call Center*, atua de forma receptiva, quando o cliente entra em contato com a empresa; ou ativa, quando a empresa liga para o cliente. Kotler e Keller (2006) afirmam que são quatro os tipos de telemarketing existentes: televendas, telecobertura, teleprospecção e serviço ao cliente e suporte técnico.

¹<http://abt.org.br/>

- Televendas – O profissional atua recebendo pedidos de produtos divulgados em outros meios de comunicação ou contatando clientes para oferecer novos produtos e/ou reativando clientes antigos;
- Telecobertura – O profissional entra em contato com clientes visando manter e estimular o relacionamento com essas contas, além de dar mais atenção a contas negligenciadas;
- Teleprospecção – Gera e qualifica novos clientes potenciais, com o objetivo de efetivar vendas por outros canais de vendas;
- Serviço ao cliente e suporte técnico – Responde a perguntas sobre serviços e questões técnicas.

Dentro dos conceitos acerca dos tipos de *telemarketing*, é oportuno esclarecer que existem diferenças existentes entre eles, conforme mostramos no quadro a seguir.

Quadro 1: Diferenças entre *Telemarketing* Receptivo e Ativo

TELEMARKETING RECEPTIVO	TELEMARKETING ATIVO
<ul style="list-style-type: none"> • O cliente liga para a empresa • Gera cadastro nos contatos • Requer um roteiro para a abordagem • Público comanda a ligação • Picos de demandas sazonais • Menos objeções dos clientes • Maior conhecimento do produto pelo operador • Equipamentos e estrutura adequados à demanda 	<ul style="list-style-type: none"> • A empresa liga para o cliente • Requer cadastro para as ligações • Requer script • Operador comanda • Picos previstos • Mais objeções dos prospects • Maior conhecimento de técnicas pelo operador • Adequando ao tamanho do esforço de vendas

Fonte: Matozo (2000)

Receptivo ou ativo vale salientar que a abordagem feita ao cliente é muito importante para o sucesso do negócio. Matozo (2000) afirma que devem ser feitas perguntas ao cliente para descobrir possíveis problemas, seus desejos e necessidades, identificando então boas oportunidades de negócio. Faz-se necessário pontuar que os profissionais de *telemarketing* devem não apenas ligar

para o cliente, mas ouvi-lo, demonstrando interesse e criando empatia entre ambos, e conseqüentemente entre cliente e empresa.

1.2 TELEATENDIMENTO

O *telemarketing* ou teleatendimento é a função executada à distância, onde um profissional utiliza para comunicação com interlocutores clientes e usuários a voz e/ou mensagem eletrônica, com a utilização simultânea de equipamentos de audição/escuta e fala telefônica e sistemas informatizados ou manuais de processamento de dados.

O Ministério do Trabalho (MTE), na Norma Regulamentadora nº 17 (NR – 17), apresenta a seguinte definição de trabalho de teleatendimento/ telemarketing:

Entende-se como trabalho de Teleatendente/Telemarketing aquele cuja comunicação com interlocutores, clientes e usuários é realizada à distância por intermédio de voz/ e ou mensagens eletrônicas com a utilização simultânea de equipamentos de audição/escuta e fala telefônica e sistemas informatizados ou manuais de processamentos de dados. (BRASÍLIA, 2020, n p)

Teleatendentes se caracteriza por ser um conjunto de atividades que envolvem sistemas de informática e telecomunicação ou mídia e tem como objetivo a interação do atendente com o cliente.

A origem dos teleatendentes está no telefone que foi inventado no século XIX. Para Mancini (2006, apud BORMIO), apesar do conceito atualmente parecer natural, nem sempre foi assim, uma vez que esse tipo de relacionamento com a sociedade origina-se de um atendimento muito específico, aquele fornecido por bombeiro, emergenciais e policiamentos urbanos, tendo por princípios a ligação telefônica do público para uma central que encaminhava a solução para o problema apresentado.

Esses profissionais atuam nas centrais de atendimento também conhecida de *CallCenter* que, segundo Venco (2009)

Trata-se de uma organização do trabalho pautada na prescrição dos procedimentos, a qual é acompanhada de forte controle dos teleoperadores propiciado por inovações tecnológicas e exercido por diversos agentes que atuam direta ou indiretamente na produção”. (VENCO, 2009, p. 154)

O setor de serviços de teleatendimento vem crescendo a cada ano no Brasil, alcançando outros segmentos de setores como: manufatura, de recreação, de comida, bebida e entre outros segmentos. Para Corrêa (1999)

A reestruturação produtiva, desencadeada na década de 1990, constitui - se no processo que compatibilizou mudanças institucionais e organizacionais nas relações de produção e de trabalho, em que a introdução de novas tecnologias informatizadas assumiu um papel central. (CORRÊA, 1999, p. 120).

As mudanças tecnológicas, socioeconômicas e demográficas, a urbanização, o aumento no nível de exigências e a sofisticação do consumidor, o desenvolvimento da internet de programas computacionais são alguns dos vários motivos desse crescimento. “Tornou essenciais para o desenvolvimento das empresas na nova estrutura da produção e da economia, isso graças à junção das tecnologias da telefonia e da informática”. (CORRÊA & CAON, 2002; BAGNARA, 2000; DWYER, 2002)

O setor vem já ganhado tanta importância, que o Brasil foi um dos 19 países que participaram do primeiro estudo global, em 2005, sobre o mercado de *Call Centers*, chamado de *Global Call Center Industry Project*², que é coordenado internacionalmente pelas Universidades de Sheffield (Reino Unido) e Cornell (EUA), e, no Brasil, pelo Programa de Pós-Graduação em Administração da PUC-SP e pela Associação Brasileira de Telemarketing (ABT).

Nessa perspectiva, podemos dizer que o teleatendimento é uma via de comunicação dos usuários com os teleatendentes, sendo o serviço essencial para a eficácia dos serviços prestados pelo mercado de trabalho.

²Disponível em: <https://docplayer.com.br/8203542-Relatorio-da-industria-de-call-centers-no-brasil-2005-the-global-call-center-industry-project.html>

CAPÍTULO II – HOME OFFICE E SUAS REPERCURSSÕES

2.1 TRABALHO HOME OFFICE

A primeira prática de atividade de trabalho remoto aconteceu em 1857, nos Estados Unidos, com trabalhos sendo realizados através do telégrafo, um sistema de transmissão e recepção de mensagens, que utilizava eletricidade para enviar mensagens codificadas através de fios. Com o aparelho, se o operador tivesse a infraestrutura necessária, não importava onde ele estivesse, pois o envio e recebimento de mensagens poderiam acontecer a qualquer horário, trabalhar em casa, então, poderia ser não só uma possibilidade, mas uma necessidade.

O termo teletrabalho só surgiu na década de 1970, quando o mundo passava pela crise de petróleo, na época os gastos para com o deslocamento para o trabalho se tornaram uma grande despesa para muitas empresas e o *home office* ganhou espaço como uma alternativa viável para alguns tipos de atividades.

Foi nessa época, em meados das décadas de 70 e 80, que o físico Jack Nilles, definiu o conceito de teletrabalho. Ele observou a crescente tecnológica e apontou grandes mudanças no cenário mundial acerca das formas de se trabalhar. Em 1973, buscando otimizar o tempo gasto com a deslocação dos seus empregados até o local de trabalho, Jack desenvolveu o primeiro projeto de teletrabalho, e isso lhe concedeu o título de “Pai do Teletrabalho”. Segundo Nilles, “o *Home Office* permite movimentar o trabalho para os trabalhadores, ao invés de mover os trabalhadores para o trabalho”.

Nesse contexto, nos anos 80, várias empresas fizeram testes para estimar a economia e os benefícios dessa modalidade de trabalho, e no ano de 2010 mais de 59% dos trabalhadores remotos conseguiram ser considerados empresas.

Segundo Alves (2008) há uma maior pressão para as empresas no que diz respeito à corrida para acompanhar as atualizações no mundo tecnológico. A atualidade mostra-se em constante desenvolvimento e adaptação, os meios de comunicação e as linguagens utilizadas, bem como estratégias de vendas e qual melhor maneira de exercer sua função no trabalho é diretamente impactada pela

nova forma como o mundo funciona gerando uma necessidade constante de integração de novos sistemas.

Dentre as possibilidades e meios de trabalho, surgem as variações possibilitadas a partir das disponibilidades que a tecnologia trás. O teletrabalho é a forma que se caracteriza em usar a tecnologia, permitindo que a função exercida seja realizada em diferentes locais, deixando os que eram corriqueiramente utilizados para trás. Sendo assim, Rocha e Amador (2018) detalham sobre o teletrabalho:

Nos EUA, é mais frequente o uso do termo *telecommuting*, enquanto na Europa sobressai o uso do *telework*. O primeiro termo enfatiza o deslocamento entre o centro demandante do trabalho e o local onde é realizado, sendo substituído pelo uso de ferramentas telemáticas. O segundo enfoca as atividades realizadas por tais meios tecnológicos. Ambos os termos, porém, dizem respeito a um mesmo universo de organização do trabalho, referindo-se à atual tendência de as atividades laborais serem realizadas com uso de meios telemáticos sem necessidade de deslocamento do trabalhador ao local onde os resultados devem ser apresentados. Também se encontra com frequência o termo *home office* – contudo, diz respeito a uma categoria específica dentro do contexto maior do *telework* ou *telecommuting*, que trata da peculiaridade de ser realizado na casa do trabalhador (ROCHA; AMADOR, 2018, p. 153).

O trabalhador que está inserido em uma empresa e é designado ao trabalho *home office* pode contar com as muitas possibilidades de trocar de local, adaptando ao seu meio e proporcionando um maior conforto e praticidade para realizar suas demandas, organiza seus horários de acordo com o disposto e conseguindo conciliar as demais tarefas diárias e tem uma relação mais abrangente com os diversos meios de comunicação, evitando papéis e cadernos, pois poderá utilizar-se de telefones, redes sociais e e-mails para fazer os contatos que sejam necessários.

Dessa forma o trabalho é realizado dentro do seu próprio lar, com o tempo de duração pré-determinado pela empresa, fazendo uso de internet, aparelhos celulares, *notebooks* ou *tablets*. Segundo Gomes (2022), essa é uma forma que possibilita uma maior flexibilidade no que diz respeito a espaço, comunicação e tempo, contribuindo também em aspectos sociais.

2.2 HOME OFFICE E LEI TRABALHISTA

O *Home Office* foi inserido pela primeira vez na legislação trabalhista em 2011, pela Lei 12.551, que modificou o texto do artigo 6º da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) para incluir essa modalidade, tendo como redação:

Art. 6º Não se distingue entre o trabalho realizado no estabelecimento do empregador, o executado no domicílio do empregado e o realizado a distância, desde que estejam caracterizados os pressupostos da relação de emprego.
Parágrafo único. Os meios telemáticos e informatizados de comando, controle e supervisão se equiparam, para fins de subordinação jurídica, aos meios pessoais e diretos de comando, controle e supervisão do trabalho alheio.
(PLANALTO, 2011)

Em 2020, foi editada Medida Provisória 927, que instituiu normas para enfrentamento do estado de calamidade pública provenientes do Covid-19³ e realizou a mudança do regime de trabalho presencial para o teletrabalho independentemente da existência de acordos individuais ou coletivos e dispensou o registro prévio da alteração no contrato individual de trabalho. A citada medida provisória também estendeu essa modalidade para os estagiários e os aprendizes.

Já em 28 de março de 2022, foi publicada no diário oficial da união a medida provisória nº 1.108/22⁴, que regulamentou, de forma efetiva, o trabalho híbrido, que funciona com o formato presencial e o *home office*, e tem como finalidade maior segurança e embasamento jurídico às relações trabalhistas existentes.

Essa nova legislação modernizou e trouxe uma maior clareza conceitual e por conseguinte uma segurança jurídica para as relações trabalhistas regidas pela modalidade, em complemento às inovações já trazidas pela Lei nº 13.467, de 2017.

³doença infecciosa causada pelo coronavírus SARS-CoV-2. Disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br>

⁴Disponível em: <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/medida-provisoria-n-1.108-de-25-de-marco-de-2022-388651514>

2.2.1 Trabalho *home office* na pandemia

Quando a pandemia da Covid-19 atingiu o Brasil, em março de 2020, muitos profissionais adotaram o modelo de trabalho remoto. Apesar da mudança não ter tido tempo para um planejamento, e em muitos casos sem estrutura adequada, a experiência serviu como um grande laboratório para uma forma de trabalho que já ensaiava os primeiros passos. A pandemia da covid 19 abalou a estrutura de trabalho da já que algumas empresas permitiam o trabalho remoto, foram muitos o aspecto desta crise entre elas no ramo trabalhista a prática do Home Office que passou a ser uma urgência para todos em todo mundo.

Para os trabalhadores surgiram novos desafios na adaptação na modalidade, rapidez em aprendizagem de novas tecnologias, o estabelecimento de novas formas de interação e comunicação entre as equipes. As vidas familiares tiveram que se conciliar com o trabalho entrelaçando assim a vida pública e a privada, a família passaram a dividir em um mesmo ambiente as atividades de trabalho, escolares, domésticas e de lazer.

O Home Office foi a solução adotada para os empresários e representou um desafio tanto para os empresários como para os Teleatendentes, o questionário aplicado aos Teleatendentes mostrarão os desafios e a adaptação dessa modalidade.

De acordo com uma pesquisa elaborada pela Fundação Instituto de Administração (FIA)⁵, em 2020, 46% das empresas nacionais adotaram o modelo de trabalho a distância durante a pandemia.

Passado o período crítico, no final de 2021, início de 2022, a volta ao trabalho presencial retomou, mas o *home office* continua sendo o modelo de trabalho mais adotado pelas empresas atualmente. Dados de uma pesquisa elaborada pela Korn Ferry, consultoria global de carreira⁶, junto a 170 empresas em novembro de 2021, mostra que 85% das companhias adotaram totalmente o *home office*.

⁵ <https://www.fea.usp.br/administracao/fia>

⁶ <https://www.kornferry.com>

CAPÍTULO III – TELEATENDENTES E HOME OFFICE: APRESENTAÇÃO E DISCURSÃO DOS RESULTADOS

3.1 MÉTODOS

Participaram desse estudo 98 colaboradores, sendo 95 que atuam na função de Teleatendentes e três na função de supervisão de operação, que trabalham em *Call Center*, e atuaram na modalidade *home office*, durante a pandemia de Covid-19. Em relação à situação geográfica todos residem na cidade de Campina Grande - PB.

Os dados a seguir foram obtidos mediante a elaboração de um questionário com 15 perguntas fechadas, com intuito de analisar a percepção dos Teleatendentes no que diz respeito à adaptação na modalidade de trabalho *home office*. Para esse fim, foi utilizada a plataforma *Google Forms* e o recrutamento dos participantes foi realizado através do envio de convite de divulgação nas redes sociais como: *Face book*, *Instagram* e *WhatsApp*. Esse método é conhecido como Bola de Neve.

Amostragem em bola de neve é um método tipicamente utilizado com a população desconhecidas. Membros destas populações não foram todos identificados previamente e são mais difíceis de encontrar ou contatar do que populações conhecidas. (DEWES, 2013, apud COLEMAN, 1958; GOODMAN, 1961; SPREEN, 1992).

O questionário foi elaborado com base na literatura do tema, visando conhecer a percepção desses profissionais na modalidade. A aplicabilidade do questionário aconteceu no período de 18 de outubro de 2020 a 28 de novembro de 2020.

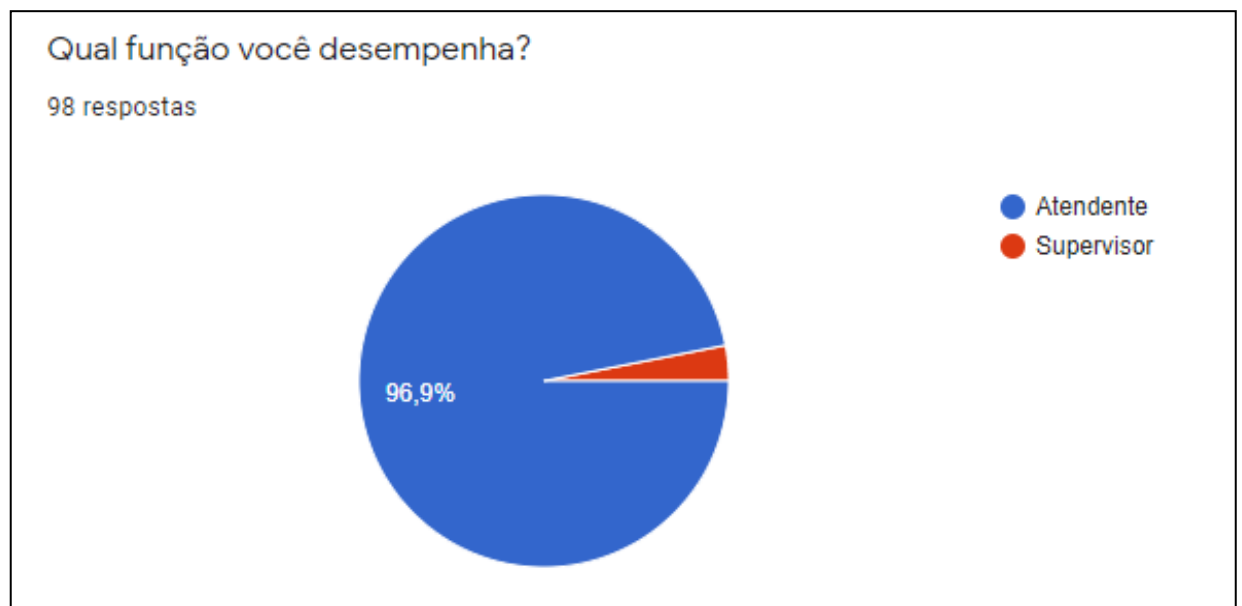
Os participantes foram questionados sobre as mudanças que ocorreram em sua vida, principalmente a pessoal, de março a novembro de 2020, período inicial da pandemia, quando adotaram o trabalho *home office*. As perguntas elaboradas e os resultados obtidos em cada uma delas constam nos gráficos mostrados nos resultados, a seguir.

3.2 RESULTADOS

Os resultados desta pesquisa, apresentados a seguir, como explicado na proposta metodológica, será exposto de maneira relatorial, seguido de algumas correlações e análises a partir da inferência que podemos estabelecer com estes dados.

O primeiro ponto que gostaríamos de evidenciar é quanto à amostra. A maioria dos respondentes foi de teleatendentes, sendo que a segunda parcela, representada por uma porcentagem significativamente baixa, foi de supervisores.

Gráfico 1: Função desempenhada pelos colaboradores



Fonte: A autora

O gráfico a seguir mostra o resultado do seguinte questionamento: A modalidade em *home office* desenvolve no profissional um sentimento de autoconfiança e de independência?

Gráfico 2: Sentimento que a modalidade desperta no colaborador

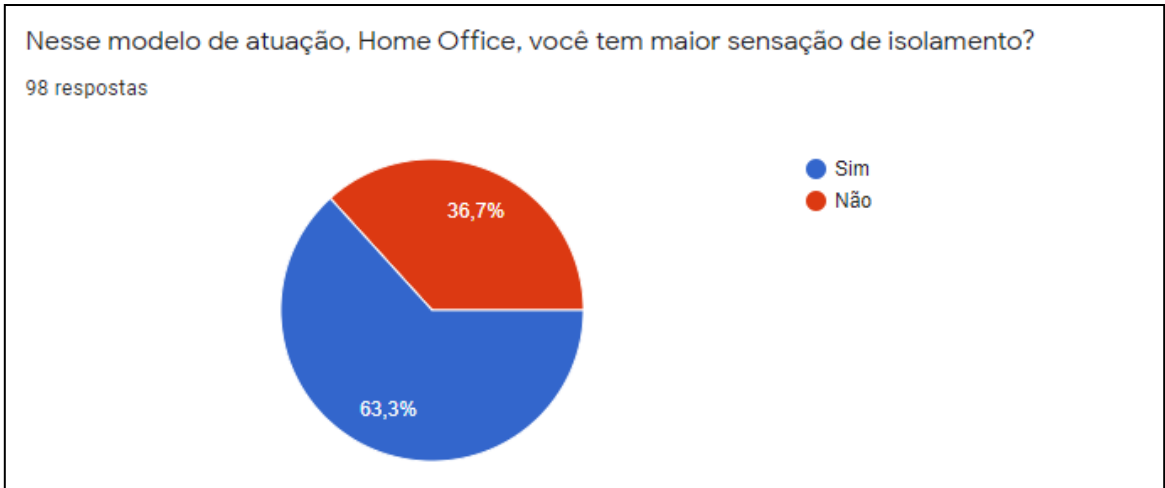


Fonte: A autora

Percebe-se que a modalidade em *home office* desenvolve profissionais com mais confiança e independência, de acordo com os dados obtidos, já que 80,6% faz essa afirmação.

Outra pergunta formulada foi se a modalidade de atuação faz o profissional se sentir isolado.

Gráfico 3: Sensação de isolamento no *home office*

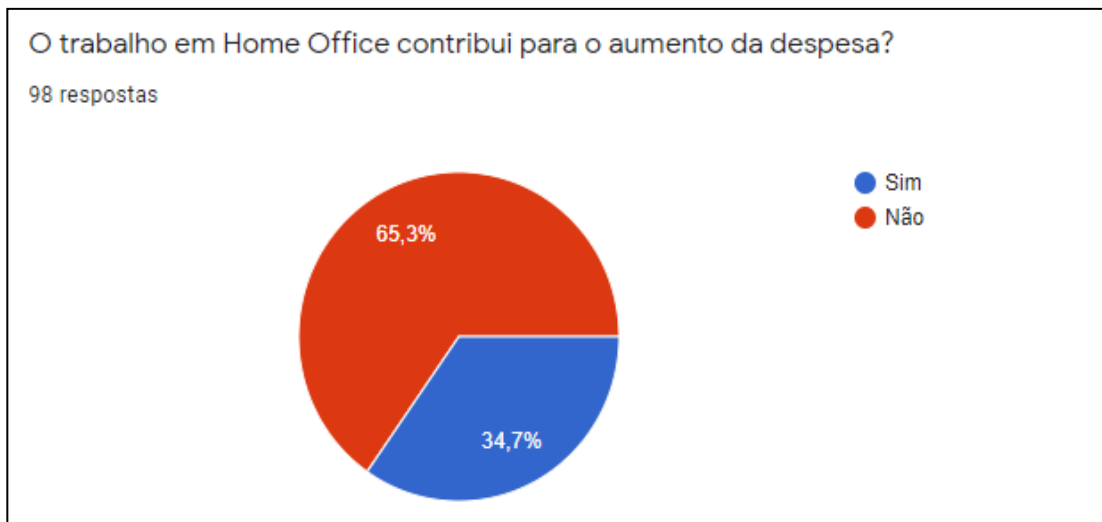


Fonte: A autora

De acordo com as informações coletadas, foi relatado que 63,3% tem maior sensação de isolamento, isso é possível devido o distanciamento com os colegas de trabalho.

A próxima indagação aos colaboradores da nossa pesquisa, foi quanto as despesas durante o período home office, se haviam aumentado. Como podemos ver a seguir, as repostas foram afirmativas.

Gráfico 4: Aumento de despesas no trabalho *home office*

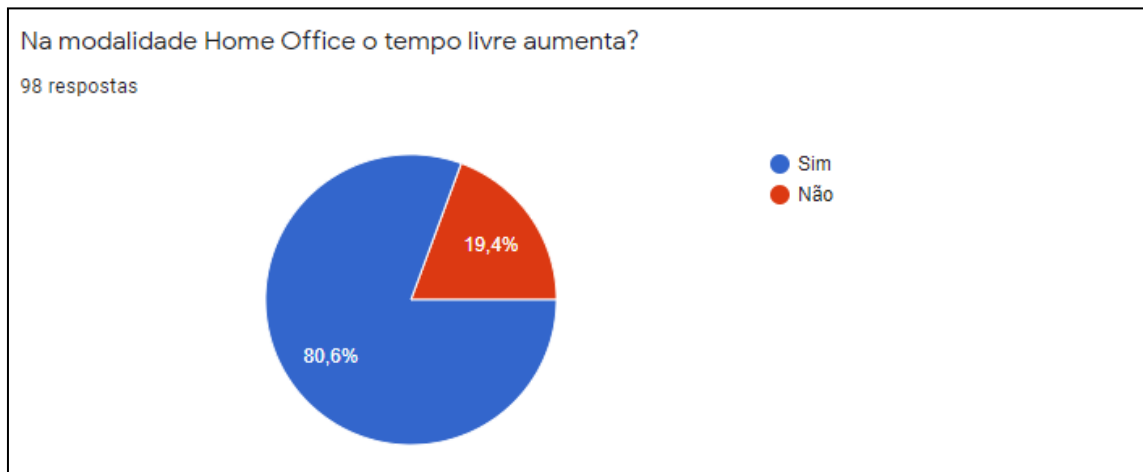


Fonte: A autora

O resultado aponta que na modalidade *home office* foi constatado que não houve um aumento nas despesas desses profissionais, em torno de 65,3%.

Em relação ao tempo livre, objeto de nossa próxima pergunta, as respostas apontaram para uma maioria afirmando ter mais tempo.

Gráfico 5: Aumento tempo livre na modalidade *home office*



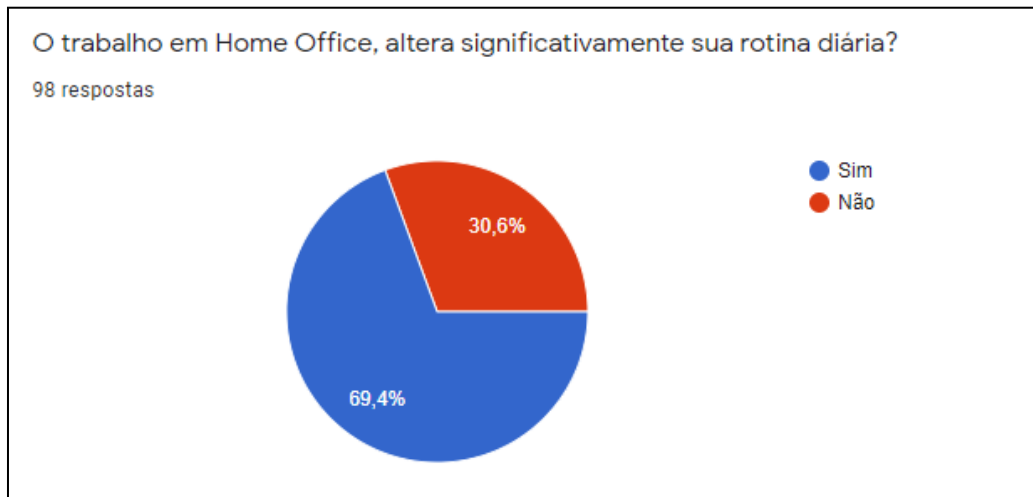
Fonte: A autora

Na resposta a essa pergunta ficou constatado que 80,6% dos colaboradores tem mais tempo disponível nessa modalidade de trabalho.

Com relação aos 19,2% que afirmam que não tem tempo livre, percebe-se que nem todos se sentem preparados para a disciplina da autogestão, surgem dificuldades de lidar com uma nova lógica de tempo e espaço.

Dando seguimento ao nosso questionário perguntamos se o trabalho *home office* alterava a rotina diária. O resultado aponta uma maioria de concordância.

Gráfico 6: O *home office* e a alteração na rotina diária



Fonte: A autora

Percebe-se nas respostas que devido a modalidade em *home office* houve uma alteração muito significativa na rotinas desses profissionais, com 69,4% afirmando que sua rotina não é a mesma.

Foram encontrados, ainda, outros dados significativos acerca da modalidade de trabalho *home office*, os quais citaremos a seguir. Estes dados, ora apresentados, serão discutidos mais à frente, onde estabeleceremos correlações entre os resultados encontrados nesta pesquisa.

Tabela 1: Dados complementares modalidade *home office*

ÍTEM (QUESTÃO)	PORCENTAGEM (SIM)	PORCENTAGEM (NÃO)
Você está satisfeito com a modalidade <i>Home Office</i> ?	96,9%	3,1%
A tecnologia que a empresa oferece permite uma boa comunicação com gestor na resolução de problema?	55,1%	44,9%
Na sua visão de trabalho em <i>Home Office</i> , há um incentivo ao trabalho em equipe?	50%	50%
Você encara o modelo <i>Home Office</i> passa como mais produtivo?	76,9%	20,4%
O trabalho em <i>Home Office</i> possibilita ao trabalhador ter um tempo a mais com a família?	95,9%	4,1%
Você se sente mais confortável trabalhando em	94,9%	5,1 %

casa do que na empresa?		
Você avalia que o trabalho em <i>Home Office</i> seja menos cansativo?	80,6%	19,4%
Você considera que trabalhar em casa permitiu uma melhor relação familiar?	92,9%	7,1%

Fonte: A autora

3.3ANÁLISE

A modalidade *home office* trás consigo mudanças importantes e que geram impactos mudando a percepção, atuação e resultados no cotidiano do empregado que se molda dentro desse modelo.

Não só sua vida profissional, mas a de trabalho sofrem uma junção, e com ela vem um conjunto de fatores que modificam a rotina e exigem disciplina e esforço para poder gerar bons resultados. É algo novo e desafiador, ao mesmo tempo que se sente mais liberdade e conforto em estar em um ambiente pessoal, há a parcela de comprometimento e organização, seja do tempo em que é desistado ao trabalho como ao tempo gasto com seus afazeres pessoais e domésticos.

Maioria dos entrevistados neste estudo, mais de 95%, são atendentes de telemarketing, cargo que demanda muita agilidade, resolutividade e resistência física e psicológica aos percalços desse exercício.

Nota-se que há um sentimento de maior flexibilidade e mais liberdade quando exercida em *home office*. Isso revela que o ambiente de trabalho habitual gera maiores impactos, há exigências e metas a serem cumpridas tornando uma sensação de pressão e rigor impostas por seus líderes.

Em contrapartida, o local de trabalho promove uma maior interação e convívio, proporcionando vivências e trocas de experiências. Há um acesso mais fácil quando se encontra obstáculos no exercício da função, o suporte presencial

fornece mais segurança e a convivência faz o indivíduo sentir-se acolhido e sociável podendo crescer profissionalmente como também desenvolver novas habilidades.

De acordo com os resultados, 63,3% afirmam sentir uma maior sensação de isolamento, esse afastamento do trabalho presencial causa estranheza e uma adaptação imposta ao se ver em um ambiente sozinho apenas com uma tela eletrônica como meio de comunicação. O ser humano possui uma afinidade com o social, com a troca pessoal, se afastar disso entre um período de grande tensão no que se refere a saúde pública agrava a sensação de isolamento aflorando sentimentos negativos.

Embora há um sentimento novo aflorado, há alguns outros pontos benéficos no que tange ao *home office*. Um deles é a diminuição de gastos, pois a partir do momento em que não há deslocamento para o local de trabalho e não há necessidade de comprar refeições extras isso é refletido nas economias.

Maioria dos participantes afirmam não terem maiores gastos com essa modalidade. Tornando um adendo importante e que auxilia nos gastos adicionais que há em uma rotina habitual. Poder gastar menos com o trabalho, significa que os lucros podem beneficiar outras áreas e gerar mais ânimo para realização das atividades profissionais e em consequência, conseguir maiores lucros para empresa.

O empregado que alterna para o *home office*, possui uma nova função: a de organizar seus horários a fim de conseguir cumprir sua carga horária e conseguir realizar seus afazeres domésticos. Fácil para alguns, difícil para outros. Demanda do indivíduo uma disciplina maior e uma autogestão rigorosa para não exagerar em nenhuma das funções, alcançando êxito naquilo que se propôs, sem deixar áreas com déficit de participação.

Para 80,6% da pesquisa, afirmam possuir mais tempo livre em sua rotina pessoal. Isso reflete pessoas que conseguem aplicar suas metas e cumprir com sua função sem procrastinar nem deixar de fazer suas obrigações sendo assim aumentando seu tempo gasto para realizar algo que poderia ser feito em um menor espaço de tempo.

De acordo com o quadro 1, em média 90% das respostas demonstram maior satisfação com relação ao menor cansaço e maior conforto fornecidos pela atividade em *home office*.

Alguns dados complementares ajudam a compreender com mais afinco a visão desses trabalhadores. Onde se há tempo mais livre para seus afazeres há

uma maior relação familiar, levando em consideração o maior tempo de permanência em suas residências, aumentando a troca interpessoal com seus familiares e estreitando os laços que já existem ou que não possuem um maior vínculo.

Porém há dois pontos que dividem opiniões e apontam para possíveis bloqueios e motivos de maior dificuldade em adaptação partindo dos trabalhadores, que são a falta de uma boa comunicação quando há necessidade de auxílio de supervisores para resolução de problemas e uma falta de incentivo do trabalho em equipe.

Pode-se avaliar que é necessário que as empresas que se adequaram a essa modalidade, apliquem meios que facilitem a comunicação com seus empregados, viabilizando a resolução dos problemas encontrados e buscando uma maior interatividade não só diretamente com o trabalhador como também entre eles.

O incentivo ao trabalho em equipe é de extrema importância para o desenvolvimento dos profissionais e o crescimento da empresa. Cria-se uma maior rede de apoio, maiores possibilidades de buscar um auxílio frente a um obstáculo e uma boa relação com todos os envolvidos visando sempre um ambiente saudável e estimulante para que ocorra tudo em harmonia.

Trabalhar sempre é um desafio, principalmente em relação ao atendimento ao cliente. Exige uma postura correta mesmo ao se deparar com situações que constroem e provocam desequilíbrio, e devido a carga extrema, necessita-se de um maior preparo e treinamento a fim de preparar o trabalhador em diferentes situações e circunstâncias.

Ainda que o trabalho *home office* apresente pontuais fatos negativos, 96,9% dos participantes demonstram satisfação em atuar em domicílio. Essa resposta direciona aos empresários que há maior vantagem em utilizar dessa modalidade, unindo os benefícios para o trabalhador com os objetivos da empresa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa analisou as condições de trabalho dos atendentes de telemarketing de *Call Center*, em Camina Grande – PB, nas atividades laborais em *home office*, durante o período inicial da pandemia da Covid-19, em 2020, por meio da aplicação de um questionário com roteiro semiestruturado com aplicação virtual.

Analisando-se os elementos presentes nas categorias de condições de trabalho, segundo a percepção dos entrevistados, no ambiente de *home office*, foi possível levantar que os elementos das condições de trabalho foram avaliados de forma predominantemente positiva, como exemplo: em relação a organização e liberdade no uso do tempo e distribuição dos seus afazeres.

Considerando-se as condições impostas, um dos pontos negativos diz respeito à falta de assistência frente a problemas, dificultava o atendimento e, por consequente, o trabalho da supervisão; além da falta de incentivo por parte da empresa, dificultando o seguimento do planejamento estratégico.

A partir das informações coletadas foi possível enxergar o ponto de vista dos trabalhadores, criando um cenário que servirá de base para futuros ajustes e melhorias neste segmento.

O instrumento de coleta dos dados, a entrevista com questionário, permitiu o êxito no atingimento do objetivo geral e dos objetivos específicos que foram propostos no início do trabalho. Como limitação do estudo, aponta-se a adaptação

do modelo de condições de trabalho testado no contexto privado. No que tange a sugestões para estudos futuros recomenda-se a análise das condições de trabalho no ambiente pesquisado a um maior número de Teleatendentes e, também, aos supervisores e colaboradores de modo geral.

Cabe mencionar a relevância do presente trabalho para minha formação profissional e conclusão do curso, por meio do levantamento da pesquisa e bibliografia e da análise desses resultados obtidos para a construção do conhecimento na área de gestão, por meio do estudo de caso; e, também, na relevância social, através da discussão dos pontos de melhoria das condições de trabalho no ambiente estudado.

REFERÊNCIAS

ALVES, Daniela Alves de. Gestão, produção e experiência do tempo no teletrabalho. Tese (Doutorado em Sociologia) – **Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Universidade Federal do Rio Grande do Sul**, Porto Alegre, 2008.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE TELESSERVIÇOS (ABT). 2001. Disponível em: <www.abt.org.br/6_pesquisa_abt.htm>. Acesso em: 11 de Set. de 2020.

BEZERRA, Eduardo Breno Nascimento et al. **A atividade de teleatendimento: repercussões para a saúde do trabalhador e para as organizações**. 2014. Disponível em: <http://dspace.sti.ufcg.edu.br:8080/jspui/handle/riufcg/5845.pdf>. Acesso em: 10 de Set. de 2020.

BORMIO, Mariana Falcão. **Trabalho de teleatendente: proposta de um protocolo de avaliação ergonômica**. 2012. Disponível em: <https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/101415/bormio_mf_dr_baur_u.pdf?sequence=1&isAllowed=y> Acesso em: 02 de Out. de 2020.

BRASÍLIA (2020) **Ministério do Trabalho e Previdência**: Norma Regulamentadora Nº. 17 (NR-17). Disponível em: <https://www.gov.br/trabalho-e-previdencia/pt-br/composicao/orgaos-especificos/secretaria-de-trabalho/inspecao/seguranca-e-saude-no-trabalho/ctpp-nrs/norma-regulamentadora-no-17-nr-17>. Acesso em: 06 de nov. de 2022.

CORRÊA, M. B. (1999). Reestruturação Produtiva e Industrial. Em: Cattani, A.D. (Org.). **Trabalho e Tecnologia**. Dicionário Crítico. Petrópolis: Vozes, p. 268 - 271.

CORREA, H. L. & Caon, M. (2002). **Gestão de serviços**: lucratividade por meio de operações e de satisfação dos clientes. São Paulo: Atlas.

DEWES, João Osvaldo. **Amostragem em Bola de Neve e Respondent-Driven Sampling**: uma descrição dos métodos. 2013. Disponível em: <<https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/93246/000915046.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 25 de Out.de 2020

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. - 4. ed. - São Paulo: Atlas, 2002.

GOMES, Carlos Ary de Oliveira et al. **A ergonomia no home office**. 2022.

LOSEKANN, Raquel Gonçalves Caldeira Brant; MOURÃO, Helena Cardoso. **Desafios do teletrabalho na pandemia Covid-19: quando o home vira office**. Caderno de Administração, v. 28, p. 71-75, 2020. KOTLER, Philip; KELLER, Kevin L. **Administração de Marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

MATOZO, Luciano. **Call Center**: Modismo ou Realidade? Rio de Janeiro: Record, 2000.

MONTEIRO, N. A. **Aspectos ergonômicos do trabalho em atividade de teleatendimento bancário**. 1997. Dissertação (Mestrado), Universidade de Guarulhos, São Paulo, 1997.

MONTEIRO, Renata Lúcia de Souza Gaúna; SANTOS, Dayane Silva. **A UTILIZAÇÃO DA FERRAMENTA GOOGLE FORMS COMO INSTRUMENTO DE AVALIAÇÃO DO ENSINO NA ESCOLA SUPERIOR DE GUERRA**. Revista Carioca de Ciência, Tecnologia e Educação, v. 4, n. 2, p. 27-38, 2019.

PLANALTO (2011) Consolidação das Leis do Trabalho (CLT). Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/l12551.htm#:~:text=LEI%20N%C2%BA%2012.551%2C%20DE%2015,por%20meios%20pessoais%20e%20diretos. Acesso em: 06 de nov. de 2022.

REGULAMENTADORA, **Norma. 17–NR-17**. (Aprovado pela Portaria SIT n.º 09, de 30 de março de 2007. Acesso em: 11 de Set.de 2020.

ROCHA, Cháris Telles Martins da; AMADOR, Fernanda Spanier. O teletrabalho: conceituação e questões para análise. **Cadernos Ebape. Br**, v. 16, p. 152-162, 2018.

VINUTO, Juliana. **A amostragem em bola de neve na pesquisa qualitativa**: um debate em aberto. Temáticas, v. 22, n. 44, 2014. Disponível em: <<https://econtents.bc.unicamp.br/inpec/index.php/tematicas/article/view/10977>>. Acesso em: 22 de out. de 2020.

ANEXO

OPERADORES DE TELEMARKETING CALL CENTER DE CAMPINA GRANDE/PB: PERCEPÇÃO SOBRE O MODELO DE TRABALHO HOME OFFICE, EM 2020, DURANTE A PANDEMIA

Olá, meu nome é Janaína Costa dos Santos, sou graduanda do curso em Administração na Faculdade CESREI, sou aluna orientada do professor Maria Zita Almeida Batista dos Santos e estou fazendo um levantamento sobre a percepção dos teleatendentes na modalidade Home Office na cidade de Campina Grande-PB. Todas as informações obtidas serão mantido em absoluto sigilo. Ao aceitar participar da pesquisa você concorda em nos informar acerca de sua opinião sobre o Home Office no trabalho dos teleatendentes.

Deixo abaixo meu e mail para maiores esclarecimento: jannannacs@gmail.com

Fico grata por estar contribuindo com essa pesquisa.

Aluna: Janaína Costa dos Santos

Orientador: Me. Maria Zita Almeida Batista dos Santos.

Caso você conheça alguém que trabalhe de telemarketing na modalidade Home Office encaminhe esse link por gentileza.

1. Qual função você desempenha?

- Atendente
- Supervisor

2. Você está satisfeito com a modalidade Home Office?

- Sim
- Não

3. A modalidade em Home Office desenvolve no profissional um sentimento de autoconfiança e de independência?

- Sim
- Não

4. Você se sente seguro(a) na tomada de decisões na atividade em formato Home Office?

- Sim
- Não

5. A tecnologia que a empresa oferece permite uma boa comunicação com o gestor na resolução de problemas?

- Sim
- Não

6. Nesse modelo de atuação, Home Office, você tem maior sensação de isolamento?

- Sim
- Não

7. Na sua visão de trabalho em Home Office, há um incentivo ao trabalho em equipe?

Sim

Não

8. Você encara modelo Home Office passa como mais produtivo?

Sim

Não

9. O trabalho em Home Office possibilita ao trabalhador ter um tempo a mais com a família?

Sim

Não

10. O trabalho em Home Office contribui para o aumento da despesa?

Sim

Não

11. Na modalidade Home Office o tempo livre aumenta?

Sim

Não

12. O trabalho em Home Office, altera significativamente sua rotina diária?

Sim

Não

13. Você se sente mais confortável trabalhando em casa do que na empresa?

Sim

Não

14. Você avalia que o trabalho em Home Office seja menos cansativo?

Sim

Não

15. Você considera que trabalhar em casa permitiu uma melhor relação familiar?

Sim

Não