

MARIA FERNANDA DE SOUSA MACHADO

LEVANTAMENTO DA ERGONOMIA EM UM *CALL CENTER*
SEGUNDO O ANEXO II DA NORMA REGULAMENTADORA 17

São Paulo

2015

MARIA FERNANDA DE SOUSA MACHADO

LEVANTAMENTO DA ERGONOMIA EM UM *CALL CENTER*
SEGUNDO O ANEXO II DA NORMA REGULAMENTADORA 17

Monografia apresentada à Escola
Politécnica da Universidade de São
Paulo para a obtenção do título de
Especialista em Engenharia de
Segurança do Trabalho

São Paulo

2015

Catálogo-na-publicação

Machado, Maria Fernanda de Sousa

Levantamento da ergonomia em um call center segundo o anexo II da Norma Regulamentadora 17 / M.F.S. Machado. – São Paulo, 2015.

69 p.

Monografia (Especialização em Engenharia de Segurança do Trabalho) - Escola Politécnica da Universidade de São Paulo. Programa de Educação Continuada em Engenharia.

1.Ergonomia no trabalho 2.Saúde ocupacional 3.Segurança no trabalho 4.Telemarketing I.Universidade de São Paulo. Escola Politécnica. Programa de Educação Continuada em Engenharia II.t.

DEDICATÓRIA

Dedico esse trabalho, fruto de muito esforço
e dedicação, às minhas amadas filhas,

Bruna e Marcela.

AGRADECIMENTOS

Mais uma conquista, depois de muito esforço e dedicação. Tenho muito a agradecer...

A Deus que me dá energia e vontade para conquistar novas vitórias, e que me ampara e fortalece nos momentos difíceis.

Ao meu esposo, Marcelo, pelo total apoio e compreensão nos momentos dedicados aos estudos e não à família.

Às minhas filhas, Bruna e Marcela, pelo bom comportamento enquanto a mamãe estudava.

À minha mãe, Christina, e à minha irmã, Míriam, pelo incentivo e ajuda com as crianças nos momentos de estudo.

Ao meu saudoso pai, Mirinho, que do céu, me protege e me guia.

Aos responsáveis pela empresa analisada e aos funcionários envolvidos no levantamento, em especial ao Sr. José Augusto, Sr. Júnior, Sr.^a Christina e Sr.^a Regina, pela cooperação e disponibilização irrestrita dos dados coletados.

Aos professores e funcionários da USP pela dedicação.

À Escola Politécnica da Universidade de São Paulo pela oportunidade.

RESUMO

Com a economia globalizada, a concorrência nos mercados de serviços é cada vez mais acirrada e disputada. Para a garantia da sobrevivência empresarial é mandatório o oferecimento de serviços diferenciados e qualificados, apresentando o menor valor possível. Seguindo esta tendência de mercado, o setor de terceirização dos serviços cresce absurdamente a cada ano. Nesta fatia de seguimento está a atividade de *call center*, que atualmente é um gigante gerador de empregos. Mas da mesma forma que o número de postos de trabalho cresce, cresce também o número de reclamações trabalhistas e críticas envolvendo a organização do trabalho no setor e a deterioração da saúde dos operadores de teleatendimento. No sentido de garantir a saúde do operador de *call center*, o Ministério do Trabalho e Emprego criou uma norma dedicada à proteção dessa classe trabalhadora, o Anexo II da Norma Regulamentadora 17 – Trabalho em Teleatendimento/Telemarketing. Este trabalho apresenta-se na forma de um estudo de caso, onde foi feito um levantamento de dados a fim de verificar o atendimento às exigências da norma. A empresa, objeto de estudo, presta serviços de *call center* na modalidade de cobrança para diversas instituições financeiras. O levantamento dos dados foi realizado no âmbito qualitativo. O resultado final foi bastante satisfatório, sendo que a empresa atende parte significativa da norma, o que nos dias atuais pode ser considerada uma exceção, devido ao grande número de reclamações trabalhistas no setor.

Palavras-chave: Ergonomia no trabalho. Saúde ocupacional. Segurança no trabalho. Telemarketing.

ABSTRACT

With the global economy, competition in services markets is increasingly fierce and disputed. To guarantee business survival is mandatory offering differentiated and specialized services, with the lowest possible value. Following this market trend, the outsourcing services sector grows absurdly every year. Within this sector call center activity is currently a giant generator of jobs. But just as the number of jobs grows, so does the number of labor complaints and criticism involving the organization of work in the sector and the deteriorating health of telemarketing operators. In order to ensure the health of call center operator, the Ministry of Labor and Employment has developed a standard dedicated to the protection of this working class, Annex II of Regulatory Standard 17 - Working in Call Center / Telemarketing. This paper presents as a case study, where a survey was made of data to verify compliance with the requirements of the standard. The company, object of study provides call center services in the modality of payment charging for several financial institutions. Data collection was performed at the qualitative level. The end result was quite satisfactory, and the company meets significant part of the standard, which today can be considered an exception, due to the large number of labor claims in the sector.

Keywords: Ergonomics at work. Occupational health. Safety at work.
Telemarketing.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 01 – Layout dos andares destinados ao <i>call center</i>	33
Figura 02 – Layout do andar de <i>call center</i> e refeitório.....	34
Figura 03 – Bancada do Posto de Atendimento.....	35
Figura 04 – Mecanismos independentes de ajuste de altura das superfícies da Bancada.....	36
Figura 05 – Instrução de uso do mecanismo de ajuste de altura das superfícies do teclado e monitor.	37
Figura 06 – Ajustes de altura de bancada diferenciados.....	37
Figura 07 – Modelo A de apoio para os pés.....	38
Figura 08 – Modelo B de apoio para os pés	38
Figura 09 – Assentos dos Postos de Atendimento	39
Figura 10 – Headset com ajuste de volume.....	40
Figura 11 – Revestimento acústico no teto e nas paredes das divisórias dos PAs e o posicionamento das luminárias.....	42
Figura 12 – Sanitários separados por sexo	46
Figura 13 – Armários individuais com tranca.....	46
Figura 14 – Bebedouros de água potável	47
Figura 15 – Área destinada para a instalação da Sala de <i>Break</i>	48

SUMÁRIO

	Página
1. INTRODUÇÃO.....	08
1.1. OBJETIVO	10
1.2. JUSTIFICATIVA	10
2. REVISÃO DA LITERATURA	11
2.1. TERCEIRIZAÇÃO DE SERVIÇOS	11
2.2 CALL CENTER, TELEATENDIMENTO E TELEMARKETING	12
2.1.1. Modalidades de Telemarketing	15
2.2.2 O Trabalho do operador de teleatendimento	16
2.3 ERGONOMIA	18
2.4 LEGISLAÇÃO - ANEXO II DA NR-17	19
3. MATERIAIS E MÉTODOS	28
3.1. METODOLOGIA	28
3.2 COLETA E ANÁLISE DE DADOS.....	29
3.3 A EMPRESA.....	31
4. RESULTADOS E DISCUSSÕES.....	32
4.1. O CALL CENTER.....	32
4.2 MOBILIÁRIO DOS POSTOS DE TRABALHO.....	35
4.2.1 Superfícies de Trabalho.....	35
4.2.2 Assentos.....	39
4.2.3 Equipamentos dos Postos de Trabalho.....	40
4.2.4 Condições Ambientais de Trabalho.....	41
4.2.5 Organização do Trabalho	43
4.2.6 Capacitação dos Trabalhadores.....	44
4.2.7 Condições Sanitárias de Conforto.....	45

4.2.8 Programa de Saúde Ocupacional e Prevenção de Riscos Ambientais.....	48
4.2.9 Pessoas com deficiência.....	48
5. CONCLUSÕES	50
5.1 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES.....	50
REFERÊNCIAS	52
GLOSSÁRIO.....	55
ANEXO.....	64

1. INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas, o setor de serviços vem aumentando vertiginosamente a sua participação em uma economia globalizada e extremamente competitiva, gerando riquezas e milhares de postos de trabalho.

O setor de prestação de serviços desempenha o papel de protagonista na nova onda de expansão econômica e tornou-se peça de destaque no processo de crescimento global. Esse ramo de atividade econômica proporciona ocupação para uma parcela cada vez maior da população mundial, e no Brasil, não é diferente.

Dentre as atividades desenvolvidas no setor de prestação de serviços está o ramo de teleatendimento e telemarketing, também chamados de *call center*, que cresce justamente em função da intensificação da prestação de serviços para outras empresas e da inovação e desenvolvimento da tecnologia da informação.

O Ministério do Trabalho e Emprego, conforme o Anexo II da Norma Regulamentadora 17 de 2007 (Brasil, 2007), reconhece o trabalho de *call center*, teleatendimento/telemarketing, como aquele que cuja comunicação com interlocutores clientes e usuários é realizada à distância por intermédio da voz e/ou mensagens eletrônicas, com a utilização simultânea de equipamentos de audição/escuta e fala telefônica e sistemas informatizados ou manuais de processamento de dados.

O *call center* é um importante canal de relacionamento entre a empresa e o cliente. Atualmente, o grande desafio das empresas gestoras de teleatendimento e telemarketing é disponibilizar informações para os clientes e usuários sobre os produtos e serviços oferecidos, objetivando o suprimento de suas necessidades o mais rápido possível, apresentando respostas precisas e rápidas em tempo real e, principalmente, com baixo custo.

A estruturação e a operação de uma central de atendimento é uma tarefa complexa exigindo investimentos na montagem desta infraestrutura e treinamento constante dos operadores, o que tem levado as empresas a terceirizar este serviço.

A central de atendimento é utilizada tanto em empresas do setor privado, quanto do setor público; tanto em indústrias de pequeno e grande porte, quanto no comércio. Atualmente, qualquer ramo de atividade que necessita de comunicação direta com o usuário ou cliente, já utiliza o sistema de *call center* para atendimento. Podemos citar como exemplo, os correios e telégrafos, bancos, seguradoras, concessionárias, serviços de saúde, abastecimento de água, fornecimento de energia, empresas de telecomunicações, empresas de transportes, laboratórios, delivery, entidades filantrópicas e outros, ou seja, em todos os segmentos de nosso sistema econômico o operador de teleatendimento/telemarketing está presente.

Não há como negar que a atividade de teleatendimento exige do operador concentração permanente, raciocínio rápido, além da habilidade e conhecimentos na utilização de terminais computadorizados, resultando em um alto nível de estresse. Desta forma, as condições de trabalho e os problemas de saúde relacionados à atividade laboral são preocupações constantes das entidades de profissionais especializados em doenças ocupacionais.

Em 2 de abril de 2007 foi aprovado, pela Portaria nº 09 do Ministério do Trabalho e Emprego, o Anexo II da Norma Regulamentadora 17 – Trabalho em Teleatendimento/Telemarketing (Brasil, 2007), que fixa normas gerais sobre o serviço *call center*, objetivando resguardar os operadores de teleatendimento, ativo ou receptivo, de sobrecarga física e psíquica geradas no desempenho de suas atividades.

As Normas Regulamentadoras são de observância obrigatória para as empresas públicas e privadas que regulamentam e fornecem orientações sobre procedimentos obrigatórios relacionados à segurança e medicina do trabalho.

Sendo assim, as empresas que não satisfizerem às regras do Anexo II da NR 17, estão sujeitas tanto à fiscalização pelos órgãos competentes e passíveis de autuação, como poderão responder a um passivo trabalhista com origem em ações decorrentes do descumprimento das novas regras.

1.1 OBJETIVO

O objetivo do presente trabalho é realizar um levantamento de caráter qualitativo em um estabelecimento de *call center* para a verificação do atendimento aos requisitos estabelecidos pelo Anexo II da Norma Regulamentadora 17 – Trabalho em Teleatendimento/Telemarketing.

1.2 JUSTIFICATIVA

Este estudo se justifica devido à vertiginosa expansão do número de postos de trabalho relacionados ao serviço de teleatendimento nas últimas duas décadas.

Vários autores e especialistas em ergonomia, saúde e segurança do trabalho convergem para a teoria de que a organização estrutural e funcional desse tipo de atividade laboral faz com que a categoria esteja exposta a uma série de doenças relacionadas à atividade laboral. Segundo Orselli (2009), os operadores de *call center* estariam expostos a LER/DORT (Lesões por Esforço Repetitivo/ Distúrbios Osteomusculares Relacionados ao Trabalho), disfonias ocupacionais, transtornos mentais e PAIR (Perda Auditiva Induzida pelo Ruído), além de fadiga relacionada aos movimentos musculares, ao esforço postural, visual e da alta estimulação da atividade mental e emocional.

No Brasil, já há uma legislação que define parâmetros para proporcionar o máximo de conforto, segurança, saúde e desempenho eficiente para os atendentes de *call center*. O Ministério do Trabalho e Emprego aprovou por meio da Portaria N° 09 de 30/03/2007, o Anexo II da Norma Regulamentadora 17 – Trabalho em Teleatendimento/Telemarketing (Brasil, 2007).

2. REVISÃO DA LITERATURA

2.1 TERCEIRIZAÇÃO DE SERVIÇOS

A internacionalização ou globalização da economia trouxe uma série de mudanças estruturais e tecnologias nos mercados de todo mundo. A concorrência entre empresas é a cada vez mais acirrada e predatória. Atualmente, a busca pela excelência em competitividade e eficácia organizacional não é mais uma questão de opção das empresas, mas de sobrevivência no mercado em que atuam.

Nesse cenário, não há como negar que a terceirização de serviços é uma tendência mundial. Essa forma de apresentação de serviços surgiu devido ao processo de adaptação da gestão das empresas às novas exigências de um mercado globalizado que exige cada vez mais serviços especializados, qualificados e com baixos preços.

Para as empresas adeptas à terceirização de alguns serviços, o aspecto vantajoso de se adotar a terceirização dos serviços é a redução de custos operacionais e da melhoria da produtividade através da delegação de atividades e processos a empresas especializadas. A Telebrasil (2015), Associação Brasileira de Telecomunicações, vai mais além, e considera que com a terceirização se ganha especialidade, melhor técnica, qualidade, eficiência, desburocratização, incremento de produtividade, melhoria de competitividade e também pode se obter melhores preços aos produtos oferecidos.

Por outro lado, focando no aspecto do trabalhador, nem tudo é vantajoso, Lima (2010) analisa que na atualidade, a discussão aponta para o caráter global da terceirização e sua “consumação” com impactos significativos, isso em direção à maior precarização das condições e relações de trabalho, por meio da redução dos contratos por tempo indeterminado e a instabilidade característica dos mercados de trabalho, afetando diretamente os trabalhadores em sua organização e planejamento da vida pessoal e familiar.

Conceitualmente, segundo Vernalha e Pires (2005), costumeiramente denomina-se terceirização como a transferência ou repasse de atividades internas de uma empresa para empresas parceiras, atividades essas pertencentes às denominadas

“áreas não essenciais” das empresas, consideradas áreas não pertencentes ao processo produtivo, e efetivadas através de contratos de curto prazo e de fácil reversão, tais como: segurança patrimonial, cozinha industrial e limpeza.

No Brasil, recentemente, uma nova expressão da língua inglesa vem sendo incorporada ao mundo dos negócios, o “outsourcing”, normalmente traduzida para português com terceirização.

Para Carvalho, Sandor e Vosgrau Junior (2006), o *outsourcing* pode ser definido como a transferência de atividades integrantes dos processos produtivos das empresas, à outras empresas parceiras, onde não ocorre somente a transferência de ativos, mas pode haver também a transferência de pessoas, equipamentos, tecnologia, se apresentando como resultado de uma decisão estratégica das empresas, com o objetivo de reduzir custos operacionais e de infraestrutura, empregando os recursos disponíveis na melhoria e no desenvolvimento de suas competências estratégicas.

O outsourcing tem como foco de atuação as áreas mais estratégicas, como administrativa, financeira, contábil, tributária, recursos humanos, TI, sistemas de informação e compras, entre diversas outras, como define Gimenez (2014). Seguindo esta linha conceitual, é comum no ramo do *call center* utilizar o termo “outsourcing” em substituição ao termo “terceirização”.

2.2 CALL CENTER, TELEATENDIMENTO E TELEMARKETING

No ano de 1876, quando Graham Bell apresentou um aparelho destinado a transmissão de sons, não imaginou que sua invenção seria uma enorme ferramenta de negócios, que movimentaria cifras consideráveis e que empregaria milhões de pessoas pelo mundo, o tão conhecido e difundido telemarketing ou teleatendimento.

O marco na origem do *call center* é citado por Tonet (2007) apud Ricci e Rachid (2011), quando em 1968 nos Estados Unidos, a empresa americana Ford Motor Company foi obrigada, por decisão judicial, a manter um serviço telefônico gratuito para o registro de reclamações sobre os eventuais defeitos em veículos.

Segundo Barbosa (2006), em 1970 nos Estados Unidos aconteceu a primeira campanha de marketing por telefone, nesta ocasião a empresa Ford Motor Company, com o objetivo de identificar pessoas com potencial para comprar seus automóveis, contratou e treinou 15 mil donas-de-casa, que realizaram 20 milhões de ligações de seus próprios lares.

Aqui no Brasil, também em meados da década de 1950, a empresa Páginas Amarelas contava com uma equipe de vendedoras capacitadas para vender anúncios de classificados através do telefone. Mas o real surgimento do teleatendimento está atrelado às experiências pioneiras das empresas Credicard, Rhodia e Sadia no final da década de 1980, quando surgiu o termo “telemarketing”.

Silva Neto (2005) destaca que a década de 1980 foi marcada pela forte convergência entre informática e telecomunicações, apta a oferecer uma gama de serviços inovadores como telemarketing, vendas, operações de *helpdesk* e diversos outros telesserviços terceirizados prestados às outras empresas.

A atividade de telemarketing começou mesmo a apresentar um acelerado desenvolvimento no Brasil no final da década de 80 e início da década de 90, devido à alta demanda de serviços bancários, quando foi utilizado o telefone para dar suporte aos clientes que começavam a utilizar cada vez mais os cartões de crédito e serviços bancários, conforme relata Melo (2011).

Barbosa (2006), relata que no ano de 2000 surgiu o conceito de “call center”, ambiente moderno, integrado ao computador, estruturado sobre uma plataforma totalmente flexível, montada para um determinado de número de ramais e operadores conectados a internet e com servidores que ligam bases de dados com as comunicações.

Nesse trabalho é considerado o conceito de “call center” conforme definido no texto do Anexo II da Norma Regulamentadora 17 – Trabalho em Teleatendimento/Telemarketing, que diz:

Entende-se como *call center* o ambiente de trabalho no qual a principal atividade é conduzida via telefone e/ou rádio com utilização simultânea de terminais de computador. (BRASIL, 2007, p.01)

Da mesma forma, é considerado o conceito de “Teleatendimento ou Telemarketing” conforme dita a referida norma:

Entende-se como trabalho de teleatendimento/telemarketing aquele cuja comunicação com interlocutores clientes e usuários é realizada à distância por intermédio da voz e/ou mensagens eletrônicas, com a utilização simultânea de equipamentos de audição/escuta e fala telefônica e sistemas informatizados ou manuais de processamento de dados. (BRASIL, 2007, p.01)

Atualmente, no Brasil os números relativos aos *call centers* são surpreendentes, segundo Ventura e Donato (2014), o mais recente estudo anual desenvolvido pela E-Consulting em parceria com o Centro de Inteligência Padrão (CIP) mostra que setor formado pelo *call center* interno e pelas empresas prestadoras de serviços de relacionamento ao cliente movimentou cerca de R\$ 43,41 bilhões em 2014, um crescimento de 6,61% na comparação com o ano anterior de 2013, o resultado foi de R\$ 40,72 bilhões.

Ainda segundo a mesma pesquisa, citada por Ventura e Donato (2014), a participação do *contact center* é fundamental sob a ótica social e do trabalho, pois o setor é conhecido por abrir as portas para os jovens em busca da primeira experiência ou recolocação profissional. Jovens com até 25 anos de idade que representam 49,5% dos contratados. Além disso, a maioria dos empregados do setor é formada por mulheres que representa 69,03% do total.

Não há dúvidas que todos os números relacionados ao setor de telemarketing são grandes, segundo Antonelli (2014), um estudo recente produzido pela E-Consulting Corp., em parceria com a ABRAREC – Associação Brasileira das Relações Empresa Cliente, feito com as 10 principais empresas do setor, contabilizou em torno de 1,4 milhão de profissionais empregados no Brasil, sendo que 82% da força de trabalho deste segmento possui o 2º grau completo, exigência mínima e unânime de mercado, já os colaboradores com nível superior completo ou incompleto chegam a quase 30%.

2.2.1 Modalidades de Telemarketing

O serviço de telemarketing pode ser dividido basicamente em três modalidades, o ativo, o receptivo e o híbrido:

a) Telemarketing Ativo: também chamando de “Outbound”, nessa modalidade a iniciativa da conversa não parte do cliente e sim de uma central. Conforme Melo (2011), este modelo pode ser utilizado em um leque amplo de situações, como para: ofertar produtos e serviços; receber o *feedback* de atendimentos prestados, agendar visitas; qualificar novos possíveis clientes; atualizar cadastro de clientes, realizar pesquisa de mercado, realizar cobrança, dentre outras.

b) Telemarketing Receptivo: também chamado de Telemarketing Passivo ou “In Bound”. Nessa modalidade, a chamada é originada dos clientes para as centrais de atendimento. Para Melo (2011) essa talvez seja a modalidade mais utilizada no Brasil, pois abrange os números de ligação 0800 que são gratuitos e os 0300, 3003, 4004 e outros que são tarifados. Esta modalidade Telemarketing Receptivo é a mais usada devido à possibilidade de assistência permanente aos clientes, tornando fácil e acessível dirimir qualquer dúvida ou esclarecimento sobre os produtos ou serviços oferecidos.

c) Telemarketing Híbrido: modalidade também conhecida com Telemarketing Misto, que nada mais é que a mistura dos dois tipos (ativo e receptivo) realizados pelo mesmo operador de Telemarketing, ou seja, ele recebe e realiza ligações, dependendo de sua demanda e ociosidade. (Melo, 2011; Montoro, 1998 apud Bernardes (2010). Para Venco (2008), essa modalidade de telemarketing demanda concentração e flexibilidade superiores em relação aos demais.

2.2.2 Trabalho do operador de teleatendimento

O trabalho do operador de teleatendimento está apoiado em modernas ferramentas tecnológicas, porém, em sua mais íntima essência, ele se mantém através do relacionamento direto com o cliente, centrado em atender e efetuar chamadas telefônicas, além de garantir a satisfação do cliente no outro lado da linha.

Muitos estudiosos no assunto convergem para uma unanimidade, a que a tecnologia não alterou a natureza da atividade em si, mas intensificou o volume de produção.

O trabalho realizado pelo operador de teleatendimento é realizado em um PA, Posição ou Posto de Atendimento, que outros denominam como “baia”, que consiste na instalação física : mesa, cadeira, computador, *headset*.

O operador utiliza um aparelho sobre a cabeça chamado *headset* que possui fones de ouvidos e microfone acoplados em um o arco, que mantém as mãos dos operadores livres para digitação no computador.

Aliado a isso, o operador faz uso de um computador ligado à uma rede, no qual consulta todo o material disponibilizado pela empresa e registra as demandas dos clientes. Essa sequência de atendimento e negociação deve ser obedecida seguindo um “*script*”, *que é um roteiro* previamente preparado para orientar a conversa entre o operador de *call center* e o consumidor.

Os operadores devem estar preparados para um atendimento rápido, seguro e eficaz, nesse caso, um bom treinamento é imprescindível. Cada empresa realiza seus treinamentos de acordo com suas necessidades, algumas dividem o treinamento em fases, onde serão demonstradas todas as etapas de produção, distribuição ou prestação do serviço, direitos do consumidor, técnicas de negociação, além da memorização do script definido pela empresa. Alguma dúvida, insegurança ou embaraço durante o diálogo de atendimento, pode resultar na demora no atendimento, ou até na não solução do problema, gerando, certamente, grande insatisfação do cliente/consumidor. A garantia no sucesso do atendimento envolve diversos aspectos, mas um dos mais importantes, sem dúvidas, é o treinamento.

Geralmente, as ligações são realizadas por um discador automático, solução que permite a discagem automática de chamadas durante campanhas de Telemarketing ativo. Há a variante *predictive dialing*, que faz a discagem mediante avaliação do tempo médio previsto para as conversas e do número de PAs da operação.

As falas entre os operadores e o consumidor são registrados através de um gravador digital, sistema que permite a gravação digital, *full-time* ou seletiva das ligações feitas ou atendidas na central, para garantir a segurança da operação e o acompanhamento da performance do operador.

Para um funcionamento eficiente de um *call center*, a gerência de tráfego é primordial, através da utilização de um software que analisa e correlaciona o fluxo de ligações por atendentes, a previsão de pausas, os intervalos, as escalas, as ausências, a hora do maior movimento, o tempo médio de atendimento etc.

Segundo Venco (2008), A URA – unidade de resposta audível – é a ferramenta fundamental no teleatendimento, que mais recentemente incorporou a *voice over internet protocol* (Voip), um recurso tecnológico que reduz custos com chamadas telefônicas, vislumbrando-se a possibilidade de se fazer esse trabalho em domicílio, a exemplo do que já ocorre nos Estados Unidos.

No ambiente de trabalho de um *call center* há vários termos técnicos utilizados especificamente para o ramo de atividade de teleatendimento. Alguns desses termos técnicos e suas definições divulgadas pela ABT (2015), são apresentados no formato de um glossário no item Glossário desse trabalho.

O serviço de teleatendimento também não só desperta atenção devido à sua capacidade de gerar empregos, mas também às diferentes formas de controle e pressão por produtividade e resultados que atuam sobre o operador.

Para Ricci e Rachid (2013), a tecnologia promoveu a automação desse serviço, imprimindo um ritmo intenso de trabalho, reforçando o controle sobre o trabalhador.

Ainda segundo as autoras, o ambiente de trabalho dos operadores de *call center* é caracterizado pela presença de um roteiro que padroniza a conduta do trabalhador e pela fácil visualização de sua situação de trabalho por parte da supervisão. O

trabalho é intenso, o tempo de descanso estipulado pela legislação ainda é pequeno, o que criou um estigma negativo associado à profissão, na qual a taxa de rotatividade é alta. Além disso, a organização do trabalho estimula também a competição entre os trabalhadores, que precisam atingir metas individuais e coletivas, o que leva a mais uma forma de controle, exercido pelos próprios colegas de trabalho.

Em concordância, um estudo realizado em *call centers* (Fernandes *et al*, 2002 apud Silva, 2004, p. 25) mostrou a existência de “*bônus*” e prêmios de produtividade individual em “call center”, que podiam variar de zero a 50% do salário do trabalhador, gerando acelerações do processo e ambiente de competitividade contínuo.

2.3 ERGONOMIA

A palavra Ergonomia deriva do grego *Ergon* [trabalho] e *nomos* [normas, regras, leis]. Segundo USP (2014), o termo “ergonomia” foi adotado pela primeira vez no ano de 1857 por um cientista polonês chamado Wojciech Jastrzebowski em seu trabalho intitulado “Ensaio de ergonomia, ou ciência do trabalho, baseada nas leis objetivas da ciência sobre a natureza”.

Existem várias definições e conceitos para ergonomia, mas segundo a ABERGO (2015), Associação Brasileira de Ergonomia, em agosto de 2000, a IEA - Associação Internacional de Ergonomia adotou a seguinte definição oficial :

A Ergonomia (ou Fatores Humanos) é uma disciplina científica relacionada ao entendimento das interações entre os seres humanos e outros elementos ou sistemas, e à aplicação de teorias, princípios, dados e métodos a projetos a fim de otimizar o bem estar humano e o desempenho global do sistema. Os ergonomistas contribuem para o planejamento, projeto e a avaliação de tarefas, postos de trabalho, produtos, ambientes e sistemas de modo a torná-los compatíveis com as necessidades, habilidades e limitações das pessoas.(ABERGO, 2015)

De forma simplista, segundo USP (2014), a ergonomia pode ser entendida como uma disciplina científica que tem como objetivo transformar o trabalho, em suas diferentes dimensões, adaptando-o às características e aos limites do ser humano.

A ABERGO (2015), cita que, de maneira geral, os domínios de especialização da ergonomia são delimitados da seguinte maneira:

- * Ergonomia física: está relacionada com às características da anatomia humana, antropometria, fisiologia e biomecânica em sua relação a atividade física. Os tópicos relevantes incluem o estudo da postura no trabalho, manuseio de materiais, movimentos repetitivos, distúrbios músculo-esqueléticos relacionados ao trabalho, projeto de posto de trabalho, segurança e saúde.

- * Ergonomia cognitiva: refere-se aos processos mentais, tais como percepção, memória, raciocínio e resposta motora conforme afetem as interações entre seres humanos e outros elementos de um sistema. Os tópicos relevantes incluem o estudo da carga mental de trabalho, tomada de decisão, desempenho especializado, interação homem computador, stress e treinamento conforme esses se relacionem a projetos envolvendo seres humanos e sistemas.

- * Ergonomia organizacional: concerne à otimização dos sistemas sócio-técnicos, incluindo suas estruturas organizacionais, políticas e de processos. Os tópicos relevantes incluem comunicações, gerenciamento de recursos de tripulações (CRM - domínio aeronáutico), projeto de trabalho, organização temporal do trabalho, trabalho em grupo, projeto participativo, novos paradigmas do trabalho, trabalho cooperativo, cultura organizacional, organizações em rede, teleatendimento e gestão da qualidade.

2.4 LEGISLAÇÃO – ANEXO II DA NR-17

No Brasil, as Normas Regulamentadoras, também conhecidas como NRs, regulamentam e fornecem orientações sobre procedimentos obrigatórios relacionados à segurança e medicina do trabalho.

As Normas Regulamentadoras foram aprovadas pela Portaria N.º 3.214, 8 de junho de 1978, são de observância obrigatória por todas as empresas brasileiras privadas ou públicas e pelos órgãos públicos da administração direta e indireta, bem como pelos órgãos dos Poderes Legislativo e Judiciário, que possuam empregados regidos pela Consolidação das Leis do Trabalho- CLT.

As Normas Regulamentadoras são elaboradas e alteradas por comissões tripartites específicas compostas por representantes do governo, empregadores e empregados

A NR-17 – Ergonomia- regula todas as atividades de trabalho onde envolva riscos psicofisiológicos aos trabalhadores que a exerçam, para que assim, seja efetuada de modo seguro e confortável sem causar danos à saúde do trabalhador. A NR-17 foi instituída pela Portaria GM nº 3.214 de 08/07/1978, tendo sofrido alterações por algumas vezes sendo a última através da Portaria SIT n.º 13, de 21 de junho de 2007 26/06/07.

Esta NR é dedicada à ergonomia e visa a estabelecer parâmetros que permitam a adaptação das condições de trabalho às características psicofisiológicas dos trabalhadores, de modo a proporcionar um máximo de conforto, segurança e desempenho eficiente.

Em 2007, a NR 17 ganhou dois Anexos ao seu texto através das Portarias SIT nº 08, 09 e 13. O Anexo I – Trabalho dos operadores de *checkout* - objetiva estabelecer parâmetros e diretrizes mínimas para adequação das condições de trabalho dos operadores de *checkout*, visando à prevenção dos problemas de saúde e segurança relacionados ao trabalho e aplica-se aos empregadores que desenvolvam atividade comercial utilizando sistema de autoserviço e *checkout*, como supermercados, hipermercados e comércio atacadista. (BRASIL, 2007)

O Anexo II da NR-17, intitulado “Trabalho em Teleatendimento/Telemarketing” estabelece parâmetros mínimos para o trabalho em atividades de teleatendimento/telemarketing nas diversas modalidades desse serviço, de modo a proporcionar um máximo de conforto, segurança, saúde e desempenho eficiente.

Segundo o Anexo II da NR-17:

1.1. As disposições deste Anexo aplicam-se a todas as empresas que mantêm serviço de teleatendimento/telemarketing nas modalidades ativo ou receptivo em centrais de atendimento telefônico e/ou centrais de relacionamento com clientes (*call centers*), para prestação de serviços, informações e comercialização de produtos.(BRASIL, 2007)

1.1.1. Entende-se como *call center* o ambiente de trabalho no qual a principal atividade é conduzida via telefone e/ou rádio com utilização simultânea de terminais de computador. .(BRASIL, 2007)

1.1.1.1. Este Anexo aplica-se, inclusive, a setores de empresas e postos de trabalho dedicados a esta atividade, além daquelas empresas especificamente voltadas para essa atividade-fim. .(BRASIL, 2007)

1.1.2. Entende-se como trabalho de teleatendimento/telemarketing aquele cuja comunicação com interlocutores clientes e usuários é realizada à distância por intermédio da voz e/ou mensagens eletrônicas, com a utilização simultânea de equipamentos de audição/escuta e fala telefônica e sistemas informatizados ou manuais de processamento de dados..(BRASIL, 2007)

O texto do Anexo II da NR-17 aborda vários aspectos das atividades desenvolvidas no setor de *call center*, desde aspectos biomecânicos, como mobiliários e equipamentos dos postos de trabalhos, quanto os organizacionais, definindo jornadas de trabalho, tempo de repouso, dentre outros.

O item 2 no Anexo II da NR-17 aborda o “**Mobiliário do Posto de Trabalho**” e faz exigências para garantir variações posturais, com ajustes de fácil acionamento, de modo a prover espaço suficiente para conforto do operador. Algumas dessas exigências sobre as bancadas ou postos de atendimento são:

- Altura e características da superfície de trabalho compatíveis com o tipo de atividade, com a distância requerida dos olhos ao campo de trabalho e com a altura do assento.
- Características dimensionais que possibilitem posicionamento e movimentação adequados dos segmentos corporais e a área de trabalho de fácil alcance e visualização pelo trabalhador.
- As bancadas devem ter 75 cm de profundidade e 90 cm de largura, se usadas sem material de consulta e 90 cm de profundidade e 100 cm de largura, quando usadas com material de consulta.
- Plano de trabalho deve ter bordas arredondadas e ser regulável com intervalo de ajuste de altura de no mínimo de 13 cm, medidos de sua face superior, permitindo o apoio das plantas dos pés no piso.
- O apoio do mouse deve estar localizado na mesma superfície do teclado, colocado em área de fácil alcance e com espaço suficiente para sua livre utilização.
- Espaço sob a superfície de trabalho deve ter profundidade livre mínima de 45 cm ao nível dos joelhos e de 70 cm ao nível dos pés.

- Nos casos em que os pés do operador não alcançarem o piso, mesmo após a regulagem do assento, deverá ser fornecido apoio para os pés com inclinação ajustável e superfície revestida de material antiderrapante.
- O monitor de vídeo e o teclado devem estar apoiados em superfícies com mecanismos de regulagem independentes, caso contrário, a norma aceita superfície regulável única para teclado e monitor com regulagem independente (mínimo de 26 centímetros no plano vertical).

Ainda no item 3, algumas exigências da norma para os assentos são:

- As cadeira devem ter altura ajustável à estatura do trabalhador e à natureza da função exercida com borda frontal arredondada.
- A cadeira deve ter apoio em 05 (cinco) pés, com rodízios cuja resistência evite deslocamentos involuntários .
- As superfícies onde ocorre contato corporal estofadas e revestidas de material que permita a perspiração.
- Características de pouca ou nenhuma conformação na base que deve ser estofada com material de densidade entre 40 a 50 kg/m³ e ter profundidade útil de 38 a 46 cm.
- Encosto ajustável em altura e em sentido antero-posterior, com forma levemente adaptada ao corpo para proteção da região lombar; largura de, no mínimo, 40 cm e, com relação aos encostos, de no mínimo, 30,5 cm.
- A altura da superfície superior deve ser ajustável, em relação ao piso, entre 37 e 50 cm, podendo ser adotados até 03 tipos de cadeiras com alturas diferentes, de forma a atender as necessidades de todos os operadores.
- Apoio de braços regulável em altura de 20 a 25 cm a partir do assento, de forma a não interferir no movimento de aproximação da cadeira em relação à mesa.

O item 3 aborda as exigências sobre os “**Equipamentos dos Postos de Trabalho**” (*headsets* e monitores de vídeo) e algumas delas são listadas abaixo:

- Fornecimento gratuito de conjuntos de microfone e fone de ouvido (*headsets*) que devem ser de uso individual.
- Caso o *headset* seja fixo para o posto de atendimento, as partes que permitem qualquer forma de contágio ou risco à saúde devem ser de uso individual.

- Deve ser permitida a alternância do uso das orelhas ao longo da jornada de trabalho e os dispositivos de operação e controles devem ser de fácil uso e alcance.
- Deve haver substituição dos *headsets* sempre que apresentarem defeitos ou desgaste devido ao uso.
- Os *headsets* devem ter garantidas pelo empregador a correta higienização e as condições operacionais recomendadas pelos fabricantes.
- Deve haver ajuste individual da intensidade do nível sonoro e dispor de sistema de proteção contra choques acústicos e ruídos indesejáveis de alta intensidade, garantindo o entendimento das mensagens.
- Os monitores de vídeo devem proporcionar corretos ângulos de visão e ser posicionados frontalmente ao operador, e ser dotados de regulagem que permite o correto ajuste da tela à iluminação do ambiente.

O item 4 da norma faz exigências sobre as “**Condições Ambientais de Trabalho**”.

Algumas das exigências são:

- Os locais de trabalho devem ser dotados de condições acústicas adequadas à comunicação telefônica, adotando-se medidas tais como o arranjo físico geral e dos postos de trabalho, pisos e paredes, isolamento acústico do ruído externo, tamanho, forma, revestimento e distribuição das divisórias entre postos
- Os níveis de ruído de acordo com o estabelecido na NBR 10152, norma brasileira registrada no INMETRO, observando o nível de ruído aceitável para efeito de conforto de até 65 dB(A) e a curva de avaliação de ruído (NC) de valor não superior a 60 dB.
- A velocidade do ar não deve ser superior a 0,75 m/s.
- O índice de temperatura efetiva deve variar entre 20º e 23ºC e a umidade relativa do ar não deve ser inferior a 40% e os trabalhadores devem ter acesso a esses equipamentos de medição.
- A empresa deve implementar projetos de climatização interior que garantam a distribuição homogênea das temperaturas e fluxo de ar.
- Deve haver atendimento ao Regulamento Técnico do Ministério da Saúde sobre “Qualidade do Ar de Interiores em Ambientes Climatizados”, com redação da Portaria MS n.º 3.523, de 28 de agosto de 1998 e aos Padrões Referenciais de Qualidade do Ar Interior em ambientes climatizados artificialmente de uso público e coletivo, com redação dada pela Resolução RE n.º 9, de 16 de janeiro de 2003, da

ANVISA - Agência Nacional de Vigilância Sanitária, ou outra que a venha substituir, à exceção dos parâmetros físicos de temperatura e umidade.

- As instalações das centrais de ar condicionado, especialmente o *plenum* de mistura da casa de máquinas, não devem ser utilizadas para armazenamento de quaisquer materiais.

- A descarga de água de condensado não deve manter qualquer ligação com a rede de esgoto cloacal.

O item 5 da norma é dedicado às exigências referentes à “**Organização do Trabalho**” e contemplam jornadas, pausas e repouso, estão entre elas:

- Organização do trabalho deve ser feita de forma a não haver atividades aos domingos e feriados.

- Oferecer um dia de repouso semanal remunerado coincidente com o domingo a cada mês.

- As escalas de fins de semana e de feriados são especificadas e informadas aos trabalhadores com a antecedência.

- Os empregadores devem levar em consideração as necessidades dos operadores na elaboração das escalas laborais que acomodem necessidades especiais da vida familiar dos trabalhadores com dependentes sob seus cuidados, especialmente nutrízes, incluindo flexibilidade especial para trocas de horários e utilização das pausas.

- A duração das jornadas de trabalho somente poderá prolongar-se além do limite previsto nos termos da lei, conforme dispõe o Artigo 61 da CLT, realizando a comunicação à autoridade competente, prevista no §1º do mesmo artigo, no prazo de 10 dias.

- Em caso de prorrogação do horário normal, será obrigatório um descanso mínimo de 15 minutos antes do início do período extraordinário do trabalho, de acordo com o Artigo 384 da CLT.

- O contingente de operadores deve ser dimensionado às demandas da produção no sentido de não gerar sobrecarga habitual ao trabalhador e o suficiente para garantir que todos possam usufruir as pausas e intervalos.

- O tempo de trabalho em efetiva atividade de teleatendimento/telemarketing é de, no máximo, 06 horas diárias, nele incluídas as pausas, sem prejuízo da remuneração.

- A prorrogação do tempo previsto no presente item só será admissível nos termos da legislação, sem prejuízo das pausas previstas, respeitado o limite de 36 horas semanais em atividade de teleatendimento/telemarketing.
- Para o cálculo do tempo efetivo em atividade de teleatendimento/ telemarketing, são computados os períodos em que o operador encontra-se no posto de trabalho, os intervalos entre os ciclos laborais e os deslocamentos para solução de questões relacionadas ao trabalho.
- Para prevenir sobrecarga psíquica, muscular estática de pescoço, ombros, dorso e membros superiores, a empresa permite a fruição de pausas de descanso e intervalos para repouso e alimentação aos trabalhadores.
- As pausas devem ser concedidas fora do posto de trabalho e ocorrer em 02 períodos de 10 minutos contínuos, após os primeiros e antes dos últimos 60 minutos de trabalho em atividade de teleatendimento/telemarketing.
- Intervalo para repouso e alimentação de 20 minutos.
- Para tempos de trabalho efetivo de teleatendimento/telemarketing de até 04 horas diárias, há concessão de 01 pausa de descanso contínua de 10 minutos.
- As pausas para descanso deve ter registro impresso ou eletrônico e devem estar disponíveis para fiscalização e para os trabalhadores.
- A empresa deve permitir que os operadores saiam dos seus postos de trabalho a qualquer momento da jornada para satisfazer as necessidades fisiológicas, sem repercussões sobre suas avaliações e remunerações.
- Nos locais de trabalho, deve ser permitida a alternância de postura pelo trabalhador, de acordo com suas conveniência e necessidade.
- Os mecanismos de monitoramento da produtividade não devem ser utilizados para aceleração do trabalho e, quando existentes, devem estar disponíveis para consulta pelo operador, a seu critério.
- A utilização de procedimentos de monitoramento por escuta e gravação de ligações deve ocorrer somente mediante o conhecimento do operador.
- As prescrições de diálogos de trabalho não devem exigir que o trabalhador forneça o sobrenome aos clientes, visando resguardar sua privacidade e segurança pessoal.

O item 6 da norma apresenta as exigências referentes à “**Capacitação dos Trabalhadores**” são algumas delas:

- Todos os trabalhadores de operação e de gestão, inclusive os trabalhadores temporários, devem receber capacitação que proporcione conhecer as formas de adoecimento relacionadas à sua atividade, suas causas, efeitos sobre a saúde e medidas de prevenção.
- A carga horária da capacitação deverá ser de 04 horas na admissão e reciclagem a cada 06 meses e deverá ocorrer durante a jornada de trabalho, com distribuição de material didático impresso com o conteúdo apresentado.
- A capacitação deverá abordar informações sobre a correta utilização dos mecanismos de ajuste do mobiliário e dos equipamentos dos postos de trabalho, incluindo orientação para alternância de orelhas no uso dos fones e limpeza do tubo de voz.

No item 7 são abordadas as “**Condições Sanitárias de Conforto**”, e algumas exigências são as seguintes:

- Devem ser garantidas boas condições sanitárias e de conforto.
- Os sanitários devem ser separados por sexo.
- Deve haver local para lanche.
- Armários individuais dotados de chave para guarda de pertences.
- Disponibilidade irrestrita e próxima de água potável .
- Ambiente confortável para descanso e recuperação durante as pausas, dimensionados em proporção adequada ao número de operadores usuários, onde estão disponíveis assentos, facilidades de água potável, instalações sanitárias e lixeiras com tampa.

O item 8 aborda “**Programas de Saúde Ocupacional e de Prevenção de Riscos Ambientais**”, que tem algumas exigências descritas abaixo:

- O Programa de Controle Médico de Saúde Ocupacional - PCMSO, além de atender à NR 7, deve reconhecer e registrar os riscos identificados na análise ergonômica.
- O empregador deve fornecer cópia dos Atestados de Saúde Ocupacional e cópia dos resultados dos demais exames.
- O empregador deve implementar um programa de vigilância epidemiológica para detecção precoce de casos de doenças relacionadas ao trabalho, que inclui procedimentos de vigilância passiva (demanda espontânea de trabalhadores que procure serviços médicos) e procedimentos de vigilância ativa, por intermédio de

exames médicos dirigidos que incluem, além dos exames obrigatórios por norma, coleta de dados sobre sintomas referentes aos aparelhos psíquico, osteomuscular, vocal, visual e auditivo, analisados e apresentados com a utilização de ferramentas estatísticas e epidemiológicas.

- No sentido de promover a saúde vocal dos trabalhadores, os empregadores devem implementar: a) modelos de diálogos que favoreçam micropausas e evitem carga vocal intensiva do operador; b) redução do ruído de fundo; c) estímulo à ingestão frequente de água potável fornecida gratuitamente aos operadores.
- As ações e princípios do Programa de Prevenção de Riscos Ambientais – PPRA devem estar associados àqueles previstos na NR-17.

O item 9 é dedicado às exigências referentes às **Pessoas com Deficiência**, que são:

- Para as pessoas com deficiência, o mobiliário dos postos de trabalho deve ser adaptado para atender às suas necessidades, e devem estar disponíveis ajudas técnicas para facilitar sua integração ao trabalho.
- As condições de trabalho, incluindo o acesso às instalações, mobiliário, equipamentos, condições ambientais, organização do trabalho, capacitação, condições sanitárias, programas de prevenção e cuidados para segurança pessoal devem levar em conta as necessidades dos trabalhadores com deficiência.

3. MATERIAIS E MÉTODOS

3.1 METODOLOGIA

No presente trabalho, optou-se por realizar uma pesquisa qualitativa de um único caso, ou seja um ‘estudo de caso’ com o seguinte tema: Levantamento da ergonomia em um *call center* segundo o Anexo II da Norma Regulamentadora 17.

Segundo Lüdke e André, 1986 apud Oliveira (2008), a realização de um estudo de caso deve ser aplicada quando o pesquisador tiver o interesse em pesquisar uma situação singular, particular, que o caso deve ser sempre bem delimitado, devendo ter seus contornos claramente definidos no desenvolver do estudo.

Para Guilhoto (2002), a pesquisa qualitativa pode ser definida como uma metodologia que produz dados a partir de observações extraídas diretamente do estudo de pessoas, lugares ou processos com os quais o pesquisador procura estabelecer uma interação direta para compreender os fenômenos estudados

Ainda segundo a autora, existem três tipos básicos de pesquisa qualitativa: a pesquisa documental, a etnografia e o estudo de caso. Sendo este último, o estudo de caso foi o tipo de pesquisa adotado nesse trabalho.

No estudo de caso, o objeto de pesquisa se submete à uma análise profunda, visando-se obter um exame detalhado seja de um ambiente, um indivíduo ou uma situação particular. Seu objetivo fundamental é analisar intensivamente esse objeto utilizando-se a observação e a entrevista. (GUILHOTO, 2002).

Após a definição do tema do trabalho, do aceite da empresa que foi objeto de análise, aprovação do tema pela universidade, levantamento da legislação pertinente, deu-se início a confecção desse estudo, que teve seu desenvolvimento dividido em três fases. Inicialmente, a fase exploratória, num segundo momento houve a delimitação do estudo e a coleta de dados; e, num terceiro e último estágio, houve uma análise sistemática dos dados coletados, culminando na realização desse relatório.

A fase inicial de exploração constituiu na definição da empresa e legislação a ser empregada no levantamento. Foram definidos os pontos críticos, questões que seriam abordadas, o contato com o ambiente de trabalho e com os trabalhadores envolvidos no levantamento. Nesta fase de estudo, foram selecionadas as fontes que serviram para coleta de dados, além da definição da delimitação e escopo do levantamento.

Na segunda etapa da pesquisa, as visitas, entrevistas e coletas de dados foram realizadas, tendo o cuidado para não ultrapassar os contornos do escopo, e coletar dados inadequados

A terceira fase representou o desenvolvimento do estudo de caso, onde foram realizadas as compilações e análise dos dados coletados para a realização do relatório final.

O presente estudo abrange alguns dos diversos aspectos contidos no Anexo II da Norma Regulamentadora 17 – Trabalho em Teletendimento/Telemarketing, relacionados aos fatores biomecânicos e organizacionais, fazendo um levantamento em relação ao cumprimento do que a norma determina, através de observações e medições “*in loco*”, análises de dados e relatórios e entrevistas com a coordenação e funcionários.

Todos os dados e informações contidas nessa pesquisa foram autorizados e fornecidos pelos responsáveis pela administração da empresa.

3.2 COLETA E ANÁLISE DE DADOS

O estudo foi realizado em um *call center* localizado na capital do estado de São Paulo , durante o período de janeiro a fevereiro de 2015.

Para elaboração do levantamento da ergonomia em um *call center* segundo o anexo II da Norma Regulamentadora 17 foram realizadas três visitas nas instalações do *call center* e um total de 16 entrevistas com os administradores e operadores do

teleatendimento com a finalidade de coletar os dados e informações pertinentes à confecção do estudo de caso.

A coleta dos dados foi realizada através de observações e medições “*in loco*”, análises de dados e relatórios, entrevistas informais com a coordenação e funcionários, e fotografias tiradas durante as visitas realizadas.

A empresa também permitiu o acesso aos dados contidos em relatórios ergonômicos já realizados anteriormente, além do material de treinamento e capacitação referente à ergonomia.

Para nortear o levantamento, foi elaborado e aplicado durante as entrevistas um formulário, ou *checklist*, contemplando os itens de maior importância na norma. O *checklist* está disponível para consulta no Anexo desse trabalho.

A coleta de dados tentou ao máximo abranger todos os itens da norma e foi realizada no aspecto qualitativo da pesquisa. Foram abordados os seguintes tópicos no *checklist* aplicado:

- a) mobiliário dos postos de trabalho – bancadas e superfícies de trabalho, monitor de vídeo e teclado e assentos;
- b) equipamentos dos postos de trabalho;
- c) condições ambientais de trabalho
- d) capacitação dos trabalhadores
- e) condições sanitárias de conforto;
- f) programas de saúde ocupacional e de prevenção de riscos ambientais;
- g) organização o trabalho; e
- h) pessoas com deficiência.

Alguns itens do *checklist* relativos ao mobiliário dos postos de trabalho (item “a”) e condições ambientais de trabalho (item “c”) necessitavam da realização medições, que foram realizadas pela autora do trabalho.

O outros temas abordados no *checklist* foram respondidos, e apresentados pelos administradores e funcionários durante as entrevistas.

Os dados coletados durante as visitas e entrevistas foram analisados para a verificação da conformidade com as exigências estabelecidas no Anexo II da NR-17.

3.3 A EMPRESA

A empresa analisada nesse estudo de caso mantém serviços de teleatendimento ativo e receptivo em centrais de atendimento telefônico e relacionamento com clientes (*call center*), para prestação de serviços na modalidade de cobrança e negociação de produtos financeiros. Seus principais clientes são bancos, seguradoras, financeiras, operadoras de cartões de crédito, empresas de telefonia, instituições de ensino, entre outros.

A empresa está localizada na capital do estado de São Paulo, e ocupa 8 andares de um edifício comercial, sendo que 4 andares são destinados às instalações e atividades de *call center*. A localização da empresa, que se situa no coração do centro comercial e financeiro de São Paulo, foi escolhida a fim de poder se servir do sistema de transporte metropolitano, com o intuito de facilitar e agilizar o transporte dos funcionários, gerando menos desgaste pessoal.

A empresa já existe há mais de 30 anos e, atualmente, também oferece este tipo de prestação de serviço em mais outras 4 filiais situadas em outras capitais do país.

Atualmente, na unidade da matriz, em São Paulo, são aproximadamente 600 funcionários contratados como operadores de teleatendimento, e que estão distribuídos em dois turnos distintos de trabalho, ambos com uma jornada de trabalho de 6 horas.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

4.1 O *CALL CENTER*

Dos 8 andares ocupados em um edifício comercial no centro de São Paulo, 4 andares são destinados às instalações de *call center*. Em cada andar de *call center* estão dispostos aproximadamente entre 134 a 188 postos de atendimento, totalizando 680 PAs. A disposição do mobiliário pode ser alterada de acordo com a demanda dos clientes.

Em média cada operador realiza e/ou recebe 90 ligações/dia. A média total nos últimos três meses foi de 1.056.875 ligações/mês.

Os 4 andares destinados inteiramente para o *call center* são consecutivos e todos eles possuem a mesma planta baixa e as mesmas dimensões de área. As áreas dos andares de *call center* são :

- área construída por andar: 637,82 m²;
- área total construída (4 pavimentos): 2.551,28 m²;
- área útil utilizada pelo *call center* por andar: 513,14 m²;
- área total útil de *call center* (4 pavimentos): 2.052,26 m²;

Na Figura 01 são apresentadas a planta baixa e a disposição do mobiliário de 3 andares destinados a atividade de *call center* e na Figura 02 é apresentado o *layout* do único andar que possui espaço para refeitório.

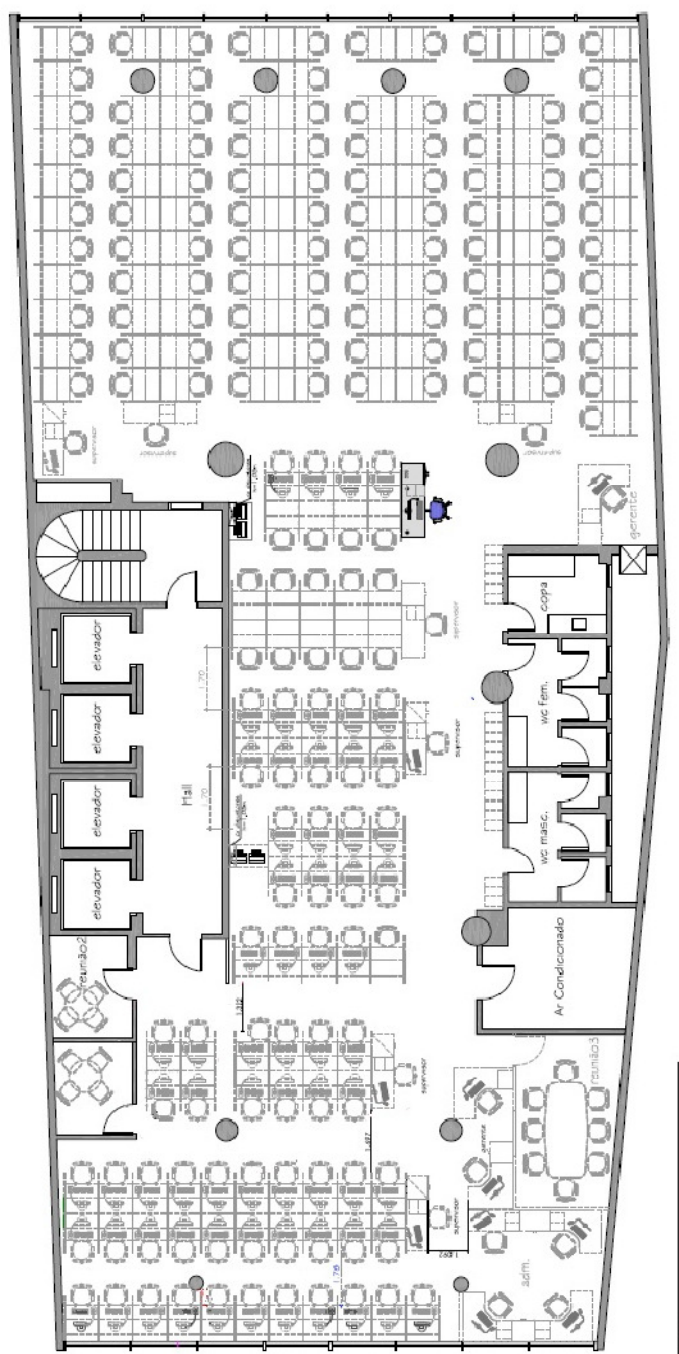


Figura 01 – Layout dos andares destinados ao call center.
Fonte: Empresa pesquisada, 2015.

Dos 4 andares destinados ao call center, somente um deles apresenta um layout diferenciado dos demais, para acomodar um espaço destino para refeitório e salas de reunião.

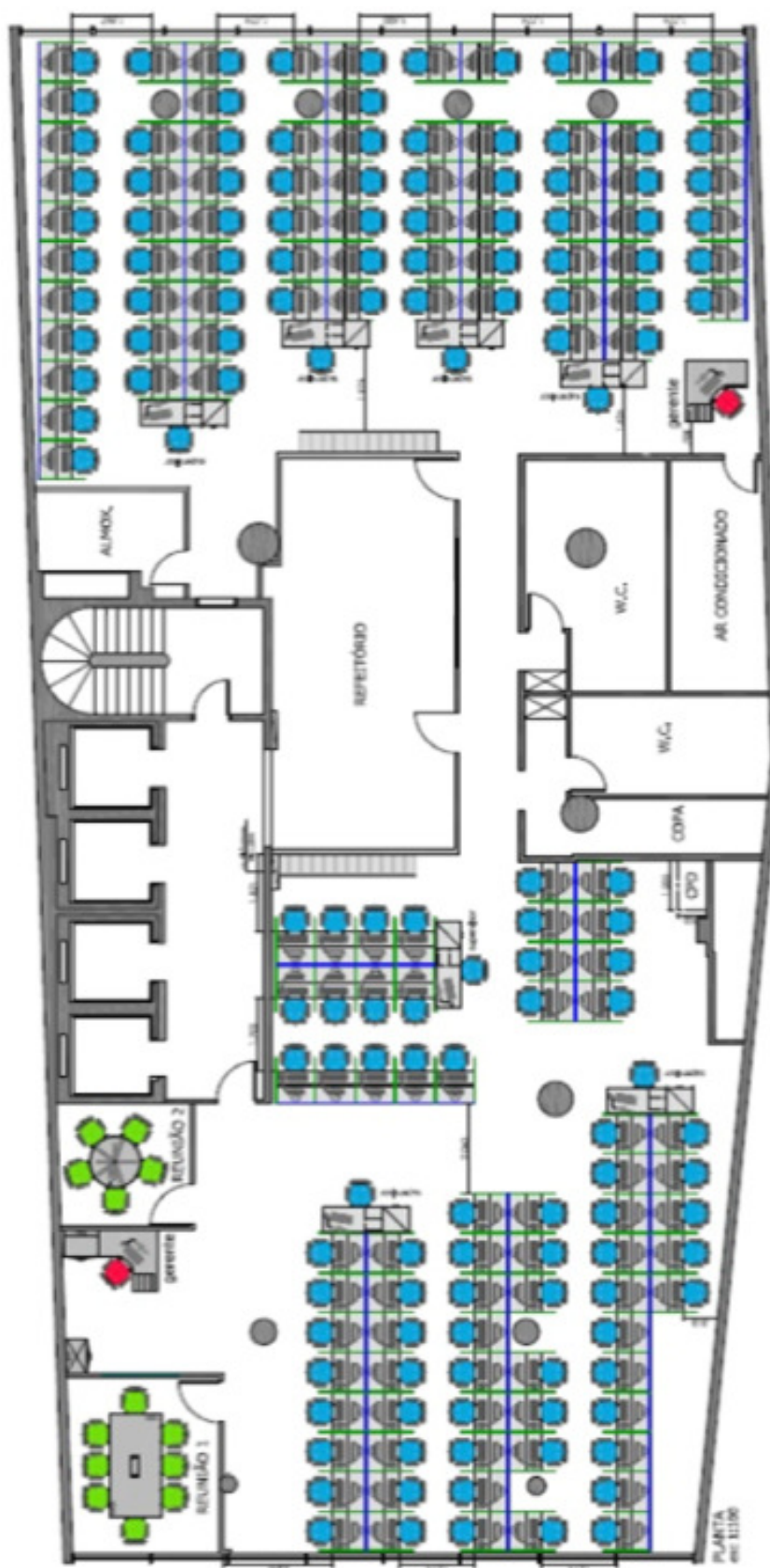


Figura 02 – Layout do andar de call center e refeitório.
Fonte: Empresa pesquisada, 2015.

4.2 MOBILIÁRIO DO POSTO DE TRABALHO

O mobiliário destinado a operação de *call center* é toda uniformizada e segue tanto o mesmo padrão estético e quanto as características ergonômicas. Todo o mobiliário do I é fornecido por uma tradicional empresa de móveis corporativos, e esses móveis foram projetados especialmente para satisfazer as necessidades da empresa, mas de forma que atendesse a todos os requisitos da legislação vigente, neste caso a NR 17 e o seu Anexo II.

4.2.1 – Superfícies de Trabalho

As características e alturas das superfícies de trabalho são compatíveis com a atividade, respeitando a distância requerida dos olhos ao campo de trabalho e com a altura do assento. As dimensões dos postos de trabalho permitem posicionamento e movimentação adequados ao corpo do atendente.

Como apresentado na Figura 03, os PAs são constituídos de bancada (mesa), com duas superfícies distintas, uma destinada para o apoio do monitor de vídeo e a outra destinada para o apoio do teclado, mouse e material de consulta.

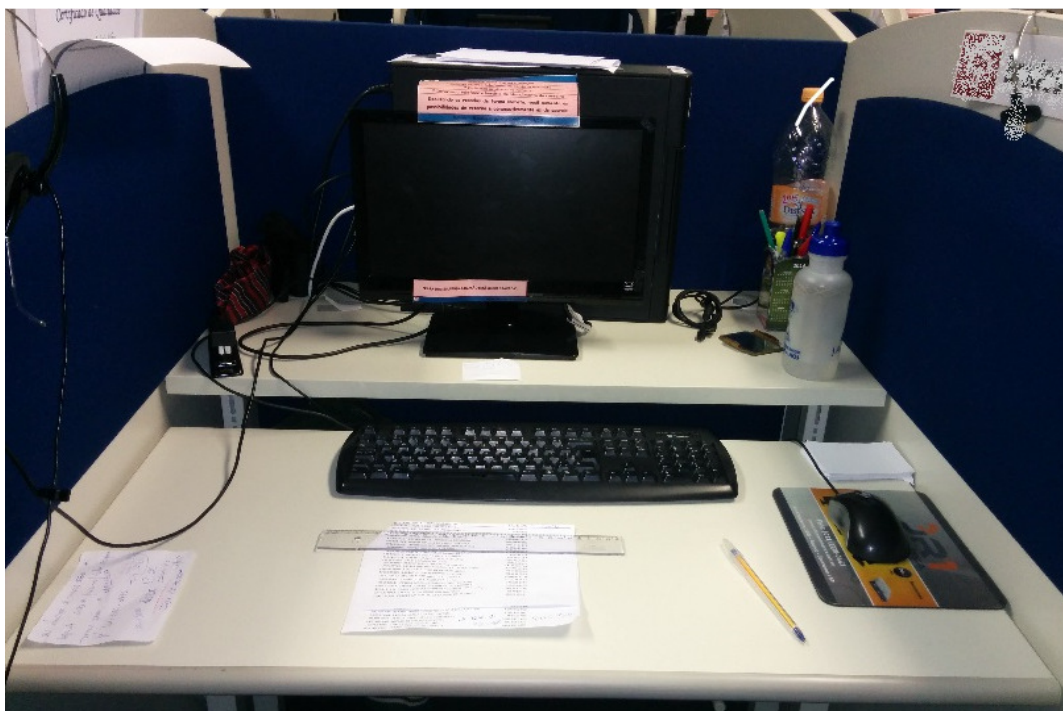


Figura 03 – Bancada do Posto de Atendimento.
Fonte: Arquivo pessoal, 2015.

Ambas as superfícies possuem mecanismos de controles de altura independentes. O ajuste da altura das superfícies da bancada são feitos por manivelas, localizadas abaixo do tampo da bancada, local de fácil acesso, como mostrado na Figura 04 e Figura 05. O plano de trabalho possui bordas arredondadas.

A bancada, onde não é utilizado material de consulta, possui as seguintes dimensões:

- profundidade total da bancada: 93 cm
- profundidade da superfície para apoio do monitor: 45 cm
- profundidade da superfície de apoio do teclado: 45 cm
- vão (espaço) livre entre as suas superfícies da bancada: 3 cm
- largura da superfície da bancada: 90 cm

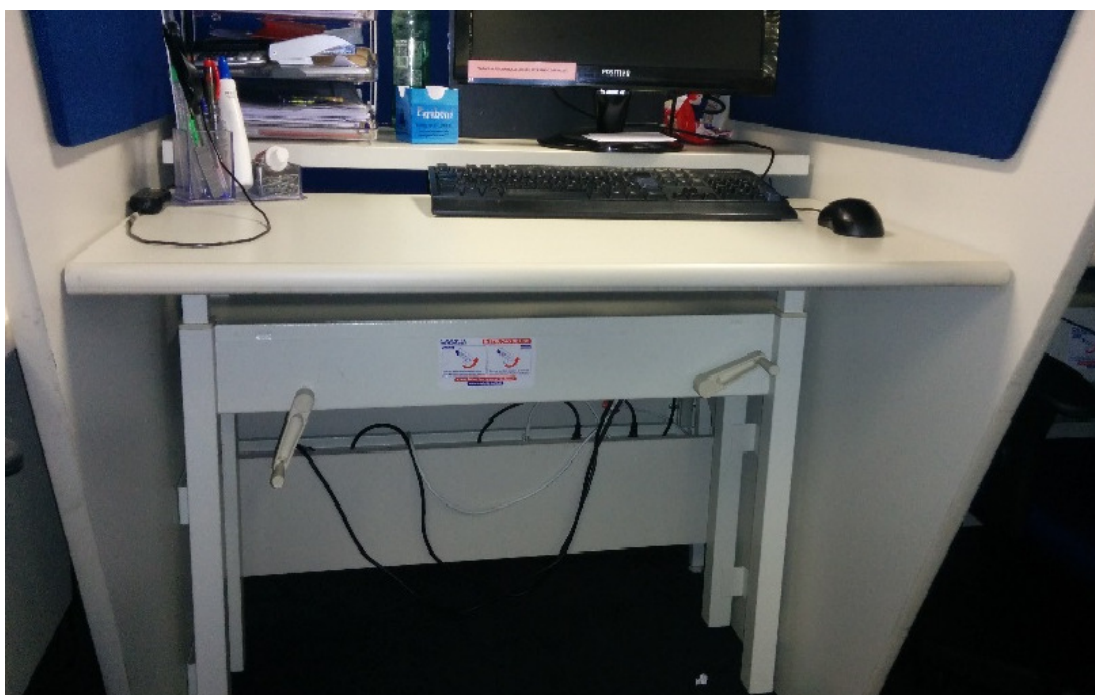


Figura 04 – Mecanismos independentes de ajuste de altura das superfícies da bancada.
Fonte: Arquivo pessoal, 2015

As superfícies de trabalho são reguláveis através de manivelas num intervalo superior a 15 cm, permitindo o apoio dos pés do operador no chão, além de satisfazer a norma no que diz respeito à profundidade livre mínima de 45 cm ao nível dos joelhos e de 70 cm ao nível dos pés, medidos a partir da borda frontal da

bancada. Na Figura 06, é possível visualizar que as superfícies de trabalho são ajustadas de acordo com o bem estar de cada operador.



Figura 05 – Instrução de uso do mecanismo de ajuste de altura das superfícies do teclado e monitor.
Fonte: Arquivo pessoal, 2015.

Conforme, as medições e análises realizadas nas visitas, conclui-se que as bancadas dos postos de trabalho estão em total conformidade com todas as exigências contidas no item 2.1 do Anexo II da NR-17.

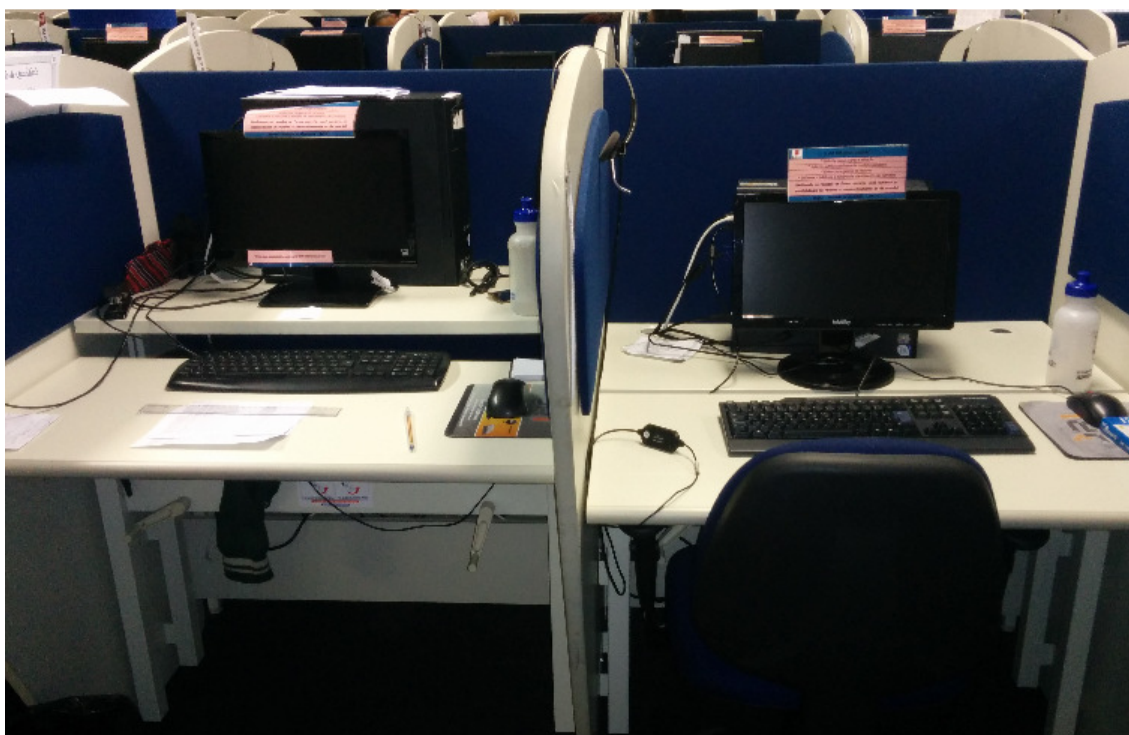


Figura 06 – Ajustes de altura de bancada diferenciados.
Fonte: Arquivo pessoal, 2015.

Nos casos em que os pés do operador não alcancem o piso, mesmo após regulagem do assento, a empresa fornece um apoio para os pés que se adapte ao comprimento das pernas do trabalhador, permitindo o apoio das plantas dos pés, com inclinação ajustável e superfície revestida de material antiderrapante.

A empresa oferece dois tipos distintos de apoio para os pés, ficando a critério do operador qual modelo melhor se adapta às necessidades pessoais. Nas Figuras 07 e 08 são apresentados os dois modelos de apoio para pés oferecidos.



Figura 07 – Modelo A de apoio para os pés
Fonte: Arquivo pessoal, 2015.



Figura 08 – Modelo B de apoio para os pés.
Fonte: Arquivo pessoal, 2015.

4.2.2 Assentos

Os assentos dos postos de atendimento são estofados e revestidos com um tecido respirável, além disso, possuem apoio de 5 pés com rodízio com resistência suficiente que não provoque deslocamentos involuntários. (Figura 09)

A base tem ajuste de altura em relação ao piso de 45 cm, de forma a atender a todos os operadores. Sua borda frontal é arredondada, com 44 cm de profundidade e 47 cm de largura. Estofada com material denso, que segundo o fabricante, satisfaz a exigência da norma Anexo II da NR 17, que determina que seja de 40 a 50 kg/m³.

O encosto é ajustável na altura e mantém flexiona-se para melhor acomodação do tronco e região lombar, e possui 34 cm de altura e 40 de largura na base.

Os braços das cadeiras são reguláveis em altura de 25 cm a partir do assento e seu comprimento não interfere no movimento de aproximação da cadeira à mesa.

Conforme as medições realizadas e das especificações técnicas fornecidas pelo fabricante, conclui-se que as cadeiras utilizadas pelos operadores nos PAs atendem aos requisitos do item 2.1- letra J, que constam no Anexo II na NR-17.



Figura 09 – Assentos dos Postos de Atendimento.
Fonte: Arquivo pessoal, 2015.

4.2.3 Equipamentos dos Postos de Trabalho

Os *headsets* são fornecidos gratuitamente pela empresa aos operadores. Os headsets utilizados na empresa são fixos nos postos de trabalho e, portanto, não são de uso individual.

Visando minimizar algum tipo de contágio entre os usuários do headset, a empresa fornece ao operador no momento da contratação um kit pessoal e intransferível composto de espumas de proteção auricular e o tubo de voz, que deverão ser usados durante a sua jornada de trabalho. Esse kit pessoal é trocado a cada 6 meses. Além disso, toda vez que os equipamentos passam por manutenção, o fornecedor realiza a higienização no aparelho.

Sempre que o equipamento é danificado ou apresenta vícios, ele é substituído pela empresa, sem custo para o operador.

O tipo de headset utilizado permite a alternância do uso das orelhas, pois o tubo de voz é móvel, podendo ser alternado o lado do microfone.

Como mostrado na Figura 10, o equipamento possui um controle de ajuste da intensidade do nível sonoro (volume) e proteção contra ruídos indesejáveis de alta intensidade.

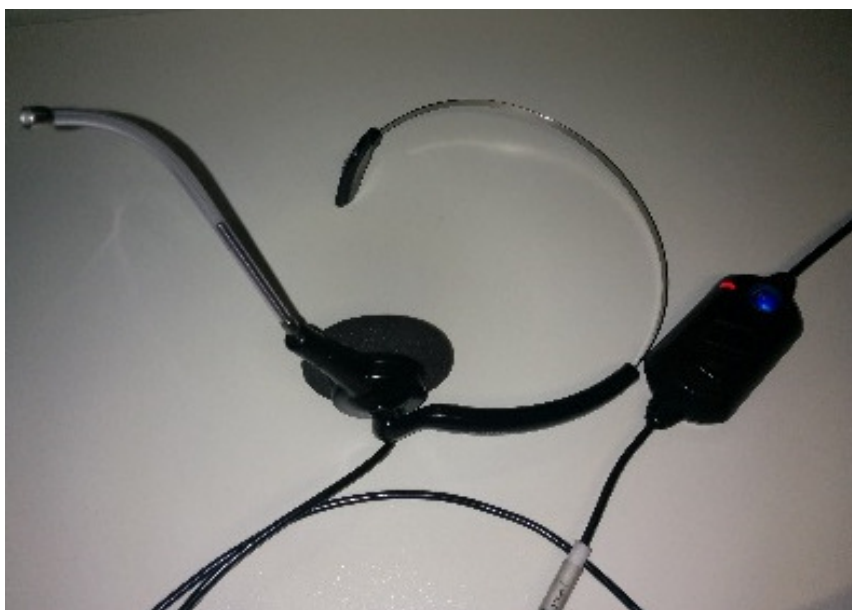


Figura 10 – Headset com ajuste de volume.
Fonte: Arquivo pessoal, 2015.

Os monitores de vídeo são dispostos frontalmente ao operador, de forma a proporcionar um correto ângulo de visão, conforme mostrado nas Figuras 03 e 06. Eles possuem regulagem de iluminação da tela através de botões situados na moldura do monitor.

Conforme avaliação realizada durante as visitas, conclui-se que os equipamentos utilizados nos postos de trabalho estão em conformidade com as exigências do item 3 do Anexo II na NR-17.

4.2.4 Condições Ambientais de Trabalho

Os ambientes destinados às atividades de *call center* são dotadas de artifícios na estrutura ambiental e no mobiliário, de forma a promover condições acústicas adequadas à comunicação telefônica.

O revestimento do teto é composto de placas acústicas e térmicas que minimizam a propagação de ruídos e proporcionam conforto acústico e térmico ao ambiente de trabalho.

Nos postos de atendimento, as divisórias (fundo e laterais) são formadas por painéis de material estofado e revestidos com tecido, a fim de proporcionar conforto acústico aos operadores.

Na Figura 11 é possível visualizar o forro do teto formado por placas de tratamento acústico, além do material que reveste as paredes das divisórias dos postos de atendimento.

Os ambientes do *call center* são climatizados através da utilização de aparelhos de ar condicionado do tipo "split" acomodados nas extremidades dos recintos (Figura 08). Os controles remotos que ajustam a temperatura e direcionamento da ventilação ficam sob a responsabilidade de alguns supervisores. Toda ocasião que há insatisfação por parte dos operadores sobre a temperatura e o fluxo de ar, é comunicado ao supervisor, que fará as alterações necessárias para o conforto ambiental.



Figura 11 – Revestimento acústico no teto e nas paredes das divisórias dos PAs e o posicionamento das luminárias.

Fonte: Arquivo pessoal, 2015.

O projeto de iluminação nos ambientes foi feito de forma a não ofuscar a visão do operador e de promover a uniformização da iluminância. As luminárias possuem filtros para dispersão da luz e estão dispostas em paralelo ao plano de trabalho, o que contribui para a diminuição do ofuscamento sobre a tela do computador. Na Figura 11 é possível visualizar a disposição das luminárias.

As janelas envidraçadas possuem persianas que impedem que a luz solar produza o ofuscamento sobre a tela do computador, como mostrado na Figura 11.

Os níveis de ruído, temperatura ambiente, velocidade e umidade do ar não foram medidos conforme estabelece o item 4.2 do Anexo II da NR-17. Esse estudo de caso foi proposto de forma a realizar uma pesquisa apenas no âmbito qualitativo desses parâmetros.

A realização de um estudo quantitativo dessas variáveis acima mencionadas, ficou inviabilizada devido ao elevado custo de locação dos equipamentos de medição.

Visto que, para realizar a curva de avaliação de ruído, conforme estabelecido na NBR 10152, seria necessária a utilização de um equipamento medidor de nível sonoro com filtro de banda de oitava, pode atingir o valor de compra de até 37 mil reais.

Durante as visitas, foram feitas análises qualitativas dos parâmetros ambientais já mencionados, de forma subjetiva, de acordo com a percepção da autora do trabalho. Além disso, durante as entrevistas foi questionado aos operadores qual a percepção e sensação que eles tinham para esses parâmetros.

O resultado dessa avaliação qualitativa feita pela percepção de todos os trabalhadores entrevistados é unânime em classificar o ambiente como “agradável” e “confortável”. Além disso, segundo a administração, não há no setor de recursos humanos registros de reclamações referentes ao ruído elevado, temperatura, umidade e velocidade do ar.

Embora solicitado, a empresa não forneceu nenhum laudo que atestasse os padrões de qualidade do ar climatizado, conforme exige o item 4.3 do Anexo II da NR-17.

4.2.5 Organização do Trabalho

O *call center* da empresa opera em dois turnos de trabalho, ambos com jornada de 6 horas diárias, de segunda-feira até o sábado, totalizando uma jornada de trabalho de 36 horas semanais.

Como a modalidade de teleatendimento da empresa estudada é a cobrança e não o SAC – Serviço de Atendimento ao Cliente, não há atendimento 24 horas. Nunca há operação em domingos e feriados, como também não há prolongamento de jornada de trabalho. Desta forma, o repouso semanal remunerado sempre acontece aos domingos.

O primeiro turno tem início às 8:00 horas e término às 14:20 horas; e o segundo turno tem início às 14:20 horas e término às 20:40 horas.

O intervalo para repouso e alimentação é de 20 minutos, por isso o turno de 6 horas e 20 minutos.

Durante a jornada de trabalho ocorrem 02 períodos contínuos de 10 minutos cada. As pausas são concedidas fora do ambiente de trabalho e ocorrem após os primeiros 60 minutos de trabalho e antes dos últimos 60 minutos de trabalho.

Há o registro eletrônico do intervalo para almoço (20 minutos), mas a empresa não dispõe aos operadores o registro eletrônico impresso para as 02 pausas para descanso de 10 minutos cada, como exige a norma em seu item 5.4.4.

A empresa oferece seções de ginástica laboral durante o turno de trabalho, mas é facultado ao operador participar ou não da atividade.

Os operadores são livres para se ausentar, a qualquer momento da jornada, dos seus postos de atendimento para satisfação das necessidades fisiológicas.

A remuneração do trabalhador varia de acordo com a sua produtividade e desempenho, mas não há dispositivos utilizados para a aceleração do trabalho.

O operador não é obrigado a seguir um roteiro/script de forma rígida, mesmo porque como é um serviço de cobrança, deve haver uma negociação mais aberta entre as partes.

Todas as conversas realizadas nas ligações são gravadas com o conhecimento do operador e do cliente.

A empresa não divulga publicamente as avaliações de desempenho dos operadores.

Durante os diálogos, os operadores estão autorizados a revelar somente o primeiro nome, não fornecendo o sobrenome para resguardar a sua privacidade e segurança pessoal.

4.2.6 Capacitação dos Trabalhadores

Todos os trabalhadores da operação e gestão recebem treinamento para capacitação, que ocorre durante a jornada de trabalho e onde são abordados os seguintes temas:

- menos acidentes do trabalho /maior satisfação das pessoas com o trabalho;
- cuidados com postura;
- alinhamento da coluna ao se sentar;
- lesões que podemos evitar;
- alimentação saudável;
- incentivo à atividade física; e
- prevenção de entorpecentes.

Durante a capacitação, além dos temas citados anteriormente, são aplicados treinamentos com enfoque técnico e comportamental. Para a admissão o treinamento tem duração de 3 dias com uma carga horária de 9 horas e no caso de reciclagem, a carga horária é reduzida para 6 horas.

4.2.7 Condições Sanitárias de Conforto

De uma maneira geral, as instalações da empresa são confortáveis, novas, limpas e bem cuidadas.

Os sanitários estão presentes em todos os andares e são separados por sexo, conforme apresentado na Figura 12. As condições de higiene nos sanitários são adequadas.



Figura 12 – Sanitários separados por sexo.
Fonte: Arquivo pessoal, 2015.

Todos os andares dispõem de armários individuais dotados de chave para que os operadores guardem os seus pertences pessoais durante a jornada de trabalho. Na Figura 13 há o registro de um desses armários.

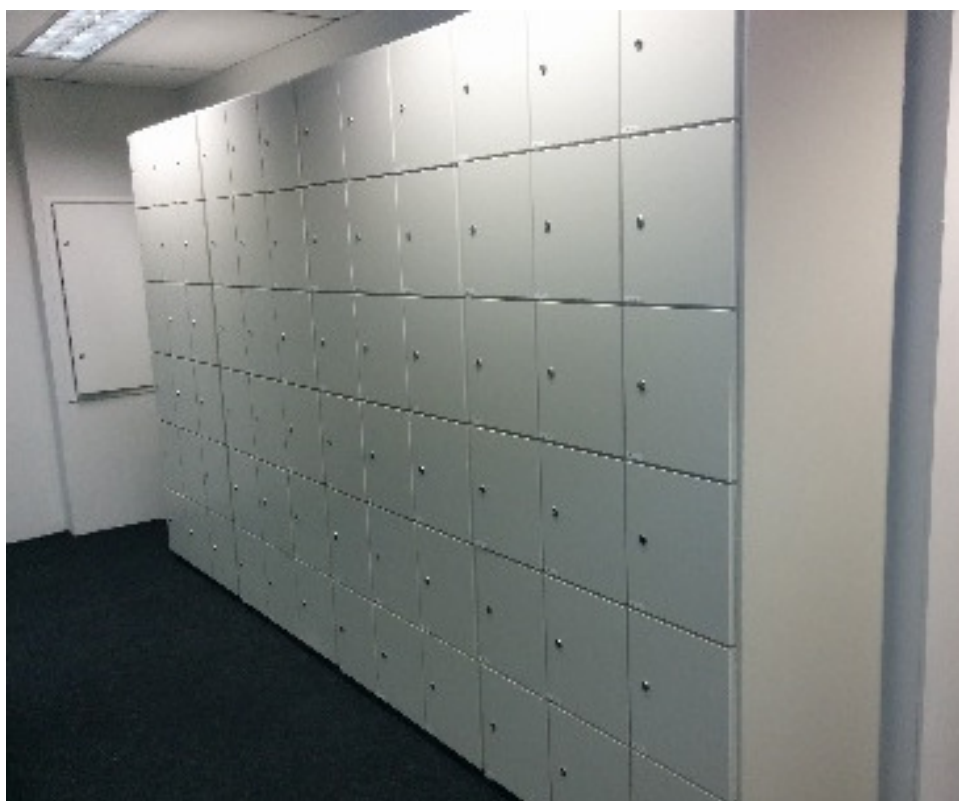


Figura 13 – Armários individuais com tranca.
Fonte: Arquivo pessoal, 2015.

Bebedouros de água potável estão dispostos no corredor de cada andar, onde há disponibilidade irrestrita, conforme demonstrado na Figura 14. O uso de garrafinhas de água é incentivado pela empresa no intuito do operador se manter hidratado e para a proteção da sua voz.



Figura 14 – Bebedouros de água potável.
Fonte: Arquivo pessoal, 2015

Embora em cada andar exista uma pequena copa, a empresa ainda não oferece local destinado para que os operadores façam um lanche. Em um dos andares há uma área que recentemente foi reservada para a instalação de um ambiente destinado para o lanche e descanso dos operadores, que será chamado de “Sala do *Break*”. O espaço reservado para o projeto de um ambiente de descanso e lanche pode ser visualizado na Figura 15.



Figura 15 – Área destinada para a instalação da Sala de *Break*.
Fonte: Arquivo pessoal, 2015.

4.2.8 Programas de Saúde Ocupacional e de Prevenção de Riscos

Ambientais

Com o objetivo de evitar lesões e antever possíveis problemas de saúde resultantes da atividade laboral, a empresa, desde 2012, oferece aos operadores seções de ginástica laboral.

As seções de ginástica laboral têm uma frequência de duas vezes na semana, às segundas e quartas-feiras, sendo oferecidos 15 minutos/aula para cada equipe.

A empresa oferece um programa de acompanhamento, no qual a cada 6 meses é realizada uma avaliação postural em cada operador, para a verificação de melhorias devido à realização da ginástica laboral.

Nessa avaliação, há também a aplicação de um questionário com perguntas relativas aos hábitos alimentares, postura física no local de trabalho, com o intuito de

identificar fatores de risco e prevenção de doenças ocupacionais como LER/DORT. A avaliação postural também atua como um multiplicador de informações sobre a qualidade de vida e saúde do trabalhador.

Essa avaliação postural é realizada por um profissional de educação física, que se perceber alguma anomalia no operador, comunicará o fato ao médico do trabalho para que seja realizado o tratamento médico.

O médico do trabalho está presente um dia na semana, analisando dos atestados médicos e orientando os funcionários que solicitam atendimento.

Essas iniciativas funcionam como um programa de vigilância e detecção precoce de casos de doenças ocupacionais.

No sentido de promover a saúde vocal dos operadores, a empresa trabalha constantemente para a redução de ruídos ambientais e estimula a ingestão frequente de água distribuindo gratuitamente garrafinhas (*squeeze*) para os operadores.

4.2.9 Pessoas com deficiência

Segundo a administração, na empresa há vários colaboradores portadores de algum tipo de deficiência que trabalham em diversos setores, mas nenhum deles como operador de *call center*. Portanto, durante a realização desse trabalho não foi possível realizar entrevistas com pessoas portadoras de algum tipo de deficiência que trabalham diretamente com a atividade de *call center*.

5. CONCLUSÕES

5.1 – CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

O levantamento realizado na empresa de *call center* demonstrou que as exigências da norma relativas ao mobiliário dos postos de trabalho, aos equipamentos utilizados pelos operadores, condições ambientais de trabalho, condições sanitárias de conforto estão sendo satisfeitos em quase a sua totalidade. O que pode ser considerado como uma situação bastante satisfatória.

A grande exceção ao atendimento à norma no que diz respeito às condições ambientais foi a falta de um local destinado para o lanche e descanso, embora uma representante da empresa tenha alegado que já existe um projeto de instalação da “Sala de *Break*” em uma área já desocupada.

Referente ao item da norma sobre organização do trabalho, observa-se que o sistema de gestão é bastante eficiente e atende satisfatoriamente os requisitos da norma, com algumas exceções como a falta do registro impresso de ponto para as pausas de descanso.

Da mesma forma, o sistema de capacitação dos trabalhadores é eficiente e bastante organizado, mas percebe-se que pode ser melhorada a ênfase na importância do conteúdo técnico relativo à ergonomia, segurança do trabalho e saúde ocupacional. A empresa passou a impressão que não há um forte entrosamento e interação entre os agentes dessas áreas.

A incógnita na avaliação ficou para os programas de saúde ocupacional e de prevenção de riscos ambientais, onde poucas evidências foram apresentadas. Fica como sugestão de melhoria, a análise crítica e amadurecimento dos processos para esse tema.

Um fato bastante positivo que não pode deixar de ser relatado ocorreu durante uma visita ocorrida logo após o carnaval, em que os ambientes ainda estavam enfeitados

com motivos carnavalescos e o ar festivo e descontraído ainda permanecia no ambiente. Esse fato evidenciou a tentativa louvável e bem vinda da empresa de humanizar o ambiente de trabalho, resgatando as emoções do ser humano em substituição ao *script* empresarial.

Nota-se que a empresa estudada promove no seu cotidiano esta humanização do ambiente de trabalho, além de promover programas motivacionais. Essa humanização e motivação não são contempladas na norma utilizada nesse estudo, mas é o tema convergente para os autores especialistas no assunto.

De maneira geral, os dados levantados nessa pesquisa evidenciam que trata-se de uma empresa comprometida e dedicada em proporcionar qualidade de vida e bem estar aos seus funcionários através da satisfação das exigências da norma.

Recomenda-se que os itens não atendidos, que foram comentados no capítulo anterior, sejam revistos e adequados conforme a norma, pois em caso de fiscalização governamental, a empresa estará passível de autuação.

Não há como negar que o documento Anexo II da Norma Regulamentadora 17 – Trabalho em Telemarketing/Teleatendimento trouxe uma contribuição muito positiva para o relacionamento de trabalho entre empregado e empregador.

A norma tem a capacidade de, simultaneamente, satisfazer os anseios e necessidades dos trabalhadores, bem como resguardar os direitos das empresas a fim de beneficiar todos os envolvidos nesse vínculo para um bem comum.

REFERÊNCIAS

ABT – Associação Brasileira de Telesserviços. **Glossário**. 2015. Disponível em: <<http://www.abt.org.br/glossario.asp?banner=ABT>> . Acesso em 15/11/2014

ABERGO – Associação Brasileira de Ergonomia. **O que é ergonomia**. Disponível em: <http://www.abergo.org.br/internas.php?pg=o_que_e_ergonomia> . Acesso em 07/01/2015.

ANTONELLI, V. - **Estudos atualizam dados sobre o mercado de trabalho do call center**. Disponível em: <<http://portalcallcenter.com.br/index.php/2014-05-26-18-14-11/4558-estudos-atualizam-dados-sobre-o-mercado-de-trabalho-do-call-center>>. Acesso em: 03/12/2014.

BERNARDES, T., A. – **Ergonomia aplicada ao Call Center: Cumprimento das exigências do Anexo II da Norma Regulamentadora 17 – Um estudo de caso**. 2010. 43 p. Monografia (Especialização em Engenharia de Segurança do Trabalho). Universidade Federal de Mato Grosso. Cuiabá, 2010.

BARBOSA, M. A. M. **Os tipos de liderança existentes nas empresas e a sua influência no turnover organizacional: um estudo comparativo em empresas de call center**. - V Workshop Empresa, Empresários e Sociedade. O mundo empresarial e a questão social Porto Alegre, 2 a 5 de maio de 2006 – PUCRS. Disponível em: <http://www.fee.rs.gov.br/5workshop/pdf/gt01_monica.pdf>. Acesso em 01/11/2014.

BRASIL, Ministério do Trabalho e Emprego. Normas Regulamentadoras de Segurança e Medicina do Trabalho. **Anexo II NR 17 – Trabalho em Teleatendimento/Telemarketing**. Brasília, 2007.

CARVALHO, M. F. H.; SANDOR, L.T. ; VOSGRAU JUNIOR, E. A. **O processo de outsourcing da manufatura como estratégia organizacional: um estudo de caso no setor automobilístico**. XIII SIMPEP - Bauru, SP, Brasil, 6 a 8 de Novembro de 2006. Disponível em : <http://www.simpep.feb.unesp.br/anais/anais_13/artigos/518.pdf> . Acesso em 09/01/2015.

GIMENEZ, M. **Por que Terceirização e Outsourcing estão em alta, principalmente no RH**- 10/09/2014. Disponível em: <http://www.revistafatorbrasil.com.br/ver_noticia.php?not=277371>. Acesso em 08/01/2015.

GUILHOTO, L. F. M. **O Uso da Internet como Ferramentas para a Oferta Diferenciada de Serviços a Clientes Corporativos**. 2002. 233p. Dissertação (Mestrado). Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade. Universidade de São Paulo. São Paulo, 2002.

LIMA, J. C. **Outsourcing and workers: revisiting some questions.** Cad. psicol. soc. trab., São Paulo, v. 13, n. 1, 2010. Disponível em <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1516-37172010000100003&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em 08/01/2015.

MELO, T. G. **Insalubridade no Teleatendimento e Telemarketing.** Universidade Presidente Antônio Carlos – 49p. Monografia (Bacharelado em Direito) UNIPAC Faculdade de Ciências Jurídicas e Sociais de Barbacena. Barbacena, 2011.

OLIVEIRA, C. M. **Um apanhado teórico-conceitual sobre a pesquisa qualitativa: tipos, técnicas e características.** Revista Travessias Vol. 2, Nº3. Cascavél/PR, 2008.

ORSELLI, O. T. - **Saúde e Segurança do profissional Operador de TELEMARKETING** - 26/02/2009 Disponível em: <<http://www.mundoergonomia.com.br/website/artigo.asp?id=10003>>. Acesso em 03/12/2014.

RICCI, M. G.; RACHID, A. **A Reconstrução do Significado do Trabalho como Ferramenta de Dominação: O Teleoperador de Cobrança** - XV Congresso Brasileiro de Sociologia. 26 a 29 de julho de 2011, Curitiba (PR). Disponível em: <http://www.sbsociologia.com.br/portal/index.php?option=com_docman&task=cat_view&gid=174&limit=150&order=name&dir=ASC&Itemid=170>. Acesso em 18/02/2015.

RICCI, M.G.; RACHID, A. **Relações de trabalho no serviço de teleatendimento.** Gest. Prod., São Carlos, v. 20, n. 1, Março. 2013. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-530X2013000100014&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 02/02/2015.

SILVA, A. M. **A Regulamentação das Condições de Trabalho no Setor de Teleatendimento no Brasil: Necessidades e Desafios.** 2004, 90 p. Dissertação (Mestrado). Faculdade de Medicina da Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2004.

TELEBRASIL – Associação Brasileira de Telecomunicações. **Terceirização, tendência mundial praticada pelo Brasil e necessita de regulamentação urgente.** Disponível em: <<http://www.telebrasil.org.br/sala-de-imprensa/namidia/3711-terceirizacao-tendencia-mundial-praticada-pelo-brasil-e-necessita-de-regulamentacao-urgente>>. Acesso em 11/02/2015.

USP – Universidade de São Paulo. **Ergonomia.** PECE-Programa de Educação Continuada. USP. 78p. São Paulo, 2014.

VENCO, S. **Quando o trabalho adocece: Uma análise sobre o teleatendimento.** Revista de Gestão Integrada em Saúde do Trabalho e Meio Ambiente - v.3, n.3, Artigo 1, ago./ dez 2008.

VENTURA, I.; DONATO, G. **Especial Terceirização – Call Center. O Círculo Virtuoso do Relacionamento.** 12 Dezembro 2014. Disponível em: <<http://consumidormoderno.uol.com.br/index.php/revistas-impressas/item/28384-especial-terceirizacao-callcenter>>. Acesso em 17/01/2015.

VERNALHA, H. B.; PIRES, S.R. I. **Um modelo de condução do processo de outsourcing e um estudo de caso na indústria de processamento químico.** Revista Produção, v. 15, n. 2, p. 273-285, Maio/Ago. 2005. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/prod/v15n2/v15n2a10.pdf>>. Acesso em 10/01/2015.

GLOSSÁRIO

Glossário de termos técnicos do ramo de atividade de *Call Center* (ABT, 2015):

Aderência à programação: é uma medida do tempo em que os operadores estão em suas posições de atendimento conforme programada. É o tempo real que o operador utiliza para atendimento ao telefone em relação ao tempo previamente programado.

ADSL — *Assymetrical Digital Subscriber Line* é uma tecnologia que utiliza linha telefônica digital para tráfego de dados em velocidades de até 8 megabits por segundo. A empresa, uma operadora de telefonia, instala um modem próprio para ADSL, que faz a conversão dos dados que chegam e saem pela linha telefônica. A velocidade é garantida por um processo digital avançado que comprime essa informação. A linha telefônica não fica ocupada porque o modem contém um *chip* chamado *splitter*, que separa voz e dados. Assim você pode fazer e receber ligações enquanto está navegando.

Auto atendimento: Sistema computadorizado que é capaz de resposta independente aos clientes, sem a necessidade de intervenção humana. Os menus mais sofisticados combinam conhecimento de voz e digitação de teclas de telefone (“*touch-tone options*”).

Back office: É a retaguarda da operação, um conjunto de soluções utilizadas para agilizar, controlar, analisar e automatizar os procedimentos de apoio à central de atendimento, sejam elas administrativas ou produtivas.

Behavior score: Análise do comportamento do cliente para então programar a abordagem que será adotada.

BI — Sigla do termo em inglês *Business Intelligence*, é o nome que se dá às ferramentas de software que permitem analisar as informações contidas numa base de dados inteligente e gerar relatórios analíticos capazes de orientar o processo de tomada de decisão. As ferramentas de BI são a base do CRM analítico.

BPO (*Business Process Outsourcing*) - terceirização de um processo de negócio de uma organização, que normalmente não faz parte de seu core business.

B2B (*Business-to-Business*) — Relacionamento entre empresas, normalmente realizado no ambiente da Internet e/ou dos extranets - redes privadas de comunicação criadas pelas empresas. Nos dois casos, em ambiente de colaboração, a operação B2B liga os fabricantes e fornecedores de produtos e serviços à totalidade de parceiros que compõem a chamada cadeia de negócios: provedores de insumos e matérias-primas, canais de distribuição, franquias, bancos, seguradoras, etc. O B2B diz respeito a operações no atacado.

B2C - (*Business-to-Consumer*) — Relacionamento entre empresas e clientes, normalmente realizado no ambiente Internet. Exemplos clássicos de B2C são as

lojas virtuais, que via web, vendem praticamente tudo, do CD aos cruzeiros marítimos, passando pelos produtos de informática, automóveis, calçados, roupas, utensílios domésticos e até projetos de decoração, entre outros. O B2C diz respeito a operações no varejo.

Caching: *caching* é o armazenamento local de conteúdo por *browsers* e Provedores de Acesso à Internet a fim de acelerar o acesso a *Web Sites*. O *Caching* tende a mostrar algumas estatísticas, como impressões de página, abaixo do número real (p.ex. mais páginas são visualizadas do que contadas) - assim os *Sites* têm mais acessos, e os anunciantes estão alcançando mais pessoas do que realmente mostram as estatísticas. Isso posto, como o *caching* afeta todos os *Sites* igualmente, pode ser ignorado quando se comparam estatísticas entre *Sites*.

Call Center/ Contact Center/ Telemarketing: Designações para centrais de atendimento destinadas ao contato com consumidores ou prospects, de forma ativa (ligação feita a partir da empresa para o cliente) ou receptiva (do cliente a empresa), usando telefone ou outros canais de comunicação. O termo mais abrangente é *Contact Center*, que inclui o contato por e-mail, fax, *chat* e Voz sobre IP, por exemplo.

Chamadas bloqueadas: número de tentativas de ligação não completadas por sinal de ocupado na linha ou no sistema.

CPM: CPM representa "Custo por mil" impressões. Um Site que cobrando R\$50 CPM cobra R\$50 para mostrar seu anúncio 1000 vezes.

CRM: Customer Relationship Management, que é a gerência do relacionamento com clientes. Representa a aproximação com os clientes através da percepção de suas particularidades, oferecendo-lhes um tratamento diferenciado.

CRM Analítico — A rigor, o termo seria uma redundância: não é possível promover o bom relacionamento com os clientes sem analisar as informações a respeito deles. De qualquer modo, a indústria de software chama de CRM analítico a solução capaz de cruzar as informações armazenadas numa base de dados e gerar relatórios (analíticos) que orientam a estratégia da empresa. O CRM analítico identifica, por exemplo, o cliente mais ou menos produtivo, mais ou menos fiel, e, ainda, entre outras coisas, hábitos de consumo conforme o sexo, a classe econômica, a faixa etária e a região.

CRM Colaborativo — Assim se define o software de CRM que permite concentrar, no mesmo ambiente, o atendimento da empresa aos vários públicos com os quais ela se relaciona: clientes, fornecedores, distribuidores e demais parceiros de negócios. A base de tudo é a integração dos sistemas que rodam em todos os departamentos da empresa, da retaguarda à central de atendimento.

CRM Operacional — CRM cujo objetivo é, basicamente, tornar mais ágil a relação da empresa com os clientes. Uma das aplicações é a automação da força de vendas, que permite tornar mais rápida, por exemplo, a emissão dos pedidos e entrega da mercadoria ou serviço.

CTI: *Computer Telephony Integration*. É um programa que faz integração entre sistemas de computadores e de telefonia.

Custo médio por ligação/contato: é o resultado da soma de todos os custos para operar o *call center*, dividido pelo número de chamadas recebidas no mesmo período, por todos os meios.

Custo por contato: custo total do *call center* dividido pelo número de ligações recebidas efetivadas

Custo por ligação: custo total do *call center* dividido pelo número total de ligações efetivas.

DAC:Distribuidor Automático de Chamadas. Sistema telefônico que atende as chamadas telefônicas, colocando-as numa fila de espera até que sejam distribuídas conforme as necessidades da operação, para os atendentes de uma central ou para as URAs.

Data Warehouse — Nome que se dá ao sistema que permite grande volume de dados, mas, principalmente, cruzá-los e transformá-los em informações de apoio à tomada de decisão. A *data warehouse* pressupõe o armazenamento e tratamento das informações de interesse da corporação inteira. Mas, na medida em que implica verdadeira revolução em termos culturais e organizacionais, as empresas costumam optar pela implantação em etapas, departamento por departamento, em geral começando pelo setor de *marketing*. À *data warehouse* que se circunscreve a determinada área, convencionou-se chamar de *data warehouse departamental* ou *data mart*.

Data Mining — Ao pé da letra, o termo pode ser traduzido como garimpagem de dados. A ferramenta de *data mining* permite localizar e extrair a informação de importância estratégica em meio a uma enorme massa de dados. É outro recurso importante no CRM analítico e, também, na construção de sistemas de *data warehouse*.

Discador Automático: Solução que permite a discagem automática de chamadas durante campanhas de Telemarketing ativo. Há a variante *predictive dialing*, que faz a discagem mediante avaliação do tempo médio previsto para as conversas e do número de PAs da operação.

DBM: *Data Base Marketing*. Trata-se de um conceito que relaciona as técnicas de marketing à melhor utilização de um banco de dados.

ERP : *Enterprise Resource Planning*, que se pode traduzir como planejamento de recursos da empresa, batiza os sistemas de gestão que permitem organizar os processos, nos departamentos ou em escala corporativa. Os sistemas de ERP cobrem as áreas de administração, finanças, compras, vendas, contas a pagar e a receber, recursos humanos, etc. e trabalham em estreita sintonia com os bancos de dados.

Fator de ocupação: é a porcentagem de tempo em que o operador está pronto para atender ligações em relação ao tempo total em que está no local de trabalho.

Front-end: Atendentes generalistas que fazem o primeiro contato e a triagem de ligações em operações de *help-desk*, para então repassar as ligações aos atendentes especializados.

Gerência de Trafego: Software que analisa e correlaciona o fluxo de ligações por atendentes, a previsão de pausas, os intervalos, as escalas, as ausências, a hora do maior movimento, o tempo médio de atendimento etc.

Gravador digital: Sistema que permite a gravação digital, *full-time* ou seletiva das ligações feitas ou atendidas na central, para garantir a segurança da operação e o acompanhamento da performance do operador.

Headset: Fone de ouvido com microfone utilizado pelos operadores. Mantém as mãos livres para digitação no computador.

Help Desk: Suporte o apoio técnico a serviços e produtos, que pode ser dado em vários níveis de complexidade, dependendo das necessidades do cliente.

Hits: *hits* é a mais mal usada estatística da propaganda na Internet. Um 'hit' significa transferência de um arquivo de um *Web Site*. Uma página típica contém elementos de vários arquivos: html, arquivos gráficos etc. Portanto, ao se visualizar a maioria das páginas na Internet, estarão sendo contados vários 'hits' - entre 1 e até 50 ou mesmo mais, dependendo do design da página. Por causa disto, 'hits' é o número mais alto encontrado nas estatísticas de um *Web Site*. Muitas pessoas erroneamente consideram um 'hit' igual a 'usuários únicos' ou 'sessão', mas um Site terá muito menos 'sessões' ou 'usuários únicos' do que 'hits'.

Hosts distintos: o número de computadores diferentes que acessaram um Site durante um período especificado. Esta estatística se assemelha bastante a usuários únicos e é muito mais fácil de se mensurar.

Impressões: cada vez que um anúncio é mostrado a um usuário é contada uma impressão. Assim 5 usuários, cada um vendo um anúncio equivale a 5 impressões, do mesmo modo que 1 usuário que vê 5 anúncios. Isto é semelhante à visualização de página mas para anúncios ao invés páginas.

Índice de Abandono: Porcentagem de ligações que foram abandonadas pelo cliente antes do atendimento, ainda na fila de espera, em relação ao total de ligações recebidas.

Índice de Retenção: Tempo médio de retenção do cliente no *Contact Center*, incluindo o momento do atendimento, o tempo de espera e o encerramento do contato.

Índice de satisfação: medida da percepção que o cliente tem em relação ao atendimento das suas expectativas com relação a uma empresa, produto ou serviço com quem tem um relacionamento como cliente.

Ligações abandonadas: ligações abandonadas pelo cliente antes de ser atendido pelo operador.

Marketing de Relacionamento — É a estratégia que, mediante ações específicas, se ocupa de aprimorar o relacionamento das empresas e instituições com os clientes e parceiros de negócios em geral.

Marketing Direto - Marketing One-to-One — É a estratégia pela qual a empresa planeja a ação de marketing rigorosamente de acordo com o perfil de cada grupo de clientes, expectativa e hábitos de consumo. O *marketing one-to-one* começa na segmentação dos públicos, mediante pesquisas e estudo de mercado, com ênfase na análise de comportamento dos consumidores.

Média do número de toques: número de toques do telefone que o consumidor ouve antes do atendimento, seja pelo operador ou pelo sistema.

Média percentual de presença: obtida com a divisão do número de operadores esperados para o trabalho e o número efetivo presente, em um determinado período.

Monitoria: Área do *Contact Center* que avalia o atendimento dos operadores, com a finalidade de garantir a qualidade do serviço.

Nível de serviço: Porcentagem de ligações atendidas dentro do tempo estipulado como aceitável. É um dos parâmetros de qualidade da central.

Número de ligações por hora: número de ligações efetivadas pelo operador por hora.

Off Shore: nome que se dá a uma operação de atendimento que cruza as fronteiras de um país. O modelo surgiu nos Estados Unidos na década passada, quando as empresas norte-americanas, vendendo seus produtos e serviços na extensão inteira dos continentes, começaram a contratar operadoras de *Call Center* multilíngües para atender os clientes. Normalmente, em cada continente, as multinacionais contratam serviços de *Off Shore* de uma só operadora, que, do país em que está localizada, fala com os clientes do cliente na região toda. Mas pode acontecer do serviço varrer mais de um continente.

Operador: é a pessoa responsável, por identificar as necessidades dos clientes, oferecendo a solução mais adequada de acordo com o objetivo, missão e valores da organização que representa.

É acima de tudo um ser humano que se relaciona com outros seres humanos, utilizando as técnicas e tecnologias disponíveis para o melhor desempenho desta da função.

Outsourcing: sinônimo de terceirização, aplica-se aos casos em que um serviço, de suma importância para a empresa, mas que não faz parte da atividade principal de negócios, se transfere para terceiros, uma empresa especializada. No

atendimento a clientes, exemplo típico é o outsourcing dos serviços relativos à operação de *Call Center*, cada vez mais desenvolvidos fora das empresas.

PA: Posição ou posto de atendimento. Consiste na instalação física (mesa, computador, *headset*) usada pelos operadores.

PABX - *Private Automatic Branch Exchange*: pode ser traduzido como central telefônica, capaz de completar as ligações de forma automática, sem intervenção humana.

Percentual de Conversação: percentual de contatos bem-sucedidos em relação a todos os contatos promovidos pela operação.

Performance de ligações ativas: medida de performance do operador em ligações ativas (ex. ligações por operador por turno / vendas por operador por turno). Pode ser obtido com o número total de ligações por período dividido pelo tempo total da operação conectada ao sistema de telefonia.

Posições de Transbordo: posições que recebem a transferência do excesso de chamadas a partir de uma outra central.

Rotação: quando você compra uma campanha com base em CPM, você normalmente especifica o número de impressões que deseja comprar, e por quanto tempo você gostaria que sua campanha se estendesse. Seus anúncios serão mostrados então em uma porcentagem do tempo, calculado para cobrir o número de impressões que você comprou no período especificado. Isto é conhecido como 'rotação' do seu anúncio pelo *Site*, ou colocar seu anúncio na rotação' (com outros anúncios).

Exemplo: Digamos que você contrata uma campanha de 50,000 impressões que você gostaria que durasse um mês. Se o *Site* tem um total de 500,000 impressões/mês, então em média, durante o mês de sua campanha, 10% dos anúncios mostrados no *Site* serão seus, e 90% serão aqueles de outros anunciantes.

SAC: Serviço de Atendimento ao Cliente: área do *Call Center* que atende dúvidas, sugestões, elogios, críticas e reclamações dos clientes por determinados serviços/ produtos prestados pela empresa.

Sala de descompressão: sala utilizada pelos operadores de *call center* para descanso.

SCM - *Supply Chain Management*: que se pode traduzir como gerenciamento da cadeia de suprimentos, é o conjunto de processos que permitem a uma empresa controlar um produto desde o recebimento da matéria-prima ou insumo empregado na fabricação dele, até a distribuição, passando pelas diversas fases da concepção, na linha de montagem.

Script: roteiro previamente preparado para orientar a conversa entre o operador de *call center* e o consumidor.

Sessões: uma sessão de usuário começa quando um usuário acessa um *Site*, e acaba quando o usuário ficou inativo por um período preestabelecido de tempo (normalmente 15 ou 30 minutos).

***Skill- based Routing*:** Roteamento das chamadas para grupo de operadores com conhecimentos ou habilidades específicas, de acordo com definições prévias para cada tipo de atendimento.

Taxa de abandono: medida das chamadas recebidas pelo *call center* e desconectadas por quem ligou, antes do atendimento pelo operador ou por qualquer outra razão pessoal ou técnica. Esta taxa mede-se pela porcentagem de chamadas abandonadas em relação às totais recebidas.

Taxa de abandono: qualquer ligação abandonada pelo cliente após ter contato com o operador, por qualquer razão (ligações abandonadas / total de ligações recebidas).

Taxa de alteração de equipe (*Turnover*): número de operadores que deixam a operação em relação ao total verificado no mesmo período, geralmente 1 ano.

Taxa de atendimento resolvido em uma única ligação: porcentagem de ligações que não exigem retorno ao *call center* ou retorno do operador ao cliente.

Taxa de conversão: Porcentagem das abordagens bem-sucedidas em relação a todos os contatos feitos.

Taxa de ligações registradas em fila: número de ligações em fila em relação ao total de ligações recebidas.

Taxa de ligações transferidas: porcentagem das ligações transferidas do operador original para outro.

Taxa de ocupação: tempo efetivo do operador no atendimento ou pós-atendimento em relação ao tempo total do seu turno de trabalho.

Taxa de presença: número de operadores por turno real / número de operadores por turno estimado. Tempo de uso da voz: tempo utilizado pelo operador falando com o cliente.

Taxa de utilização do operador: tempo total do operador (*talk time + hold time*) em atendimento em relação ao tempo total apurado em um turno de trabalho

Taxa média de presença: número total de operadores presentes ao trabalho em relação ao número esperado.

Tempo de abandono: medida de tempo, em segundos, antes do abandono da ligação.

Tempo de atendimento médio: obtido pela soma do tempo de contato com o tempo de pós-atendimento.

Tempo de contato: medida do tempo médio, em segundos, utilizado pelo operador no efetivo atendimento.

Tempo de espera: tempo em que o cliente espera pelo operador após contato com o *call center*.

Tempo de interrupção no atendimento: tempo médio (segundos) em que o operador em atendimento, interrompe o seu trabalho e mantém o cliente em espera.

Tempo médio de atendimento: tempo total (segundos/minutos) em que o operador esteve efetivamente conectado em atendimento.

Tempo médio de espera: duração média de tempo que o cliente espera antes de ser atendido

Tempo médio pós-atendimento: tempo tomado pelo operador para atividades complementares ao atendimento.

Tempo pós-atendimento: tempo médio (minutos/segundos) que o operador necessita para realizar tarefas administrativas relacionadas com o atendimento completado.

Thin Client: assim se chamam as soluções (*hardware* e *software*) que, mantendo a funcionalidade dos grandes sistemas, se destaca pelo tamanho reduzido.

TI - Information Technology: traduzido como Tecnologia da Informação, é o resultado do casamento de todos os recursos da informática e telecomunicações que permitem criar, armazenar e fazer circular a informação. Hoje a tecnologia da informação, que se sustenta nas placas inteligentes (*chips*) e avançadas soluções de *software*, está integrada à quase totalidade dos dispositivos, equipamentos e sistemas que o ser humano utiliza, em casa ou no escritório, para trabalhar ou entreter-se: computadores, impressoras, leitores ópticos, máquinas fotográficas, videocassetes, televisores, microondas, lavadoras, aparelhos telefônicos, secretárias eletrônicas e, entre outras maravilhas, os confortáveis controles remotos. A Internet, por exemplo, modernamente, é o mais revolucionário produto de TI. Hoje, difícil é dizer onde ela, tecnologia da informação, não está.

TMA: Tempo Médio de Atendimento: é a avaliação do tempo médio de duração de cada contato, obtido pelo quociente entre o total de minutos utilizados no atendimento e o total de ligações, num determinado período de tempo.

Turn- over: é definido pelo quociente entre número de operadores que deixam a empresa num determinado período de tempo (e cuja vaga precisa ser resposta) e o número de operadores que entraram na empresa no mesmo período.

URA: Unidade de Resposta Audível (em inglês *Interactive Voice Response*): sistema que faz o atendimento eletrônico da chamada, direcionando o cliente ao serviço desejado geralmente a partir da digitação de teclas para cada função.

Valor médio da venda: valor total das vendas realizadas em um período, dividido pelo número de ligações de vendas realizadas no mesmo período.

Velocidade média de atendimento: número total de ligações registradas em espera dividido pelo número total de ligações efetivamente atendidas.

Visitantes únicos: o número de pessoas diferentes que acessaram um *Web Site* durante um período especificado. Na prática é virtualmente impossível medir isto com precisão - até mesmo se todo usuário precisar estar logado, os usuários podem compartilhar *logins*. Muitos Sites contam os '*Hosts* distintos' e simplesmente os contam como 'usuários únicos' já que isso nos dá uma aproximação grosseira.

Visualização de página: uma impressão de página é contada quando uma única página é exibida a um único usuário.

Exemplo: Se um usuário visita um *Site* e vê 5 páginas, seriam contadas 5 impressões de página. Dois usuários que vêem 7 páginas cada, contaria como 14 impressões de página.

VoIP — Voz sobre IP: que serve para designar, numa rede de telecomunicações a transmitir sinais de voz, mediante uso do protocolo mais empregado na comunicação via Internet — o *Internet Protocol*, ou IP, acima definido.”

Fonte: ABT – Associação Brasileira de Telesserviços. 2015.

ANEXO

Exigências na norma NR-17 Anexo II – Checklist utilizado nas visitas e entrevistas.

A - MOBILIÁRIO DOS POSTOS DE TRABALHO

1 - Mesas, escrivaninhas, bancadas e superfícies de trabalho (devem proporcionar condições de boa postura, visualização e operação).

Requisito atendido:	Sim	Não
- Altura e características da superfície de trabalho compatíveis com o tipo de atividade, com a distância requerida dos olhos ao campo de trabalho e com a altura do assento.		
- Área de trabalho de fácil alcance e visualização pelo trabalhador.		
- Características dimensionais que possibilitem posicionamento e movimentação adequados dos segmentos corporais.		
- Para bancada SEM material de consulta: 75 cm (profundidade) X 90 cm (largura) e zonas de alcance manual de, no máximo, 65 cm de raio em cada lado.		
- Para bancada COM material de consulta: 90 cm (profundidade) X 100 cm (largura) e zonas de alcance manual de, no máximo, 65 cm de raio em cada lado.		
- Plano de trabalho com bordas arredondadas.		
- Superfície de trabalho regulável com intervalo de ajuste de altura de no mínimo de 13 cm, medidos de sua face superior, permitindo o apoio das plantas dos pés no piso.		
- O apoio do mouse localizado na mesma superfície do teclado, colocado em área de fácil alcance e com espaço suficiente para sua livre utilização.		
- Espaço sob a superfície de trabalho com profundidade livre mínima de 45 cm ao nível dos joelhos e de 70 cm ao nível dos pés.		
- Nos casos em que os pés do operador não alcançarem o piso, mesmo após a regulagem do assento, deverá ser fornecido apoio para os pés que se adapte ao comprimento das pernas do trabalhador, permitindo o apoio das plantas dos pés, com inclinação ajustável e superfície revestida de material antiderrapante.		

2 - Monitor de vídeo e teclado.

Satisfazer pelo menos um dos requisitos abaixo. Requisito atendido:	Sim	Não
- Monitor de vídeo e o teclado estão apoiados em superfícies com mecanismos de regulagem independentes.		
- Superfície regulável única para teclado e monitor com regulagem independente (mínimo de 26 cm no plano vertical).		

3 – Assentos.

Requisito atendido:	Sim	Não
- Altura ajustável à estatura do trabalhador e à natureza da função exercida.		
- Características de pouca ou nenhuma conformação na base do assento.		
- Borda frontal arredondada.		
- Encosto com forma levemente adaptada ao corpo para proteção da região lombar.		
- Apoio em 05 (cinco) pés, com rodízios cuja resistência evite deslocamentos involuntários e que não comprometam a estabilidade do assento.		
- Superfícies onde ocorre contato corporal estofadas e revestidas de material que permita a perspiração.		
- Base estofada com material de densidade entre 40 a 50 kg/m ³ .		
- Altura da superfície superior ajustável, em relação ao piso, entre 37 e 50 cm, podendo ser adotados até 03 tipos de cadeiras com alturas diferentes, de forma a atender as necessidades de todos os operadores;		
- Profundidade útil de 38 a 46 cm;		
- Borda frontal arredondada		
- Características de pouca ou nenhuma conformação na base		
- Encosto ajustável em altura e em sentido antero-posterior, com forma levemente adaptada ao corpo para proteção da região lombar; largura de, no mínimo, 40 cm e, com relação aos encostos, de no mínimo, 30,5 cm.		
- Apoio de braços regulável em altura de 20 a 25 cm a partir do assento, sendo que seu comprimento não deve interferir no movimento de aproximação da cadeira em relação à mesa, nem com os movimentos inerentes à execução da tarefa.		

4 - Para trabalho que necessite também da **utilização dos pés**. Sim () - Não ()

Requisito atendido:	Sim	Não
- Pedais e demais comandos para acionamento pelos pés com posicionamento e dimensões que possibilitam fácil alcance, bem como ângulos adequados entre as diversas partes do corpo do trabalhador, em função das características e peculiaridades do trabalho a ser executado.		

5 – **Suporte para os pés** - Para as atividades em que os trabalhos devam ser realizados sentados, a partir da análise ergonômica do trabalho, poderá ser exigido suporte para os pés, que se adapte ao comprimento da perna do trabalhador

Requisito atendido:	Sim	Não
- Há indicação de uso de suporte para os pés, segundo análise ergonômica do trabalho.		
- O suporte para pés deve estar adaptado ao comprimento da perna.		
- Nos casos em que os pés do operador não alcancem o piso, mesmo após a regulagem do assento, deverá ser fornecido apoio para os pés que se adapte ao comprimento das pernas do trabalhador, permitindo o apoio das plantas dos pés, com inclinação ajustável e superfície revestida de material antiderrapante.		

B - EQUIPAMENTOS DOS POSTOS DE TRABALHO

Requisito atendido:	Sim	Não
- Fornecimento gratuito de conjuntos de microfone e fone de ouvido (<i>headset</i>).		
- <i>Headset</i> de uso individual.		
- Caso o <i>headset</i> seja fixo para o posto de atendimento, as partes que permitem qualquer forma de contágio ou risco à saúde são de uso individual.		
- É permitida a alternância do uso das orelhas ao longo da jornada de trabalho.		
- Substituição dos <i>headsets</i> sempre que apresentarem defeitos ou desgaste devido ao uso.		
Os <i>head sets</i> têm garantidas pelo empregador a correta higienização e as condições operacionais recomendadas pelos fabricantes.		
Pronta substituição dos <i>headsets</i> quando situações irregulares de funcionamento forem detectadas pelo operador.		
Dispositivos de operação e controles de fácil uso e alcance.		
Ajuste individual da intensidade do nível sonoro e dispor de sistema de proteção contra choques acústicos e ruídos indesejáveis de alta intensidade, garantindo o entendimento das mensagens.		
Os monitores de vídeo proporcionam corretos ângulos de visão e ser posicionados frontalmente ao operador, e são dotados de regulagem que permite o correto ajuste da tela à iluminação do ambiente, protegendo o trabalhador contra reflexos indesejáveis.		
Toda introdução de novos métodos ou dispositivos tecnológicos que traga alterações sobre os modos operatórios dos trabalhadores é alvo de análise ergonômica prévia, prevendo-se períodos e procedimentos adequados de capacitação e adaptação.		

C - CONDIÇÕES AMBIENTAIS DE TRABALHO

Requisito atendido:	Sim	Não
- Níveis de ruído de acordo com o estabelecido na NBR 10152, norma brasileira registrada no INMETRO, observando o nível de ruído aceitável para efeito de conforto de até 65 dB(A) e a curva de avaliação de ruído (NC) de valor não superior a 60 dB.		
- Índice de temperatura efetiva entre 20° e 23°C.		
- Velocidade do ar não superior a 0,75 m/s.		
- Umidade relativa do ar não inferior a 40%.		
- Segundo avaliação subjetiva, o local de trabalho é dotado de condições acústicas adequadas para conversação telefônica?		
- Segundo avaliação subjetiva a climatização do ambiente tem distribuição homogênea das temperaturas e fluxos de ar?		
- Os trabalhadores têm acesso aos equipamentos de medição de temperatura e umidade do ar.		
- Atendimento ao Regulamento Técnico do Ministério da Saúde sobre "Qualidade do Ar de Interiores em Ambientes Climatizados", com redação da Portaria MS n.º 3.523, de 28 de agosto de 1998		
- Atendimento aos Padrões Referenciais de Qualidade do Ar Interior em ambientes climatizados artificialmente de uso público e coletivo, com redação dada pela Resolução RE n.º 9, de 16 de janeiro de 2003, da ANVISA - Agência Nacional de Vigilância Sanitária, ou outra que a venha		

substituir, à exceção dos parâmetros físicos de temperatura e umidade.		
- As instalações das centrais de ar condicionado, especialmente o <i>plenum</i> de mistura da casa de máquinas, não são utilizadas para armazenamento de quaisquer materiais.		
- A descarga de água de condensado não mantém qualquer ligação com a rede de esgoto cloacal.		

D - ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO

Requisito atendido:	Sim	Não
- Organização do trabalho é feita de forma a não haver atividades aos domingos e feriados.		
- Um dia de repouso semanal remunerado coincidente com o domingo a cada mês.		
- Escalas de fins de semana e de feriados são especificadas e informadas aos trabalhadores com a antecedência.		
- Os empregadores levam em consideração as necessidades dos operadores na elaboração das escalas laborais que acomodem necessidades especiais da vida familiar dos trabalhadores com dependentes sob seus cuidados, especialmente nutrízes, incluindo flexibilidade especial para trocas de horários e utilização das pausas.		
- A duração das jornadas de trabalho somente poderá prolongar-se além do limite previsto nos termos da lei, conforme dispõe o Artigo 61 da CLT, realizando a comunicação à autoridade competente, prevista no §1º do mesmo artigo, no prazo de 10 dias.		
- Em caso de prorrogação do horário normal, será obrigatório um descanso mínimo de 15 minutos antes do início do período extraordinário do trabalho, de acordo com o Artigo 384 da CLT.		
- O contingente de operadores é dimensionado às demandas da produção no sentido de não gerar sobrecarga habitual ao trabalhador.		
- O contingente de operadores em cada estabelecimento é suficiente para garantir que todos possam usufruir as pausas e intervalos.		
O tempo de trabalho em efetiva atividade de teleatendimento/telemarketing é de, no máximo, 06 (seis) horas diárias, nele incluídas as pausas, sem prejuízo da remuneração.		
A prorrogação do tempo previsto no presente item só será admissível nos termos da legislação, sem prejuízo das pausas previstas neste Anexo, respeitado o limite de 36 (trinta e seis) horas semanais de tempo efetivo em atividade de teleatendimento/telemarketing.		
Para o cálculo do tempo efetivo em atividade de teleatendimento/telemarketing são computados os períodos em que o operador encontra-se no posto de trabalho, os intervalos entre os ciclos laborais e os deslocamentos para solução de questões relacionadas ao trabalho.		
Para prevenir sobrecarga psíquica, muscular estática de pescoço, ombros, dorso e membros superiores, a empresa permite a fruição de pausas de descanso e intervalos para repouso e alimentação aos trabalhadores.		
As pausas são concedidas fora do posto de trabalho.		
Pausas em 02 períodos de 10 minutos contínuos.		
Pausas após os primeiros e antes dos últimos 60 minutos de trabalho em atividade de teleatendimento/telemarketing.		
Intervalo para repouso e alimentação de 20 minutos.		
Para tempos de trabalho efetivo de teleatendimento/telemarketing de até 04 horas diárias, é observada a concessão de 01 pausa de descanso		

contínua de 10 minutos.		
As pausas para descanso têm registro impresso ou eletrônico e estão disponíveis para fiscalização e para os trabalhadores.		
A empresa permite que os operadores saiam dos seus postos de trabalho a qualquer momento da jornada para satisfazer as necessidades fisiológicas, sem repercussões sobre suas avaliações e remunerações.		
Nos locais de trabalho, é permitida a alternância de postura pelo trabalhador, de acordo com suas conveniência e necessidade.		
Os mecanismos de monitoramento da produtividade não são utilizados para aceleração do trabalho e, quando existentes, estão disponíveis para consulta pelo operador, a seu critério.		
A utilização de procedimentos de monitoramento por escuta e gravação de ligações ocorre somente mediante o conhecimento do operador.		
As prescrições de diálogos de trabalho não exigem que o trabalhador forneça o sobrenome aos clientes, visando resguardar sua privacidade e segurança pessoal.		

E - CAPACITAÇÃO DOS TRABALHADORES

Requisito atendido:	Sim	Não
Todos os trabalhadores de operação e de gestão recebem capacitação que proporcione conhecer as formas de adoecimento relacionadas à sua atividade, suas causas, efeitos sobre a saúde e medidas de prevenção.		
Carga horária da capacitação de 04 horas na admissão e reciclagem a cada 06 meses.		
A capacitação ocorre durante a jornada de trabalho		

F - CONDIÇÕES SANITÁRIAS DE CONFORTO

Requisito atendido:	Sim	Não
Boas condições sanitárias e de conforto		
Sanitários separados por sexo.		
Local para lanche.		
Armários individuais dotados de chave para guarda de pertences.		
Disponibilidade irrestrita e próxima de água potável.		
Ambiente confortável para descanso e recuperação durante as pausas, dimensionados em proporção adequada ao número de operadores usuários, onde estão disponíveis assentos, facilidades de água potável, instalações sanitárias e lixeiras com tampa.		

G - PROGRAMAS DE SAÚDE OCUPACIONAL E DE PREVENÇÃO DE RISCOS AMBIENTAIS

Requisito atendido:	Sim	Não
O Programa de Controle Médico de Saúde Ocupacional - PCMSO, além de atender à NR 7, reconhece e registra os riscos identificados na análise ergonômica.		
O empregador fornece cópia dos Atestados de Saúde Ocupacional e cópia dos resultados dos demais exames.		
O empregador implementou um programa de vigilância epidemiológica para detecção precoce de casos de doenças relacionadas ao trabalho		

comprovadas ou objeto de suspeita, que inclui procedimentos de vigilância passiva (processando a demanda espontânea de trabalhadores que procure serviços médicos) e procedimentos de vigilância ativa, por intermédio de exames médicos dirigidos que incluem, além dos exames obrigatórios por norma, coleta de dados sobre sintomas referentes aos aparelhos psíquico, osteomuscular, vocal, visual e auditivo, analisados e apresentados com a utilização de ferramentas estatísticas e epidemiológicas.		
No sentido de promover a saúde vocal dos trabalhadores, os empregadores implementaram:	a)	
a) modelos de diálogos que favoreçam micropausas e evitem carga vocal intensiva do operador;	b)	
b) redução do ruído de fundo;	c)	
c) estímulo à ingestão frequente de água potável fornecida gratuitamente aos operadores.		
As ações e princípios do Programa de Prevenção de Riscos Ambientais – PPRA são associados àqueles previstos na NR-17.		

H - PESSOAS COM DEFICIÊNCIA

Requisito atendido:	Sim	Não
Para as pessoas com deficiência, o mobiliário dos postos de trabalho é adaptado para atender às suas necessidades, e estão disponíveis ajudas técnicas para facilitar sua integração ao trabalho.		
As condições de trabalho, incluindo o acesso às instalações, mobiliário, equipamentos, condições ambientais, organização do trabalho, capacitação, condições sanitárias, programas de prevenção e cuidados para segurança pessoal levam em conta as necessidades dos trabalhadores com deficiência.		