

Everybody hates call centers

- Digite 1 para..., 2 para..., ..., 9 para falar com um de nossos atendentes.
- Todos os atendentes estão ocupados. Tempo máximo para ser atendido: 1 minuto.
- (20 minutos depois...)
- Esta ligação estará sendo gravada.
- Quer anotar o número de seu

protocolo?
(e a conversa começa...)
(depois de passar por umas 4 pessoas diferentes com variáveis níveis de exaltação e reconfirmar os mesmos dados para cada uma delas e perceber que ninguém resolveu seu problema, você quer responder àquela avaliação de atendi-

mento que lhe teria sido anunciada no início da ligação mas que não aparece mais como opção a ser utilizada...)

Certamente, muitos dos leitores têm uma série de histórias para contar sobre os tais call centers (côl centers, a pronúncia supostamente correta).

Por força de legislação específica, esforços e investimentos têm sido envidados em prol de serviços pós-venda. Entretanto, para aqueles que ainda não perceberam, grande parte desses serviços é terceirizada, ou seja, se você liga naquele 0800 da empresa XYZ, não necessariamente você estará falando com alguém efetivamente vinculado à empresa XYZ. Nada contra a terceirização em geral mas são muito frequentes os casos em que o atendente muitas vezes até com um sotaque regional bem distinto do seu começa a ler uma resposta ou mesmo um comunicado genérico que deve estar aparecendo na tela de um monitor de computador.

Temos que sempre tentar enxergar o lado bom das coisas... Sim, canais de comunicação pós-venda são uma novidade para nosso país; por outro lado, a baixa qualidade no atendimento pós-venda pode sim comprometer e muito a imagem da empresa XYZ (que pode ser uma con-

cessionária de serviços, uma loja de departamentos, um fabricante de equipamentos etc.) que entende que essa terceirização está significando uma enorme economia: o pós-venda pode se tornar caro por demais.

Outra preocupação: em matéria assinada por Alexandre Salvador e publicada na revista *Veja* do fim de semana passada (edição 2.243 que tem o 'Pereirão' na capa), faz-se destaque ao fato de os call centers estarem se tornando a porta de entrada no mercado de trabalho para quase 1 milhão de jovens brasileiros. Segundo a matéria, cinco de cada dez funcionários do setor têm entre 18 e 25 anos, e oito em cada dez estão abaixo dos 35 anos. Entretanto, segundo a mesma reportagem, 'a porta de saída não é muito estreita', sendo os baixos salários e a falta de perspectiva de crescimento na carreira as principais razões para uma taxa de rotatividade que ultrapassa os 10% ao mês. Ainda, há o estresse do contato direto com o consumidor que normalmente vai reclamar de algo que faz com que sinais de síndrome de pânico ou mesmo de depressão sejam bastante recorrentes entre os atendentes de call centers.

Temos muitas preocupações relacionadas à formação de nossas gerações fu-

turas. Se a escolha de uma carreira profissional não é tarefa das mais triviais, a escolha dos primeiros empregos pode também implicar sérios desafios.

Via de regra, o principal atributo considerado e avaliado numa proposta de emprego é o salário a ser recebido. Entretanto, junto com um bom salário (se possível...), acompanham a qualidade do ambiente de trabalho, um plano de carreira bem definido, a localidade/cidade em que esse trabalho venha a ser desenvolvido etc.

O exemplo dos call centers, sim, pode ser emblemático mas não é único. O jovem profissional, recém-formado, chega com um entusiasmo enorme para literalmente vestir a camisa da empresa, para se sentir orgulhoso do trabalho que faz. Procura sempre por (aquele raro) reconhecimento de seu chefe.

O ambiente de trabalho saudável não pode ser imposto meramente por força de legislações específicas. Deve ser uma conquista de uma sociedade integrada e planejada no curto, médio e longo prazos.

José Vicente Caixeta Filho é piracicabano e poderá estar recebendo e-mails relacionados tanto a esse artigo quanto a outros assuntos em josecaixeta@terra.com.br



JOSÉ VICENTE CAIXETA FILHO

