



Utilizar a IVR para alcançar e capacitar mais mulheres em Moçambique

19 Janeiro 2023

Por: [TechnoServe](#)



Utilizar o IVR para alcançar e capacitar mais mulheres em Moçambique

O programa Women IN Business (WIN) centrou o seu trabalho no sector dos media para melhorar a imagem das micro empreendedoras femininas e difundir informação sensível ao género, para que as mulheres adquiram a confiança e informação de que necessitam para iniciar e expandir os seus negócios, e as atitudes dos homens em relação às mulheres mudarão para melhor.

Como parte das suas iniciativas mediáticas, WIN utilizou a Interactive Voice Response (IVR) como uma forma de divulgar conteúdos relevantes para o empoderamento económico das mulheres a micro empreendedoras e homens. Este blog reflecte sobre a eficácia da IVR como instrumento de disseminação de informação, destacando resultados e lições aprendidas para informar a decisão sobre se é ou não um investimento apropriado para uma empresa ou organização.

IVR é um sistema telefónico automatizado que permite aos utilizadores acederem à informação utilizando um sistema de resposta de voz que reproduz mensagens e menus pré-gravados. Esta informação é acessível em qualquer altura através de um número de telefone gratuito. No momento da intervenção do WIN, o serviço 3-2-1 da Viamo (serviço IVR seleccionado pelo WIN) estava disponível apenas para os utilizadores da Vodacom. No entanto, durante 2022 o serviço também se tornou disponível para os utilizadores Tmcel e espera-se que esteja disponível para os utilizadores Movitel no início de 2023.

Em comparação com a rádio e a televisão, IVR é uma plataforma dirigida pelo utilizador, o que significa que os utilizadores têm de procurar activamente a informação a que têm acesso, enquanto as audiências de rádio e televisão são normalmente mais passivas. Além disso, os utilizadores de IVR podem controlar ou gerir o tempo de transmissão da informação, dado que a informação é acessível em qualquer altura e podem optar por ser expostos a tantos episódios quantos quiserem ao mesmo tempo. Dadas estas características, WIN quis testar este canal uma vez que estes factores poderiam ajudar a criar um maior impacto.

WIN transmitiu no IVR uma versão abreviada de três minutos dos 26 episódios da radionovela Janete, que segue a personagem de Janete, uma mulher empreendedora e inspiradora que navega nos desafios do crescimento de um negócio e da limitação das normas de género. WIN também transmitiu 26 episódios curtos do programa de rádio e televisão Escola do Agricultor, onde as boas práticas agrícolas são partilhadas com uma perspectiva de género.

Com esta parceria, WIN procurou alcançar micro-empreendedoras com um rendimento de dois a cinco dólares por dia. No final de 2021, Janete IVR tinha alcançado aproximadamente 7.000 mulheres de baixos rendimentos e 11.000 homens de baixa renda em Moçambique.

Embora isto possa ser considerado um bom alcance dentro da média de 15.000 a 30.000 utilizadores mensais que Viamo tem em Moçambique, quando comparado com a dimensão global da população moçambicana ou o alcance de Janete noutros canais utilizados (por exemplo, o programa da Rádio Janete atingiu aproximadamente 38.000 mulheres de baixa renda e 148.000 homens de baixa renda), o alcance ainda poderia ser maximizado. Isto poderia ser alcançado através de uma maior sensibilização para a IVR em Moçambique, através de spots radiofónicos ou televisivos e outras formas de publicidade.

No entanto, o impacto global da radiodifusão IVR foi relativamente bem-sucedido, apesar da menor audiência.

Fonte dos Media	Mulheres economicamente empoderadas	Mulheres que Adoptaram Novas Práticas de Negócios
Janete IVR	14%	20%
Escola do Agricultor IVR	6%	14%

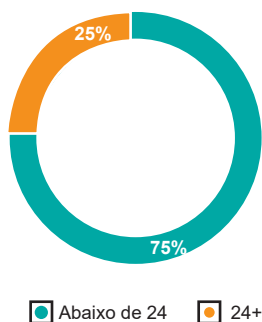
Note: %s out of total reach of the show

WIN aprendeu várias lições com o piloto do IVR:

- É necessário um investimento para promover os serviços de IVR entre o grupo alvo em Moçambique. A plataforma de Viamo envia uma mensagem SMS quando é carregado um novo episódio que ajuda a manter os actuais utilizadores de Viamo, mas não ajuda a aumentar a audiência global de Viamo em Moçambique. Sem um investimento promocional, o programa do programa depende inteiramente da base de clientes actuais ou outros clientes de Viamo que decidam fazer este investimento para aumentar o alcance do seu programa.
- Em relação à audiência atingida, foram reportados números máximos logo após os episódios terem sido carregados.
- De acordo com a linha do WIN, as mulheres ouviram em média menos episódios do que os homens. Isto pode dever-se a: níveis mais baixos de propriedade do telefone, menor disponibilidade para ouvir conteúdos, e/ou maior sensibilidade ao limite de episódios gratuitos.
- A maioria dos utilizadores de Viamo em Moçambique são agricultores. No entanto, Janete tinha um alcance maior do que o conteúdo da Escola de Agricultores. Isto pode ser porque os utilizadores querem ouvir conteúdos que estão fora das suas actividades diárias e utilizar a plataforma mais para entretenimento do que para educação.
- Enquanto a informação foi disponibilizada em três línguas locais, para além do português, aproximadamente 60-70 por cento dos utilizadores ouviram o conteúdo em português, sugerindo que aqueles que têm exposição a IVR e possuem um telefone são mais alfabetizados.
- Seguem-se observações sobre o perfil dos utilizadores de IVR:

Usuários da Viamo por idade

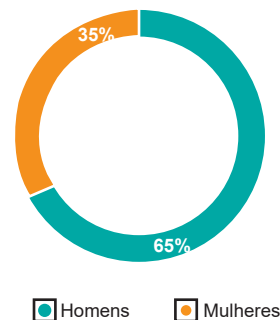
Fig 1



Os principais usuários de Viamo em Moçambique parecem ser as gerações mais jovens, com 75 por cento dos usuários com menos de 24 anos.

Usuários da Viamo por Género

Fig 2



A maioria dos utilizadores de Viamo em Moçambique são homens, sendo responsáveis por cerca de 65% dos usuários.

Usuários da Viamo por localização geográfica

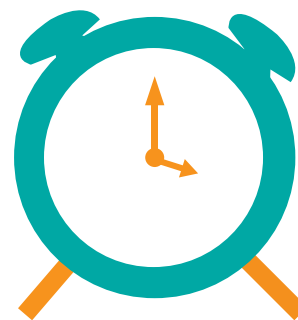
Fig 3



Os utilizadores estavam relativamente dispersos geograficamente, mas a maioria vive nas províncias de Maputo, Sofala e Nampula, o que pode estar relacionado com o facto de Viamo ter actividades de campo nestas províncias

Período de tempo de acesso ao conteúdo

Fig 4



As mulheres que utilizaram o serviço de Viamo acederam na sua maioria ao conteúdo da Escola do Agricultor das 6-10 da manhã e das 16-20 da noite.

- Em relação à medição e monitoria de dados, a plataforma Viamo é capaz de fornecer algumas métricas interessantes, tais como o número de episódios que cada utilizador ouviu num dado mês. Também permite aos utilizadores completar inquéritos através de mensagens gravadas automaticamente que os inquiridos respondem utilizando o seu teclado, mas isto tem um alcance e capacidade limitados. São permitidas algumas perguntas abertas, às quais os utilizadores respondem utilizando a sua voz; embora isto permita o aprofundamento de alguns conhecimentos, o envolvimento é inferior ao de outras perguntas fechadas e pode levar alguns utilizadores a desistir do inquérito antes da sua conclusão, uma vez que não compreendem como responder a elas.
- Várias estratégias podem ser utilizadas para envolver os inquiridos no inquérito, nomeadamente dando-lhes incentivos para responderem ao inquérito ou comunicando antecipadamente que serão chamados a participar. Para garantir a participação das mulheres, as chamadas para os inquéritos devem considerar as rotinas particulares das mulheres e os melhores momentos para as alcançar. Viamo testou vários horários até ser atingido o número desejado de mulheres.

Se uma organização ou empresa procura implementar IVR, há alguns pontos-chave a ter em mente:

1. Deve garantir que o orçamento é claro e detalhado, indicando exactamente quem será responsável por cada fase do progresso.
2. Identificar que operadores de redes móveis estão integrados com os fornecedores de serviços.
3. Viamo é apenas uma plataforma de difusão, pelo que é da exclusiva responsabilidade do programa ou organização desenvolver e produzir todo o conteúdo antes de poder ser carregado e difundido em plataformas IVR.
4. Ter todo o conteúdo pronto de uma só vez para carregamento, uma vez que o fornecedor de serviços pode cobrar um extra por cada carregamento.
5. A conversão de episódios de rádio para IVR leva algum tempo, especialmente se tiverem uma duração menor ou se também estiverem a ser utilizadas versões na língua local.
6. Para Viamo, o tempo mínimo de disponibilidade do conteúdo em linha é de seis meses.
7. As organizações que utilizam IVR devem decidir antecipadamente um plano de divulgação de episódios, por exemplo, quantos episódios serão divulgados a cada semana ou mês
8. Planeie utilizar outras plataformas de meios de comunicação simultaneamente para expandir o seu alcance e divulgar ainda mais o seu conteúdo.