

ESPECIAL CONSUMIDOR.GOV

Pacto entre marcas e Governo ainda levanta dúvidas sobre efetividade e transparência da plataforma



clienteSA



Ano 13 // nº 141 // setembro 2014 // R\$ 9,90 // www.clientesa.com.br



HELISSON LEMOS
MERCADOLIVRE

Com foco em cliente e inovação, empresa aposta na vanguarda do e-commerce

EXPERIÊNCIA

QUALIDADE DE DADOS **QIBRAS**

Grande volume de informações só tem valor se tiver qualidade

TENDÊNCIA **MOBILE**

Aplicativos de SAC entregam experiência diferenciada de relacionamento

g grube
editorial

O que esperar?

Nova plataforma on-line pretende garantir a transparência nas relações de consumo. A dúvida é até que ponto o Consumidor.gov não será prejudicial às empresas quanto ao excesso de exposição e interferência do Governo Federal



Nicolau Camargo,
da Magazine Luiza

Vilão ou mocinho? A pergunta ainda está longe de poder ser respondida. Defendida como plataforma inovadora na busca pelo direito do cliente e na melhoria do seu relacionamento com empresas, pouco se sabe sobre como será o funcionamento efetivo do Consumidor.gov, portal lançado em versão beta desde junho e prestes a entrar em sua versão definitiva. Fruto de uma parceria entre a Secretaria Nacional do Consumidor do Ministério da Justiça, Senacon, os Procons estaduais e municipais e

“ Não acredito que possa ser prejudicial, principalmente, para quem está efetivamente focado na qualidade dos serviços.”



empresas cadastradas, o site estatal foi lançado com o intuito de agilizar os processos de resoluções de conflito, fazendo que seja uma etapa mais direta entre clientes e empresas. Para Juliana Pereira, secretária Nacional do Consumidor do Ministério da Justiça, a nova plataforma vai além do que apenas mais um canal de reclamações. “O Consumidor.gov é inovador, porque é uma primeira ação que une Procon, Governo Federal e empresas. O nosso pacto com as marcas é que vai ter uma parte de transparência, com todos os dados sobre reclamações dos consumidores”, explica.

“A vantagem tanto para o cliente quanto para a empresa é ter um canal de conciliação direto e transparente.”

se seis mil cidades, então, tem muito brasileiro que gostaria de resolver os seus problemas de defesa do consumidor, mas não conseguia”, declara. Ou seja, faz parte também entre as metas da plataforma conseguir diminuir a demanda dos Procons brasileiros, bem como da justiça. Além de ajudar a diminuir os gastos gerados por meio dos processos, como explica a secretária: “hoje, o conflito está muito caro, o Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro fez uma pesquisa e uma ação no Juizado Especial tem custo fixo para o Poder Judiciário de R\$ 1400, fora todo o custo que envolve para empresa e para o consumidor. Sendo que às vezes a demanda da reclamação custa R\$ 500. É uma conta que não dá para fechar nunca.”

As empresas que receberem as



Ricardo Floresta,
da Claro

reclamações terão um prazo de 10 dias para a resolução da queixa, caso não façam, os Procons, que trabalharão como gestores do site, poderão entrar em contato com as

O projeto, de certa forma, teve início há uma década, segundo Juliana, quando foi criado um software integrando os 400 Procons que existem no país, para o acompanhamento das reclamações. A partir dos dados obtidos, foi elaborado o Indicador Público de Defesa do Consumidor, em que as empresas que mais recebiam reclamações assumiam o compromisso de diminuir tais demandas. Desse projeto, veio a ideia de criar o site, no qual os cidadãos têm a oportunidade de poder reclamar, independente da região do país que estejam. “Nós temos no Brasil 800 Procons e qua-

PERFIL DO CONSUMIDOR QUEM JÁ RECLAMOU

Gênero

Feminino	3.280	34,3%
Masculino	6.272	65,7%

Faixa Etária

até 20 anos	295	3,09%
até 21 a 30 anos	2.926	30,63%
até 31 a 40 anos	3.109	32,55%
até 41 a 50 anos	1.711	17,91%
até 51 a 60 anos	969	10,14%
até 61 a 70 anos	425	4,45%
mais de 70 anos	117	1,22%

Fonte: Senacon/Agosto



José Júlio Pereira,
da Whirpool

“ É uma plataforma que favorece as relações de consumo e acelera a solução do atendimento.”

marcas, a fim de saberem a razão pelo não atendimento. “Podemos também detectar algumas condutas, para que possamos atuar como órgão de Defesa do Consumidor, porque a plataforma trabalha a educação e prevenção do consumo, bem como alguma distorção do mercado, na qual tenha que reforçar uma ação educativa ou outra medida que está no âmbito dos Procons”, conta Selma do Amaral, diretora de atendimento do Procon-

SÓ O COMEÇO

CONSUMIDOR.GOV EM NÚMEROS

- 18.549 consumidores cadastrados
- 9.552 reclamações registradas
- 127 empresas já credenciadas
- 52 empresas em fase de credenciamento
- 16 unidades da federação já atendidas (AC, AL, AM, BA, DF, ES, GO, MA, MT, MS, MG, PR, PE, RO, RJ, SP)

Fonte: Senacon/Agosto

SP, acrescentando que o envolvimento das instituições federais será somente nesse sentido de acompanhamento e manutenção - nenhuma multa ou taxa serão cobradas sobre os fornecedores. Mas, assim como para as empresas, a plataforma é um meio opcional também para os Procons. “O Consumidor.gov é uma proposta de um meio alternativo de solução de conflitos. Os Procons permanecem com os seus canais adicionais de atendimento”, aponta. Além disso, os órgãos do Governo ainda vão trabalhar na construção de índices no site, a partir dos dados recebidos, a fim de mostrar quais são as marcas que atenderam mais rápido, que mais resolveram queixas, que melhor atendem, entre outros.

Diante dessa busca, Paulo Roberto Rossi, presidente da Associação Brasileira de Administradoras de Consórcios, **Abac**, encara a plataforma como mais um meio das empresas mostrarem aos consumidores que estão a disposição para a resolução de conflitos e que prezam pela transparência. “Entendemos que a busca por referências e informações nas mídias sociais é uma realidade que



Carlos Rey,
do Santander

“ A plataforma nos traz a oportunidade de revitalizar a confiança do nosso cliente.”

estimula a concorrência e o aperfeiçoamento das práticas de mercado. Por isso, entendemos que a exposição é positiva”, afirma. Junto a esta ideia está Guilherme Freire, diretor de relações institucionais da Associação Brasileira das Empresas Aéreas, Abear, que considera o portal como mais um item de atendimento que as empresas possuem. “Ele se integra aos canais internos já existentes dedicados a esse fim, vitais para a melhoria permanente

da qualidade dos serviços prestados e avaliação da satisfação dos clientes”, aponta. Na avaliação dele, como regra geral para toda e qualquer empresa ou organização, a exposição das impressões por parte dos clientes não deve ser vista como um problema, mas sim como uma oportunidade para o aprimoramento.

O QUE DIZEM AS EMPRESAS?

Essa visão já vem sendo compartilhada pelas 127 empresas que já se cadastraram voluntariamente no Consumidor.gov. “Sabemos que os problemas são inerentes a qualquer tipo de negócio, porém, diferenciamos a atitude de cada empresa perante suas dificuldades”, afirma Nicolau Camargo, gerente de geral de atendimento do Magazine Luiza. Por essa razão que o executivo vê a participação dos fornecedores como positiva, ao contrário dos que temem pela maior exposição delas. “Não acredito que possa ser prejudicial, principalmente, para quem está efetivamente focado na qualidade dos serviços”, acrescenta.

A ideia da plataforma é ainda incentivar a competição entre as marcas pelo bom atendimento, já que os clientes poderão utilizar o site como meio de consulta sobre determinada marca antes de uma

“A exposição das impressões não deve ser vista como problema, mas como oportunidade de aprimoramento.”

compra ou contrato de algum serviço, o que é positivo na opinião do diretor de serviços ao cliente e operações da Claro, Ricardo Floresta. “A vantagem tanto para o cliente quanto para a empresa é ter um canal de conciliação direto e transparente, sendo supervisionado pelo Governo”, complementa. Assim, será um jeito mais fácil para a empresa analisar sua posição e quais decisões tomar para melhorar a experiência do comprador. No caso da Claro, Floresta conta que ela já apresenta o melhor índice de resolução entre as empresas de telefonia móvel e grupo de telecomunicações, com 80%. “Isso demonstra a preocupação da empresa com a experiência e satisfação dos clientes.”

Acredita-se, ainda, que as organizações que participarem da ferramenta sairão ganhando quanto à agilidade que os processos poderão



ser resolvidos, como aponta José Júlio Pereira, vice-presidente de manufatura, serviços ao consumidor, peças e qualidade da Whirlpool Latin America. “É uma plataforma que favorece as relações de consumo e acelera a solução do atendimento.” Sem contar a possibilidade

PERFIL DAS RECLAMAÇÕES SEGMENTO DAS EMPRESAS

Telecomunicações	4.639	48,57%
Serviços Financeiros	1.961	20,53%
Produtos de telefonia e informática	1.672	17,50%
Produtos Eletrodomésticos e Eletrônicos	667	6,98%
Demais Produtos	299	3,13%
Demais Serviços	78	0,82%
Saúde	73	0,76%
Transportes	58	0,61%
Turismo/Viagens	53	0,55%
Alimentos	27	0,28%
Água, Energia, Gás	21	0,22%
Habitação	4	0,04%

Fonte: Senacon/Agosto



Juliana Pereira,
da Senacon

“ É uma primeira ação
que tem o Procon, o
Governo Federal e as
empresas, todos juntos.”

dos empreendedores poderem medir o quanto é aceito determinado serviço ou produto ou a forma como a companhia vem se relacionando com os compradores. “O feedback direto do consumidor, por meio da avaliação, é visto como uma oportunidade de ajustar processos e ter um atendimento cada vez mais robusto e capaz de aumentar ainda mais a satisfação de nossos consumidores.” Para conseguir fazer do portal mais um meio

de análise do trabalho com o consumidor, a Whirlpool, que já está cadastrada, formou uma equipe especializada somente em atender o cliente no novo canal e, ainda, uni-lo com os outros canais já existentes das marcas da empresa.

Ao contrário do que imaginam, que participaram apenas as empresas que possuem problemas no Procon e procuram reverter tal imagem negativa, Carlos Rey, vice-presidente executivo de estratégia e assuntos corporativos do Santander, conta que a escolha do banco em participar do Consumidor.gov, mesmo com 85% das chamadas feitas por clientes no SAC tendo respostas e soluções no momento do atendimento, foi por investir justamente em mais uma forma de atender o cliente. “A plataforma nos traz a oportunidade de revitalizar a confiança do nosso cliente. Os clientes querem um banco mais simples, próximo e confiável, que atenda as necessidades básicas, seja acessível, tenha qualidade e relação custo-benefício adequada, por isso, entendemos que essa nova plataforma nos dá mais uma oportunidade de dialogar com o consumidor.”

Por outro lado, a empresa também não pode pensar no Consumidor.gov como uma ferramenta definitiva de gestão e esquecer os outros canais, pois de nada valerá o esforço. A resolução de problemas poderá ser ineficaz e a imagem continuará problemática. A questão é conseguir conciliar os meios institucionais com o portal do Governo. “O possível descuido de um dos canais de atendimento pode ser um verdadeiro gol contra”, alerta Daniel Pondé, diretor comercial da Mony Mony. Outro fator de atenção, que Pondé destaca



Selma do Amaral,
do Procon-SP

“ O Consumidor.gov é
uma proposta de um
meio alternativo de
solução de conflitos.”

é a razão pela qual as marcas devem participar. “Elas não podem pensar na vantagem que terão, mas no benefício do cliente. Pois, quem melhor que o cliente para apontar se a sua atuação está em linha às expectativas que ele possui em relação ao negócio?”, indaga.

MAS, CALMA...

Ao mesmo tempo em que há os defensores do Consumidor.gov, há os que ainda preferem esperar mais

um tempo para ver seu funcionamento completo e maciço. Um deles é o sócio do escritório Mendes Barreto e Souza Leite Advogados e especialista em direito empresarial, Luiz Guilherme Mendes Barreto, que acredita que o site só trará resultados satisfatórios para todos se for bem trabalhado. “É positivo, porque se a empresa for correta, séria e tem a intenção de melhorar o atendimento ao consumidor, a plataforma tem função de aproximação”, completa. Entretanto, ele ressalta que, se a empresa já tem o compromisso do bom relacionamento, a boa experiência não deve ser garantida por meio do site. “Se a empresa tem uma efetividade no trato com o cliente, prefiro que ela evite algum tipo de tratamento das pessoas, nas questões que envolvem o direito do consumidor, em um site como o Consumidor.gov.”

A cautela do especialista está justamente no sentido de que o Consumidor.gov ainda é um site novo para se ter certeza sobre a sua credibilidade e de como as informações geradas poderão ser utilizadas para o benefício das empresas. Os indicadores da plataforma, ao mesmo tempo em que irão servir como ferramenta de gestão, também poderão prejudicar a imagem institucional, já que será comparada com as outras marcas. Da mesma forma que ainda é cedo para afirmar como

“É uma experiência de entrega de serviço e comodidade, que traz fidelização e melhor percepção de atenção.”

o Governo fará uso dessas informações. Ainda que digam que os dados apenas servirão como base de pesquisa para os próprios clientes, que saberão como as marcas estão posicionadas no site, é preciso manter cuidado quanto à quantidade de informações que terão em mãos, segundo Barreto. “Preocupa-me muito o ponto desses indicadores estarem na mão do Governo, porque ele pode ser muito bem ou mal utilizado. Quando você dá um poder de informação grande, como pretende ser o Consumidor.gov, ele sendo mal utilizado é prejudicial às empresas.” Isso, porque, o fato de responder ou não à uma reclamação não quer dizer que o cliente foi bem ou mal atendido e, junto, há o risco de que a empresa seja prejudicada, possa inclusive levar uma multa sem chance de defesa.

Assim, antes de assumir uma posição afobada entrando na plataforma de qualquer jeito, é preciso



Luiz Guilherme Barreto,
da Mendes Barreto e
Souza Leite Advogados

ter calma. “Eu me posiciono, hoje, para os meus clientes que ainda é cedo para aderir ao site e começar a trabalhar com ele como ferramenta de gestão. Se ele ganhar musculatura e provar que vai ser benéfico, aí sim tem que entrar e buscar por mais conhecimentos”, finaliza. 

PERFIL DAS RECLAMAÇÕES CANAL UTILIZADO NA COMPRA

Telefone	2.961	31,00%
Loja física	2.373	24,84%
Não comprei / contratei	1.842	19,28%
Internet	1.786	18,70%
Domicílio	360	3,77%
Ganhei de presente	133	1,39%
Stand, feiras e eventos	75	0,79%
Catálogo	22	0,23%

Fonte: Senacon/Agosto