

**MINISTÉRIO DA JUSTIÇA**  
**SECRETARIA NACIONAL DO CONSUMIDOR**  
**Coordenação-Geral de Estudos e Monitoramento de Mercado**

## **Produto 3**

**Edital 02/2022 – Desenvolver estudos e procedimentos administrativos de sanção, modernização do SAC e dosimetria de multas com referências nacionais e internacionais. (UNESCO- Ministério da Justiça).**

Projeto 914BRZ5018 - Direito do Consumidor na Sociedade do Conhecimento-Desenvolvimento de estudos e procedimentos administrativos de sanção, modernização do SAC e dosimetria de multas com referências nacionais e internacionais.

**Consultor: Gilberto Luis Vianna Gonçalves**

**Outubro de 2023**

## Glossário e acrônimos

AIR	Análise de Impacto Regulatório
ANPD	Autoridade Nacional de Proteção de Dados
ARR	Análise do Resultado Regulatório
CI	Consumers International - Associação global de entidades de direito de defesa do consumidor presente em mais de 100 países.
CONJUR	Conselho Nacional de Justiça
CRM	Customer Relationship Managment
INMETRO	Instituto Nacional de Metrologia Qualidade e Tecnologia
LGPD	Lei Geral de Proteção de Dados.
Procon	Fundação de Proteção ao Consumidor
RAC	Resolução Alternativa de Conflitos
SAC	Serviço de Atendimento ao Consumidor
SENACON	Secretaria Nacional do Consumidor
SINDEC	Sistema Nacional de Informação de Defesa do Consumidor.
SNDC	Sistema Nacional de Defesa do Consumidor.
URAs	Unidade de Resposta Automática

## SUMÁRIO

<b>1. Sumário.....</b>	<b>3</b>
<b>2. Compromisso com o leitor .....</b>	<b>4</b>
<b>3. Forma de implementação pelas empresas.....</b>	<b>8</b>
<b>4. Forma de implementação pela Administração Pública.....</b>	<b>12</b>
<b>5. Indicadores para monitoramento e avaliação dos resultados.....</b>	<b>18</b>
<b>6. Diálogo com a Lei Geral de Proteção de Dados.....</b>	<b>24</b>
<b>7. Considerações finais .....</b>	<b>26</b>
<b>8. Referências Bibliográficas .....</b>	<b>28</b>

## **2. Compromisso com o leitor**

### **Situando o leitor acerca do conteúdo e da lógica deste relatório.**

#### **O que é este Relatório Produto 3:**

É um relatório que se destina a atender o Termo de Referência do Projeto 914BRZ5018 - Direito do Consumidor na Sociedade do Conhecimento que prevê o desenvolvimento de estudos e procedimentos administrativos de sanção, modernização do SAC e dosimetria de multas com referências nacionais e internacionais. E será focado basicamente no desafio de implementação da metodologia proposta de regulação dos SACs.

#### **O que cabe ser esclarecido ao leitor:**

- 1) **Que a Metodologia proposta é basicamente calcada no diálogo e na plena interação entre os entes do SNDC**

Foi relatado no Relatório Produto 2, que um dos grandes problemas para a aperfeiçoamento do direito do Consumidor, não reside na ausência de legislação, pois conforme relatado, legislação há, o que precisa haver é uma harmonização das relações entre os entes envolvidos bem como uma definição clara dos seus respectivos papéis de forma a evitar lacunas ou sobreposições.

Tanto lacunas quanto sobreposições poderiam favorecer os fornecedores (empresas), e desta forma não contribuir para aproximar os objetivos dos consumidores e fornecedores. Então uma unificação do entendimento do arcabouço jurídico faz-se necessário para uma pavimentação de expectativas que favorecerá o diálogo e permitirá uma melhora das relações consumeristas.

#### **Por que a necessidade de diálogo?**

Porque esta edição do decreto nº 11.034 de 2022 (cujo artigo 15, reformula a forma de funcionamento dos SACs) que permitiu uma atualização do decreto nº 6.523 de 2008, não esgota o assunto, e sendo mais específico, apenas introduz as dificuldades que são reais e necessárias de parametrização do funcionamento dos SACs.

#### **Por que a necessidade de diálogo? > pelo empoderamento do consumidor**

É bem provável que se verifique avanços para o consumidor, a partir da permissão do uso de diversos canais para acessar o SAC - atualização esta, que se fez necessária a luz da disponibilidade das novas tecnologias e das mudanças de comportamento do consumidor delas advindas -, mas, para se colher tais avanços será necessário tanto a realização de diversas rodadas de diálogo entre os entes do SNDC, quanto adição e principalmente customização de camadas de treinamento e tecnologia e também de empoderamento dos SACs para que seus atendentes possam perseguir a satisfação do consumidor (resolutividade da demanda).

Esta questão da resolutividade foi a grande evolução permitida pelo decreto nº 11.034, uma vez que empoderou o consumidor para que, ele próprio, possa julgar se está ou não plenamente atendido, isto é, se sua demanda realmente foi encaminhada de forma a resolver a sua necessidade. Este empoderamento é reforçado ainda pela facilidade permitida pelo uso multicanal dos SACs, pois através deste atendimento multicanal os consumidores acessarão os SACs, na ferramenta, meio ou plataforma de sua conveniência.

**Por que a necessidade de diálogo? > pela necessidade de entendimento, em consenso, ou o mais próximo disto, das obrigações dos fornecedores a luz do novo decreto nº 11.034**

Visando equilibrar as relações Consumidor-fornecedor, faz necessário agora um detalhamento de como se dará esta adaptação dos SACs, para incluir tanto os serviços / plataformas multicanais quando tornar operacional a métrica de resolutividade.

São dois desafios grandes, sendo o primeiro, mais tecnológico e de recursos (financeiros e humanos), e o segundo mais relacional e que pressupõe rodadas de negociação e exposição de motivos, até que se obtenha um denominador comum, crível, verificável e aceitável que possa ser de fato adotado pelas empresas.

**Quais pontos merecem atenção quando se analisa o comportamento dos fornecedores:**

- 1) As empresas gastam milhões/bilhões de reais em marketing, mas muitas usualmente não entregam o que apregoam entregar. (isto precisa ser monitorado). Daí o número de queixas e litígios ser tão grande.
- 2) O grande prejuízo da robotização, não reside apenas na ótica do desemprego, mas em se tratando do SAC, que é o assunto em tela, reside na falta de opção adequada no menu das URAs, para de fato se corrigir o problema ou prover a solução que o consumidor precisa. Ou seja, os robôs, economizam dinheiro das empresas (ok, uma prerrogativa delas), mas na prática afastam ou quase impedem que o consumidor seja de fato bem atendido.

E é isto que precisa ser corrigido, mas deixando claro que o atendimento humano não é garantia de solução das demandas do consumidor, a garantia na verdade só virá quando as empresas alterarem a sua forma de comportamento, e se aproximarem mais da verdade, simplicidade e transparência. Aí sim talvez se tenha um grau maior de harmonização na relação fornecedor-consumidor. O que será necessário para as empresas trilharem este caminho, não é, de fato, uma resposta simples e trivial, mas serão abordadas aqui neste relatório sugestões e propostas objetivas neste sentido.

- 3) Cabe considerar que a robotização do atendimento não é plenamente aceita por parte da população, em especial os idosos, os analfabetos, e as pessoas portadoras de necessidades especiais, tais grupos precisam ser atendidos de forma menos automatizada, e isto será tratado aqui em detalhes neste relatório produto 3. E por não ser plenamente aceita por parte da população é obvio que a robotização (do jeito e forma que vem sendo aplicada) se traduz na deficiência do atendimento do consumidor.
- 4) Ninguém quer desacelerar no mundo de hoje, porém, muitas vezes o que se observa, no mundo corporativo, é que mudanças são apenas cosméticas, (não de função, não de conteúdo, e não de facilidade), de serviços e produtos são apenas formas de confundir ou até mesmo iludir o consumidor menos atento, sem necessariamente agregar algo útil em troca, aqui é um assunto complexo, polêmico e muitas vezes controverso, mas que dialoga também com o super endividamento do consumidor, a partir de uma necessidade irracional de modernização e diferenciação que as empresas alteram o comportamento do consumidor via sucessivas ofertas de novos produtos ou serviços, fazendo-o comprar produtos que ele, a princípio, não precisaria de fato. (isto está correlacionado ao item 1, acima, gastos de marketing, “ilusórios”).

**Por que a necessidade de diálogo? > pela necessidade de entendimento por parte do regulador (Governo, agências reguladoras, SENACON, etc), que quanto mais simples e alinhadas as regras e leis, mais claro deve ser o entendimento delas, e menor deve ser o espaço ou “área cinza”, para as empresas (fornecedores), descumprirem ou alegarem não entendimento.**

O governo deve fazer a sua parte, e neste sentido, o melhor a fazer é eliminar redundâncias e superposições (*overlaps*) e deixar claro para o consumidor, para o fornecedor, e para a sociedade como um todo, que clareza e princípios simples só ajudam no atendimento e observância das regras.

Tal tarefa não é simples nem será indolor, posto que irá incomodar interesses e conquistas estabelecidas, e irá pressupor muita costura política, mas é necessária se quisermos avançar rumo a um atendimento melhor dos direitos do consumidor. Não há como querer fiscalizar, punir, imputar culpa ou responsabilidade nos fornecedores, se o governo não fizer a sua parte ou o seu dever de casa.

Então, o diálogo entre entes do governo, deve preceder um arranjo que permita ao menos um entendimento de “quem pode o que”, e “quem não pode o que”, e qual a relação de interdependência e complementariedade existe de fato entre órgãos, e instituições.

Não adianta ter uma rede de Procons, se não há formalmente uma integração entre eles, bem como entre eles e os demais órgãos de governo, pois estas lacunas, ou falta de sincronia acabam por se traduzir em perda, onde o principal prejudicado, é o consumidor. Este enfraquecimento decorrente da falta de harmonização e sincronia acaba por prejudicar o sistema e impede uma evolução mais consistente das relações consumeristas.

Sendo mais assertivo na questão do dimensionamento e forma de atendimento do consumidor, temos aqui que, para os serviços regulados, as agências reguladoras devem entrar em sintonia e sincronia com a SENACON, e espelhar tanto sua base de dados, quanto permitir que haja uma convergência de canais de demanda dos consumidores aos quais: Governo, empresas e consumidores precisam ter acesso, sendo que este acesso precisa ser fácil, ágil, sem barreiras.

Esta convergência e espelhamento, conforme já descrito no Relatório Produto 2, permitirá a criação de uma base comum, a qual, a partir de sua análise, proverá subsídios para o correto e efetivo dimensionamento dos SACs em termos de funcionamento e efetividade.

### **Por que isto?**

Porque já está evidenciado que querer imputar aos fornecedores a responsabilidade, ônus e custo de ter um SAC talvez superdimensionado não funciona e é uma disfunção, há que se ter mais diligência e sabedoria para recomendar, ou exigir o que de fato poderá trazer contribuições mais efetivas a evolução das relações consumeristas.

O governo precisa então se redimensionar e principalmente racionalizar a sua estrutura, para que as determinações aos fornecedores no que tange ao dimensionamento dos SACs, sejam claras, inequívocas e simultaneamente sejam flexíveis para contemplar a alteração (para cima e para baixo) da resolutividade prevista no decreto nº 11.034. isto porque embora o desejado seja que os fornecedores sigam sempre evoluindo e tratando cada vez melhor o consumidor, há que se prever ou contemplar situações nas quais haja uma necessidade mais efetiva de ajustes de conduta, de forma a se respeitar o direito do consumidor.

Cabe ainda mencionar que este dimensionamento dos SACs, não deve, na visão deste consultor, ser igualitário para todas as empresas e todos os setores, e o calibre de tais ajustes estará ponderado pelo volume, efetividade, gravidade das demandas, avaliações dos consumidores, conforme prega o decreto nº 11.034.

E ele não deve ser igualitário porque o decreto nº 11.034, ao prever o uso multicanal para o registro de demandas, não pode (e não conseguiria caso tentasse fazê-lo) e, portanto, não deve querer prever uma taxa de utilização por canal, de forma a obrigar as empresas a dotarem suas estruturas com base em uma posição dimensão estimada pelo regulador. O propósito aqui é que os consumidores escolham o canal de atendimento de sua conveniência, os fornecedores devem fazer adaptações nas suas estruturas de SAC, de sorte que o acesso do consumidor ao SAC seja sempre facilitado.

Não cabe esgotar o assunto acerca de um eventual desvirtuamento do decreto nº 11.034, na determinação da estrutura do SAC, bastando afirmar que o que se propôs o decreto nº 11.034, foi empoderar o consumidor, e deslocar o foco da utilidade do SAC da celeridade e disponibilidade para a efetividade ou seja a solução de fato do problema apontado pelo consumidor, sendo que a estrutura necessária para este correto atendimento por parte dos fornecedores não foi determinada, e deverá ser debatida até que se chegue a denominador comum (que ainda poderá mudar ao longo do tempo).

Feitas estas considerações iniciais e relativizações para situar o leitor, iremos a seguir tratar dos tópicos determinados pelo Termo de Referência que abordarão exatamente estes assuntos, de forma mais didática e por participante: Fornecedores, Consumidores e governo.

### **3. Forma de implementação pelas empresas**

#### **Passo 1 - Espelhamento de demandas do consumidor**

Já foi abordado no Relatório Produto2, que a SENACON pode não ter acesso as demandas dos consumidores.

Para contornar esta restrição a solução proposta é que a SENACON, passe a ter ciência e conhecimento das demandas do consumidor, de forma a poder melhor avaliar o desempenho das agências reguladoras, e dos fornecedores dos setores que cada agência fiscaliza.

**A forma de fazê-lo poderá ser o uso da plataforma consumidor.gov.br**, via espelhamento de dados, para que mais entes tenham acesso as demandas dos consumidores – no seu agregado – isto é grandes números, e de posse da criação e da evolução desta base de dados comum, tais entes possam sugerir (ou obrigar, caso a lei assim o permita) ajustes nos SACs de cada empresa, bem como sugerir a cada agência reguladora que melhore sua fiscalização, e, se constatado que o rol de empresas que ela fiscaliza está descumprindo, ou desrespeitando os direitos do consumidor, tanto as agências reguladoras, quanto alguma instância do SINDEC e SENACON, poderá(ão) propor medidas corretivas/punitivas.

Cabe esclarecer que não deve haver um desejo prévio de punir, e sim de esclarecer ou disciplinar o comportamento dos fornecedores, para que haja, de fato, uma evolução das relações consumeristas. Há que se manter firmeza, mas também temperança e responsabilidade para se preconizar ou estabelecer medidas que surtam o efeito certo, na dose certa e em tempo hábil. Este desafio não é pequeno.

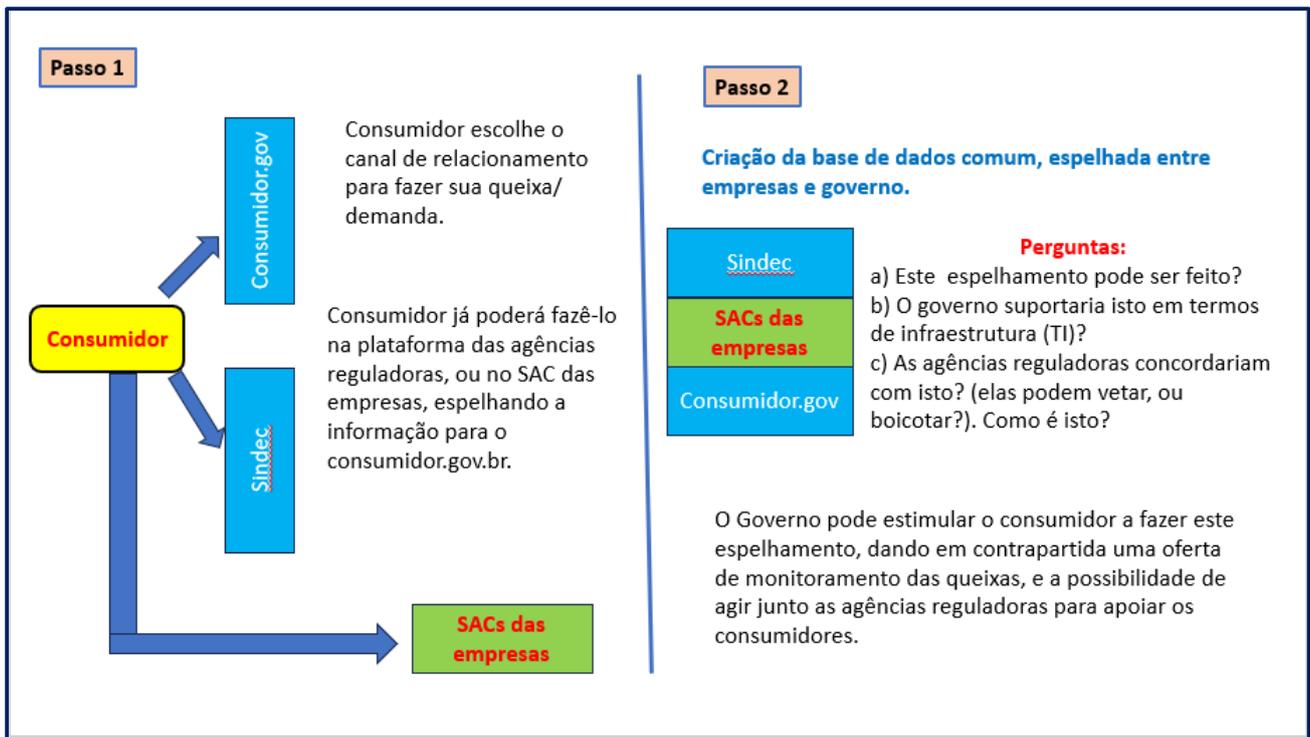
As empresas vão ter que se aparelhar e estudar para convergir a estrutura atual de canal de atendimento (seja ela própria ou terceirizada) para fazer esta mudança de paradigma indo da celeridade e disponibilidade para a efetividade multicanal do atendimento. Esta adaptação do foco dos SACs irá requerer algum tempo, treinamento e recursos financeiros.

Não se sabe - neste estágio atual - do que as empresas terão mais receio: a) se de consumidores arranharem a imagem corporativa delas, via uso (relatando queixas) nas redes sociais, ou b) se na readequação dos seus SACs, visando adaptá-lo a diretriz de efetividade da solução, ou resolutividade prevista no decreto nº 11.034.

O ideal é estimular um processo de conscientização para que os fornecedores respeitem o direito do consumidor de forma plena e perene, mas é pueril achar que isto de dará apenas de forma espontânea, pois é pouco provável.

E como não há uma métrica pronta, pré-estabelecida de estrutura (tamanho, horário, e de qualificação dos funcionários) de funcionamento dos SACs que assegure, ou ao menos se aproxime da ideal, a solução será medir (pelo volume ponderado das queixas e pelo índice de resolutividade multicanal, canal a canal) daí a necessidade de espelhamento da base de dados.

A seguir são apresentados slides, que explicam como seria esta criação da base de dados comum (das queixas dos consumidores) e o que deve ser feito pelas empresas para a modernização dos SACs, fruto da implementação do decreto nº 11.034.



O que temos acima é: o consumidor faz sua queixa ou demanda, no canal de relacionamento mais adequado ou conveniente a ele, e esta demanda é espelhada para viabilizar a criação de uma base de dados comum.

As perguntas formuladas no passo 2, precisam ser respondidas para que a viabilidade desta base de dados comum esteja permitida. Mas a despeito disto, caso as empresas apresentem alguma resistência, isto não impede o governo de estimular os consumidores a usarem a plataforma “consumidor.gov.br”, para espelharem ou registram suas demandas/queixas.

Será necessário apenas que o governo se dote, ou amplie investimentos na plataforma “consumidor.gov.br”, (infraestrutura de TI, e gente para “minerar” isto é analisar a evolução da base de dados), e caso haja de fato convergência, este poderá ser um trabalho a 4 ou 6 mãos (SENACON, Agências reguladoras, empresas).

O governo (SENACON) deve estreitar relacionamento com as agências reguladoras além de contribuir para aparar eventuais arestas regulatórias, bem como orientar as agências a aperfeiçoarem seu trabalho de regulação e fiscalização, a partir da análise desta base de dados a ser criada e gerenciada.

As empresas precisarão treinar pessoal e disponibilizar os canais de atendimento (para efetivar o atendimento multicanal), e investir em TI e gerenciamento de dados, para que o omnichannel passe a ser uma realidade, isto levará a geração de empregos, (de qualificação de média e alta), mas estas contratações podem não ser detectadas diretamente empresa a empresa dado a prática de terceirização/quarteirização, então a geração de emprego pode ocorrer em empresas prestadoras de serviço para o fornecedores finais. (o que é mais provável).

### Passo 3



Se este espelhamento puder ser feito, o passo seguinte é monitorar a real oferta dos SAC em relação a todos os canais de atendimento.

### Passo 4

**Monitorar a resolutividade por canal de atendimento, e por empresa, e em seguida por setor regulado.** Cada agência reguladora terá que monitorar e informar qual a resolutividade por setor, por fornecedor e por canal.

Canais de atendimento	Agência reguladora				
	fornecedor A	fornecedor B	fornecedor C	fornecedor D	fornecedor E
	% Efetividade / resolutividade				
Internet (e-mail)					
rede social (a)					
rede social (b)					
rede social (c)					
telefone (humano)					
Robos (chatbot)					
Atendimento presencial					
outros					

Monitorando a efetividade vai se ter uma base comparativa e partir da análise da resolutividade teremos indícios de:

Monitorar a efetividade canal a canal (de atendimento) será um desafio interessante, e uma forma de entender melhor tanto as necessidades do consumidor, quanto a agilidade e o comportamento das empresas, em um cenário otimista permite prever que muitas empresas vão se beneficiar deste aprendizado, para corrigir práticas que geram queixas, cancelamentos de produtos e perda de receita.

Viabilizada a implementação dos multicanais de atendimento (incluindo infraestrutura e pessoal adequadamente treinado), o próximo desafio será proceder a uma análise criteriosa da efetividade, isto é da taxa de resolutividade, e não será surpresa se nos depararmos com resultados que apontem muita discrepância de resolutividade entre canais, isto poderá ser mais atribuído ao nível de escolaridade/conhecimento dos usuários de tal canal (tanto os consumidores, quanto os atendentes do SAC) do que propriamente a tecnologia ou lógica do canal de atendimento em si. Cabendo tanto aos fornecedores quanto ao Governo/SENACON, apontar discrepâncias e orientar ajustes.

De forma a termos um nivelamento (ou equivalência) de resolutividade entre os canais – o que é importante sob a ótica da lei (portanto desejável), e do princípio de não deixar ninguém para trás (leave no one behind), as empresas deverão tanto adotar práticas que gerem menos conflitos (tais como evitar: vender e não entregar o combinado, fazer de forma premeditada e mal intencionada a depreciação tecnológica de serviços, e promover diversas e frequentes alterações de pacotes e planos para confundir o consumidor), e fazer cartilhas educativas para orientar o consumidor. Isto poderá contribuir para o aperfeiçoamento das relações consumeristas.

Mas estas disparidades de resolutividade por canal de atendimento se verificadas, poderão ser objeto de propostas corretivas por parte dos reguladores e fiscalizadores, mas principalmente devem ser objeto de discussão nas empresas, que poderão realizar “campanhas educativas de esclarecimento”, para nivelar o entendimento dos seus consumidores explicando a funcionalidade dos serviços e produtos.

#### Passo 5

Esta base comparativa nos permitirá:

- 1) Saber a efetividade (taxa de resolução por canal de atendimento).
- 2) Entender as diferenças de resolutividade pode dar indícios sobre perfil de atendentes, e canais mais efetivos.
- 3) Com algum prazo de análise dado o histórico de queixas, já dá para ter inferências entre estrutura do SAC X resolutividade. E o decreto no 11.034 prevê isto, medições periódicas, para avaliação se está funcionando a contento ou não.
- 4) As agências reguladoras, com a visibilidade pela SENACON, poderão então adotar medidas mais embasadas visando aperfeiçoar pode ser

#### Passo 6

Montar um cardápio educativo de punições às empresas, mas respeitando suas características e o momento de cada setor, é uma tarefa importante a ser feita com calma e de forma criteriosa.

E é por isto que só as agências reguladoras poderão julgar isto, ou seja a adequação ou não de estruturas de SAC, face ao índice de queixas, taxa de congestionamento por canal de atendimento, índice de resolutividade por canal de atendimento.

Há que se ter uma fase de adaptação das empresas frente às novas exigências, bem como uma fase de aprendizado comum, onde todos participam, contribuem e observam a efetividade.

O que não dá para ter é falta de dados e falta de transparência, e nem a existência de leis/diretrizes contraditórias, é necessário que o arcabouço jurídico esteja (com todos os entes) na “mesma página”.

Regular com inteligência e propósitos claros é o que fará o direito consumerista evoluir no Brasil, o ideal é ensinar ao consumidor a se educar, e o estado fica com a função de fiscalizar as empresas.

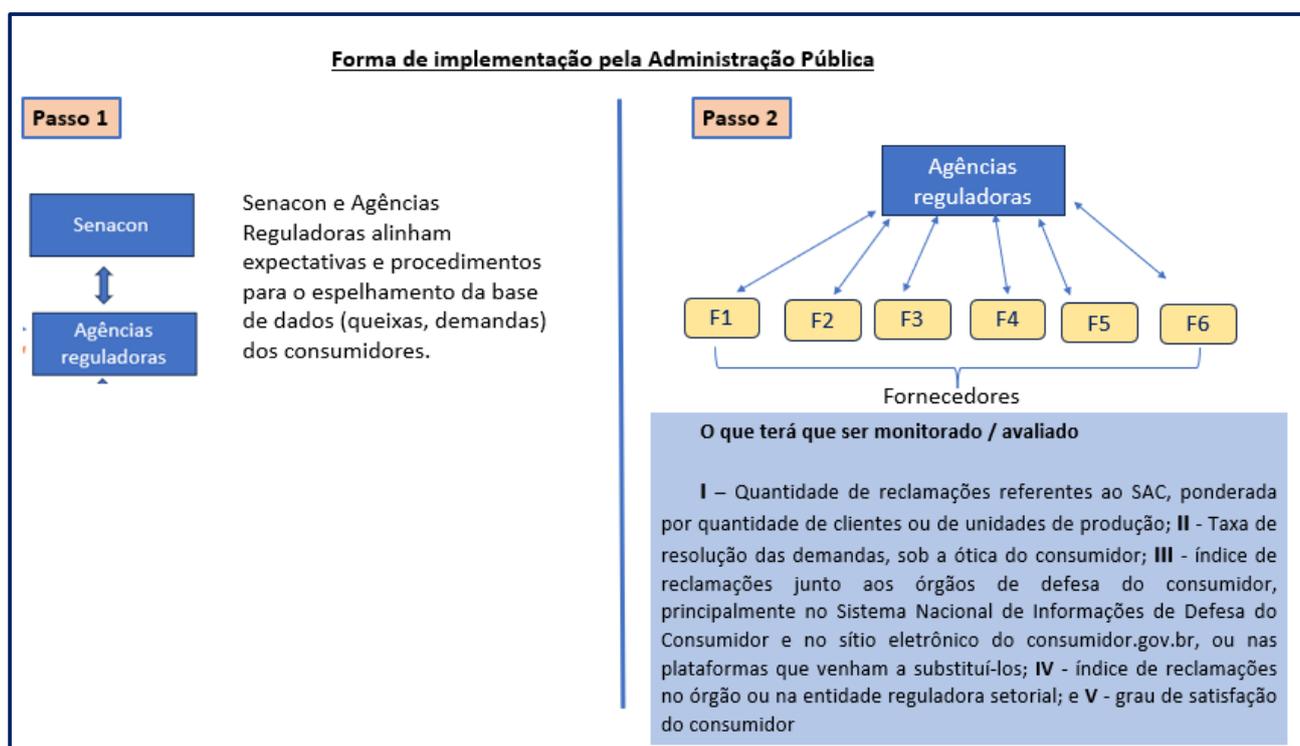
Como o decreto N° 11.034 já prevê revisões tanto da metodologia quanto de ferramenta de acompanhamento da efetividade o dimensionamento do SACs, em função de aferições periódicas de no mínimo uma vez ao ano, conforme artigo 15, inciso 2, então a recomendação de criar uma base ( banco de dados) espelhada poderá ser o início da solução para que se avance em direção ao determinado pelo decreto N° 11.034, e conforme já determinado no mesmo decreto, há a possibilidade de se estabelecer horário de atendimento telefônico por humano superior ao previsto no inciso I do **caput** do art. 5º que é de 8 horas diárias para os fornecedores (empresas) que não obtiverem uma avaliação positiva do seu SAC na solução das demandas do consumidor.

Veremos a seguir a forma de implementação pela administração pública da ferramenta de acompanhamento da efetividade proposta e dos pré-requisitos necessários.

## 4. Forma de implementação pela Administração Pública

A primeira etapa de implementação da ferramenta de acompanhamento da efetividade pela administração pública, é o promover o estreito diálogo entre os entes regulatórios, bem como promover uma unificação do entendimento dos papéis e funções de cada um dos entes que compõem o sistema regulatório, e sendo mais assertivo promover um pleno alinhamento e diálogo constante entre as agências reguladoras e a SENACON.

Sobre as agências reguladoras, conforme determinado pela lei nº 13.848, de 25 de junho de 2019, no seu capítulo 1, artigo 6, “A adoção e as propostas de alteração de atos normativos de interesse geral dos agentes econômicos, consumidores ou usuários dos serviços prestados serão, nos termos de regulamento, precedidas da realização de Análise de Impacto Regulatório (AIR), que conterá informações e dados sobre os possíveis efeitos do ato normativo”, então cabe indagar a cada agência sobre a AIR de cada setor, para que, a partir da leitura e interpretação desta análise, a SENACON possa colher subsídios que auxiliem na avaliação e julgamento do direito do consumidor.



Para que se obtenha os 5 índices ou indicadores a serem monitorados (mencionados acima no passo 2, no retângulo azul) é importante que as empresas participem e se engajem nesta iniciativa, em especial compartilhando dados do seus SACs.

Os entes do SNDC, também poderão complementar esta análise dos dados da base espelhada de forma a prover contribuições a partir da experiência de seu corpo técnico, então: Procons, entidades civis de defesa do consumidor, Ministério Público e defensoria pública, poderão contribuir visando um compartilhamento de conhecimento que ajudará aos reguladores e por extensão aos consumidores.

Para se aferir os índices de reclamações ponderadas por quantidade de clientes ou unidades de produção, será necessário que as empresas forneçam tais dados, uma vez que mesmo espelhada a base de dados sobre

demandas dos consumidores, somente cada fornecedor é quem terá acesso a sua base de dados, (na verdade o denominador desta conta).

## Detalhamento do passo 1

Faremos a seguir um exemplo concreto de como proceder ao passo 1, usaremos neste exemplo a ANATEL, mas o que está sendo proposto aqui para a ANATEL, poderá e deverá ser proposto a outras agências reguladoras.

### Por que a ANATEL?

Poderia ser outra agência reguladora, mas a ANATEL, é uma agência que regula e supervisiona vários serviços de fornecedores de: telefonia fixa, telefonia celular, tv a cabo, internet, conforme o quadro abaixo. E isto dialoga diretamente com o SACs, e sua regulação.

2T23	Acessos (Milhares)			
	Tel. Fixos	Celulares	B Larga	TV por assinatura
Vivo	6.826	97.755	6.559	871
Claro*	7.668	83.671	9.843	4.764
Oi	7.319	-	4.973	1.695
TIM	705	61.225	767	-
Sky	-	-	104	3.855
Competitivas	3.688	8.870	24.180	410
<b>Total Brasil</b>	<b>26.206</b>	<b>251.521</b>	<b>46.396</b>	<b>11.432</b>

\* inclui Nextel;

Fonte: <https://www.teleco.com.br/opcelular.asp> (consultado em 16 dez 2023).

O que a ANATEL regula, são dezenas de empresas que por sua vez, atendem a milhões de consumidores, sendo mais assertivo são: |

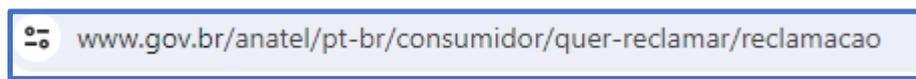
- São cerca de 251 milhões de linhas de celular,
- São cerca de 26 milhões de linhas de telefonia fixa,
- São cerca de 46 milhões de usuários de banda larga,
- São cerca de 11 milhões de linhas de telefonia fixa,

Então são milhões de clientes, atendidos pela ANATEL.

Além disto, boa parte dos canais de relacionamento previstos pelo decreto nº 11.034, para os consumidores vocalizarem suas queixas utilizam: voz (telefone fixo e celular) ou redes sociais e internet, serviços que também são providos por empresas reguladas pela ANATEL. Portanto é oportuno que a ANATEL, sirva de case para o roteiro de medidas que será proposto a seguir.

Atualmente como o consumidor de tais serviços pode fazer sua queixa?

a) Via site:



≡ Agência Nacional de Telecomunicações

**Hoje está da seguinte forma.**



Registre uma reclamação na Anatel



Registre, antes, a reclamação na prestadora

Mas o que está sendo recomendado é que a plataforma [consumidor.gov.br](http://consumidor.gov.br), já faça parte das opções (em T=0), do site da ANATEL, para o consumidor prestar queixa, então, no próprio site da ANATEL dever ter um link para a plataforma [consumidor.gov.br](http://consumidor.gov.br). idem para a prestadora de serviço. (escolhi a Vivo, a título de exemplo). Conforme detalhado abaixo.

**Então a proposta é**



Registre uma reclamação na Anatel



Registre, antes, a reclamação na prestadora



**vivo**

Estou supondo que a queixa fosse endereçada à VIVO.

**Por que isto?**

Porque fica mais fácil, mais barato, mais célere, mais eficiente o consumidor já fazer uma queixa espelhada, e cujo tempo de tramitação será único (ao contrário do que poderia ser se houver várias instâncias), então o consumidor já faz sua reclamação que será automaticamente registrada e espelhada, e deverá ir simultaneamente para:

- 1) o fornecedor (no exemplo, a Vivo), 2) a agência reguladora (Anatel), 3) a plataforma [consumidor.gov.br](http://consumidor.gov.br), de uma única vez. Assim se respeita mais o tempo do consumidor, e o tratamento dado a ele fica mais respeitoso. A solução deve vir mais rápido pois o fornecedor deve ficar “na vitrine” até entregar a solução. E o prazo já começa a contar a partir do registro da queixa.

O protocolo do consumidor, deverá ser único, ou seja, para esta queixa haverá um único protocolo, e todos já irão visualizar e monitorar o ocorrido.

Quais são os ganhos desta sugestão:

- a) O Consumidor ganha agilidade,
- b) A SENACON /consumidor.gov.br, ganha uma base de dados,
- c) A ANATEL ganha a parceria da SENACON, e
- d) O fornecedor vai agilizar sua resposta, pois estará na “vitrine”.

The image shows a screenshot of the ANATEL website with a suggested change to the complaint process. A blue arrow points from the 'Situação atual' (Current Situation) to the 'Sugestão' (Suggestion).

**Situação atual:** The current process requires the user to register a complaint with Anatel first, and then register it with the provider.

**Sugestão:** The suggested process allows the user to register the complaint directly with the provider first, and then with Anatel. The suggestion also includes the 'consumidor.gov.br' logo and a 'vivo' logo with a note: 'Estou supondo que a queixa fosse endereçada à VIVO.'

**NO ANEXO 1 – está a sugestão de um ofício para iniciar este processo.**

**Quais vantagens desta proposta?**

**A SENACON**, já amplia o uso da plataforma consumidor.gov.br, e já passa a ter insumos para medir a **taxa de resolatividade** daquele **produto/serviço**, e daquele **fornecedor**, e deste **canal de atendimento (no caso aqui internet)**. Então do dever de casa que precisa ser feito, a SENACON já sai com boa parte dele estruturado.

Porque o consumidor ao preencher sua queixa, terá que identificar qual produto/serviço ele usa daquela operadora, então acumulando estes dados dará para se ter um índice de queixa daquele produto/serviço, cabendo também ao fornecedor informar qual a base de clientes daquele produto ou serviço, para aferição da taxa de resolatividade.

Se forem estruturados convênios operacionais, talvez a ANATEL, possa oferecer seu site como hub, e hospedar o processo que deve ser espelhado com a plataforma consumidor.gov.br, e a partir daí todos podem consultar a base de dados, exportar dados (como já ocorre com o consumidor.gov.br), e minerar dados.

**A ANATEL** (Agência reguladora), já ficará monitorando a solução que o fornecedor, irá prover ao consumidor. Em termos individuais e em termos qualitativos.

A ANATEL também pode gerar dashboard, tabelas e gráficos com os produtos/serviços que mais recebem queixas, e os que melhor resolvem as queixas, (por serviço e por fornecedor).

**O Consumidor:** O decreto no 11.034 prevê que o próprio consumidor é quem avaliará a efetividade da solução fornecida pelo SAC, então tem que haver **(a ser criada)** uma opção para o consumidor julgar a sua satisfação (foi proposto um critério binário: ou satisfeito ou insatisfeito), visando estimular os fornecedores a se esforçarem para entregar uma solução mais satisfatória ao consumidor; já que gradações intermediárias de satisfação podem atrapalhar o julgamento efetivo.

Qual a sugestão?

O mesmo número de protocolo criado no atendimento do consumidor, já iniciará a contagem para o prazo de resposta para fornecedor apresentar uma solução, portanto assim que o fornecedor propuser a resposta, o consumidor irá avaliar se ela foi satisfatória ou não.

Em sendo satisfatória já pode haver a classificação da demanda do consumidor como resolvida, e isto irá ser computado na taxa de resolutividade. (e banco de dados).

Caso o consumidor julgue a solução insatisfatória, bastará ele registrar isto, e será feita a formalização para a ANATEL (neste exemplo), para SENACON, e os entes de defesa do consumidor.

Aqui as vantagens desta sugestão:

- 1) Para o consumidor: a vantagem é agilidade, pois ele só preenche o formulário de queixa uma vez, obtém o protocolo do fornecedor, e aguarda a resposta deste, e avalia a solução oferecida pelo fornecedor. (e isto já sendo observado por todos), o que deve melhorar o atendimento dele, em especial pelo fornecedor.
- 2) Para a ANATEL: a opção de o consumidor avaliar a resolutividade da sua demanda, já sendo acompanhado pela SENACON,
- 3) Para a SENACON: é uma ótima forma, (dinâmica e barata), de medir a efetividade do SAC, e fortalecer e ampliar o uso da plataforma consumidor.gov.br,
- 4) Para o fornecedor, ele fica “na vitrine”, mas caso resolva de fato as demandas, terá um bom rating, isto é boa taxa de resolutividade.

**A ANATEL:** ganha a SENACON como aliada para medir a resolutividade das queixas, e talvez possa concentrar mais sua atenção na regulação, e fiscalização, ao passo que a SENACON, IDEC e SINDEC, possam se unir para analisar o comportamento dos fornecedores, mas sem, no entanto, se apropriar ou tomar para si função das agências reguladoras. Sendo que no agregado (SENACON + IDEC + SINDEC) podem retornar à ANATEL já apontando quais fornecedores merecem alguma correção de postura e aperfeiçoamento de comportamento. ( aqui já por produto/serviço, e por categoria)

**O fornecedor:** Terá que entregar uma solução aceita pelo consumidor para não ser penalizado na sua avaliação de efetividade, e para isto deverá tanto empoderar o SAC (inclusive fornecendo treinamento, e grau de liberdade – empoderando – os funcionários do SAC) quanto ajustar seu marketing e suas operações, para desta forma tratar melhor o consumidor e tentar reduzir o número de queixas. Mas o fornecedor que obtiver uma boa taxa de resolutividade poderá até tirar proveito disto.

**PROCONS e entes do SNDC:** Os Procons, IDEC, SINDEC, poderão ajudar na tarefa de análise das reclamações, e principalmente, na educação e orientação ao consumidor, e se for possível também ingressar no site das agências reguladoras (espelhamento mais abrangente da base de dados).

Aqui não é necessário e nem recomendável que os dados pessoais dos consumidores sejam compartilhados ou tornados públicos, mas a base de dados (sem cabeçalho), isto é, a base anônima que represente estatísticas, teor das queixas, séries temporais, etc, pode e deve ser compartilhada. E ser acessível a consulta.

Os problemas das relações consumeristas quando analisados em uma topografia mais elevada, podem se resumir em três grandes aspectos:

- a) **Excesso de regras e legislação, as vezes até conflitantes ou contraditórias, o que facilita o seu questionamento, e não cumprimento por parte dos fornecedores.** (para tratar este tópico recomenda-se as **guilhotinas regulatórias**, com revisões periódicas como abordado no Produto 4).
- b) **Desconhecimento por parte dos consumidores dos seus direitos, e a quem recorrer para solicitar ajuda.** (que pode ser “tratado” com **cartilhas digitais**, campanhas de esclarecimento, e elaboração de manuais com dicas simples, úteis em linguagem sempre simples e direta).
- c) **Atuação não coordenada e pulverizada dos entes do SNDC.** (para “tratar” deste aspecto pode se recomendar reuniões abertas para discussão exatamente dos papéis prioritários de cada ente do SNDC, qual atribuição prioritária de cada um, e qual complementariedade de papéis e qual configuração de atuação conjunta que otimize tais papéis).

Como fazer isto que foi relatado acima:

- 1) **Guilhotinas regulatórias:** o ideal é fazer uma revisão, do que pode estar contraditório ou não estar claro com relação mais específica ao direito do consumidor, e a SENACON pode capitanear este processo, tendo como mote exatamente aplicação da metodologia de implementação do artigo 15 do decreto nº 11.034.
- 2) **Cartilhas digitais:** são fáceis de veicular, e disseminar, tendo como conteúdo linguagem simples e direta de como os consumidores podem conhecer os seus direitos e como reclamar para ser ouvido – canais de atendimento – e ter êxito na solução. (não é o foco

aqui, mas futuramente pode ser pensada uma cartilha infanto-juvenil a ser criada e posteriormente disponibilizada nas escolas).

- 3) **Atuação coordenada dos entes do SNDC:** aqui o objetivo seria pavimentar a comunicação e principalmente esclarecer papéis e limites de atuação de cada ente, e sua complementariedade de atuação. E talvez uma forma simples de o fazer é usar a tecnologia, em especial utilizando o que já existe e é disponível – e simplesmente incluir links nos sites, por exemplo: na plataforma consumidor.gov.br, pode (se for juridicamente possível, previamente combinado e autorizado) ter links redirecionando para outras agências reguladoras, algo como o consumidor faz a sua queixa no consumidor.gov.br. e ela é ao mesmo tempo armazenada e compartilhada com agências reguladoras, fornecedoras, Procons, IDEC, e demais entes do SNDC.

Talvez haja algum overlap, ou sobreposição de atribuições e papéis entre alguns dos entes do SNDC, mas isto precisa ser resolvido em prol do consumidor, dá para inferir que tanto atribuições quanto eventualmente estrutura de receita\$, devem ser consideradas não para podar autonomia de nenhuma instituição ou restringir estruturas, mas para afinar a orquestra, e ter uma atuação conjunta otimizada.

Observar que o gov.br, já é uma plataforma unificada que viabilizou a interação de várias instâncias e órgãos da administração federal, Isto trouxe um grande benefício ao cidadão, que tem aos poucos se acostumado ao uso da plataforma para conhecer seus direitos e principalmente usar os serviços públicos.

### Sobre a plataforma consumidor.gov.br

Uma breve observação: a plataforma consumidor.gov.br, é útil, simples e bem estruturada, mas precisa ganhar mais visibilidade e ser mais utilizada, para ganhar mais representatividade e consistência estatística.

O ideal é que mais empresas (além de empresas de serviços regulados) autorizem que seus nomes sejam incluídos na plataforma, permitindo um robustecimento e aumento de abrangência/cobertura da plataforma e principalmente mais consumidores e cidadãos tomem ciência da sua existência e utilidade.

Outro aspecto interessante é a quantidade de empresas cadastradas por segmento – de serviços regulados – na plataforma consumidor.gov.br, conforme tabela abaixo, (dados de 16 de dezembro). Estes setores foram selecionados por serem setores regulados.

Setor	Bancos e financeiras	Água e Saneamento	Energia	Telecom	Transporte aéreo
Nº de empresas cadastradas	212	50	68	35	56

O consumidor.gov.br, que é uma plataforma tecnológica de informação, interação e compartilhamento de dados, monitorada pelo Estado, e precisa ser mais divulgada e ter capacidade de ampliar sua base de dados e infraestrutura para receber mais queixas dos consumidores. Em 16 de dezembro 2023, este consultor olhou as

estatísticas da plataforma que informava uma média mensal (para os últimos 30 dias) de 135 mil queixas –, o que não é um número desprezível, mas ainda pode ser considerado baixo dado o número de empresa cadastradas na plataforma.

<b>Dia</b>	<b>Plataforma Web</b>
16/11/2023	5.447
17/11/2023	4.774
18/11/2023	2.234
19/11/2023	1.898
20/11/2023	4.764
21/11/2023	5.822
22/11/2023	5.937
23/11/2023	5.408
24/11/2023	4.593
25/11/2023	2.404
26/11/2023	2.231
27/11/2023	6.359
28/11/2023	6.221
29/11/2023	5.694
30/11/2023	5.332
01/12/2023	4.503
02/12/2023	2.121
03/12/2023	1.782
04/12/2023	5.875
05/12/2023	5.803
06/12/2023	5.611
07/12/2023	5.149
08/12/2023	4.435
09/12/2023	2.021
10/12/2023	1.810
11/12/2023	6.138
12/12/2023	5.946
13/12/2023	5.519
14/12/2023	5.433
15/12/2023	4.358
<b>média 30 dias</b>	<b>4.521</b>
<b>soma 30 dias</b>	<b>135.622</b>
Fonte: <a href="https://consumidor.gov.br/pages/dadosabertos/externo/">https://consumidor.gov.br/pages/dadosabertos/externo/</a> Consultado em 16 de dezembro de 2023.	

Afinal considerando que o número de setores cadastrados na plataforma consumidor.gov.br, é de 43 e o número de empresas é de 1361, a quantidade de reclamações da plataforma pode ser considerada muito baixa. Como veremos a seguir.

	<b>setores</b>	<b>Empresas</b>	<b>Empresas acumulado</b>
1	Adminstradoras de Consórcio	34	34
2	Água e saneamento	50	84
2	Aluguel de carro	5	89
3	Bancos de Dados e Cadastro dos consumidores	5	94
4	Bancos e Financeiras	212	306
5	Bares e restaurantes	1	307
6	Cartão de descontos	1	308
7	Comércio Eletrônico	75	383
8	Construtoras Incorporadoras e imobiliárias	11	394
9	Corretoras e Distribuidoras de investimento	11	405
10	Distribuidoras de Combustíveis e gás	7	412
11	Editoras e veículos de imprensa	11	423
12	Empresas de intermediação de serviços e negócios	20	443
13	Empresas de pagamento eletrônico	30	473
14	Empresas de recuperação de crédito	9	482
15	Empresas de serviços postais e logística	4	486
16	Empresas de energia elétrica	68	554
17	Entidades sem fins lucrativos	16	570
18	Entretenimento	12	582
19	Estabelecimentos de ensino	21	603
20	Fabricantes de eletrônicos e informática	27	630
21	fabricantes de eletroportateis e eq domésticos	24	654
22	Fabricantes de linha branca	12	666
23	Fabricantes de móveis colchões e acessórios	13	679
24	Fabricantes de produtos alimentícios	32	711
25	Fabricantes de produtos químicos e farmaceuticos	11	722
26	Farmácias	11	733
27	Hospitais Clínicas e Laboratórios	4	737
28	Material de construção e ferramentas	16	753
29	Montadoras concessionárias e prest serv automotivos	19	772
30	Operadoras de Planos de Saúde e benefícios	91	863
31	Operadoras de Telecomunicações	35	898
32	Perfumaria, Cosméticos, Higiene Pessoal	20	918
33	Programas de fidelidade	9	927
34	Provedores de conteúdo	19	946
35	Seguros, capitalização e previdência	176	1.122
36	Serviços esportivos	1	1.123
37	Shopping Center	7	1.130
38	Supermercados	28	1.158
39	Transporte Aéreo	52	1.210
40	Transporte Terrestre	34	1.244
41	Varejo	46	1.290
42	Vesturário, Calçados e Acessórios	37	1.327
43	Viagem, Turismo e Hospedagem	34	1.361
<b>Fonte: Plataforma consumidor.gov.br</b>			

A média diária de reclamações na plataforma consumidor.gov.br, foi de 3 reclamações (considerando que foram 4.521 reclamações para um universo de 1.361 empresas) e na média móvel dos últimos 30 dias foram 100 reclamações. Uma média de 100 reclamações por mês.

Em 30 dias as reclamações foram de	135.622
número de empresas	1.361
média de reclamações dos consumidores por empresa em 30 dias	100
média de reclamações por dia ( últimos 30 dias)	4.521
número de empresas	1.361
Média de reclamações por empresa por dia nos últimos 30 dias	3

Isto sugere que talvez deva haver uma maior divulgação da existência da plataforma, para que mais consumidores possam usá-la, e, desta forma, se tenha mais estatísticas tanto de fornecedores dos serviços regulados, quanto de fornecedores de serviços não regulados.

Então, concluindo, é possível que o fluxo de reclamações da plataforma consumidor.gov.br, possa crescer caso haja mais divulgação da sua existência (o que seria desejável).

**A Ferramenta adequada** para aumentar o conhecimento da plataforma consumidor.gov.br deve ser uma campanha de divulgação, preferencialmente por meio digital, ou televisão, de sorte que a capilaridade e alcance sejam grandes.

**O que seria adequado:** que haja uma mobilização dos entes do SNDC para que cada ente possa discutir tanto o excesso legislativo (e aqui a guilhotina regulatória será bem-vinda), quanto discutir acerca do seu próprio papel, isto é, quais são suas atribuições e como estas se harmonizam e se complementam com os papéis dos demais entes do SNDC.

O mundo está migrando para o ambiente digital, o que facilita a integração ou atuação conjunta dos entes dos SNDC, e quanto maior for a integração de etapas e complementariedade de papéis e funções destes entes, maior será a efetividade e o ganho do consumidor e da sociedade. (conforme slides propostos acima).

O ideal é que o consumidor, saiba quais são os seus direitos, saiba fazer suas queixas, e agora, em função do teor do decreto no 11.034, saiba avaliar a resolutividade ao utilizar o SAC, isto é, se foi ou não bem atendido e se sua demanda foi resolvida pelo fornecedor.

Então tanto para o aumento da integração dos entes do SNDC, quanto para a divulgação do direito do consumidor, aqui especificamente quanto ao previsto no artigo 15 do decreto 11.034, e utilização dos canais de comunicação, poderá ser concebido um termo de cooperação que vise a este objetivo.

O que poderia ser o teor ou núcleo duro deste termo de cooperação:

- 1) Empoderamento do consumidor a luz da implementação do decreto 11.034, (treinamento e opções)
- 2) Pavimentação da comunicação e definição clara de atribuições e papéis dos entes do SNDC.
- 3) A tecnologia como ponto de interseção e alavancagem de resultados.

O conhecimento dos resultados e avanços do Qualireg, também devem merecer atenção nesta iniciativa, e uma estratégia de continuidade de treinamento das agências reguladoras e um evento de divulgação da “Coletânea de boas práticas regulatórias” deve ter sua pertinência considerada. De sorte a compartilhar a experiência do Qualireg com mais agências e disseminar conhecimento.

Então, um evento voltado para o tema direito do consumidor, que informe ao consumidor seus direitos, e simultaneamente provoque a discussão sobre uma definição mais nítida de papéis dos entes do SNDC, e priorize o uso de tecnologia tanto para ajudar o consumidor quanto para integrar os entes, poderá ser planejado, sendo que um convênio poderá ser concebido.

**NO ANEXO 2 – está a sugestão de um ofício para iniciar este processo**



## Forma de implementação pela Administração Pública

### Passo 2

Detalhamento

#### O que terá que ser monitorado / avaliado

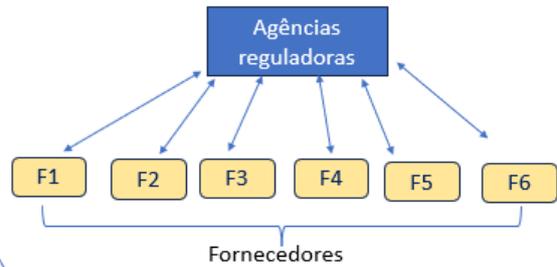
I – Quantidade de reclamações referentes ao SAC, **ponderada por quantidade de clientes ou de unidades de produção;**

II - Taxa de resolução das demandas, sob a ótica do consumidor;

III - índice de reclamações junto aos órgãos de defesa do consumidor, principalmente no Sistema Nacional de Informações de Defesa do Consumidor e no sítio eletrônico do consumidor.gov.br, ou nas plataformas que venham a substituí-los;

IV - índice de reclamações no órgão ou na entidade reguladora setorial; e

V - grau de satisfação do consumidor



Somente cada fornecedor é quem poderá reportar as **agências reguladoras a quantidade de clientes por produto ou serviço.**

Quanto a taxa de resolução das demandas (item II), o ideal é que o consumidor tenha apenas duas opções de avaliação após a interação com o SAC, sendo elas:

- 1) Demanda plenamente atendida,
- 2) Demanda não atendida.

Evitando as gradações ou classificações intermediárias, de satisfação parcial, que na verdade dificultam tanto a avaliação de resolutividade quanto o real entendimento do que se passou na relação consumidor-fornecedor.

E isto também estimulará os fornecedores a não “deixarem pela metade” uma solução ou atendimento, e as agências reguladoras, devem ter a oportunidade de eventualmente corrigir alguma interpretação que não se mostre aderente ou verdadeira.

Seria interessante que a SENACON pudesse compartilhar a posteriori via gráficos ou tabelas, pequenos relatórios que ilustrassem de forma clara a satisfação dos consumidores produto a produto em cada fornecedor. Ou que alguma publicação isenta o fizesse. Na verdade, talvez as agências reguladoras já devessem fazê-lo, mas penso que ainda não o fazem.

Por que isto?

Para orientar com clareza os consumidores, desde que haja uma avaliação isenta, técnica e embasada, que possa ser compartilhada com os consumidores. Isto será um ganho concreto para eles.

Aqui entra o sério risco de conflito de interesse, já que a mídia tanto impressa quanto eletrônica, talvez se mostre mais resistente ou reticente na publicação de tais dados, onde possivelmente constarão vários dos seus anunciantes, então há que se pensar em uma forma de divulgação de tais dados, de forma embasada e legal, e com capilaridade e de fácil acesso a consulta, para que os consumidores se sintam bem-informados.

## Forma de implementação pela Administração Pública

### II - Taxa de resolução das demandas, sob a ótica do consumidor

O ideal é que se elimine gradações intermediárias, de forma ao consumidor ter que escolher entre:

- a) **está satisfeito**, ou
- b) **não está satisfeito** com a resolução de sua demanda,

#### Por que isto?

Porque já teremos uma matriz relativamente ampla dos **canais de atendimento**, por produto/serviço e por fornecedor, e permitir muitas gradações, poderá em muitos casos dificultar a interpretação dos dados, e dificultar inclusive a determinação do regulador. Portanto, quanto mais enxuto e claro forem os critérios, maior deverá ser a utilidade da avaliação e facilitará o encaminhamento de diretrizes do regulador.

	Agência reguladora				
Canais de atendimento	fornecedor A	fornecedor B	fornecedor C	fornecedor D	fornecedor E
	% Efetividade / resolutividade				
internet (e-mail)					
rede social (a)					
rede social (b)					
rede social (c)					
telefone (humano)					
Robos (chatbot)					
Atendimento presencial					
outros					

Como já proposto acima, um enxugamento de critérios para o consumidor avaliar se está: satisfeito com o encaminhamento da sua demanda, ou insatisfeito com o encaminhamento da sua demanda, facilitará não apenas a tabulação de dados, mas principalmente poderá estimular as empresas a se dedicarem mais efetivamente ao atendimento das demandas dos seus consumidores, uma vez que o não atendimento pleno as prejudicará bastante nesta avaliação.

E deve ser considerado que como o julgamento do atendimento do consumidor, deverá ser produto a produto (ou serviço a serviço) e por cada canal de atendimento – de forma individual – para que se possa avaliar a efetividade por canal de atendimento, quanto mais clareza e simplicidade mais serventia terá a análise, e considerando ainda que mais entes deverão interagir, a simplicidade de lógica e de critério também facilitará esta interação.

Então a tabela abaixo,

	<b>Agência reguladora</b>				
<b>Canais de atendimento</b>	<b>fornecedor A</b>	<b>fornecedor B</b>	<b>fornecedor C</b>	<b>fornecedor D</b>	<b>fornecedor E</b>
	<b>% Efetividade / resolutividade</b>				
Internet (e-mail)					
rede social (a)					
rede social (b)					
rede social (c)					
telefone (humano)					
Robos (chatbot)					
Atendimento presencial					
outros					

Deverá ser detalhada (desdobrada em), e assim sucessivamente para os demais.

<b>Canais de atendimento</b>	<b>fornecedor A</b>				
	<b>% Efetividade / resolutividade</b>				
	<b>Produto 1</b>	<b>Produto 2</b>	<b>Produto 3</b>	<b>Produto 4</b>	<b>Produto 5</b>
Internet (e-mail)					
rede social (a)					
rede social (b)					
rede social (c)					
telefone (humano)					
Robos (chatbot)					
Atendimento presencial					
outros					

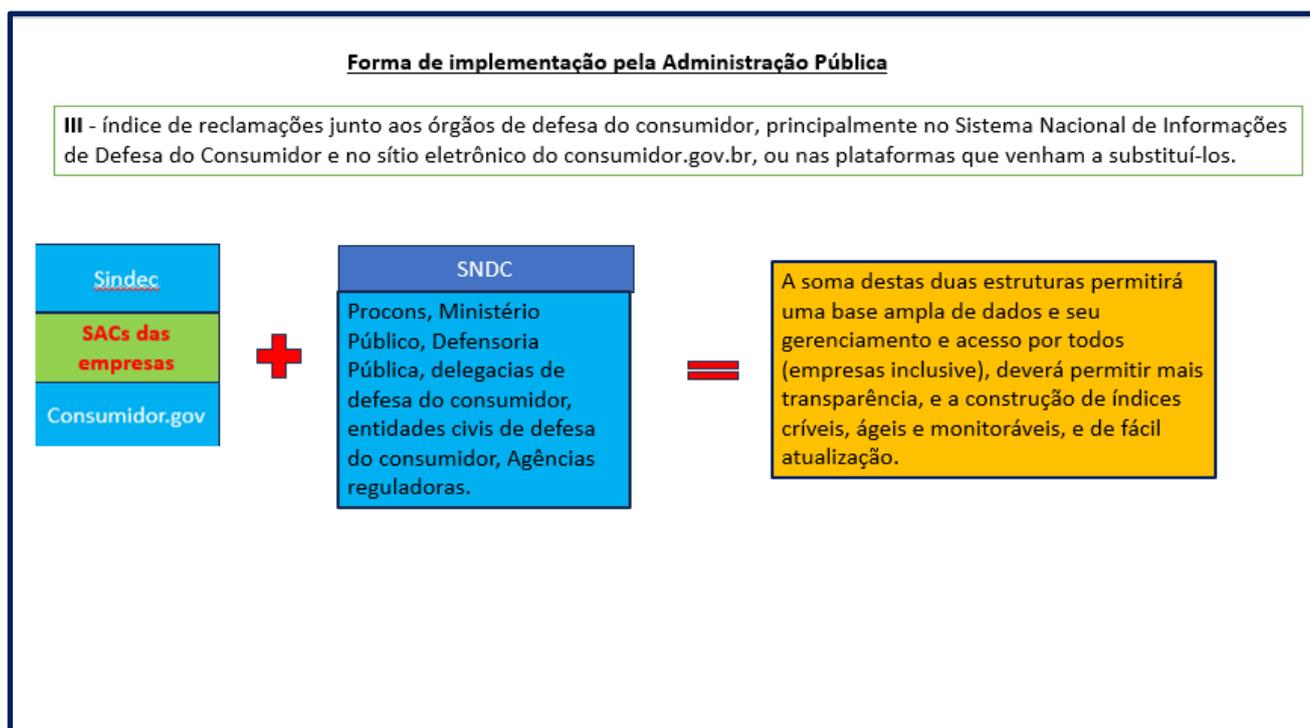
Para que se tenha a efetividade medida, produto a produto, e canal de atendimento a canal de atendimento, isto per si, se de fato implementado já irá provocar as seguintes consequências:

- 1) As empresas irão se preocupar mais com a sua imagem corporativa, de forma mais geral, e de forma mais prática e detalhada, irão, a partir do acesso a consulta de quais produtos estão tendo mais queixas e menos resolutividade, a possivelmente se preocupar em atender melhor seus clientes. Inclusive aperfeiçoando o funcionamento de serviços, e corrigindo falhas, este é o resultado esperado.
- 2) Os consumidores sairão mais informados e, portanto, mais empoderados e aptos a escolher melhor seus serviços (serviços, já que estamos tratando de serviços regulados), e escolher seus pacotes (no caso de telefonia, tv a cabo etc.) tendo por base suas respectivas necessidades.
- 3) A SENACON e toda a estrutura de defesa do consumidor, terão evidências claras de taxa de resolutividade, e poderão, a partir delas, propor desde alterações na estrutura e configurações do SAC, fazer advertências, aplicar multas, punições, etc. visando a melhoria do nível de serviços.

- 4) As Agências reguladoras, terão uma base de dados crível e acessível para melhorar a regulação e parametrizar melhor suas diretrizes.
  
- 5) Em função de tais multas, advertências, danos à imagem corporativa etc., e talvez até queda de receita por produtos/serviços mais problemáticos, espera-se que as empresas venham, aos poucos a melhorar o atendimento dos SACs independente do canal de atendimento, e a reformular seus pacotes de produtos visando mais satisfação do consumidor, **e isto é empoderamento do consumidor, e aumento da efetividade das práticas consumeristas. Que na verdade é o objetivo final do decreto nº 11.034, ou seja, fortalecer o consumidor.**

É provável que as empresas apresentem resistência a permitir que seus dados por produtos, e serviços sejam compartilhados, mas aí é o reverso da medalha, já que foram elas mesmas, as empresas que sugeriram tal ponderação, ou seja que as queixas teriam que ser ponderadas pela base de clientes, então, para que se tenha a efetividade de solução por produto e por canal de atendimento como determina o decreto, é necessário que haja transparência de dados e que se tenha acesso a tais informações, daí a minha sugestão de ter uma base unificada de dados espelhando as críticas/queixas/demandas dos consumidores.

Então, para que a administração pública faça isto a contento – implemente o decreto nº 11.034 e o faça em prol da melhoria das relações consumeristas -, é necessário que a própria estrutura do sistema de defesa do consumidor haja e atue de forma coordenada e harmônica, onde o que se espera é que a médio prazo se eliminem eventuais papéis contraditórios, e ou funções ou atribuições com superposições (os overlaps) de sorte que o sistema de defesa do consumidor, fale apenas a mesma língua, e tenha como propósito prioritário o respeito aos direitos do consumidor. Como propõe a figura abaixo.



Neste processo de diálogo e harmonização das relações entre os entes de defesa do consumidor, a criação e gerenciamento da base de dados comum, deve ser uma prioridade, e deve, portanto, contar com o engajamento de todos.

É mais recomendável que primeiro a SENACON ausculte os demais órgãos para indagar se já existem índices ou critérios, e se familiarize com tais dados antes de querer propor um novo indicador, pois assim tenta se dar continuidade a ações que já possam existir.

O grande ganho para ajudar na evolução do direito consumerista, é o diálogo e a integração de ações entre os entes do SNDC, isto poderá permitir um avanço significativo a médio prazo a medida em que houver uma simplificação e um foco e um consenso no que realmente deve ser a obrigação das empresas. A plataforma espelhando a base de dados já é um avanço, mas a harmonização das relações entre os entes do SNDC é que será um passo gigante rumo ao aperfeiçoamento do arcabouço e das práticas do direito do consumidor, e como no Brasil, há ainda muitas desigualdades e disparidade de renda, educação, conhecimento, estas ações contribuirão, na prática, para uma maior equidade de direitos entre os consumidores de diferentes classes sociais.

Concluindo, a implementação do decreto nº 11.034 com suas métricas de aferição, irá requerer da estrutura de defesa do consumidor um nível de diálogo estreito e constante entre os entes, bem como o entendimento de que eventuais arestas terão que aparadas, para que prevaleça o consenso e o foco nas melhorias que o decreto nº 11.034 permite, melhorias estas tanto decorrentes da democratização dos canais de acesso, quanto do foco na resolutividade. Que no fundo é o que os consumidores desejam, ter suas queixas registradas da forma mais conveniente possível a cada consumidor, e principalmente ter suas queixas devidamente atendidas.

## 5. Indicadores para monitoramento e avaliação dos resultados

Analisaremos a seguir quais indicadores deverão ser monitorados para permitir a avaliação dos resultados, para fazê-lo nos referiremos ao termo de Referência e ao Decreto nº11.034.

Reproduzindo o Termo de referência, que, por sua vez se refere ao Decreto nº11.034, o que tem que ser acompanhado é:

“Ademais, criou-se a obrigação de a Senacon dar transparência à metodologia e à ferramenta de acompanhamento da efetividade dos SACs e estabeleceu os parâmetros mínimos que tal ferramenta deve seguir:

*§ 1º No desenvolvimento da metodologia e na implementação da ferramenta de que trata o caput, serão considerados, no mínimo, os seguintes parâmetros:*

*I - quantidade de reclamações referentes ao SAC, ponderada por quantidade de clientes ou de unidades de produção;*

*II - taxa de resolução das demandas, sob a ótica do consumidor;*

*III - índice de reclamações junto aos órgãos de defesa do consumidor, principalmente no Sistema Nacional de Informações de Defesa do Consumidor e no sítio eletrônico do consumidor.gov.br, ou nas plataformas que venham a substituí-los;*

*IV - índice de reclamações no órgão ou na entidade reguladora setorial; e*

*V - grau de satisfação do consumidor.*

*§ 2º A Secretaria Nacional do Consumidor do Ministério da Justiça e Segurança Pública dará transparência à metodologia e à ferramenta de acompanhamento da efetividade dos SAC de que trata o caput, divulgados, no mínimo, uma vez ao ano, os resultados da implementação da ferramenta.*

*§ 3º A Secretaria Nacional do Consumidor do Ministério da Justiça e Segurança Pública poderá solicitar dados e informações aos fornecedores, observadas as hipóteses legais de sigilo, com vistas ao acompanhamento da efetividade dos SAC.*

*§ 4º Os dados e as informações de que trata o § 3º poderão ser compartilhados com os órgãos ou as entidades reguladoras competentes, nos termos do disposto no Decreto nº 10.046, de 9 de outubro de 2019.*

*§ 5º Com base na ferramenta de que trata o caput, a Secretaria Nacional do Consumidor do Ministério da Justiça e Segurança Pública poderá, ao averiguar a baixa efetividade dos SAC de determinados fornecedores, estabelecer horário de atendimento telefônico por humano superior ao previsto no inciso I do caput do art. 5º. “*

Indo ponto a ponto:

**I - quantidade de reclamações referentes ao SAC, ponderada por quantidade de clientes ou de unidades de produção;**

Para fazê-lo é necessário que:

- a) Seja criado o espelhamento de dados com o número de queixas e demandas dos clientes, por produto e por fornecedor, e
- b) E que as empresas tornem público o número de clientes por cada classe de produto ou serviço. (algo como um sales break-down, por produto e por cliente).

Não é possível antecipar qual será o comportamento das empresas, que obviamente poderá variar de empresa a empresa, isto é cada empresa poderá agir de forma diferente. Aqui entram então duas questões:

- 1) se há *enforcement* por parte da estrutura do governo de obrigar as empresas a compartilharem seus dados, e mesmo que haja *enforcement* deve ser considerado se o governo irá ou não querer entrar nesta briga.
- 2) Caso não haja *enforcement* e haja recusa das empresas em fazê-lo, verificar se há a possibilidade de espelhamento do SAC (como já proposto), sendo que ao invés de haver uma ponderação das queixas pela quantidade de clientes, que seja feita uma avaliação de efetividade com base apenas na proporção entre queixas registradas e demandas atendidas a estas queixas, e o **índice de resolutividade seria: queixas atendidas / total de queixas recebidas**. Isto, independente da base de clientes por cada produto, caso as empresas não cooperem e não forneçam as informações.

Há que se considerar que possa haver empresas que não se sintam confortáveis em compartilhar tal abertura ou detalhamento de informações na base espelhada de dados, seja por uma questão de sigilo, de estratégia comercial, ou de risco de espionagem de tais dados pela concorrência. Mas a forma proposta no item 2, não impede que seja aferido o grau de satisfação, sendo que a base (o denominador das queixas), será menor uma vez que ao invés de ser a base total de clientes, será apenas da base queixosa dos clientes.

Recomenda-se ainda que haja uma estreita sinergia entre SENACON e Agências Reguladoras para facilitar a construção do espelhamento da base de dados, e sua fiscalização e atualização a posteriori, como já prevê o Decreto nº11.034.

**II - taxa de resolução das demandas, sob a ótica do consumidor;**

Aqui também já foi proposto anteriormente na página 13, reproduzido novamente abaixo:

Quanto a taxa de resolução das demandas (item II), o ideal é que o consumidor tenha apenas duas opções de avaliação após a interação com o SAC, sendo elas:

- 1) Demanda plenamente atendida,
- 2) Demanda não atendida,

E isto deverá ser feito por fornecedor, e se possível por serviço de cada fornecedor, e por canal de atendimento.

Canais de atendimento	fornecedor A				
	% Efetividade / resolatividade				
	Produto 1	Produto 2	Produto 3	Produto 4	Produto 5
Internet (e-mail)					
rede social (a)					
rede social (b)					
rede social (c)					
telefone (humano)					
Robos (chatbot)					
Atendimento presencial					
outros					

### Por quê? E para que?

Para que se saiba, qual produto, de qual fornecedor, e por qual canal de atendimento, teve qual taxa de resolatividade. E por que esta informação é importante?

Porque com base nela a SENACON, poderá tomar as providências necessárias para solicitar ajustes de conduta dos fornecedores, inclusive se for o caso na estrutura e dimensionamento dos SACs, mas aí com base em evidências claras, e dados comprováveis o que fortaleceria a argumentação da SENACON.

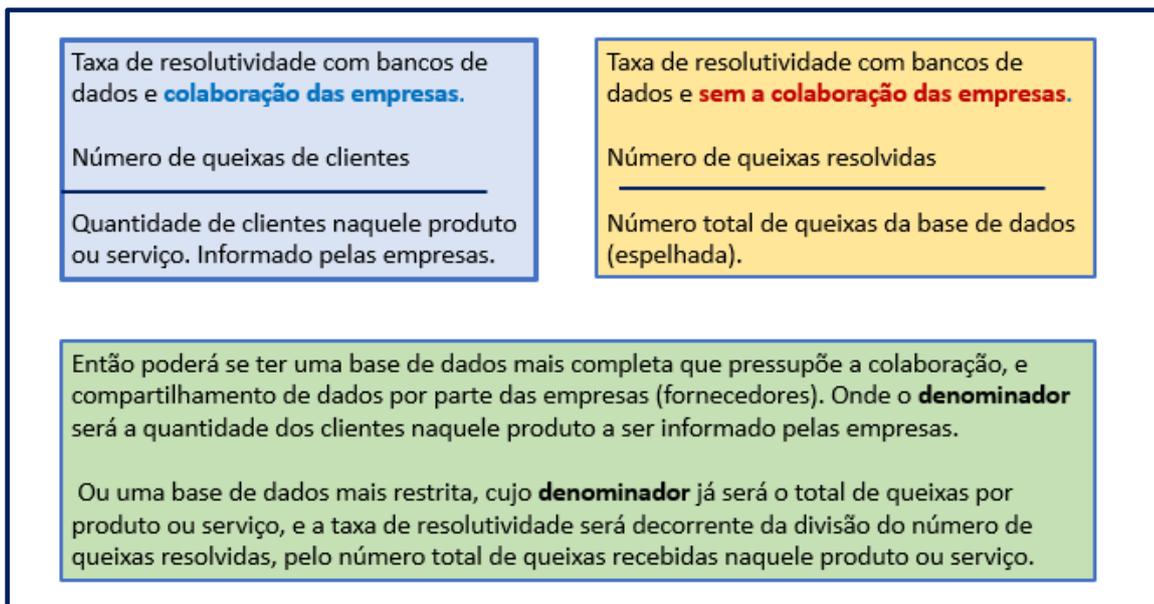
Não é possível afirmar com antecedência, mas se porventura, após algum tempo do início do período de medição, forem constatados de forma sucessiva, diferentes índices de resolatividade por canais de atendimento de um mesmo serviço de um mesmo fornecedor, isto deverá ser analisado em detalhes, e poderá ser fruto de indagações, questionamentos, e também de recomendações de reformulações da estrutura e dimensão dos SACs (quantidade de pessoas - atendimento humano) e horários de funcionamento) por parte da SENACON e da estrutura de defesa do consumidor.

Aqui a questão que preocupa é que como o Brasil é ainda um país muito desigual, e há diferenças de escolaridade e conhecimento entre as camadas sociais, além da grande população de idosos, não se pode deixar que haja – de forma permanente – uma diferença de efetividade de canal de atendimento, e de resolatividade de canal de atendimento, para pessoas que tenham por um ou mais motivos dificuldades de acesso, ou de entendimento.

Já se sabe que em caso de queixas, muitos dos consumidores preferem ser atendidos por pessoas, como explicita a pesquisa da Frost & Sullivan, este consultor acha isto mais verdadeiro especialmente no caso de pessoas mais idosas, portadoras de necessidades especiais, e com menos escolaridade.

Já talvez as pessoas mais jovens e com mais acesso a tecnologias de comunicação, talvez prefiram usar canais de atendimento digitais, por esta razão é importante que no cumprimento ao determinado pelo Decreto nº11.034, que as empresas disponibilizem o grau de abertura/ detalhamento por produto e por canal de atendimento, conforme tabela proposta acima. E se monitore a evolução da taxa de resolatividade por canal de atendimento.

Então, a taxa de resolatividade poderá ser mais completa caso as empresas compartilhem os dados de volume de clientes por serviço (ao que parece como elas próprias sugeriram), ou menos completa caso haja a recusa das empresas em compartilharem dados de volume e base de clientes por classe de produtos. Então o que mudaria nestes dois casos seria o denominador, como explicado abaixo.



Para termos efetividade nesta proposta, basta atender a duas precondições:

- a) **Adotar o critério de resolutividade binária**, ou resolveu a demanda do consumidor, ou não resolveu a demanda do consumidor. Sem gradações intermediárias.
- b) **Não permitir contaminações na base de dados, como elogios ou outros comentários, que podem eventualmente ser forjados pelas empresas** (inclusive via robôs), o foco devem ser apenas as queixas, e a solução das queixas, de quem está insatisfeito.

**III - índice de reclamações junto aos órgãos de defesa do consumidor, principalmente no Sistema Nacional de Informações de Defesa do Consumidor e no sítio eletrônico do consumidor.gov.br, ou nas plataformas que venham a substituí-los**

Aqui o próprio espelhamento da base de dados, já contempla a verificação deste índice de reclamações por serviço, fornecedor, canal de atendimento etc., basta que a partir da plataforma do consumidor.gov.br sejam expandidas as opções e principalmente feitos os links de integração com as demais plataformas (para que haja espelhamento e diálogo – tal como concomitância operacional de fluxo de informações - entre elas), e se as empresas assim o permitirem, isto é integração com os SACs das empresas.

Mas do lado do governo o ideal é uma total integração dos entes do sistema de defesa do consumidor, para que sejam multiplicados os esforços e a efetividade dos direitos consumeristas, isto é muito importante.

Espera-se que esta plataforma irá, no médio prazo, beneficiar as empresas sérias e que respeitam o consumidor, e punir as empresas que desconsiderem as queixas dos consumidores, e a possibilidade de consulta tanto aos índices de reclamações quanto a resolutividade permitirá à vários stakeholders de diversas camadas da sociedade a entenderem melhor o comportamento de cada fornecedor e analisar sua responsabilidade social.

As agências reguladoras, tanto se beneficiarão desta base de dados, quanto simultaneamente ficarão na vitrine para dar respostas e propor medidas de aperfeiçoamento às empresas que venham a desrespeitar os direitos dos consumidores, o que é bem-vindo.

#### **IV - índice de reclamações no órgão ou na entidade reguladora setorial;**

Aqui novamente é o caso das agências reguladoras, que como relatado acima terão que monitorar de forma mais minuciosa o comportamento de cada fornecedor, sendo que este monitoramento se dará a partir de inputs providos pelos consumidores, e em função disto 3 vantagens serão alcançadas:

- 1) As agências reguladoras terão uma base de queixas mais atualizada para proceder a ajustes e recomendações de conduta aos seus fornecedores regulados.
- 2) As agências reguladoras poderão aplicar multas e punições com o endosso da estrutura do governo e da sociedade como um todo, uma vez que ampliarão sua agilidade para beneficiar os consumidores.
- 3) As agências reguladoras poderão comparar as diferentes reações e comportamento dos fornecedores, tendo desta forma, alguns parâmetros que indicarão a pertinência e a colaboração dos fornecedores.

A troca de informação entre as agências reguladoras pode ser um ganho adicional, para elas, pelo aprendizado decorrente desta troca, e pela revisão de conceitos que este aprendizado permitirá. E isto poderá favorecer a evolução do direito consumerista. Já se pressupõe que talvez existam Agências Reguladoras cujo corpo técnico está mais consolidado e avançou mais no tema direito consumerista do que outras, o que indica que pode haver uma troca ou compartilhamento de curva de experiência – a despeito das diferenças setoriais dos fornecedores regulados – entre as agências.

#### **V - grau de satisfação do consumidor**

A proposição de adotarmos o critério de resolutividade binária, ou resolveu a demanda do consumidor, ou não resolveu a demanda do consumidor, sem gradações intermediárias, deve aumentar a satisfação do consumidor pelos seguintes fatores:

- a) Sendo um critério binário, é mais provável que as empresas se esforcem mais para resolver de forma integral as demandas do consumidor, e sabendo que é binário, caso a demanda do consumidor seja ou improcedente ou de difícil atendimento, será mais sincero a empresa já sinalizar isto a ele.
- b) Para pessoas com menos qualificação e escolaridade, se reduz o risco de elas serem “manipuladas” com estratégias que no fundo não trazem resultado efetivo (mas as vezes servem para as empresas ganharem tempo). Assim com o critério binário após a interação com o SAC ou ela sai satisfeita, ou não atendida.

O consumidor em função do decreto nº 11.034, pode agora contar com várias opções de canal de atendimento, e pode ele próprio julgar a efetividade do seu atendimento, isto o deixa com mais autonomia e mais liberdade para exercer os seus direitos, portanto ele deve aumentar seu grau de satisfação, mas para que isto de fato se confirme, a metodologia proposta deve ser implementada, e os indicadores acompanhados, avaliados de forma periódica conforme recomenda o decreto, de no mínimo uma vez ao ano, e com base nesta avaliação as agências reguladoras poderão aperfeiçoar seus procedimentos e melhor supervisionar e regulamentar os fornecedores.

Como se trata de uma metodologia nova e que pressupõe a interação de várias instâncias e entes é recomendável que se proceda a costura política e institucional do compartilhamento da base de dados, bem como seu espelhamento, que poderá ter como hospedeiro o [consumidor.gov.br](http://consumidor.gov.br), plataforma que deverá ser estruturada para acomodar estas novas atribuições a contento, e permitir as interações com os SACs, com as agências reguladoras e demais entes.

## 6. Diálogo com a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais

A grande questão aqui é a proteção (sigilo) de dados pessoais dos consumidores, isto de fato é um desafio grande, pelos seguintes motivos:

- 1) Em função do fenômeno de terceirização e quarteirização dos SACs, os dados pessoais dos cidadãos, ficam sim mais expostos a vazamento, primeiro pelo alto turnover ou rodízio de funcionários nos call centers, e depois porque a grande maioria das empresas ainda não se preocupa efetivamente com este assunto, então as empresas costumam menosprezar este risco. Até porque todos sabem que há vazamento, a dificuldade é caracterizar quem vazou o que. Alguns segmentos, como bancos e algumas empresas de serviço financeiro, tem o tema como uma preocupação central e, em função disto, a cibersegurança faz parte da agenda perene de tais instituições, mas outras instituições costumam ter mais tolerância a este risco, o que se dá em prejuízo do consumidor.
- 2) Em um mundo digital de compras online, aplicativos, redes sociais, plataformas para diversos serviços, é muito comum o consumidor (na maioria das vezes desavisado) oferecer risco a ele próprio. Os cibercrimes ou crimes digitais, já atingem 58% dos brasileiros (conforme reportagem da revista exame), e a cada ano este número aumenta no Brasil e no mundo, e segundo a reportagem da revista consumidor moderno, os cibercrimes cresceram mais de 300% na pandemia, seja pelo aumento no volume de transações, seja pela inexperiência dos consumidores que estavam pouco familiarizados com compras online.
- 3) A proteção de sigilo dos dados, é importante tanto para o assunto em tela (proteção dos dados pessoais dos consumidores nos SACs) quanto fora dos SACs, para a sociedade como um todo, e a SENACON já tem dado exemplos de que está atenta e diligente a esta questão, como foi o caso recente de notificação das empresas do Grupo Raia Drogasil. Que usavam e vendiam dados dos seus consumidores para serem utilizados para marketing direto por outras empresas.

A fiscalização da efetividade do serviço do SAC será realizada pela SENACON, que firmou acordo de cooperação técnica com a Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD), responsável pela avaliação das regras LGPD aplicadas nas empresas, no dia 22 de março de 2021.

Com certeza esta base de dados (espelhamento) para recebimento das queixas dos consumidores, proposta pelo este trabalho, deverá se cercar de todos os cuidados e níveis de segurança, para evitar vazamento e mal uso das informações, e para isto que se recomendou que sejam feitos **ao menos dois níveis de acesso**:

**(Nível 1)** primeiro com base de dados mais completa, que contenha a plena identificação do consumidor, (com nível de acesso mais restrito por conter dados pessoais dos consumidores, (nome, CPF, cel, e-mail, etc.), feita apenas em plataformas 100% confiáveis, e,

**(Nível 2)** segundo nível de acesso, que permitirá um tratamento estatístico, porém em cima de uma base de dados crível e verdadeira, mas já omitindo o cabeçalho, isto é a identificação pessoal dos consumidores (nominalmente ou por CPF).

Sendo que esta base de dados (Nível 2) é que poderá ser manipulada, utilizada e compartilhada por mais pessoas e órgãos, sem que o consumidor assuma risco de ter seus dados vazados, e sem que as empresas corram o risco de compartilhar sua base de dados (e ter seus clientes assediados pela concorrência), e esta base será compartilhada para aferição estatística da efetividade das ferramentas de acompanhamento dos SACs, como estabelece o artigo 15 do decreto nº 11.034.

Por último cabe registrar que o avanço tanto em termos de celeridade quanto em termos de efetividade, do entendimento que permitirá o espelhamento de uma base de dados comum (Governo – nas suas N instâncias e órgãos, fornecedores e consumidores) dependerá de um processo de pavimentação da comunicação que se espera focado, disciplinado, apolítico e permeável, para que todos os stakeholders envolvidos direta ou indiretamente, possam contribuir, questionar, criticar, sugerir, e acomodar interesses, em prol da melhoria das relações consumeristas.

O sigilo de dados dos cidadãos, devem ser objeto de contínua preocupação, fiscalização e regulação, sempre propondo aperfeiçoamentos no tratamento e tramite de tais dados, e em uma sociedade que já é e se propõe cada vez mais digital como dialoga inclusive com o título do programa do convênio “Direitos do Consumidor na Sociedade do Conhecimento”, o efeito esperado é que se promova mais democratização das relações consumidor – fornecedor, e mais harmonização das relações de poder, se possível diminuindo a assimetria de informação entre fornecedores e consumidores.

Como sugestão merece o registro que a SENACON futuramente promova (antes da implementação da base de dados espelhada) alguns encontros formais com as agências reguladoras, empresas e representantes de consumidores, para que tais medidas aqui propostas, possam sofrer um debate transparente e produtivo, e onde tais stakeholders (consumidores, fornecedores e agências reguladoras) possam levantar dúvidas específicas, fazer propostas de refinamento e aperfeiçoamento, para que desta forma todos participem mais ativamente e de forma colaborativa.

## 7. Considerações finais

Conforme já escrito no Relatório Produto 2 onde registrou-se que:

- a) Existe sim legislação para proteção dos direitos do consumidor, bem como tem havido uma evolução da interpretação das leis consumeristas visando a atualização com relação a introdução de novas tecnologias e as mudanças que estas novas tecnologias provocam nos hábitos e comportamento dos consumidores.
- b) O artigo 15 do decreto nº 11.034, permite que o consumidor escolha o canal de atendimento de sua preferência para vocalizar sua demanda (opinião, queixa, questionamento, solicitação etc.) isto empoderou os consumidores, permitindo a eles um acesso até então não experimentado, uma vez que o atendimento multicanal democratizou e permitiu que os consumidores realmente se manifestem e se expressem. E, em função disto, as empresas (fornecedores) terão que se desdobrar para enfrentar tais demandas, se reequipar para fazer frente a este acesso multicanal.
- c) O outro avanço permitido pelo decreto nº 11.034 é o foco na resolutividade, ao invés de focar apenas na celeridade e disponibilidade (horário de funcionamento dos SACs) do atendimento dos SACs, afinal além de ter sua ligação atendida ou seu e-mail respondido o que o consumidor realmente quer é ser atendido na sua demanda e ser respeitado nas suas queixas.

Para facilitar e principalmente estimular uma alta resolutividade é que foi proposto neste Relatório Produto 3, **adotar o critério de resolutividade binária**: onde o fornecedor ou resolveu a demanda do consumidor, ou não resolveu a demanda do consumidor. Sem gradações intermediárias.

Porque só desta forma, buscando obter uma alta taxa de resolutividade, é que as empresas irão se preocupar em respeitar os direitos de consumidor, ao aperfeiçoarem a médio prazo, o seu *modus operandi* de desenvolvimento e comercialização dos produtos e serviços, aqui incluso uma maior conscientização na hora de apregoar, isto é fazer propaganda das características de cada produto e serviço, então a médio prazo se espera uma alteração do marketing das empresas, uma vez que o somatório das queixas do consumidor, (agora publicizadas através das redes sociais), e computadas através de uma base espelhada de dados, se tornará mais crível e rastreável. Isto também foi exposto no Relatório Produto 2.

O funcionamento da metodologia aqui proposta, só irá ocorrer a contento se houver um entendimento prévio de seus objetivos, por parte de todos: dos fornecedores, dos consumidores e dos reguladores, sendo que não dá para prever de antemão qual será sua efetividade em função do grau de engajamento e colaboração de cada elo (fornecedor, consumidor, governo).

Por conta desta necessidade de comunicação e troca de informações é que está sendo proposto que a SENACON, faça painéis de discussão e apresentação da metodologia, que foi proposta de forma simples e direta, exatamente para permitir um entendimento mais claro dos seus propósitos e da sua operacionalização. (Isto poderá ser melhor verificado a partir da leitura dos anexos de 1 à 3, deste relatório)

Além da pavimentação da comunicação com todos os elos da cadeia consumerista, o que deverá pressupor rodadas de apresentação do projeto e da metodologia, seguidas de rodadas de troca de opiniões para auscultar demandas e preocupações, também para, se possível, se contornar eventuais resistências ou obstáculos, sempre de forma transparente e com diálogos produtivos.

Promovido o amplo diálogo, e que pressupõe principalmente a informação aos consumidores dos seus direitos e ofertados (pelas empresas) os canais de comunicação do SAC previstos no decreto, – aqui uma sugestão formal – a SENACON poderá pensar em uma campanha de publicidade que esclareça melhor os consumidores, bem como amplie o conhecimento por parte dos consumidores da plataforma consumidor.gov.br e simultaneamente divulgue que ele agora tem direito a usar os vários canais de comunicação para acessar o SAC. Isto já seria um passo de mobilização e engajamento para aumentar o conhecimento da plataforma consumidor.gov.br, e simultaneamente provocar uma mobilização visando o espelhamento da base de dados das queixas dos consumidores.

Há que se pensar de forma detalhada no investimento tanto em infraestrutura técnica para o espelhamento da base de dados, quanto na segurança da informação (incluso também a LGPD), e na disponibilidade de aumentar a interação da SENACON com os consumidores prestando esclarecimentos quanto ao seu papel (da SENACON), e das possibilidades que a SENACON permite aos consumidores.

Não se deve esquecer que os consumidores devem saber que existe (a SENACOM e demais entes do SNDC) e devem conhecer bem os entes que compõem o SNDC, para que a partir de tal conhecimento, estes consumidores saibam acessar, propor e cobrar, para que haja uma atuação coordenada e harmoniosa entre tais entes do SNDC sempre em prol da evolução do direito consumerista. Neste sentido, a identificação clara do papel de cada um destes entes, deve feita com transparência para que se detecte de forma simples qual a complementariedade de atuação/função e papéis.

É desejável que haja uma engrenagem de giro harmonioso e efetivo para maximizar os resultados, reduzindo bastante ou eliminando eventuais atritos, onde cada entidade contribui com o seu papel, e sendo que como também já foi mencionado no Relatório Produto 2, se houver arestas, sobreposição, *overlaps*, de legislação ou de função, que se possível, se promova um enxugamento e conscientização e simplificação para que tanto a legislação quanto o entendimento do direito consumerista se torne mais conhecido e acessível e conseqüentemente mais exequível. Pois isto permitirá uma evolução efetiva do direito consumerista.

## 11. Referências Bibliográficas

- 1) **A nova Lei das Agências (Lei nº13.848/2019)**, [Nova Lei das Agências Reguladoras — Ministério da Economia \(www.gov.br\)](http://www.gov.br), disponível em <<https://www.gov.br/economia/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/principais-acoes-na-area-economica/acoes-2019/nova-lei-das-agencias-reguladoras>> .
- 2) **Avaliação de Resultado regulatório, (ANATEL)**, disponível em < [Anatel publica Relatório de Avaliação de Resultado Regulatório — Agência Nacional de Telecomunicações \(www.gov.br\)](http://www.gov.br)>. [Microsoft Word - PRRE23 ARR-RASA Relatório completo sem marcas.docx \(anatel.gov.br\)](#).
- 3) **Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD)**, integra da lei, disponível < [www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm)>.
- 4) **Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD)** disponível em < [Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais \(LGPD\) — Ministério do Desenvolvimento e Assistência Social, Família e Combate à Fome \(www.gov.br\)](http://www.gov.br)>
- 5) **Guia de Boas práticas da Lei Geral de Proteção de Dados**, disponível em < [Guia de boas praticas LGPD.pdf \(mds.gov.br\)](http://mds.gov.br)>
- 6) **Novo decreto que regulamenta o SAC e a LGPD**, Zangheri, Heloisa Pappasoni, disponível em < [Novo decreto que regulamenta o SAC e a LGPD \(migalhas.com.br\)](http://migalhas.com.br)>
- 7) **O novo decreto do SAC e a LGPD**, Punder Patricia, David, Fábio, disponível em < [O Novo Decreto do SAC e a LGPD - Nosso Direito em ação](http://www.gov.br)>
- 8) **ANPD e SENACON assinam acordo de cooperação Técnica**, Disponível em <https://www.gov.br/anpd/pt-br/assuntos/noticias/anpd-e-senacon-assinam-acordo-de-cooperacao-tecnica>
- 9) **58% dos brasileiros sofreram crimes cibernéticos**, aponta estudo da Norton, disponível em < [58% dos brasileiros sofreram crimes cibernéticos, aponta estudo da Norton | Exame](http://www.gov.br)>.
- 10) **Cibercrime: ataques no Brasil aumentam mais de 300% com a pandemia**, Disponível em < <https://olhardigital.com.br/2020/07/03/seguranca/cibercrime-ataques-no-brasil-aumentam-mais-de-300-com-a-pandemia>>
- 11) **Customer Experience Outsourcing Services Market in Latin America and the Caribbean**, Frost & Sullivan, disponível em < [Customer Experience Outsourcing Services Market in Latin America and the Caribbean - Atento](http://www.gov.br)>

# ANEXOS

# ANEXO 1

(SUGESTÃO DO TEOR DO OFÍCIO A SER ENVIADO PELA SENACON À ANATEL)



Brasília, xx/xx/yyyy

Ao Ilmo. Sr. Carlos Manuel Baigorri, presidente da ANATEL,

Ao Ilmo. Sr. Luciano Godoi Martins – Ouvidor da ANATEL

A Ilma. Sra. Suzana Silva Rodrigues – Chefe do Gabinete da Presidência.

**Ref: Proposta de atuação conjunta SENACON (Consumidor.gov.br) para espelhamento da base de dados contendo queixas dos consumidores sobre os serviços dos fornecedores de serviços de telecomunicação.**

Prezados Srs.

A SENACON – Secretaria Nacional do Consumidor, responsável pela administração da plataforma consumidor.gov.br, vem solicitar reuniões iniciais com vistas a estabelecer tratativas para colaboração SENACON - ANATEL, para realização de um convênio, cujo teor seja a possibilidade de uso integrado entre os sites e plataformas, especialmente no que diz respeito ao recebimento, hospedagem, e análise das demandas e queixas formuladas pelos consumidores.

A proposição desta colaboração, dialoga diretamente com a implementação da metodologia de regulação dos SACs, em especial quanto a sua efetividade, conforme prevê o artigo 15 do decreto nº 11.034.

De forma mais assertiva e detalhada, o artigo 15 trata especificamente da efetividade do SACs, tendo como critérios:

- 1) A quantidade de reclamações, ponderada pela base de clientes naquele segmento ou nicho,
- 2) A taxa de resolução das demandas, sob a ótica do consumidor,
- 3) O índice de reclamações junto aos órgãos de defesa do consumidor, no Sistema Nacional de Informações de Defesa do Consumidor e no sítio eletrônico do consumidor.gov.br.
- 4) O índice de reclamações no órgão ou na entidade reguladora setorial.
- 5) O grau de satisfação do consumidor.

Diante da novidade e da dificuldade inicial tanto técnica quanto operacional para viabilizar a implementação do que determina no artigo 15, do decreto nº 11.034, a SENACON, após discussões internas, concluiu que a colaboração com as agências reguladoras, tanto no que diz respeito a parcerias operacionais, quanto no que diz respeito ao processo de educação do consumidor, será a solução mais eficaz para trilhar avanços rumo à evolução dos direitos consumeristas.

Cumprir pontuar que estas dificuldades iniciais de implementação do artigo 15, do decreto nº 11.034, não ofuscam e nem anulam os benefícios que advirão da plena implementação do estipulado pelo decreto nº

11.034, em especial no que tange a possibilidade de os consumidores utilizarem vários canais de comunicação para vocalizarem suas queixas, o que indubitavelmente é uma conquista a ser celebrada.

Dois objetivos iniciais foram vislumbrados pela SENACON ao propor esta tratativa de parceria com a ANATEL:

- 1) Celeridade para o consumidor no registro e atendimento das suas demandas e queixas, e
- 2) Aumento da efetividade, via atendimento das demandas dos consumidores de forma mais integrada e com base espelhada de dados.

E como objetivo secundário a SENACON pretende – através da integração das plataformas que o consumidor utiliza para formalizar suas queixas – fortalecer sua base de dados e seu histórico, que receberá um tratamento estatístico que possibilite apontar quais fornecedores, e em quais classes de produtos tratam o consumidor de forma adequada, e quais fornecedores e em que classes de produtos não respeitam os direitos do consumidor.

Na visão da SENACON, este objetivo será mais bem atingido se for possível efetivar o compartilhamento de informações via integração do site para esta função de recebimento das demandas do consumidor.

De forma a lustrar com mais clareza esta proposta, nos permitimos anexar um slide abaixo, que no nosso atendimento poderá facilitar a compreensão do que estamos propondo.



A intenção é que o consumidor agilize seu atendimento, e, mesmo que continue sendo necessário o prazo dado ao fornecedor para solução do problema, ao fazer a queixa (de forma espelhada) e obter o número do protocolo, o consumidor não precisará fazer a mesma queixa duas vezes caso o fornecedor não resolva a questão, e caso o fornecedor o atenda a contento ao consumidor, o consumidor deverá julgar esta queixa como atendida e a plataforma deverá registrar e classificar isto { ( ) DEMANDA ATENDIDA ( ) DEMANDA NÃO ATENDIDA }. E tal classificação irá ajudar a SENACON a medir a taxa de resolutividade, e o índice de queixas por produtos/serviços. O que por sua vez ajuda no aprimoramento do comportamento dos fornecedores.

Certos de que a resposta de V.s.as. será positiva no sentido do agendamento de uma reunião que inicie tratativas neste sentido, e interessados em ouvir opiniões e contribuições da ANATEL, acerca deste assunto que ajudem a aprimorar o atendimento e o compartilhamento de experiências, nós da SENACON, nos colocamos a disposição de V.s.as.

Atenciosamente,

# ANEXO 2

(SUGESTÃO DO TEOR DO OFÍCIO A SER ENVIADO PELA SENACON AOS ENTES DO SNDC)



Brasília, xx/xx/yyyy

Ao Ilmo. Srs. Xxx , presidentes do Procons -

Ao Ilmo. Sr. yyyyyy – Ministério Público

A Ilmo. Sr. Zzzzzzz – Defensoria Pública.

A Ilmas. Sr. Zzzzzzz – Entidades Civas de defesa do consumidor.

**Ref: Proposta de atuação conjunta SENACON (Consumidor.gov.br) e demais entes do SNDC, supracitados, para atuação conjunta e coordenada visando complementariedade de ações e uso inteligente de tecnologia.**

Prezados Srs.

A SENACON – Secretaria Nacional do Consumidor, responsável pela administração da plataforma consumidor.gov.br, vem convidar vossas senhorias para realizar reuniões iniciais com vistas a estabelecer tratativas para discussão acerca dos papéis dos principais entes do SNDC, com vistas a proporcionar uma ação complementar e mais coordenada, que otimize a complementariedade de ações entre os entes bem como o uso da tecnologia, de forma a aperfeiçoar práticas de orientação e garantia dos direitos consumeristas.

O propósito inicial é que a partir do processo de diálogo mais estreito entre os entes do SNDC surjam questões práticas que visem preencher lacunas e estabeleçam atribuições mais claras e mais nítidas a cada ente, com fronteiras e contornos mais nítidos, e sempre otimizando a complementariedade de atuação dos entes visando, desta forma, um aperfeiçoamento do direito consumerista.

Entender as dificuldades e carências operacionais dos entes também fará parte do processo de auscultar demandas, e buscar soluções conjuntas, o propósito final desta iniciativa é a pavimentação da comunicação via o azeitamento do relacionamento entre os entes do SNDC visando proporcionar a médio prazo mais agilidade na capacidade de resposta do sistema às demandas dos consumidores.

No entendimento da SENACON a tecnologia deverá ser uma aliada robusta na evolução e integração das camadas do SNDC e para que tal aconteça de fato é necessário tanto o mapeamento necessário das lacunas e imperfeições atuais, quanto o desenho em conjunto de soluções integradas que potencializem a capacidade de resposta.

Poderá fazer parte da pauta propositiva dos encontros a revisão da legislação e da normatização do que se limita estritamente ao direito consumerista, em especial da regulação do SACs, a luz do que determinou o decreto nº 11.034.

Gostaríamos de contar com as manifestações de V.S.as quanto a intenção de participação nesta iniciativa, bem como nos colocamos a disposição para ouvir proposições e sugestões que contribuam para enriquecer este processo.

Atenciosamente,

# ANEXO 3

(SUGESTÃO DO TEOR DO OFÍCIO A SER ENVIADO PELA SENACON À UNESCO)



Brasília, xx/xx/yyyy

A Ilma. Sra. Marlova Jovchelovitch Noletto,

**Ref: Proposta de articulação de um convênio entre entes do SNDC, visando otimizar a atuação conjunta e coordenada visando complementariedade de ações e uso inteligente de tecnologia.**

Estimada dra. Marlova Jovchelovitch,

A SENACON – Secretaria Nacional do Consumidor, responsável pela administração da plataforma consumidor.gov.br, vem solicitar uma reunião com a equipe da UNESCO no Brasil, com vistas a propor tratativas para elaborar um convênio que vise a otimização da atuação dos entes do SNDC, através de ações de esclarecimento e mobilização dos direitos consumeristas.

O processo de educação e estruturação dos direitos do consumidor no Brasil já tem apresentado um avanço significativo nos últimos anos, isto contribui diretamente para o exercício mais pleno da cidadania, porém, ainda há alguns temas a aperfeiçoar, dentre eles, a melhor integração e ação coordenada das instituições responsáveis por prestar auxílio ao consumidor para o respeito aos seus direitos, e um enxugamento e simplificação da legislação que também deverá trazer benefícios aos consumidores e ao País.

Considerando que a UNESCO já proporcionou tanto um apoio financeiro para custear consultorias, quanto principalmente proporcionou a costura de ações estratégicas para compartilhamento de experiências e de curva de aprendizado e o que contribui de forma objetiva para a evolução do tema no Brasil; gostaríamos de conversar com V.S.a e sua equipe, acerca da possibilidade de apoio para um evento que se destinará prioritariamente ao engajamento dos atores do SNDC, visando o aumento da eficiência da atuação individual de cada instituição, e também da interação entre os entes do SNDC, de forma consubstanciar o avanço do direito consumerista no Brasil.

A atualização tecnológica e integração das plataformas digitais também será uma das verticais destas tratativas com vistas a democratizar o acesso dos consumidores ao SNDC e acelerar o trâmite de ações de demandas consumeristas.

Ficamos a disposição para o agendamento de uma reunião na qual poderemos fornecer mais detalhes sobre o projeto.

Atenciosamente,

