

Procon propõe acordo com campeãs de reclamações

por Cristiane Marsola

Telefônica, Itaú Unibanco, Eletropaulo, TIM, NET São Paulo e Medial assinaram um termo de compromisso com a Fundação Procon-SP para reduzir o número de reclamações dos consumidores nos próximos 12 meses. "Mais do que as metas de redução de reclamação, a negociação, que durou meses, foi importante para inaugurarmos uma área de relacionamento mais estreita das empresas com o Procon", disse Roberto Pfeiffer, diretor executivo do Procon SP. O acordo vale de junho de 2010 a julho de 2011.

As reclamações dos consumidores refletem negativamente na imagem da empresa. "Não adianta gastar milhões com comunicação e não atender bem os clientes. Hoje vale mais a opinião dos seus amigos", disse Júlio Moreira, professor de branding da pós-graduação em comunicação da ESPM.

A Telefônica, campeã do ranking de empresas com maior número de queixas há quatro anos, tem a meta mais ousada: pretende reduzir em 42% as reclamações fundamentadas e as CIPs (cartas de informações preliminares). "Estou confiante de que eles conseguirão cumprir. A empresa já tem mostrado uma redução nas reclamações", falou Pfeiffer. Neste ano, no Dia do Consumidor (15 de março), quando é divulgado o ranking do Procon-SP a empresa veiculou uma campanha se comprometendo a melhorar.

O Grupo Itaú Unibanco se comprometeu a reduzir em 20% as reclamações. No ano passado, o Itaú foi o segundo do ranking do Procon e o Unibanco o oitavo.



Campanha do Itaú Unibanco



Telefônica faz ação no Dia do Consumidor

30ª posição do ranking.

Para fazer o acordo, o Procon SP procurou as 20 primeiras empresas do ranking, mais as três primeiras de cada área, totalizando 32 empresas. "É uma iniciativa louvável do Procon-SP, mas é triste que a empresa precise fazer um acordo. Isso deveria estar em seu DNA", falou Moreira.

Dessas convocadas, Bradesco, Santander, HSBC, Banco do Brasil, Carrefour (banco e varejo), Sabesp, Positivo Informática, Itálica, Samcil, Imbra, Vivo e Oi se comprometeram a reduzir o número de queixas de clientes, mas não assinaram o acordo. "As empresas que assinaram o compromisso terão de desenvolver ações de educação para o consumo, caso não cumpram a meta estipulada", explicou Pfeiffer.

concorda com os termos e condições do documento proposto pelo Procon-SP, por entender que a proposta se concentra nos efeitos (número de reclamações) e não nas causas das queixas, além de não contribuir concretamente para o aumento da satisfação dos seus consumidores".

A Claro informou que "sempre investiu e continuará a investir fortemente na qualidade e expansão de sua cobertura da rede 3G", mas não citou as reclamações.

A Embratel declarou que "tem melhorado constantemente sua qualidade", já que passou da sexta para a décima posição no ranking do Procon-SP.

A Casas Bahia respondeu que foi eleita a empresa que mais respeita o consumidor na sua categoria, em pesquisa da TNS

A Eletropaulo, terceira colocada em 2009, pretende diminuir em 10% tanto reclamações fundamentadas como CIPs. A quinta colocada do ano passado, TIM, tem como meta reduzir 8% das CIPs e 35% das reclamações fundamentadas. A NET São Paulo, que em 2009 ficou em 17º lugar, tem como meta ter 10% menos CIPs e 19,07% menos reclamações fundamentadas.

A Medial tem como pretensão reduzir em 5% o número de CIPs e 10% o de reclamações fundamentadas. Em 2009, a empresa de plano de saúde ficou na

Outras 13 empresas não assinaram o termo de compromisso nem se comprometeram com as metas de redução de reclamações.

O Banco Panamericano e a B2W informaram que não vão se pronunciar sobre o assunto.

LG, Nokia, Samsung e Sony Ericsson se pronunciaram por meio da Abinee (Associação Brasileira da Indústria Elétrica e Eletrônica). Em nota, a associação afirmou que "defende o aperfeiçoamento contínuo dos processos e das políticas de atendimento ao consumidor, mas não

Interscience, por seis anos consecutivos. A nota informou que "as metas impostas pelo Procon (...) não condiziam com a realidade do seu segmento de atuação e, portanto, não seriam possíveis de serem cumpridas".

A Caixa informou que em fevereiro de 2010 fez um acordo com o DPDC, "visando à redução nacional de reclamações de seus clientes nos Procon" e que esse acordo já contempla as metas do Procon-SP. Até o fechamento desta edição, Tenda, Marabraz e Microcamp não haviam respondido aos e-mails da reportagem.