

RELATÓRIO PESQUISA SERVIÇO DE ATENDIMENTO AO CONSUMIDOR EMPRESAS PRESTADORAS DE SERVIÇO

A Diretoria de Estudos e Pesquisas, com a colaboração essencial da Diretoria de Orientação e Atendimento ao Consumidor, realizou no período de 03 a 04/11/2008, uma pesquisa visando verificar como as empresas prestadoras de serviço prestam atendimento aos consumidores através do seus SAC's (Serviços de Atendimento ao Consumidor).

Em 01/12/2008 entrará em vigor o Decreto nº 6.523 que determina a adoção de diversos procedimentos a serem seguidos pelos SAC's das prestadoras de serviços. Assim, a pesquisa teve como objetivo verificar como os consumidores avaliam os atendimentos destas empresas antes da entrada em vigor do Decreto. Essa avaliação permitirá verificarmos, posteriormente, em nova pesquisa comparativa, se os resultados das determinações do Decreto foram efetivos para os consumidores.

Os dados foram coletados nos posto de atendimento pessoal da Fundação Procon São Paulo, com a colaboração dos técnicos do atendimento.

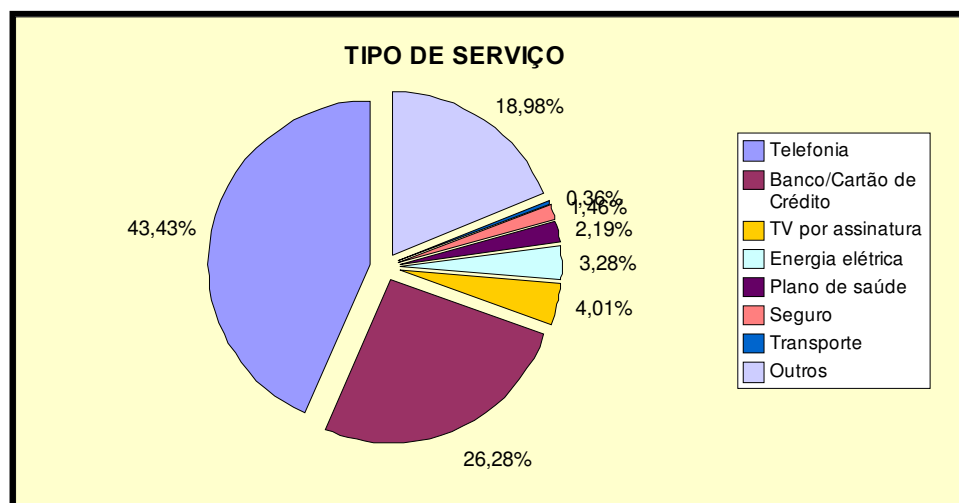
Com o objetivo de verificar qual a percepção dos consumidores quanto aos Serviços de Atendimento ao Consumidor das empresas prestadoras de serviços, apresentamos questões norteadas pelo referido Decreto e sua abrangência.

Encaminhamos 460 formulários que foram distribuídos aos consumidores que procuraram nosso atendimento para reclamar sobre serviços. Destes formulários, tivemos o retorno de **296 devidamente respondidos**. Excluímos desta amostra 22 formulários onde verificamos que os consumidores não contataram a empresa por telefone, face ao fato do referido Decreto tratar especificamente deste meio de contato.

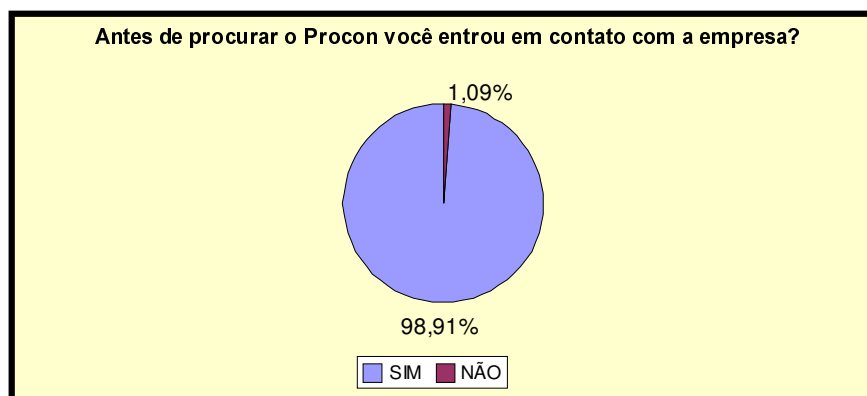
A amostra restante ficou em **274 pesquisados**.

A distribuição dos serviços utilizados por esses consumidores segue a tabela e gráfico abaixo, onde verificamos que os grandes seguimentos apontados foram Telefonia e Bancos (que inclui cartões de crédito).

TOTAL		%
Telefonia	119	43,43%
Banco/Cartão de Crédito	72	26,28%
TV por assinatura	11	4,01%
Energia elétrica	9	3,28%
Plano de saúde	6	2,19%
Seguro	4	1,46%
Transporte	1	0,36%
Outros	52	18,98%
274		



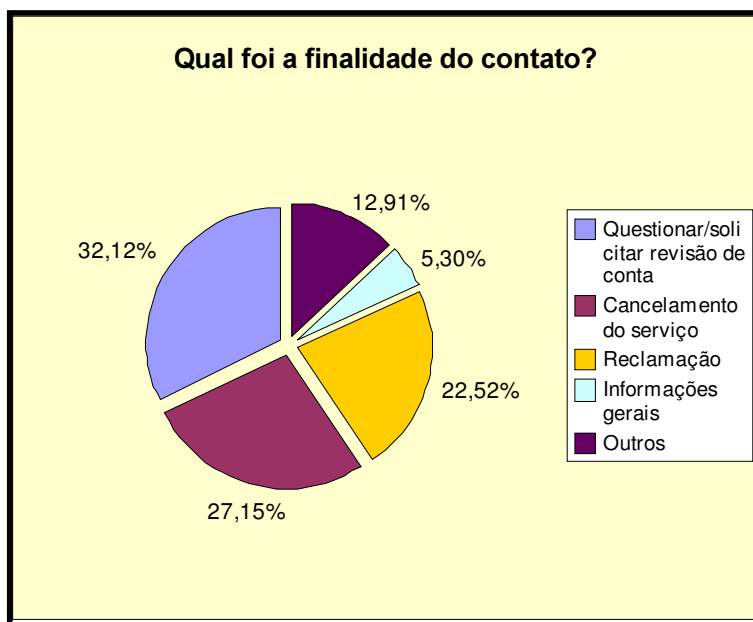
Praticamente todos os consumidores questionados (98,91%) informaram ter procurado a empresa para solucionar seu problema, antes de se dirigirem ao atendimento do Procon. Acreditamos que 1,09% dos consumidores que afirmaram não ter contatado a empresa antes de procurar o Procon responderam a pesquisa se referindo a contatos anteriores, o que não invalidou a participação na pesquisa.



O contato efetuado pelos consumidores com a empresa visou:

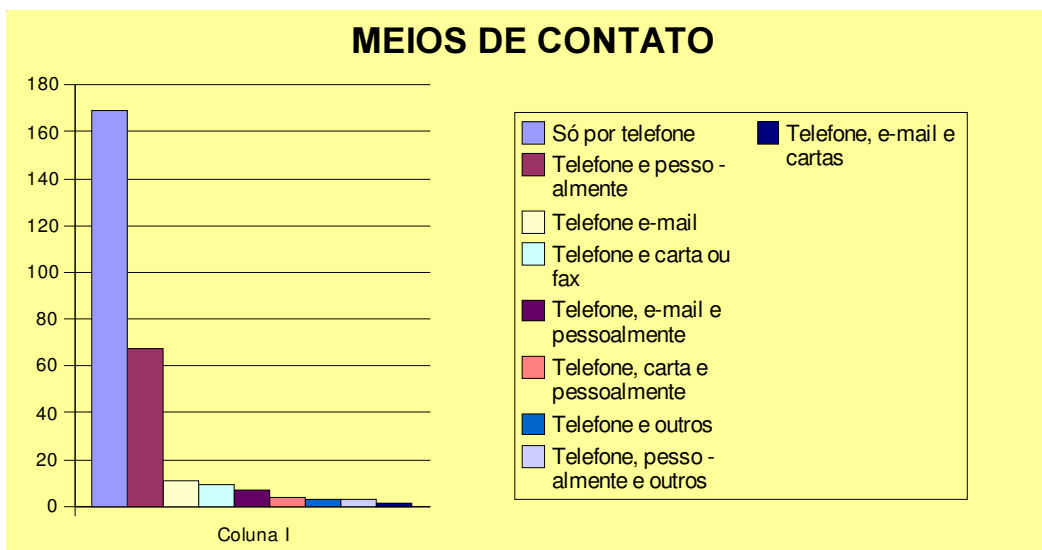
- 1) solicitar revisão de conta (32,12%);
- 2) solicitar o cancelamento do serviço (27,15%);
- 3) reclamar da prestação de serviço (22,52%).

Muitos consumidores apontaram mais do que um objetivo neste contato.

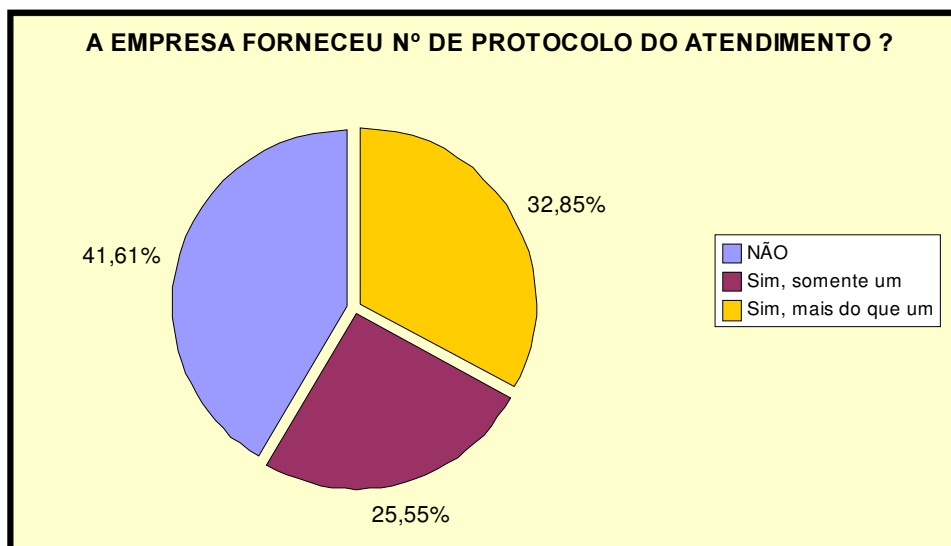


Quanto aos meios de contato com o fornecedor, 22 consumidores informaram ter entrado em contato com a empresa somente pessoalmente. Esses foram excluídos da pesquisa, uma vez que o Decreto refere-se somente a procedimentos a serem adotados no atendimento telefônico. Alguns indicaram que além do contato telefônico, utilizaram também outras formas de contato como segue a tabela e gráfico abaixo.

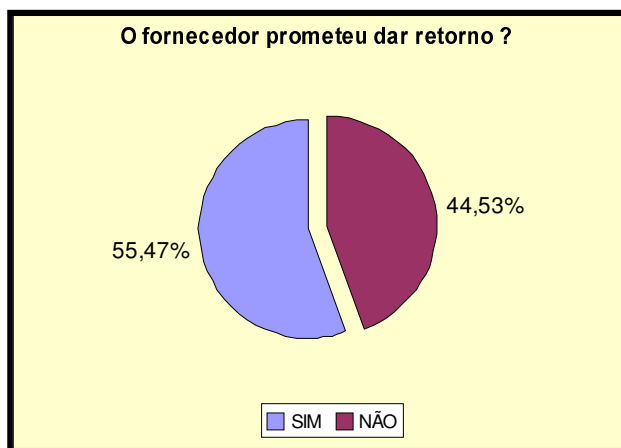
MEIOS DE CONTATO		%
Só por telefone	169	61,68%
Telefone e pessoalmente	67	24,45%
Telefone e-mail	11	4,01%
Telefone e carta ou fax	9	3,28%
Telefone, e-mail e pessoalmente	7	2,55%
Telefone, carta e pessoalmente	4	1,46%
Telefone e outros	3	1,09%
Telefone, pessoalmente e outros	3	1,09%
Telefone, e-mail e cartas	1	0,36%
	274	



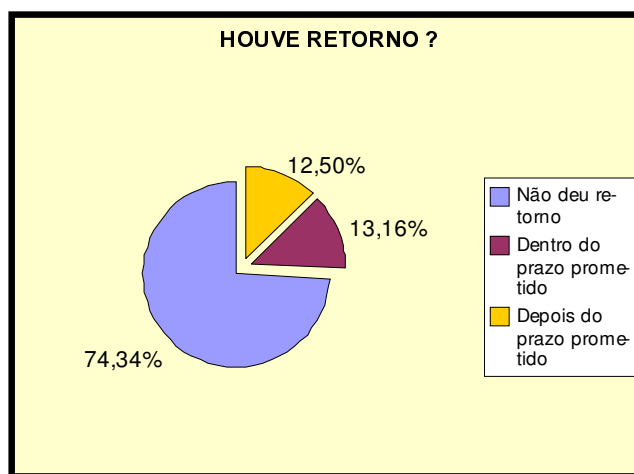
Neste contato, 41,61% das empresas não forneceram protocolo ao consumidor, 25,55% forneceram um protocolo e 32,85% forneceram mais de um número de protocolo.



No contato telefônico, 152 empresas (55,47%) prometeram dar um retorno ao consumidor.



Dos que prometeram retorno, 74,34% não cumpriram, enquanto 12,50% deu retorno fora do prazo prometido e somente 13,16% retornou no prazo.

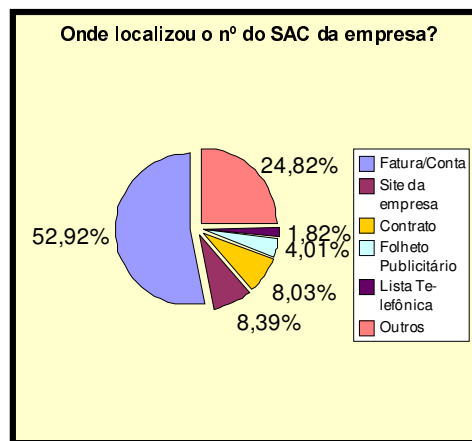


As últimas questões (de 9 a 15) foram especialmente direcionadas à avaliação do atendimento telefônico. Logo, inicialmente questionamos sobre o acesso: facilidade de localizar o número de telefone para contato e quantas vezes foi necessário ligar para a empresa.

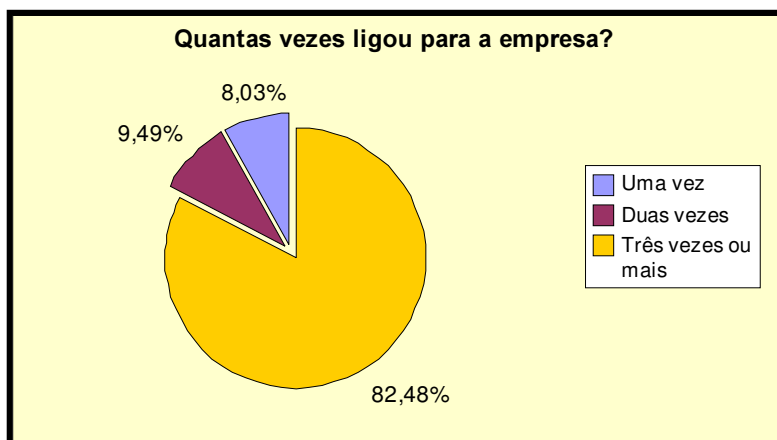
Tivemos o seguinte resultado quanto a localização do número do SAC:

- 52,92% - Na fatura ou conta
- 24,82% - Outros (não especificado)
- 8,39% - No site da empresa
- 8,03% - No contrato
- 4,01% - Em folheto publicitário
- 1,82% - Na lista telefônica

ONDE ENCONTROU O TELEFONE DO SAC		
		%
Fatura/Conta	145	53%
Site da empresa	23	8%
Contrato	22	8%
Folheto Publicitário	11	4%
Lista Telefônica	5	2%
Outros	68	25%
	274	

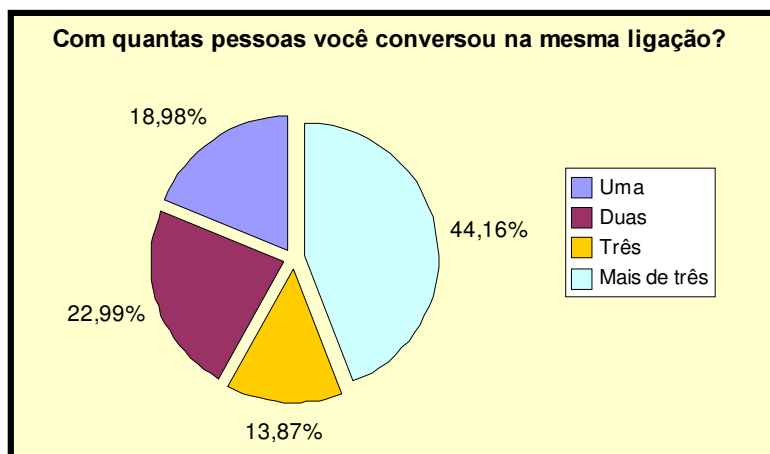


A maioria dos consumidores (82,48%) ligou mais de três vezes para o fornecedor sobre a mesma questão; 9,49% ligou duas vezes e 8,03% ligou somente uma vez.

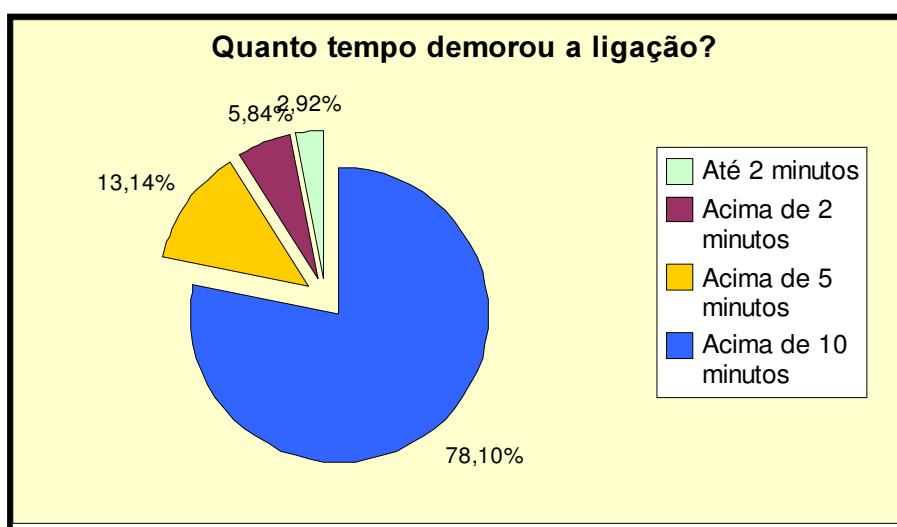


No momento da ligação, questionamos primeiro com quantas pessoas o consumidor falou na mesma ligação.

44,16% conversou com mais de três pessoas, na mesma ligação.



Quanto ao tempo de duração da ligação, 78,10% dos consumidores informaram que a ligação durou mais de 10 minutos, enquanto 13,14% mais de 5 minutos, 5,84% mais de 2 minutos e somente 2,92% até 2 minutos.



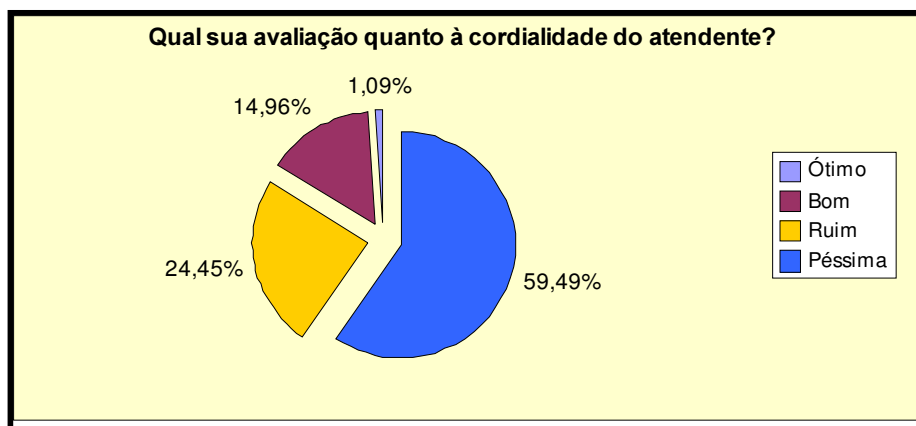
Durante esse tempo, a maioria dos consumidores (73,36%) teve de relatar o que pretendiam por mais de três vezes.



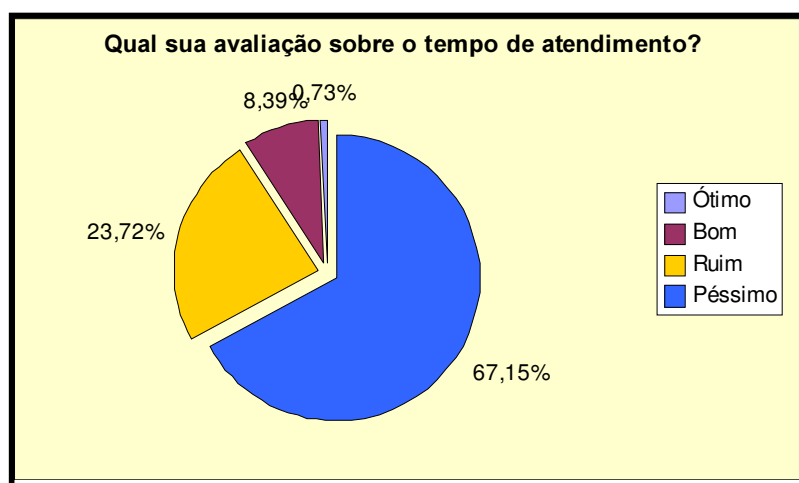
Os consumidores foram solicitados à avaliar o atendimento telefônico sob três aspectos: 1) cordialidade do atendente; 2) tempo do atendimento; 3) qualidade das informações prestadas.

Tivemos os seguintes resultados

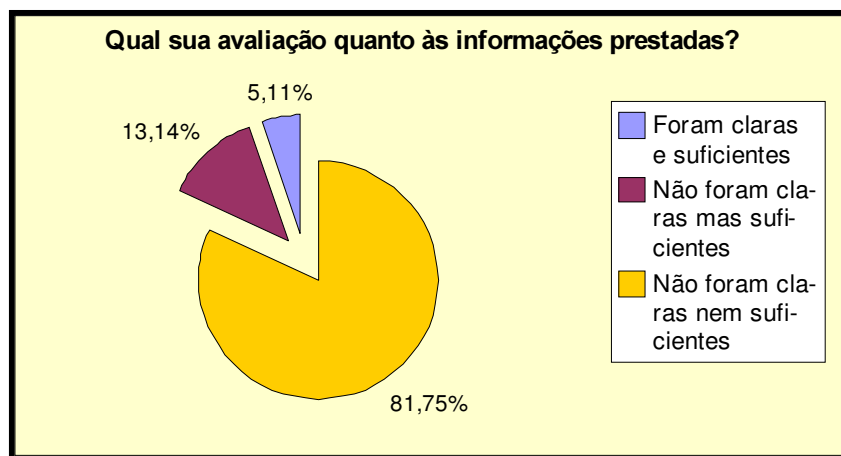
1) Quanto à cordialidade do atendente, 59,49% consideraram péssima; 24,45% ruim, contra 14,96% que consideraram boa e somente 1,09% ótima.



2) Quanto ao tempo de atendimento, a maioria dos consumidores consideraram péssimo (67,15%) seguidos de 23,72% que avaliaram como sendo ruim, contra 8,39% que consideram bom e somente 0,73% ótimo.



3) Quanto às informações prestadas, 81,75% consideraram que não foram claras e nem suficientes; 13,14% consideraram que não foram claras, mas foram suficientes e somente 5,11% as consideraram claras e suficientes.



Conclusões

O resultado da presente pesquisa ressalta a pertinência do Decreto nº 6.523 e a necessidade de aprimoramento dos serviços de atendimento ao consumidor das empresas prestadoras de serviço, promovendo maior eficácia e efetividade.

A primeiro destaque dos resultados, está no fato de todos os consumidores (98,91%) terem procurado as empresas buscando uma solução para o problema, antes de buscarem o Procon. Isso aponta a ineficiência dos SAC's onerando um serviço de atendimento ao consumidor que, em tese, deveria ser um dos últimos recursos.

Devemos destacar também, que estes consumidores não tiveram questões básicas solucionadas, como: a revisão de contas (32,12%); pedidos de cancelamento do serviço (27,15%).

Outro fator importante, é que o telefone é o meio de contato com as empresas mais utilizado pelos consumidores, no entanto, não se mostra suficiente pois muitos ainda tiveram que, além do telefone, fazer contato pessoalmente e por outros meios (61,68% contataram só por telefone e 38,29% também por outro meio). De qualquer forma, todos tiveram ainda que recorrer ao Procon.

Uma das exigência do Decreto, é que as empresas forneçam um número de protocolo de atendimento aos consumidores. Esse número deverá ser único. Constatamos na pesquisa que, 41,61% das empresas não fornecerem protocolo de atendimento e 32,85% forneceu mais do que um.

Das empresas que se comprometem a dar retorno ao consumidor (55,47%) ou não cumprem o prometido (74,34%) ou retornam após o prazo estipulado (12,50%).

Os atendimentos também se mostram ineficientes quando os consumidores têm de entrar em contato mais de uma vez para buscar uma solução para o mesmo problema

(82,48% entrou em contato mais de três vezes); quando tiveram de relatar sua pretensão por mais de três vezes (73,36%), e quando a maioria das ligações demoraram mais de 10 minutos (78,10%).

Na avaliação geral a maioria dos consumidores consideraram o serviço péssimo, quanto à cordialidade do atendente (59,49%), quanto ao tempo de atendimento (67,15%) e quanto às informações prestadas (81,75%) que não se mostraram nem claras nem suficientes.

A entrada em vigor do Decreto parece ser uma “luz no fim do túnel” para os consumidores, no entanto, temos que divulgar amplamente suas determinações e fazer com que os consumidores sejam fortes aliados na fiscalização de seus direitos.

NOVEMBRO/2008
DIRETORIA DE ESTUDOS E PESQUISAS