

# **Padrão ABIA para o Atendimento ao Consumidor pelas Indústrias de Alimentos**

**Recomendação da Comissão de  
Atendimento ao Consumidor ABIA**

(versão revisada em agosto de 2014)

## SUMÁRIO

Introdução	03
Definições	05
Princípios	06
I - Do canal de comunicação com o consumidor	
Disposições Gerais	06
II - Dos canais e dos parâmetros para o atendimento ao consumidor	
Disposições Gerais	06
Do atendimento via telefone	07
Dos parâmetros para o atendimento via telefone	08
Do atendimento via internet	09
Dos parâmetros para o atendimento via internet	09
Das redes sociais	10
Da resposta ao consumidor	10
Do prazo para resposta ao consumidor quando for necessário submeter o produto alimentício a avaliação técnica	10
III - Da reposição de produtos	11
IV - Do treinamento dos operadores	11

## **Introdução**

Os parâmetros aqui definidos são resultado do trabalho realizado pelo Grupo de Trabalho GT SAC - formado por membros da Comissão de Atendimento ao Consumidor da ABIA, que identificou a necessidade de se estabelecer um padrão para o atendimento ao consumidor.

O referido padrão, funciona como recomendação desta Comissão às Indústrias de Alimentos associadas à ABIA, a ser implementada no atendimento aos consumidores dos produtos dessas indústrias.

A dificuldade encontrada no desenvolvimento do presente trabalho resulta principalmente das especificidades da Indústria de Alimentos, tendo em vista a relação do produto por elas produzido com a saúde e bem-estar da população, o que por si só justifica uma especial atenção e um tratamento diferenciado dos demais setores da economia.

Importante lembrar que alimentos são produtos que tem a sua produção e comercialização minuciosamente reguladas pelos órgãos competentes, e observam padrões específicos de identidade e qualidade. Ademais a elaboração dos rótulos dos alimentos, deve seguir legislação própria, que determina as informações que devem obrigatoriamente constar dos mesmos, a fim de garantir a informação ao consumidor e, sobretudo a segurança no consumo.

Nesse sentido, vale lembrar que, por vezes, torna-se indispensável um diálogo direto entre a empresa e o consumidor, com o fim de obter informações fundamentais sobre a solicitação e buscar soluções eficazes, o que também foi considerado no presente trabalho.

Não se pode esquecer que com o advento da Lei nº 8.078/90 Código de Defesa do Consumidor - inaugurou-se uma nova era no exercício da cidadania do país. Desde então, os brasileiros passaram a contar com um poderoso instrumento de proteção nas relações de consumo.

Assim, para atender o consumidor muitas empresas criaram ou aperfeiçoaram seus canais de comunicação, não limitados a apenas ouvir queixas e reclamações, mas visando antecipar, ou até evitar, possíveis problemas.

Se por um lado, o Código de Defesa do Consumidor fez com que o consumidor se tornasse mais exigente, e, portanto, mais atento a seus direitos e a seus deveres, por outro, passou a ser encarado pelo empresariado como um meio eficiente de aproximação com o consumidor, alavancador de negócios e fator de competitividade e de contínua atualização dos produtos no mercado.

Os princípios que regem o Código de Defesa do Consumidor fizeram florescer comportamentos diferenciados na prestação de serviços e na oferta de produtos, mudando as relações de consumo no Brasil para um relacionamento mais maduro e respeitoso com o consumidor.

O advento da tecnologia do teleatendimento (call center), chamada de DAC - Distribuidor Automático de Chamadas - facilitou e melhorou o desempenho dos serviços receptivos, que são capazes de atender a várias ligações ao mesmo tempo, dos mais diversos locais do país, aumentando a eficiência e a abrangência do serviço.

Diante desse cenário, embora não exista norma que obrigue a indústria de alimentos a manter em funcionamento um serviço de atendimento ao consumidor, este se apresenta como um diferencial da organização, com o intuito de melhor atender o consumidor, apurar com maior rapidez as novas tendências do mercado e contribuir de maneira efetiva para conquistar e fidelizar o consumidor. Desse modo, esta Comissão recomenda que as indústrias de alimentos mantenham, no mínimo, um serviço de atendimento ao consumidor por meio de telefone gratuito.

Destaque-se ainda que as indústrias de alimentos vêm buscando cada vez mais a melhoria e a ampliação da comunicação com o consumidor pelos diversos canais disponíveis, o que demanda, entretanto, certo espaço de tempo.

Por fim, a Comissão de Atendimento ao Consumidor da ABIA espera que a presente iniciativa represente um norte para o atendimento ao consumidor das Indústrias de Alimentos associadas, possibilitando o aperfeiçoamento dessa importante ferramenta de interação entre empresa e consumidor, que vem de encontro com as diretrizes da responsabilidade social empresarial.

## **Definições**

Para os fins desse trabalho entende-se por:

**Amostra:** corresponde ao produto alimentício objeto da divergência retirado pela Indústria.

**Atendimento automatizado:** gravação audível quando atendida a ligação telefônica originada do consumidor, contendo saudação ao consumidor, identificação da empresa e menu de opções para atendimento.

**Atendimento telefônico:** é aquele realizado através de linha telefônica destinada exclusivamente ao SAC, identificada como tal na embalagem dos alimentos, não abrangendo os telefones gerais das indústrias.

**Canal de comunicação:** corresponde aos meios disponíveis ao consumidor para o atendimento. Pode ser oferecido nas formas de caixa postal, telefone, e-mail, site na Internet e demais meios eletrônicos disponíveis.

**Consumidor:** Pessoa, organização ou representante desta, que faz uma manifestação.

**Contato:** modo pelo qual se estabelece a relação entre o operador do SAC e o consumidor, através dos canais de comunicação.

**Meio eletrônico:** compreende o e-mail e o link de acesso ao canal de comunicação disponível no site da indústria na Internet.

**Serviço de Atendimento ao Consumidor SAC:** atendimento prestado aos consumidores, antes, durante e após a aquisição de produtos alimentícios, através de central de relacionamento, e que receberá a denominação que a empresa entender conveniente.

**Manifestação:** reclamação, dúvida, esclarecimento, sugestão, pedido de informação sobre produto alimentício ou promoção e serviço relacionado ao produto alimentício.

## **PRINCÍPIOS**

Para o tratamento eficaz das manifestações pelos SACs das indústrias de alimentos, estas observarão os princípios gerais da dignidade, boa-fé, transparência, eficiência, eficácia, celeridade e cordialidade.

As manifestações serão triadas, conferindo prioridade ao atendimento de questões significativas de saúde e segurança.

Os consumidores serão tratados com cortesia e mantidos informados sobre o andamento de suas manifestações durante os procedimentos de tratamento de manifestações.

As empresas devem ter por objetivo permanente a melhoria contínua do procedimento de tratamento de manifestação e da qualidade dos produtos.

O relacionamento com o consumidor deve ser respeitoso, sem discriminação de qualquer natureza, coerção ou constrangimento, sendo engendrados todos os esforços para resolução da demanda no primeiro contato.

### **I - Do canal de comunicação com consumidor.**

#### **Disposições gerais.**

1. As indústrias de alimentos manterão, no mínimo, de acordo com a sua estrutura, canal de comunicação com o consumidor por meio de telefone gratuito e *email*, que funcionarão como interface entre os consumidores e a indústria processadora de alimentos.
2. Além do canal de atendimento telefônico, as indústrias de alimentos poderão oferecer ao consumidor outras opções de canal de comunicação, segundo critérios estabelecidos pela própria indústria.

### **II - Dos canais e dos parâmetros para o atendimento ao consumidor.**

#### **Disposições gerais.**

3. Os rótulos dos alimentos deverão trazer, no mínimo, informações sobre o canal de comunicação por meio de telefone, bem como sobre o acesso para envio de email.
4. Caso a empresa possua página na internet, deverá constar da página, o número de telefone de contato com o SAC e o horário de atendimento.
5. O Serviço de Atendimento ao Consumidor das indústrias de alimentos, deverá assegurar padrões adequados para um atendimento eficaz e personalizado, ouvindo as críticas e sugestões do consumidor, esclarecendo-o quando necessário, buscando solução para as manifestações e informando ao consumidor sobre o andamento da sua solicitação em prazo razoável.
6. Será permitido o acompanhamento pelo consumidor de suas demandas por meio de registro numérico (numero de protocolo) e/ou nome.
7. Não será solicitada a repetição da demanda do consumidor após seu registro pelo primeiro atendente, exceto nos casos em que o detalhamento da demanda seja necessário para a solução desta.

#### **Do atendimento via telefone.**

8. O atendimento via telefone estará disponível, no mínimo, de segunda a sexta-feira, durante o horário comercial, exceto nos feriados, podendo ser ampliado em casos críticos.
  - 8.1. O acesso inicial ao atendente não será condicionado ao prévio fornecimento de dados pelo consumidor.
  - 8.2. No horário em que o atendimento não estiver disponível, será veiculada mensagem com informações sobre o horário de atendimento.
9. O atendimento telefônico poderá ser gravado, e nesse caso, o consumidor deverá ser informado da gravação.
10. O telefone disponibilizado para o atendimento pelo SAC deverá ser gratuito (0800). Nesse caso, é possível limitar o recebimento de chamadas para as originadas apenas de telefones fixos.
11. No caso do atendimento inicial ser feito por meio eletrônico (ex. URA) deve estar disponível a opção de contato com o atendente durante horários pré-definidos de atendimento que deverão ser informados.
12. Fora do horário fixado para atendimento e nos casos em que a linha telefônica estiver ocupada, a empresa poderá disponibilizar atendimento via

secretária eletrônica para que o consumidor deixe mensagem que possibilite o retorno posterior.

**Dos parâmetros para o atendimento via telefone.**

13. O atendente do SAC que realizar o atendimento telefônico ao consumidor deverá identificar o SAC da indústria de alimentos, identificar-se (nome do atendente), fazer uma saudação e colocar-se a disposição para ouvir o consumidor.

14. A identificação do SAC da indústria de alimentos poderá ser feita através de atendimento automatizado.

15. Todas as informações sobre a solicitação do consumidor serão anotadas pelo atendente e utilizadas para uma resolução satisfatória da manifestação.

16. O atendimento telefônico a que se refere o item 8, é aquele realizado através de linha telefônica destinada exclusivamente ao SAC, identificadas como tal na embalagem dos alimentos, não compreendendo os telefones gerais das indústrias.

17. Nos casos em que o atendimento inicial for feito de forma automatizada (ex. URA) o prazo de espera para falar com o atendente é de no máximo 1 (um) minuto.

17.1. Em caso de excepcionalidade justificada, tais como recall, o tempo de espera poderá ser estendido.

17.2. Caso seja necessário que o atendente solicite que o consumidor aguarde na linha, a espera pelo novo retorno não poderá ultrapassar 40 (quarenta) segundos.

17.3. Durante a espera referida no item 17.2, se o atendente solicitar que o consumidor aguarde mais um momento, já será considerado como retorno, iniciando-se novamente a contagem do prazo previsto no item 17.2.

18. Durante o tempo de espera na linha é vedada a publicidade de produtos.

19. Deve-se evitar ao máximo transferir a ligação do consumidor para outro atendente. Caso a demanda dependa de conhecimento técnico-científico específico, o contato com o consumidor será retomado tão logo a informação esteja disponível.



**Do atendimento via Internet.**

20. Caso seja oferecido canal de atendimento ao consumidor via internet será disponibilizado na página da indústria, um link para acesso direto ao canal de comunicação, ou indicado e-mail deste canal.

21. No caso de haver link para o canal de comunicação na página da empresa e escolhida essa opção, poderá ser solicitado ao consumidor que preencha um formulário contendo sua identificação, contato telefônico, bem como o que motivou o contato.

21.1. Quando do preenchimento do formulário, será esclarecido ao consumidor que a indicação do contato telefônico tem o fim de possibilitar que o atendente do SAC entre em contato via telefone caso seja necessário para a eficaz busca de solução da manifestação.

22. O SAC analisará o conteúdo da mensagem recebida e, se necessário, entrará em contato com o consumidor, via e-mail e/ou telefone, a fim de obter o detalhamento da solicitação e dessa forma atender satisfatoriamente a manifestação.

**Dos parâmetros para o atendimento via Internet.**

23. Em se tratando de solicitações enviadas pelo consumidor diretamente ao contato do SAC da Indústria por meio eletrônico, será de no máximo 24 (vinte e quatro) horas úteis, contadas do envio, o prazo de espera para o recebimento do retorno sobre a manifestação, ainda que sem a resolução final.

23.1. Em caso de excepcionalidade justificada, tais como recall, o tempo de espera poderá ser estendido.

24. O retorno da indústria à solicitação enviada via Internet poderá ser fornecido através de meio eletrônico ou de contato telefônico, quando se entender que o diálogo direto do atendente com o consumidor é necessário.

25. É facultado à indústria enviar confirmação de recebimento ao e-mail do consumidor, informando que o retorno sobre a manifestação será encaminhado dentro de no máximo 24 (vinte e quatro) horas úteis, bem como que o referido retorno poderá ser fornecido via e-mail ou telefone, em razão do disposto no item 24.

**Das redes sociais.**

26. Tendo em vista a crescente utilização das redes sociais pelo consumidor, cada indústria definirá, de acordo com suas políticas internas, como se dará o atendimento e a interação com o consumidor através desse canal.

26.1. Caso a manifestação do consumidor permita, as indústrias farão todos os esforços no sentido de que a resposta possa ser fornecida através do mesmo canal das redes sociais, escolhido para o envio da manifestação.

26.2. Em sendo necessário, para melhor resolução da manifestação, entre outros, um maior detalhamento ou a identificação do consumidor, este será direcionado, através do canal das redes sociais eleito para envio da manifestação, para os meios tradicionais de atendimento, quais sejam telefone/email a fim de que seja adequadamente atendido.

**Da resposta ao consumidor.**

27. As respostas fornecidas ao consumidor, independentemente do canal de comunicação utilizado, devem ser claras, corretas, factíveis, objetivas e personalizadas, de modo a atender ponto a ponto a solicitação do consumidor, e utilizar linguagem que leve em conta o perfil de cada consumidor e sempre que necessário, ter embasamento técnico-científico.

27.1. Para fins dessa diretriz, entende-se como clara e objetiva aquela que responda diretamente a solicitação e como personalizada aquela em que há menção expressa ao nome do consumidor solicitante e sua manifestação específica.

28. As manifestações serão tratadas de maneira uniforme, objetiva e imparcial.

**Do prazo para resposta ao consumidor quando for necessário submeter o produto alimentício a avaliação/análise técnica.**

29. Caso o SAC detecte a necessidade de que o alimento objeto da manifestação, seja submetido a avaliação/análise técnica, o consumidor será informado de que o prazo para resolução final será de 30 (trinta) dias corridos, contados a partir da data do recebimento da amostra pela indústria.

30. O prazo previsto no item 29 poderá ser estendido por mais 30 (trinta) dias corridos caso seja necessário enviar a amostra para ser avaliada em laboratório externo à indústria. No caso de produtos importados o prazo para análise poderá ser estendido para além dos 30 (trinta) dias corridos. Ocorrendo essas hipóteses o consumidor deverá ser informado sobre o novo prazo.

### **III - Da reposição de produtos.**

31. Nos casos em que a indústria realizar a retirada da amostra em poder do consumidor, o produto alimentício deverá ser substituído por outro da mesma espécie, e em perfeitas condições de consumo.

31.1. A indústria providenciará a retirada da amostra em endereço indicado pelo consumidor.

31.2. Fica a critério da indústria, dependendo da categoria de alimento em que atua, escolher o processo logístico de recolhimento mais adequado ao produto (Correio, operador logístico, refrigerado etc)

### **IV - Do treinamento dos operadores.**

32. Os atendentes dos canais de comunicação das Indústrias de Alimentos com o consumidor receberão treinamento, conforme cultura organizacional de cada indústria, visando capacitá-los para a resolução das manifestações, certificando-se da satisfação do consumidor e da resposta fornecida.

33. O treinamento poderá abranger, entre outras, as seguintes ações: treinamento sobre os produtos (vivencial), o processo produtivo, os procedimentos e a filosofia da empresa; informações sobre o público-alvo dos produtos; modo de atendimento telefônico/script; comunicação escrita e verbal, incluindo expressões de cortesia durante o atendimento; Direitos e Garantias Constitucionais do consumidor e Código de Defesa do Consumidor; estrutura e funcionamento do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor.