

PADRÃO ABIA

ATENDIMENTO AO CONSUMIDOR PELA INDÚSTRIA DE ALIMENTOS



Sumário

3	INTRODUÇÃO
5	DEFINIÇÕES
6	PRINCÍPIOS E DIRETRIZES APLICÁVEIS A TODOS OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO
7	I - DO CANAL DE COMUNICAÇÃO COM CONSUMIDOR DISPONÍVEL EM AMPLO HORÁRIO DE ATENDIMENTO
7	II - DOS CANAIS E DOS PARÂMETROS PARA O ATENDIMENTO AO CONSUMIDOR
	A. Disposições gerais
	B. Do atendimento telefônico
	C. Dos parâmetros para o atendimento telefônico
	D. Do atendimento via Internet
	E. Dos parâmetros para o atendimento via Internet
	F. Das redes sociais
11	III. DA RESPOSTA AO CONSUMIDOR
11	IV. DO PRAZO PARA RESPOSTA AO CONSUMIDOR QUANDO FOR NECESSÁRIO SUBMETTER O PRODUTO ALIMENTÍCIO A AVALIAÇÃO/ANÁLISE TÉCNICA
11	V. DA REPOSIÇÃO DE PRODUTOS
12	VI. DO TREINAMENTO DOS OPERADORES
13	ANEXO I
19	BIBLIOGRAFIA

PADRÃO ABIA

Recomendação da Comissão de Atendimento ao Consumidor

Versão Revisada pelo GT de Direito do Consumidor do
Comitê Temático Jurídico

Junho/2022

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 e revisado pelos membros do GT de Direito do Consumidor do Comitê Temático Jurídico da associação, que identificou a necessidade de se estabelecer um padrão para o atendimento ao consumidor.

Este padrão funciona como recomendação às Indústrias de Alimentos associadas à ABIA.

Tendo em vista que os produtos alimentícios possuem relação direta com a saúde e bem-estar da população, a dificuldade encontrada no desenvolvimento do presente trabalho resulta principalmente das especificidades do setor, o que, por si só, justifica a especial atenção e o tratamento diferenciado se comparado com os demais setores da economia.

Importante destacar que alimentos e bebidas são produtos que possuem sua produção e comercialização minuciosamente reguladas pelos órgãos competentes, observando padrões específicos de identidade e qualidade. Ademais, a elaboração da rotulagem nutricional dos alimentos embalados deve seguir legislação própria (RDC nº 429/2020 da ANVISA), que determina as informações que devem obrigatoriamente constar dos rótulos, a fim de garantir a informação ao consumidor e, sobretudo, a segurança no consumo.

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

Assim, para garantir o efetivo atendimento às demandas do consumidor, muitas empresas criaram e/ou aperfeiçoaram seus canais de comunicação, não limitados a apenas ouvir queixas e reclamações, mas também visando antecipar e, até mesmo, evitar possíveis problemas.

Se por um lado, o Código de Defesa do Consumidor - CDC (Lei nº 8.078/90) fez com que o consumidor se tornasse mais exigente, e, portanto, mais atento a seus direitos 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 CDC 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 avanço da tecnologia e os novos meios de comunicação com o consumidor certamente foram fatores considerados na edição do Decreto nº 10.034/2022, que regulamenta o CDC para estabelecer diretrizes e normas sobre o Serviço de Atendimento ao Consumidor, no âmbito dos fornecedores dos serviços regulados pelo Poder Executivo federal.

Diante deste cenário e, embora não exista normativa que obrigue a indústria de alimentos a manter em funcionamento um serviço de atendimento ao consumidor, este se apresenta como uma boa prática e um diferencial do setor.

Deste modo, recomenda-se à todas as associadas da entidade que mantenham, de acordo com sua estrutura, pelo menos um de seus canais eletrônicos (e-mail, site da empresa ou chatbot, por exemplo) disponível ao consumidor em amplo horário de atendimento.

Ainda, a Comissão de Atendimento ao Consumidor e o GT de Direito do Consumidor do Comitê Temático Jurídico da ABIA esperam 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 vai ao encontro das diretrizes de responsabilidade social empresarial.

Definições

Para os fins do presente trabalho, entende-se por:

Amostra: 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, com opção de reclamação.

Atendimento telefônico: Atendimento realizado através de linha telefônica destinada exclusivamente ao SAC, identificada como tal na embalagem dos alimentos, não abrangendo os telefones gerais da empresa.

Atendimento Personalizado: Atendimento pessoal do consumidor.

Resposta Personalizada: Resposta pessoal à demanda do consumidor.

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 E DIRETRIZES APLICÁVEIS A TODOS OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO

Para o tratamento eficaz das demandas pelos SACs, a indústria de alimentos observará os princípios 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, através de registro numérico ou outro tipo de procedimento eletrônico.

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 direcionados todos os esforços para resolução da demanda já no primeiro contato.

O acesso ao SAC em todos os canais de comunicação deve ser gratuito e não acarretar quaisquer ônus para o consumidor.

É obrigatória a acessibilidade para uso da pessoa com deficiência, de modo a garantir o acesso pleno para atendimento de suas demandas.

Os dados pessoais do consumidor coletados serão armazenados, tratados, transferidos e utilizados exclusivamente nos termos da LGPD (Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018).

I - DO CANAL DE COMUNICAÇÃO COM CONSUMIDOR DISPONÍVEL EM AMPLO HORÁRIO DE ATENDIMENTO

1. As indústrias de alimentos manterão, de acordo com sua estrutura, pelo menos um de seus canais eletrônicos (e-mail, site da empresa ou chatbot, por exemplo) disponível ao consumidor em amplo horário de atendimento.

1.1. O canal de comunicação escolhido deve estar disponível ao consumidor em amplo horário de atendimento sem, contudo, vincular-se à resolução efetiva da demanda.

2. Além do canal de atendimento mencionado acima, as indústrias de alimentos poderão oferecer ao consumidor outros canais de comunicação, de acordo com critérios estabelecidos por cada empresa.

II - DOS CANAIS E DOS PARÂMETROS PARA O ATENDIMENTO AO CONSUMIDOR

A. Disposições gerais

3. Os rótulos dos alimentos deverão trazer, no mínimo, informações sobre o canal de comunicação por meio de telefone ou e-mail ou acesso à página da empresa na internet.

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 da indústria 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 (número de protocolo) ou outro tipo de procedimento eletrônico, devendo o registro ser mantido à disposição do consumidor e do órgão ou da entidade fiscalizadora pelo prazo mínimo de dois anos, contado da data de resolução da demanda.

7. Em se tratando de atendimento telefônico, 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.

B. Do atendimento telefônico

8. O atendimento telefônico, com disponibilização de atendimento por humano, é obrigatório e estará disponível, no mínimo, pelo período de 8 (oito) horas diárias, de segunda a sexta-feira, exceto nos feriados, podendo ser ampliado em casos críticos.

8.1. O acesso inicial ao atendente não será condicionado ao prévio fornecimento de dados pessoais do consumidor.

8.2. No horário em que o atendimento não estiver disponível, será veiculada mensagem com informações sobre o horário de atendimento.

8.3. No primeiro menu terão opções mínimas ao consumidor, incluindo, obrigatoriamente, a opção de reclamação.

8.4. O consumidor deverá ser informado do tempo máximo de espera ou do número de pessoas que estão à sua frente na espera do atendimento (i) para o contato direto com o atendente, quando esta opção for selecionada e (ii) para transferência ao setor competente para atendimento definitivo da demanda, quando o primeiro atendente não tiver essa atribuição.

9. O atendimento telefônico poderá ser gravado e, neste caso, o consumidor deverá ser informado da gravação.

10. O telefone disponibilizado para o atendimento pelo SAC deverá ser gratuito (0800).

11. No caso de o 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.

C. Dos parâmetros para o atendimento telefônico

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 à disposição para ouvir o consumidor.

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

15. Caso a chamada telefônica seja finalizada pela empresa antes da conclusão do atendimento, o atendente do SAC deverá retornar a chamada ao consumidor, informar o registro numérico ou tipo de procedimento eletrônico adotado pela empresa e concluir o atendimento.

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

17. 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.

18. 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.

18.1. Em caso de excepcionalidade justificada, tais como recall, desvio de qualidade, força maior ou caso fortuito, por exemplo, o tempo de espera poderá ser estendido.

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

18.3. Durante a espera referida no item 18.2, 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 18.2.

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

20. 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.

D. Do atendimento via Internet

21. Caso seja oferecido canal de atendimento ao consumidor via internet, este será disponibilizado na página da indústria, através de link para acesso direto ao canal de comunicação, ou através de e-mail devidamente indicado na mesma página da internet da empresa.

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

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

23. 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.

E. Dos parâmetros para o atendimento via Internet

24. 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.

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

25. 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.

26. 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 25.

F. Das redes sociais

27. Cada indústria definirá, de acordo com suas políticas internas, como se dará o atendimento e a interação com o consumidor através deste canal.

27.1. 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.

27.2. 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, tais como telefone, e-mail, site da empresa e/ou chatbot, por exemplo, a fim de que seja adequadamente atendido.

III. DA RESPOSTA AO CONSUMIDOR

28. 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.

28.1. Para fins desta 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.

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

IV. DO PRAZO PARA RESPOSTA AO CONSUMIDOR QUANDO FOR NECESSÁRIO SUBMETTER O PRODUTO ALIMENTÍCIO À AVALIAÇÃO/ANÁLISE TÉCNICA

30. 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 máximo para resolução final será de 30 (trinta) dias corridos, contados a partir da data do recebimento da amostra pela indústria.

31. O prazo previsto no item 30 poderá ser estendido por mais 30 (trinta) dias corridos caso seja necessário enviar a amostra para avaliação 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.

V. DA REPOSIÇÃO DE PRODUTOS

32. 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.

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

32.2. A indústria produtora definirá, dependendo do segmento em que atua, o processo logístico de recolhimento mais adequado ao produto a ser recolhido (Correio, operador logístico, refrigerado, por exemplo).

VI. DO TREINAMENTO DOS OPERADORES

33. 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.

34. O treinamento poderá abranger, entre outras, as seguintes ações: treinamento sobre os produtos, 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.

PADRÃO ABIA

ANEXO I

ATENDIMENTO AOS
CONSUMIDORES COM
HIPERSENSIBILIDADE
E SEUS FAMILIARES



Sumário

3	JUSTIFICATIVAS
5	DEFINIÇÕES
6	A. Das informações ao consumidor com hipersensibilidade sobre a composição dos produtos - PRESENÇA INTENCIONAL.
7	B. Das informações ao consumidor com hipersensibilidade sobre a composição dos produtos - PRESENÇA INCIDENTAL (NÃO INTENCIONAL)
8	C. Da disponibilidade das informações
8	D. Do prazo para resposta ao consumidor
9	E. Do treinamento dos operadores sobre hipersensibilidade
10	F. Da informação sobre a mudança de composição
12	BIBLIOGRAFIA

Recomendação da Comissão de Atendimento ao Consumidor

Versão Revisada pelo GT de Direito do Consumidor do
Comitê Temático Jurídico

Junho/2022

JUSTIFICATIVAS

Considerando que a alergia alimentar é um problema grave e que acomete grande parte da população brasileira, atingindo de 6-8% das crianças com menos de 3 anos de idade e 2-3% dos adultos, com tendência de crescimento, inclusive, no cenário mundial;

Considerando que a liderança do Movimento “Põe no Rótulo” apontou, em 2014, em reunião com as associadas da ABIA, dificuldades encontradas no atendimento às necessidades dos alérgicos e de seus familiares, dentre elas, obtenção de informações sobre os ingredientes tidos como alergênicos, SAC’s despreparados para o atendimento das demandas sobre informações técnicas do processamento do produto, inclusive de informação de possível contaminação cruzada de ingredientes, ausência de informação de possível existência de traço de ingredientes alergênicos e a demora no tempo de resposta dos SAC’s;

Considerando a relevância do tema e as particularidades do consumidor com hipersensibilidade e suas famílias, em especial a importância das informações sobre a composição dos produtos nos rótulos;

Considerando a vigência da RDC da ANVISA nº 26/2015, que dispõe sobre os requisitos para rotulagem obrigatória dos principais alimentos que causam alergias alimentares;

Considerando que o rol da RDC nº 26/2015 não abarca todas as possibilidades de fontes que causam hipersensibilidade e que apenas com a rotulagem não será possível fornecer em sua totalidade as informações requeridas pelos consumidores com hipersensibilidade;

Considerando que RDC nº 26/2015 contempla a informação relativa à contaminação incidental (cruzada) prevista no artigo 7º, de forma que em tal situação deva constar no rótulo a declaração “Alérgicos: Pode conter (nome das fontes)”.

Considerando a Lei nº 10.674/2003, que obriga que os produtos alimentícios comercializados informem sobre a presença de glúten, como medida preventiva e de controle da doença celíaca;

Considerando que o Brasil, por decisão da Diretoria Colegiada da ANVISA, decidiu prosseguir com a regulamentação interna mesmo mediante ao definido no âmbito MERCOSUL.

A Comissão de Atendimento ao Consumidor e o GT de Direito do Consumidor da ABIA formulam recomendações específicas para o atendimento dos consumidores com hipersensibilidade e seus familiares.

Definições

Para os fins deste **Anexo I**, entende-se por:

Alergia alimentar: Reação adversa a determinado alimento.

Reação adversa: É qualquer reação indesejável que ocorre após ingestão de alimentos ou aditivos alimentares. As reações podem variar desde o surgimento de sintomas na pele, no sistema gastrointestinal e respiratório, sendo que em casos mais graves pode comprometer vários órgãos (reação anafilática).

Intolerância alimentar: Resposta exagerada do organismo que não se dá através do sistema imune. Muitas vezes a intolerância é causada pela produção insuficiente ou ausente do organismo de enzimas digestivas.

Substância/fonte alérgica: Toda substância capaz de desencadear uma reação de hipersensibilidade (reação alérgica).

Fontes reconhecidas: São reconhecidas por causarem hipersensibilidade, as seguintes fontes: trigo, aveia, cevada, centeio e suas variedades hibridizadas; crustáceos e produtos derivados; ovos e produtos derivados; peixe e produtos derivados; amendoim e produtos derivados; soja e produtos derivados; leite e produtos derivados; frutas secas / frutos secos (amendôa, avelã, castanha de caju, castanha do Brasil, macadâmia, noz, pecã e pistache) e produtos derivados; sulfitos (dióxido de enxofre e os seus sais), em concentrações iguais ou superiores a 10ppm (mg/kg) expresso em dióxido de enxofre;

Fontes reconhecidas adicionais: São também internacionalmente reconhecidas por causarem hipersensibilidade as seguintes fontes: Aipo e derivados (Referência: União Europeia); Mostarda e derivados (Referência: Canadá e União Europeia); Gergelim e derivados (Referência: Canadá, União Europeia e Austrália e Nova Zelândia); Tremoço e derivados (Referência: União Europeia); Moluscos e derivados (Referência: Canadá e União Europeia).

Contaminação cruzada ou incidental (não intencional): Transferência de traços ou partículas de alérgeno de um alimento para outro, diretamente ou indiretamente, ao longo de toda a cadeia produtiva envolvida, principalmente o processo de produção.

Traço: Quantidade extremamente pequena de algum ingrediente, sempre não intencional e aleatório, que não apresenta nenhuma função nutricional, sensorial, preservativa ou tecnológica no alimento, que pode estar presente mesmo que adotadas as BPF, e que pode causar alergia.

A. Das informações ao consumidor com hipersensibilidade sobre a composição dos produtos - PRESENÇA INTENCIONAL

Sempre que solicitado, o SAC deverá prestar informações quanto às fontes reconhecidas e fontes reconhecidas adicionais, presentes **intencionalmente** na composição dos produtos alimentícios, especialmente quanto às **nomenclaturas de difícil compreensão dos ingredientes listados nos rótulos**, de modo a permitir a identificação de alimentos e ingredientes que causam hipersensibilidade.

B. Das informações ao consumidor com hipersensibilidade sobre a composição dos produtos - PRESENÇA INCIDENTAL (NÃO INTENCIONAL)

Para atendimento da informação relativa à presença **incidental (não intencional)** de fontes reconhecidas, as empresas necessitarão de prazo suficiente para que efetuem o mapeamento de cadeia produtiva envolvida.

Com o mapeamento realizado, recomenda-se que as informações sobre a eventual contaminação ou não por fontes reconhecidas estejam disponíveis nos SACs.

C. Da disponibilidade das informações

As informações acerca da **presença intencional ou não** de fontes reconhecidas ou fontes reconhecidas adicionais demanda o envolvimento das áreas técnicas e, por vezes, da produção, em razão da contaminação cruzada ou incidental.

D. Do prazo para resposta ao consumidor

O prazo para resposta ao consumidor sobre a **presença intencional, ou incidental (não intencional)**, já tendo sido concluído o mapeamento previsto no item B, deverá ser o mais breve possível, de acordo com os fluxos internos de cada empresa, recomendando-se não ultrapassar 05(cinco) dias úteis.

No caso de solicitação de informações sobre **presença incidental (não intencional)**, em não tendo sido concluído o mapeamento previsto no item B, a empresa tomará as providências necessárias no sentido de fornecer a resposta ao consumidor o mais breve possível, de acordo com os fluxos internos de cada empresa, mantendo o consumidor informado sobre o andamento da sua solicitação.

E. Do treinamento dos operadores sobre hipersensibilidade

Por se tratar de risco à saúde, é imprescindível que os consumidores com hipersensibilidade obtenham suporte médico específico para receber do profissional orientação sobre o consumo do produto.

Recomenda-se que para o atendimento dos consumidores com hipersensibilidade e seus familiares, os atendentes recebam treinamento específico, notadamente devendo ser informados sobre o risco à saúde.

Na medida do possível, o treinamento abrangerá o processo produtivo, fornecendo-se informações sobre a presença intencional, bem como sobre a presença incidental (não intencional) de fontes reconhecidas e fontes reconhecidas adicionais em razão da possibilidade de contaminação no processo produtivo próprio.

F. Da informação sobre a mudança de composição

A leitura do rótulo é indispensável para que o consumidor com hipersensibilidade conheça a composição do produto e a presença de fonte reconhecida. Essa leitura deve ser constante, em razão inclusive de possível mudança de formulação.

Ocorrendo mudanças na composição dos produtos ou risco de contaminação gerado pela cadeia de fornecedores de ingredientes ou processo produtivo, os atendentes devem ser informados prioritária e pormenorizadamente sobre essa alteração, bem como receber treinamento adequado e específico que os capacite para a resolução de manifestações de consumidores a esse respeito, podendo envolver a área técnica e por vezes da produção caso seja necessário para a melhor resolução da demanda.

As informações pormenorizadas e atualizadas sobre a mudança na composição dos produtos devem estar disponíveis ao consumidor também na página da empresa na internet.

Bibliografia

ALERGIA ALIMENTAR, Notícia de 06 de julho, 2009. Público, informações ao público. Disponível em: < <http://www.sbai.org.br/secao.asp?s=81&id=360> > Acesso em outubro, 2014.

DOLCI, Maria Inês; CURY, Cecília. Cartilha da Alergia Alimentar. Realização: Proteste e Põe no Rótulo. Disponível em: <www.poenorotulo.com.br; <https://pt-br.facebook.com/poenorotulo>,> Acesso em outubro, 2014.

CÓDEX ALIMENTARIUS, Labelling of Prepackaged Foods (CODEX STAN 1-1985). General Standard For The Labelling of Prepackaged Foods. Disponível em: www.codexalimentarius.org> Acesso em outubro, 2014.

R. Butantã, 336 • 3º andar - Pinheiros
São Paulo/SP | CEP 05424-000

abia.org.br

