

Alfredo Lobo: Novas regras para atendimento ao cliente

Na data mais relevante para o comércio no ano, a tecnologia substitui o contato humano no atendimento aos clientes. Para além da aceleração que a pandemia de Covid-19 trouxe aos processos, digitalizando-os a larga escala, há um cenário propício ao desenvolvimento tecnológico das empresas há algum tempo. Mas quais seriam os requisitos básicos para o atendimento das máquinas na conversação com atendentes



Quase que diariamente, nós conversamos com robôs. Para

mais informações sobre um produto ou serviço, para marcar um exame, para realizar a troca de um bem, para fazer uma reclamação. O primeiro atendimento ao público é, quase sempre, realizado por *bots*, robôs de conversação programados para interagir seja via texto (*chatbots*) seja via voz (*voice bots*).

O mercado nacional, segundo a pesquisa Mapa do Ecossistema Brasileiro de Bots, indicou que de 2021 para cá o total de *bots* desenvolvidos no país aumentou 47%, passando de 216 mil para 317 mil. Já os *bots* em atividade saltaram de 47 mil para 58 mil, acréscimo de 23%.

Esses números significam um tráfego mensal em média de 4,5 bilhões de mensagens, sendo cada um dos robôs responsável pela troca de 78 mil mensagens. Ou seja, o Brasil figura como um dos maiores mercados do mundo na utilização de *bots*.

Concomitantemente, o contato de telefones das empresas parece desaparecer. O até então mais tradicional canal de relacionamento com o cliente é difícil de ser encontrado, quando não foi substituído por um número de celular pelo qual somente está disponível o contato por aplicativo de mensagens.

Mas, para regulamentar essa forma de contato com a empresa na qual a interação diretamente com um humano parece ser coisa do passado, foi publicado o Decreto 11.034/22. O normativo permite ao consumidor escolher o melhor canal de comunicação com a empresa.

As novas regras para o Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC) entraram em vigor em outubro deste ano, atualizando o Código de Defesa do Consumidor, inclusive no que tange o cancelamento de um serviço em qualquer canal disponibilizado pela empresa para contratação, inclusive pelas redes sociais.



Com essa pluralidade de canais, o decreto tornou critério mínimo a definição de quais deles estarão disponíveis de maneira ininterrupta, sendo um com funcionamento durante 24 horas, nos sete dias da semana. Para os consumidores que preferem o atendimento humano, o contato via telefone deve estar disponível durante, no mínimo, oito horas diárias.

O decreto ainda limitou a uma só vez a transferência da chamada. Assim, se o primeiro atendente da chamada não tiver a atribuição para resolver a demanda do consumidor, poderá ser realizada a transferência ao setor competente para atendimento definitivo da demanda. E se, durante o atendimento, a ligação cair, o atendente deverá retornar a chamada e concluir a solicitação sem que o cliente precise repetir a demanda incontáveis vezes. Ou seja, o registro já deve estar devidamente disponível no sistema da empresa.

Mas o mais importante, é o que passa a conter como opções mínimas já na primeira etapa do atendimento. Ao indicar os respectivos números, o *bot* deve listar os serviços de reclamação e cancelamento de contratos e serviços. Após teclar a opção desejada, nos casos de reclamação sobre serviço não solicitado, cobrança indevida ou cancelamentos, a suspensão deve ser imediata. A exceção se dá nos casos em que haja a necessidade de processamento técnico do pedido.

Insatisfeitos ou não, os clientes buscam formas de contatar as empresas e passará a saber também qual o tempo de espera para isso ocorrer. A informação se torna obrigatória com o informe do tempo de espera em minutos ou pela posição na fila. Durante esse período, está vedada publicidade sem consentimento do consumidor. Ou seja, o regramento proíbe mensagens publicitárias, sendo permitidas, no entanto, as de caráter informativo, como a indicação de outros canais de atendimento ou sobre os direitos do consumidor.

Meta Fields