

## 5 PRODUTO EDUCACIONAL: PLANO DE AÇÃO

Com as informações obtidas com a pesquisa de campo e na análise dos dados sedimentados nos procedimentos administrativos, elaboramos um plano de ação para dirimir as dúvidas mais frequentes dos consumidores e esclarecer os fornecedores sobre as reclamações mais constantes no Procon Municipal de Nanuque - MG.

Esse plano de ação está assentado em três pilares fundamentais: o esclarecimento das dúvidas dos consumidores; a instrução dos fornecedores e o aperfeiçoamento do atendimento.

O primeiro e mais importante pilar diz respeito ao esclarecimento das dúvidas dos consumidores e constantes nas reclamações formalizadas por eles nos procedimentos administrativos.

Para isso, é importante analisar minuciosamente o Título 4, que dispõe acerca do perfil desses consumidores. Ao analisar tais dados, uma informação relevante refere-se ao nível de escolaridade dos consumidores que formalizaram reclamações no Procon Municipal, sendo que 20% (vinte por cento) deles têm o ensino básico e fundamental completo, e os 80% (oitenta por cento) restante ensino médio ou superior completo.

Nessa mesma direção, percebe-se também que praticamente a metade das reclamações estão concentradas em consumidores que residem no centro da cidade, e a outra metade está distribuída por todos os demais bairros da cidade; e não há reclamações de moradores da zona rural ou dos dois distritos do município.

Nesse contexto e para melhor atendê-los, a comunicação deve ser mais simples, mais lúdica e de linguajar acessível para alcançar os consumidores de nível de escolaridade mais baixo. Na maioria das vezes, eles residem nos bairros mais pobres, nos distritos e nas zonas rurais do Município e, provavelmente, enfrentam dificuldades para reivindicar seus direitos por falta de conhecimento.

Dessa forma, táticas como a elaboração de cartilhas e a distribuição de folhetos não seria a estratégia mais adequada, primeiro, porque a quantidade de impressos deve ser muito grande para surtir efeito e dependeria de muito dinheiro confeccioná-los; e, em segundo lugar, porque essas cartilhas/folhetos concentram várias informações em único lugar, assim, as pessoas menos esclarecidas acabam nem lendo, ou quando leem, não absorvem perfeitamente o conteúdo.

Portanto, essa comunicação com o consumidor precisa ser feita de maneira mais direta e fragmentada, com as informações sendo transmitidas uma a uma e não todas em um único pacote.

Nessa perspectiva, na pesquisa de campo, quando os consumidores foram questionados sobre qual seria o meio de comunicação mais eficaz para ajudá-los a sanar as dúvidas relacionadas ao consumo, 80% (oitenta por cento) deles apontaram a internet como o meio de comunicação mais acessado.

Assim, uma estratégia interessante é, justamente, criar artes gráficas, com textos e ilustrações das respostas aos questionamentos mais frequentes dos consumidores e divulgá-las na internet, em grupos de *WhatsApp*, nas redes sociais do Município (*Facebook* e *Instagram*) e no site oficial da Prefeitura Municipal.

Essas artes gráficas devem ser elaboradas de maneira lúdica e com conteúdo acessível e gratuito para alcançar o público mais variado possível e ao serem postadas na internet, certamente, vão alcançar um número maior de pessoas. A prefeitura, por meio do setor de comunicação, pode produzi-las e disponibilizá-las para ser consultadas a qualquer momento.

Além disso, cada uma destas artes abordaria um determinado tema, tentando informar os consumidores sobre seus direitos e, ao mesmo tempo, responder sobre suas dúvidas mais frequentes.

Essas artes também poderiam explicitar ainda melhor as atribuições do Procon e quando o consumidor deve utilizar seus serviços bem como incentivá-lo a tentar solucionar a questão diretamente com os fornecedores ou em canais como o site consumidor.gov, antes de formalizar a reclamação.

E, por fim, seria importante publicizar ainda mais os meios de comunicação do Procon, como o telefone e o e-mail, para que os consumidores dos distritos e da zona rural, assim como aqueles que desejarem, possam ter acesso aos serviços do órgão, embora de maneira remota.

Outra ferramenta que poderia auxiliar nessa difusão de informações e tentativa de esclarecer as dúvidas dos consumidores e as demandas mais incidentes no órgão poderia ser a rádio. Isso porque, apesar de a maioria dos consumidores terem afirmado que o meio de comunicação mais eficaz seria a internet, é importante que a estratégia não se concentre apenas em um meio de comunicação.

Convém ressaltar que a rádio tem papel fundamental nesse processo de esclarecer as dúvidas dos consumidores, pois é um meio de comunicação muito forte

nos bairros, nas zonas periféricas e rurais, e tem uma programação mais flexível do que as emissoras de televisão, por exemplo, em que as matérias, geralmente, são curtas e cronometradas.

Assim, utilizar as ondas sonoras das rádios com inserções curtas a respeito dos direitos dos consumidores ou, ainda, com entrevista mais longa, no formato de perguntas e respostas, pode ser uma estratégia eficiente também para alcançar o maior número possível de pessoas.

No tocante aos fornecedores, o papel deles é essencial, pois podem ajudar a diminuir, sobremaneira, as demandas, o que é interessante para eles também, pois precisam do consumidor não somente uma vez, ou seja, manter o consumidor satisfeito é importante para vendas futuras.

Além disso, também interessa para eles evitar complicações jurídicas, como, por exemplo: responder notificações do Procon, comparecer em audiências no órgão, ou serem demandados em ações judiciais.

Então, deve-se orientar tais fornecedores sobre como agir nos casos análogos aos das demandas mais formalizadas no órgão, instruindo-os a respeito de suas obrigações e em algumas questões não relacionadas às obrigações impostas pela lei consumerista, mas que podem auxiliar na política de relacionamento da empresa com o consumidor.

Convém esclarecer, contudo, que grande parte dos fornecedores demandados pelo Procon não serão atingidos, ou por não terem sede na cidade, ou por serem empresas de grande porte que têm setores jurídicos estruturados e política própria para lidar com as demandas dos órgãos consumeristas, por exemplo, as empresas de telefonia e as grandes fabricantes de eletrodomésticos, entre outras.

Apesar disso, é possível abranger grande parte dos fornecedores do Município, empresas de menor porte, comerciantes em geral, prestadores de serviços etc. E para os fornecedores que, em sua grande maioria, não conhecem muito as disposições do CDC, seria relevante entender um pouco melhor suas obrigações e direitos também, visto que não são só os consumidores que têm direitos.

Dessa forma, a sugestão é elaborar uma cartilha para que os fornecedores possam tê-la em seus estabelecimentos comerciais para consulta, com os principais direitos e deveres dos consumidores e fornecedores, dando ênfase para os pontos conflituosos que mais geram demandas no Procon. Seria semelhante a um manual, para ser consultado sempre que surgirem dúvidas.

Outra sugestão seria promover palestras direcionadas, exclusivamente, a esses fornecedores, as quais poderiam ser realizadas em parceria com a Câmara de Dirigentes Lojistas de Nanuque – MG, visando esclarecer eventuais questionamentos e dúvidas. Essas palestras poderiam ser ministradas por membros do Procon Estadual, por exemplo, que tem corpo técnico especializado e funcionários qualificados para esse tipo de explanação e treinamento.

Para finalizar, o último eixo estruturante do plano de ação, igualmente importante, é a qualificação dos funcionários do Procon para prestar um atendimento melhor aos consumidores, especialmente, nas demandas mais incidentes no órgão.

Assim, além de cursos específicos sobre os temas mais corriqueiros identificados, a sugestão principal é fazer visitas técnicas em outros Procons, maiores e mais estruturados, ou seja, observar na prática a atuação dos órgãos consumeristas de cidades maiores e com estrutura mais solidificada. Essa troca de experiências e aprendizados seria muito enriquecedora para incorporar ao atendimento e ao processamento das reclamações práticas de sucesso de outras localidades e, assim, aperfeiçoar ainda mais a eficácia do Procon Municipal frente às demandas propostas.

# PLANO DE Ação

Apresentamos um plano de ação para dirimir as dúvidas mais frequentes destes consumidores e elucidar os demais agentes integrantes da relação de consumo sobre as reclamações mais constantes no órgão.

## ESTRUTURA

Este plano será calcado em 03 (três) pilares fundamentais, quais sejam: o esclarecimento das dúvidas dos consumidores; a instrução dos fornecedores e o aperfeiçoamento do atendimento.

### ESCLARECIMENTO DAS DÚVIDAS

O primeiro e mais importante pilar diz respeito ao esclarecimento das dúvidas levantadas pelos consumidores e replicadas nas reclamações formalizadas pelos mesmos nos procedimentos administrativos, principalmente via internet.



### INSTRUÇÃO DOS FORNECEDORES

Deve-se instruir tais fornecedores sobre como agir em casos análogos aos das demandas mais formalizadas no órgão, instruindo estes fornecedores sobre suas obrigações e sobre algumas questões que não se tratam de obrigações impostas pela lei consumerista. As Instruções seriam realizadas por meio de palestras em parceria com a Câmara dos Dirigentes Logistas (CDL), utilizando cartilhas.



### APERFEIÇOAMENTO DO ATENDIMENTO

O aperfeiçoamento do atendimento consiste na qualificação dos funcionários do órgão para prestarem um atendimento melhor aos consumidores, especialmente nas demandas mais incidentes no órgão. Esse aperfeiçoamento se daria com visitas técnicas a outros Procons.



### FORMAS DE ESCLARECIMENTO

Produção de artes gráficas com divulgação por meio de Redes Sociais, Site da Prefeitura Municipal, além de divulgação via rádio, palestras em parceria com a CDL, visitas técnicas a outros Procons.

