

A NECESSIDADE DE FORTALECIMENTO DAS OUVIDORIAS EXTERNAS NO SETOR PRIVADO NO MERCADO BRASILEIRO

Dionisio Moreno Ferres¹

Resumo

O presente artigo busca demonstrar a necessidade de valorização e fortalecimento das Ouvidorias externas do setor privado e analisar as principais diferenças entre a Ouvidoria externa das empresas do setor privado em relação ao departamento de Serviço de Atendimento ao Cliente – SAC. Também analisaremos as principais distinções entre as Ouvidorias e os canais de denúncias para demonstrarmos o quanto são distintos esses departamentos não somente em relação à estrutura organizacional da qual pertencem, mas também em relação aos clientes e agentes reguladores para uma atuação mais eficiente dentro das organizações para que o cliente conheça, identifique, entenda e estabeleça uma conexão eficiente com esse canal.

Palavras-chave: Ouvidoria externa. Principais distinções. Importância organizacional.

DOI:10.37814/2594-5068.2021v4.p173-184

¹ Advogado na área do consumo, com atuação por mais de 25 anos em empresas do setor privado e regulado, em SACs e em Ouvidorias. Especialista em direitos do consumidor. Mestre em Comunicação e Semiótica pela PUC/SP. Doutorando em Comunicação e Semiótica pela PUC/SP. (dionisio.254@adv.oabsp.org.br)

Abstract

This article seeks to demonstrate the need to value and strengthen the external Ombudsman of the private sector and analyze the differences between the external Ombudsman of private sector companies in relation to the Customer Service Department - SAC. We will also analyze the main distinctions between the Ombudsman and the reporting channels to demonstrate how different these departments are not only in relation to the organizational structure to which they belong, but also in relation to customers and regulatory agents for a more efficient performance of organizations so that the customer knows, identifies, understands and establishes an efficient connection with this channel.

Keywords: External Ombudsman. Main distinctions. Organizational importance.

1 INTRODUÇÃO

Para iniciar nossa reflexão sobre as Ouvidorias externas do setor privado será indispensável situá-las no contexto atual do mercado, observando, ainda que de forma breve, modelos de Ouvidorias já existentes em outros países, desenvolvidas sob outras perspectivas e finalidades, mas, que de certa forma, influenciaram o modelo brasileiro.

O primeiro marcador importante nesta análise é que, no Brasil, as Ouvidorias externas, direcionadas ao recebimento de demandas advindas dos consumidores brasileiros, não receberam tratamento uniforme: não houve qualquer movimentação mercadológica no sentido de uma autorregulação setorial geral que pudesse servir de modelo, tampouco qualquer previsão legislativa que pudesse servir de marco legal do seu surgimento.

A sua existência deu-se muito mais por pequenas iniciativas – em sua grande maioria, iniciativas isoladas – de empresas multinacionais, que trouxeram para o Brasil um modelo replicado do Ombudsman escandinavo, que passou a ser utilizado após alguns ajustes necessários para adequação ao mercado brasileiro.

Muitas das Ouvidorias externas foram alocadas inicialmente dentro das áreas de qualidade (ZULZKE, 1997, p. 86), outras até em áreas de *marketing*, que viam na criação de um Ombudsman institucional uma oportunidade de coleta de informações e de estatísticas para o desenvolvimento e aperfeiçoamento dos produtos e serviços para oferta no mercado. Essa característica desencadeou outras mudanças, que mais tarde fariam parte significativa do mercado de relacionamento com clientes, com o crescimento das áreas de CRM – Customer Relationship Management, ainda hoje presentes em muitas organizações nas áreas de *marketing*.

Com isso, o direcionamento estrutural do Ombudsman passou a fazer muito mais sentido para as empresas por seu modelo mais próximo dos modelos de SAC do que dos modelos de Ouvidorias, como, por exemplo, o modelo espanhol do Defensor del Pueblo, que de certa forma apareceu de maneira muito mais marcante na América Latina de colonização espanhola do que nas ex-colônias lusitanas, mas que não apresentava flexibilidade para adaptar-se ao dinamismo dos mercados e permanecia muito mais próximo dos modelos tradicionais de advocacia pública ou de defensoria pública do cidadão.

No Brasil, o modelo elaborado a partir das experiências encontradas nos modelos ibéricos foi replicado e acrescido das novas tendências de mercado desenvolvidas principalmente nos Estados Unidos, com o modelo do *customer satisfaction*, *customer centric* e *customer experience*, assim construído para o atendimento ao cliente. Nesse processo de elaboração das Ouvidorias, foram considerados ainda modelos escandinavos de Ombudsman.

Contando com essa diversidade cultural, o mercado brasileiro desenvolveu um modelo singular de Ouvidoria, que se caracteriza como defensora do cliente dentro das empresas, responsável pela interlocução interna e externa sobre as percepções dos clientes e sobre as atividades da empresa no contexto das relações de consumo.

Com isso, surge um modelo único e eficiente, capaz de uniformizar e unificar elementos conceituais de todas essas experiências internacionais denominadas Ouvidorias, principalmente no mercado de serviços regulados pelo Poder Público.

2 AS ATIVIDADES INTERLOCUTÓRIAS DAS OUVIDORIAS EXTERNAS

O modelo de Ouvidoria desenvolvido pelo mercado brasileiro ganhou prestígio com a iniciativa bem-sucedida de Vera Giangrande, no Pão de Açúcar. Sua habilidade comunicativa e sua experiência em relações públicas foram decisivas para o sucesso do Ombudsman da rede Pão de Açúcar, quando ainda não havia regulações advindas dos agentes reguladores. A iniciativa criou espaços de interlocução social entre empresas, clientes e órgãos públicos no contexto das relações de consumo.

Esse modelo possibilita articulações, interações e conexões importantes para as empresas; interlocuções essas que se dividem em internas e externas.

Na interlocução interna, o Ouvidor deverá ser o representante do consumidor perante todas as áreas da empresa, inclusive diante da alta gestão; suas responsabilidades devem estar focadas em ser o porta-voz do consumidor dentro da organização. Ele se torna o mandatário do consumidor e, por meio de uma manifestação do consumidor recebida pela Ouvidoria, lhe é conferida tacitamente uma outorga, que equivalerá a uma procuração para representá-lo dentro da organização até os mais altos cargos de gestão, no intuito de atendê-lo dentro de seu pleito.

Importante esclarecer que essa outorga é limitada ao conteúdo do registro apresentado e não poderá ir além dos objetivos e finalidades expressos na manifestação do consumidor. Claro que às vezes, dependendo do grau de complexidade do caso e sendo imprescindível para sua adequada apuração, a Ouvidoria poderá buscar subsídios complementares para resolver o problema. Nesse contexto haverá um momento de “subsunção” do problema a uma “causa raiz”, isso equivale dizer que as reclamações precisam estar adequadamente identificadas e registradas dentro do contexto organizacional dos produtos e serviços oferecidos pela empresa para que sejam tratadas e resolvidas, e somente uma pessoa com acesso a esses processos internos poderá colaborar para a solução do problema. Entendemos que o Ouvidor é a pessoa mais preparada para essa missão.

Muito embora o direito à informação encontre-se elencado dentro dos princípios do direito do consumidor no Código de Defesa do Consumidor, como está expresso no inciso III do artigo 3º do CDC, e esteja presente em todos os momentos da relação de consumo, mesmo assim é necessário, para que ele seja plenamente cumprido, haver uma voz que participe dos processos internos e conheça como eles se desenvolvem dentro da empresa, para diante do pleito do cliente identificar a causa do problema e sugerir as correções necessárias para que ele tenha a melhor experiência.

Na interlocução externa, o Ouvidor tem um papel importante na esfera pública, o de representar e defender a visão da empresa sobre a demanda em discussão perante os principais órgãos que tenham por finalidade a defesa dos interesses dos consumidores, sempre mantendo a ética, a transparência e a coerência em suas defesas e contestações.

Essa representação oferece aos órgãos de proteção dos consumidores subsídios de como a empresa está se comportando diante das demandas que lhe são direcionadas, advindas tanto dos consumidores que procuram os canais internos para falar com a empresa como também aquelas que são feitas pelos clientes por meio dos órgãos públicos.

Essa posição estratégica oferece ao Ouvidor uma visão geral de como está a *performance* dos produtos e serviços da empresa no mercado. Na prática, essa posição coloca os Ouvidores num es-

paço de *attrition point*, onde ele deverá apresentar suas habilidades para conduzir da melhor forma possível os *cases* transformando esse espaço em espaço de *solution point*.

3 AS DIFERENÇAS ENTRE A OUVIDORIA EXTERNA E O SAC

As distinções entre a Ouvidoria e os chamados Serviços de Atendimento ao Cliente (SAC) são bem sutis e não apresentam uma determinante formal para a sua diferenciação. Para as empresas que possuem esses dois departamentos dentro da estrutura organizacional, as similitudes causam questionamentos constantes pelos membros da alta gestão, que por vezes carecem de informações substanciais sobre as particularidades de cada uma delas, tanto o que as diferencia quanto os benefícios que possam ser extraídos ao manter esses dois departamentos ativos dentro da mesma estrutura. Na maioria das vezes, a dupla presença é entendida como custo desnecessário por alguns gestores que não estão familiarizados com a dinâmica interdisciplinar que envolve as relações de consumo.

Essa interpretação corre na contramão do que se pesava em termos de políticas públicas desde a década de 1960 e que serviu de modelo para o desenvolvimento do Ombudsman nas empresas, atendendo à demanda social do “direito de ser ouvido” (SAMPAIO, 2015, p. 24).

Diferentemente dos SACs, as Ouvidorias correspondem aos espaços criados para a representação e não somente para o atendimento de demandas advindas da população. Em ambos os casos, o indivíduo caracterizado como consumidor poderá fazer uso desses canais de acesso para informar sua indignação sobre algum fato ou circunstância dos quais discorda.

Podemos listar as principais iniciativas a esse respeito como, por exemplo, a Resolução Normativa – RN n. 323, de 3 de abril de 2013, da ANS (2013), a Resolução n. 4.433, de 23 de julho de 2015, do Banco Central do Brasil (2015), a Resolução n. 717, de 23 de dezembro de 2019, da Anatel (2019), como significativas para o mercado regulado brasileiro. Já os SACs estão estruturados para atender às exigências de atendimento dos consumidores dentro das normas existentes no Decreto n. 6.523/2008 (BRASIL, 2008), conhecido como decreto do SAC.

Como relevantes, podemos, em síntese, indicar ao menos três pontos substanciais que colocam a Ouvidoria numa posição de proeminência nas empresas. São eles: sua vinculação à Presidência (alta gestão); a faculdade de assegurar o tratamento efetivo das demandas (efetividade); e a análise qualitativa das demandas (causa raiz). Além desses pontos relevantes e fundamentais, julgamos oportuno indicar ainda um quarto ponto: a capacidade de evitar a judicialização (mediadora de conflitos).

Todos esses pontos são de suma importância para os interesses dos consumidores no relacionamento com a empresa. Portanto, quando falamos na distinção das Ouvidorias para os SACs, teremos que ter em mente todos esses pontos que são vocacionados para as Ouvidorias dentro das empresas. Os SACs terão em lugar dessas responsabilidades outros pontos de atenção, como canais de primeiro acesso e contato.

Ainda sobre a responsabilidade do SAC, teremos como diferenciais os filtros classificatórios que ordenam as demandas dos consumidores em mais simples, como sugestões; pedidos de infor-

mações, produzindo com isso volumetrias e estatísticas; a atenção ao FCR – First Call Resolution; e mais recentemente a produção de estatísticas e diagnósticos para a utilização de IA – Inteligência Artificial, com Chats e Bots no atendimento.

4 AS DIFERENÇAS ENTRE O SAC E AS OUVIDORIAS NA VISÃO DOS REGULADORES

Na prática, as diferenças entre essas duas áreas dentro da organização serão em parte resultado de como elas estão dispostas, e não necessariamente como estão propostas pelo regulador para a organização em termos de visão do cliente. Os reguladores deixaram uma margem considerável de flexibilidade para que as empresas adequem os modelos que mais atendem às suas circunstâncias operacionais em seus processos dentro da organização.

Houve um cuidado especial do regulador em não adentrar em questões regulatórias nos modelos de negócios organizacionais, pois, para o regulador e para os clientes, o que realmente importa é a resolutividade das demandas e não intervir nos modelos de negócios.

Se, por um lado, esse posicionamento dos reguladores é salutar para o mercado ao não interferir na posição da Ouvidoria, mas somente na sua disposição para o cliente, por outro, ele deixa margem considerável de flexibilidade, o que muitas vezes, na falta de conhecimento do escopo precípuo da Ouvidoria e suas diferenças fundamentais por parte da alta gestão, acaba enfraquecendo o modelo como um todo. Citamos aqui a importância de organizações como a ABO – Associação Brasileira de Ombudsman e a Abrarec – Associação Brasileira das Relações Empresa Cliente na disseminação da cultura e de conhecimentos técnicos sobre esses institutos. Daí a importância de organizações sociais que congregam Ouvidorias.

Entendemos que não se trata de endurecer e engessar o modelo regulatório, até porque isso criaria uma área estática e sem possibilidades de acompanhar a contento a criatividade e a inovação constantes, que hoje são consideradas como ativos importantes para as organizações e para todo o mercado de consumo. Não é isso que se espera da regulação.

Quando analisado pelo viés de importância em termos de volumetria de atendimentos, os SACs despertam maior atenção da alta gestão das empresas por entender que serão mais eficientes em apresentar um diagnóstico mais próximo da realidade por meio de pesquisas e estatísticas para uso de todas as áreas de negócios.

Por isso a alta gestão tem dificuldades em entender o porquê e para quê. Necessita-se de Ouvidorias nas empresas se os SACs já atendem às demandas dos consumidores? Hoje podemos dizer que avanços foram feitos nesse sentido e que os agentes reguladores têm cobrado a expansão das Ouvidorias como um importante espaço dentro das organizações na melhoria da qualidade dos atendimentos, dos produtos e dos serviços. Outras iniciativas importantes surgiram nos cenários internacionais como os Objetivos da ONU de Desenvolvimento Sustentável – ODS e o Environmental, Social and Corporate Governance, conhecidos como indicadores ESG, que de certa forma reforçam a necessidade da intensificação nas relações entre as empresas e o meio em que atuam. Nesse sentido, as relações de consumo ocupam destaque especial. Se na prática o SAC acaba por

ter uma certa preferência e consegue atender a todas as expectativas na visão macro do negócio, as Ouvidorias conseguem cumprir melhor o papel institucional da empresa perante a sociedade.

Outro ponto importante é o fato de a Ouvidoria não desempenhar as mesmas funções nos quesitos volumetria e atendimento que são realçados no SAC. Na Ouvidoria, esses quesitos são substituídos por singularidade, correção e resolutividade. Assim, na Ouvidoria os quesitos serão sempre qualitativos, enquanto no SAC serão modelos preditivos quantitativos.

Em síntese, as distinções poderão resultar em um diagrama apresentando as seguintes informações sobre o SAC: Demanda do consumidor – reconhecimento da causa raiz – resposta dentro do Decreto n. 6.523/2008 (BRASIL, 2008). Como podemos observar, é uma régua simples de recepção, classificação e resposta ou resolução.

Na Ouvidoria, a demanda do consumidor que já foi objeto de análise por outra área da organização ou por algum órgão regulador entra numa régua mais complexa. Senão vejamos: reconhecimento da causa raiz – internalização da causa raiz dentro da organização – mudança ou correção dos processos – resposta dentro do prazo das resoluções aos reguladores – acompanhamento da implementação ou implantação de melhorias nas áreas da organização – reporte das melhorias implementadas aos reguladores (relatórios periódicos), publicação das atividades concluídas em relatórios no portal da empresa para os interessados para consulta. Enfim, com a Ouvidoria a empresa é orientada ao cumprimento das governanças sociais, alinhamento com políticas públicas, posicionamento perante as responsabilidades sociais com foco na governança cidadã.

Circunstâncias na prática: nos modelos regulatórios e na perspectiva das empresas que estabeleceram o SAC e a Ouvidoria dentro da mesma estrutura, é comum nos depararmos com uma situação ingrata e muitas vezes delicada para os Ouvidores de Ouvidorias externas do setor privado, quando ele é obrigado dentro dos limites de suas responsabilidades a diagnosticar que as demandas que já passaram pelo crivo de toda a organização e já tiveram todos os seus processos direcionados corretamente para a resolução no SAC não estão sendo resolvidas, gerando um transbordo desnecessário e que impacta sobremaneira o atendimento ao cliente.

Nesse contexto de atendimento, as empresas desenvolveram algumas soluções internas para a modelagem das áreas quanto à sua operacionalidade. Um exemplo bem significativo é a divisão das estruturas de atendimento em níveis de solução. Isso porque na prática as Ouvidorias externas dos setores privados funcionam como último nível de solução dentro da empresa e ficam acima do primeiro e segundo níveis de atendimento do SAC. Na prática esse escalonamento funciona da seguinte forma: Primeiro nível de contato: primeira solicitação para solução de demandas; Segundo nível de contato: quando o cliente de posse de um protocolo de atendimento não se sentir atendido plenamente e resolver reabrir a manifestação para nova análise. Se mesmo assim, durante essa jornada, o cliente ainda esteja insatisfeito com o desfecho do caso tratado, ele tem o direito de acessar o canal da Ouvidoria que, de posse das informações e do histórico do atendimento, iniciará a tratativa da demanda como representante do cliente dentro da organização. Com um olhar mais qualitativo e a partir da visão do cliente, reunirá esforços para resolver o problema dentro da organização até as últimas instâncias se assim julgar necessário. Trata-se de um processo de defesa dos direitos e do que é justo. Nesse aspecto, a Ouvidoria incorpora atributos de cidadania participativa e de cunho democrático.

5 QUESTÕES OPERACIONAIS RELEVANTES ENTRE OS SACS E AS OUVIDORIAS EXTERNAS

Podemos dizer que muitas Ouvidorias externas do setor privado funcionam orientadas por níveis de solução. Essa divisão operacional interna é muito comum nos setores que apresentam grandes volumetrias de demandas e que são, conseqüentemente, os que estão sob as determinações legais do Decreto n. 6.523/2008 (BRASIL, 2008).

Pretende-se com isso criar níveis de atendimento baseados nos tipos de demandas dos clientes. Organiza-se para tanto uma classificação das demandas, dentro de critérios estabelecidos pela própria empresa, analisando a “causa raiz” para níveis de criticidade e alçada e também as volumetrias para *performance* em *first call resolution*.

Com isso, as empresas que optam pelo modelo de níveis de atendimento buscam, dentro de certos limites, estabelecer parâmetros de resolutividade dentro da estrutura, tentando de certa forma satisfazer as expectativas dos clientes dentro de fluxos organizados pela empresa, considerando a causa raiz e a volumetria dos problemas.

Também passarão por processos classificatórios de demandas conforme o grau de complexidade e de alçada. É natural que muitos dos casos que apresentam baixos índices de complexidade, próximos de uma simples consulta ou dúvida, sejam direcionados para meios robotizados, ou seja, a utilização de IA – Inteligência Artificial.

Assim sendo, os SACs são responsáveis por recepcionar uma volumetria considerável de demandas e buscam resolvê-las sem precisar “escalonar” a solicitação dentro da empresa, ou deixar que o cliente, insatisfeito com o atendimento ou com a demora, acesse outros canais como redes sociais, agentes reguladores, órgãos de proteção e defesa do consumidor como Procons, a Plataforma Consumidor.gov e até mesmo o Poder Judiciário. Canais mais caros, de maior exposição e de maior risco para a empresa.

6 AS OUVIDORIAS EXTERNAS DO SETOR PRIVADO NAS RELAÇÕES GOVERNAMENTAIS

A Ouvidoria externa mantém uma conexão positiva e propositiva como também reativa e receptiva às demandas que envolvem os órgãos públicos, no que tange aos interesses dos consumidores.

Diferentemente da área de relações governamentais, que tem em seu escopo precípua o relacionamento com todos os Poderes Públicos, entidades, sindicatos e associações civis organizadas para os mais diversos assuntos e propósitos, a Ouvidoria deverá ser acionada sempre que nesses contextos existir uma questão envolvendo uma relação de consumo ou interesses de consumidores.

Portanto, existe um recorte, uma limitação, em sua atuação participativa. Porém, quando a questão envolve as relações de consumo que chegam até a empresa por esses meios de conexão, ou seja, órgãos reguladores, fiscalizadores ou entidades de defesa do consumidor como é o caso dos Procons, o titular na condução dessa demanda dentro da empresa será o Ouvidor. Essa representação vem em apoio às determinações legais existentes na Lei n. 12.527/2011 – Lei de Acesso

à Informação, Lei n. 13.460/2017 – Lei dos Direitos dos Usuários de Serviços Públicos e, claro, ao próprio Código de Defesa do Consumidor do Brasil.

Isso não significa que todas as decisões e o fluxo da demanda caberão exclusivamente à Ouvidoria. Entendemos que não existem decisões organizacionais isoladas e sob responsabilidade exclusiva de uma determinada área da organização. Esse tipo de entendimento ficou no passado, não sendo de bom alvitre manter apenas uma área organizacional cuidando das decisões e demandas que envolvam os direitos e os deveres dos consumidores. Toda a organização precisa estar “afinada” e “alinhada” no que diz respeito aos seus clientes. A interlocução interna e a externa poderão estar sob a responsabilidade da Ouvidoria, mas todo o processo de análise e resposta passará pelo crivo de diversas áreas da organização, como por exemplo, a auditoria, relações governamentais, jurídico, *compliance* e presidência, mas a condução: “começo, meio e fim” será da Ouvidoria.

Interessante observar que, quando as demandas são enviadas para a empresa por meio desses órgãos, provavelmente elas têm relevância em seu conteúdo e vão precisar de atenção diferenciada. Por isso essas demandas, na prática do dia a dia das empresas, não ficam sob a responsabilidade das áreas de SAC, pois ele tem o escopo direcionado para os primeiros contatos, que muitas vezes são compostos de pequenas solicitações, dúvidas ou solicitações de menor complexidade.

7 O FORTALECIMENTO DAS OUVIDORIAS NA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA DIRETA E INDIRETA

A Ouvidoria como organismo essencial na Administração Pública recebeu destaque especial na Lei n. 13.460, de junho de 2017 (BRASIL, 2017), que estabeleceu normas básicas sobre a participação, proteção e defesa dos direitos do usuário dos serviços públicos da Administração Pública. Essa conquista não foi um evento isolado na legislação brasileira, mas o resultado do amadurecimento da democracia brasileira, iniciada antes mesmo da Constituição Federal de 1988.

Um dos fatores mais expressivos dessa conquista foi a necessidade de aproximação entre os cidadãos e a Administração Pública. Claro que existiram outros fatores também importantes nessa conquista, como o princípio da eficiência, incluído no texto constitucional pela Emenda Constitucional n. 19, de 1998 (BRASIL, 1998): com as exigências da efetividade e transparência em todos os seus atos, esse princípio exigiu esforços no sentido de operacionalizar mudanças significativas no *modus operandi* da administração em relação aos cidadãos.

Cabe-nos destacar também a importância da Lei n. 12.527, de 18 de novembro de 2011 (BRASIL, 2011), conhecida como a Lei de Acesso à Informação, para a formação de uma inteligência administrativa direcionada para o fortalecimento das Ouvidorias como um organismo da Administração Pública, vocacionado para o tratamento das informações, principalmente se observarmos os dispositivos dos artigos 6º e 7º e sua importância na interlocução com a sociedade.

Dentro desse contexto organizacional, a Ouvidoria apresenta-se não como uma alternativa, mas como uma solução adequada para o estabelecimento de relações mais eficientes entre os cidadãos e a Administração Pública.

Elas são vistas com um instrumento que reage de forma positiva aos reclamos da população. A

Ouvidoria é um espaço público de controle e participação social, uma conquista social exatamente na esteira da Constituição Federal de 1988.

Essa análise nos fornece subsídios necessários para chegarmos a uma conclusão assertiva em torno das Ouvidorias públicas e sobre os momentos que definiram a Ouvidoria como um órgão de excelência na Administração Pública direta e indireta, e isso, por sua vez, nos ajuda a definir seu escopo precípua, que é a qualidade de vida das pessoas e a utilidade pública por meio da aproximação comunicacional entre a administração e o cidadão.

Os novos entendimentos advindos de Leis que tratam da Administração Pública trouxeram um novo impulso para as Ouvidorias públicas e, com isso, fortaleceram de certa forma o entendimento do setor privado de que as Ouvidorias podem ser um instrumento estratégico nas empresas dentro dos mesmos critérios estabelecidos pela Administração Pública.

8 PRINCIPAIS DISTINÇÕES ENTRE AS OUVIDORIAS E OS CANAIS DE DENÚNCIAS

Outro ponto importante e que também problematiza as Ouvidorias como organismos importantes dentro das organizações é a confusão causada com os chamados canais de denúncias.

Essa confusão é na verdade conflituosa em muitos aspectos, porém considerando as finalidades com as quais esses canais foram criados não deveria haver conflitos.

Vamos imaginar que determinada empresa institui um canal de denúncias contra a sua vontade, mas por necessidade de inibir, impedir e coibir qualquer prática contrária aos direitos humanos, à sua dignidade e aos princípios, valores e missão nos quais acredita e que defende como organismo na sociedade.

Portanto, temos a convicção de que a criação de um canal de denúncias numa empresa deve ser entendida principiologicamente como exceção, pois o ideal seria não haver situação que justificasse a necessidade de um canal desses dentro do ambiente da empresa. É uma reação a ações indesejadas que infelizmente podem ocorrer em todos os ambientes onde existam pessoas se relacionando, e repetimos que são comportamentos que não deveriam ocorrer dentro do convívio humano, mas que, infelizmente, ocorrem com certa frequência e necessitam de respostas urgentes para que sejam coibidos e punidos.

O canal de denúncias é um instrumento de acesso procedimental que serve precipuamente para apurar denúncias de atos ilícitos e de condutas contrárias à ética, à integridade física e psíquica das pessoas e que, de certa forma, são contrários aos direitos humanos.

Não é um canal de recepção de reclamações, dúvidas, sugestões e informações de modo genérico. É um canal mais específico de “denúncia”, portanto necessita de regras próprias adequadas a finalidades específicas que diferem na forma de tratamento das demandas dos consumidores, porém não há nada que impeça o tratamento dessas demandas pelas áreas de Ouvidorias, observando-se para isso procedimentos próprios.

Importante ressaltar que esse canal tem algumas similaridades com as Ouvidorias públicas e com as Ouvidorias internas das empresas, pois dentre suas atribuições está a de zelar pela reputa-

ção da organização em todos os meios e níveis relacionais. Mas, para sermos fiéis ao tema proposto, não vamos aprofundar a temática sobre esse canal interno, mas somente sobre Ouvidorias externas dos setores privados e regulados, seguindo-se alguns pressupostos definidores de escopo atribuídos pelo regulador no atendimento das demandas dos consumidores.

Portanto o canal de denúncias é um canal híbrido que atende demandas internas e externas, mas seu escopo é diferente do escopo das Ouvidorias externas do setor privado regulado. Assim sendo, não existem superposições, conflitos ou oposições entre esses organismos dentro da organização. As diferenças são bem delineadas e as responsabilidades bem definidas no *business plan* de qualquer empresa.

9 CONCLUSÃO

Diante do exposto, procuramos demonstrar a singularidade das Ouvidorias externas para os setores regulados e as principais distinções entre as principais áreas de interface com o ecossistema de recepção de demandas internas e externas das empresas e sua importância, singularidade e necessidade de coexistir dentro da estrutura organizacional independente dos SACs, Canais de Denúncias, Compliance e até mesmo da própria Ouvidoria Interna.

Consideramos o histórico do instituto e suas principais diferenças operacionais e procedimentais. Com isso esperamos ter elucidado os principais pontos, questões e pontos de conflitos que possam eventualmente surgir no dia a dia das organizações quanto à atuação das Ouvidorias externas e seus benefícios efetivos para a empresa e para os clientes.

Procuramos aprofundar as questões que se referem às atuações do SAC e das Ouvidorias quando da existência desses mecanismos na mesma estrutura organizacional e os benefícios efetivos de se ter os dois organismos atuantes na mesma infraestrutura, colaborando de forma efetiva para o aperfeiçoamento e para o desenvolvimento de uma política interna direcionada para o consumidor e sua experiência como cliente.

Também discorremos sobre a diferença fundamental entre as Ouvidorias e os chamados canais de denúncias. Entendemos que ambos não se equiparam nem se opõem em suas funções primordiais dentro da organização. O canal de denúncias como ficou demonstrado possui uma função muito mais próxima do *compliance*, podendo até mesmo ser entendido e considerado como um canal de acesso ou um ponto de contato entre as organizações e os ecossistemas das empresas no que se refere às demandas que tenham como conteúdo atos ilícitos ou condutas contrárias às normas, à ética, à moral e demais circunstâncias que atentem contra a dignidade das pessoas e aos direitos humanos.

A existência da Ouvidoria na infraestrutura das empresas colabora sobremaneira com a valorização do cliente por todos os entes da organização e possibilita melhoria contínua nos produtos e serviços colocados à disposição do mercado consumidor.

Com isso concluímos que a presença de uma Ouvidoria atuante e comprometida com a qualidade dos produtos e serviços oferecidos no mercado, com uma agenda permanente com a alta gestão das organizações, é o melhor instrumento organizacional para a manutenção de uma boa reputação e para o efetivo cumprimento dos valores e da missão da empresa.

REFERÊNCIAS

ANATEL. Resolução n. 717, de 23 de dezembro de 2019. Disponível em: <https://www.in.gov.br/web/dou/-/resolucao-n-717-de-23-de-dezembro-de-2019-235328441>. Acesso em: 12 jun. 2021.

ANS. Resolução Normativa – RN n. 323, de 3 de abril de 2013. Disponível em: https://bvsms.saude.gov.br/bvs/sau-delegis/ans/2013/res0323_03_04_2013.html#:~:text=determino%20sua%20publica%C3%A7%C3%A3o.-,Art.,relativas%20aos%20direitos%20do%20benefici%C3%A1rio. Acesso em: 12 jun. 2021.

BACEN. Resolução n. 4.433, de 23 de julho de 2015. Disponível em: https://www.bcb.gov.br/pre/normativos/res/2015/pdf/res_4433_v1_O.pdf. Acesso em: 12 jun. 2021.

BRASIL. Decreto n. 6.523 de 31 de julho de 2008. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/decreto/d6523.htm. Acesso em: 12 jun. 2021.

BRASIL. Lei n. 12.527, de 18 de novembro de 2011. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/l12527.htm. Acesso em: 12 jun. 2021.

BRASIL. Lei n. 13.460, de 26 de junho de 2017. Disponível em: https://www.in.gov.br/material/-/asset_publisher/Kuj-rw0TZC2Mb/content/id/19141395/do1-2017-06-27-lei-no-13-460-de-26-de-junho-de-2017-19141216. Acesso em: 12 jun. 2021.

BRASIL. Emenda Constitucional n. 19, de 1998. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/emendas/emc/emc19.htm. Acesso em: 12 jun. 2021.

FILOMENO, José Geraldo Brito (Org.). *Tutela Administrativa do Consumidor: Atuação dos Procons, legislação, doutrina e jurisprudência*. São Paulo: Atlas, 2014.

SAMPAIO, Maria Lumena Balaben. A tutela administrativa do consumidor: Procon – do atendimento à solução de um conflito na relação de consumo. In: FILOMENO, José Geraldo Brito (Org.). *Tutela Administrativa do Consumidor: Atuação dos Procons, legislação, doutrina e jurisprudência*. São Paulo: Atlas, 2014.

ZULZKE, Maria Lucia. *Abrindo a Empresa para o Consumidor: a importância de um canal de atendimento*. 4. ed. Rio de Janeiro: Qualitymark Editora, 1997.