



Quem já teve que lidar com atendimentos telefônicos, suporte técnico ou todo tipo de assistência ao consumidor sabe o quanto é frustrante e difícil garantir que os serviços sejam realizados de forma rápida. Agora, uma pesquisa da [ClickSoftware](#) quantificou essa frustração toda em números e descobriu que os americanos perdem mais de um dia por ano lidando com esse tipo de coisa.

Ao todo, são 30,8 horas perdidas a cada ano lidando com problemas da indústria, seja pelo telefone ou pessoalmente. E o ônus não recai apenas sobre os usuários, já que as companhias também perdem cerca de US\$ 100 bilhões por ano nesse enrosco. Os empregados, frustrados com os problemas pessoais desse tipo ou tendo dificuldades para resolver as falhas relatadas pelos clientes, geram perdas de US\$ 900 cada um.

Foram consultados dois mil adultos americanos, de forma a compor também um ranking dos setores que apresentam mais falhas nesse sentido. Nos Estados Unidos, foram os setores bancário e de home services (que englobam reformas, reparos e coisas do tipo) os que apresentaram maior índice de “perda de tempo”. Confira a lista completa:

- Bancário: 6 horas
- Home services: 5,3 horas
- Seguro: 4,7 horas
- Automotivo: 3,7 horas
- Saúde: 3,1 horas
- Comunicação: 2,5 horas
- Setor público: 2,2 horas
- Varejo: 1,8 hora
- Utilities: 1,5 hora

Apesar de ter realizado sua pesquisa exclusivamente sobre o mercado americano, a ClickSoftware também incluiu dados aproximados para o Brasil. Em nosso país, a empresa estima que as perdas desse tipo sejam de cerca de R\$ 401 por funcionário, o que resultaria em um total de R\$ 43 bilhões todos os anos em produtividade. Por outro lado, a empresa pondera que nosso país não possui serviços no padrão norte-americano, ou seja, os números negativos aqui podem ser ainda maiores.

“As empresas brasileiras compreendem em elevado grau que os clientes que sofrem com mal serviço irão considerar seriamente mudar para a concorrência”, afirma Udi Geismar, vice-presidente da ClickSoftware para a América Latina. Ele enxerga que há um investimento nesse sentido e que a qualidade no atendimento ao cliente é cada vez mais vista como um diferencial.

Por outro lado, ele observa que, principalmente no mercado regulamentado, onde não há concorrência, o serviço ao consumidor é visto como um custo. Ainda assim, mesmo as empresas do setor buscam melhorar seus atendimentos, principalmente para estar de acordo com as normas estabelecidas por órgãos como Procon e Anatel, que ditam padrões e requisitos mínimos na hora de lidar com o cliente.

Fonte: [Canaltech](#), em 05.08.2014.