

Franklin Gomes
e defesa do Consumidor -
PROCON/MS
Protocolo nº 9485/10.117
Data 27/10/17
Hora: 19:00
Recebido por: [assinatura]

**PROGRAMA DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR -
PROCON/MS**

São Paulo, 23 de outubro de 2017

Ref: **RECALL ATLAS INDÚSTRIA DE ELETRODOMÉSTICOS LTDA.:
STATUS E RESULTADOS PROVISÓRIOS. ATENDIMENTO INTEGRAL AO
CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR E PORTARIA 487/2012.**

ATLAS INDÚSTRIA DE ELETRODOMÉSTICOS LTDA., pessoa jurídica de direito privado, inscrita no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas – CNPJ sob número 78.242.849/0001-69, com sede na Rodovia BR 158 KM 508, Bairro Petrycoski, CEP 85501-970, na cidade de Pato Branco, PR, vem, por seu advogado abaixo assinado (**Doc. 01 – Procuração e Contrato Social**), manifestar-se nos seguintes termos:

1. A Peticionária, reforçando seu compromisso com a qualidade e segurança do seu processo produtivo e o respeito aos direitos dos consumidores, que foi esmiuçado nas comunicações anteriores as autoridades competentes, continua adotando todos os esforços para que o público impactado pelo recall seja o mais amplo possível.
2. Além das medidas implementadas, que ultrapassam aquelas obrigatórias estabelecidas na Portaria 478/2012, como especialmente as regras do Código de Defesa do Consumidor, tendo como ponto de partida até mesmo o “Recall - Guia Prático do Fornecedor”, **ATLAS** adotou inúmeros outras ações, como já informadas no comunicado de status anterior.
3. O esforço de **ATLAS** para impactar consumidores é contínuo, e não se limita ao que já foi realizado. Periodicamente os resultados são analisados e um grupo que atua especificamente no tema busca alternativas para que o alcance seja sempre maior e mais efetivo.
4. O fruto desse esforço resultou na adoção de novas medidas e intensificação de outras já em curso.
5. Dentre as novas medidas, merece destaque a aproximação com a PROTESTE, com quem teve proveitosa reunião. No encontro, todas as ações foram apresentadas, bem

+55 11 3090 - 4515

como os esforços para sempre atender de forma ampla os consumidores, que é o maior capital da empresa.

6. Aliás, foi com grata surpresa ATLAS foi informada sobre a publicação contida na Revista Proteste do mês de outubro que, como vemos abaixo, recomendou o seu fogão **Mônaco** como “A ESCOLHA CERTA”:



7. Outro experimento que já conta com resultados positivos, e que devem ser melhorados nos próximos meses é o uso de REDES SOCIAIS e GOOGLE.
8. Ao invés de simplesmente publicar nos canais que atua, ATLAS resolveu contratar a agência de publicidade que cuida de sua conta para desenvolver um plano para divulgar o *recall* por meio de campanhas pagas nas redes sociais.
9. Nesse primeiro momento, e em razão da possibilidade de melhor direcionamento e maior alcance de público relevante, a empresa escolheu o FACEBOOK e o GOOGLE ADWORDS.
10. Em todas as plataformas, o internauta é direcionado para a página de consulta do recall. Nesse primeiro teste os resultados no FACEBOOK são significativos:

- 36.955 impressões
- 941 cliques

11. Já o uso do **GOOGLE ADWORDS** também se mostrou uma boa estratégia. Em pouco tempo já temos:

- **96577 impressões**
- **2071 cliques**

12. Diante desse quadro inicial, **ATLAS** está animada com a força que as redes agregarão ao processo de recall que conduz, contribuindo para que o alcance seja cada vez mais efetivo e amplo.

13. É importante esclarecer que os resultados serão avaliados mensalmente e a estratégia adaptada ou modificada, para que os resultados sejam cada vez mais positivos.

14. Já em outra vertente, a empresa continua engendrando todos os esforços para captar o maior número de parceiros nessa jornada de impactar os consumidores dos seus produtos.

15. Vale lembrar que já foram disparados comunicados, carta, manuais e guias, sempre alertando sobre o recall e trazendo o texto aprovado pela Secretaria Nacional do Consumidor - SENACON.

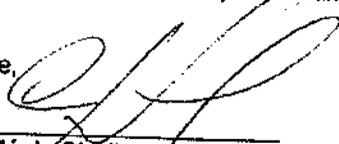
16. Além disso, recentemente, e como esforço dessa estratégia, **ATLAS** enviou e-mail com o comunicado, conclamando seus principais clientes e fazerem parte dessa jornada em prol dos consumidores dos seus fogões.

17. No apelo, assinado pelo CEO e pelo Diretor Comercial da empresa, há o oferecimento inclusive do apoio na realização do contato, tendo **ATLAS** colocado seu SAC à disposição dos clientes, como observamos do trecho abaixo:

5. O auxílio e apoio que buscamos é no sentido de divulgar o recall para a base de clientes, preferencialmente, aqueles que adquiriram os fogões COLISEUM e TOP MACHINE, fabricados no período já indicado.
6. Essa contribuição é essencial para garantirmos efetividade ao processo do recall preventivo e atuarmos alinhados com o Código de Defesa do Consumidor e as regras estabelecidas pela Portaria Ministerial que regulamenta o processo, podendo ser realizada por e-mail (cujo texto podemos elaborar) ou por telefone (e colocamos nosso SAC à disposição para realizar contatos, com garantia de sigilo do uso de dados que venham a ser disponibilizados).


Luiz Afonso Wan-Dall
CEO Atlas

Atenciosamente,


Clóvis Simões
Diretor Comercial Atlas

18. O comunicado foi encaminhado por e-mail e pelos correios, com aviso de recebimento, para os seguintes clientes (Doc. 2 - Cartas e E-mails Enviados):

-  Carta Atacação dos Eletros.pdf
-  Carta CencoSud .pdf
-  Carta Eletrozema.pdf
-  Carta Gazin.pdf
-  Carta Magazine Liliani.pdf
-  Carta Máquina de Vendas.pdf
-  Carta Mercado Móveis.pdf
-  Carta N Claudino.pdf
-  Carta Novo Mundo.pdf
-  Carta Renovar.pdf

19. Importante destacar que o CEO e toda a Diretoria da ATLAS estão empenhadas nesse tema.

20. Esse é status do recall até o momento:

RECALL COLISEUM - 29 SET 2017	
Recall efetuado	144
Em andamento	13
Total Geral	157

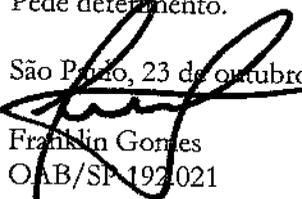
e

RECALL MACHINE - 29 SET 2017	
Recall efetuado	24
Em Andamento	122
Total Geral	146

21. Por fim, a ATLAS ratifica sua disposição para continuar aplicando as melhores técnicas, de modo a satisfazer os anseios de seus consumidores, autoridades e parceiros.

Termos em que,
Pede deferimento.

São Paulo, 23 de outubro de 2017


Franklin Gomes
OAB/SP 192.021