



Ouvidorias e Consumidores



**Grupo de Trabalho
Reunião no Banco Central
09.12.13**

Pauta

Novo Contexto

- Desdobramentos da crise;
- Sistema de defesa do consumidor;
- Desafios do novo ambiente;

Análise

- Modelo de negócios dos bancos médios;
- A ouvidoria como elemento de gestão;
- Identidade das ouvidorias;
- Blocos da Análise;
- Governança;
- Estrutura;
- Canais;
- Indicadores;
- Ações.

As opiniões expressas neste trabalho são exclusivamente do grupo de trabalho constituído para discutir os temas relativos ao papel das ouvidorias nas instituições financeiras.

Desdobramentos da crise

Crise Financeira Internacional:

Falhas de mercado:

- I. Estímulos deficientes na gestão do ciclo de crédito, oriundos dos desalinhamentos dos interesses dos agentes originadores do crédito e os detentores finais do risco da operação;
- II. falta de transparência das informações e da ausência de educação financeira dos consumidores para o entendimento das particularidades dos contratos financeiros.

Diagnóstico:

Adequada proteção dos consumidores para a estabilidade financeira:

- I. Devem receber informações precisas, simples e comparáveis dos serviços financeiros;
- II. Devem ter acesso a mecanismos baratos e eficientes de resolução de litígios;
- III. Devem ser capazes de receber educação financeira no momento e na forma que desejarem.

Desdobramentos:

- A crise financeira veio demonstrar a importância da atuação dos reguladores e supervisores financeiros na proteção dos consumidores;
- Supervisão comportamental - regras de conduta para a relação entre as instituições financeiras e consumidores de forma a assegurar a transparência de informação e a equidade nas transações de produtos e serviços financeiros;
- Experiências importantes:
 - .*Financial Conduct Authority (FCA)* – Reino Unido;
 - .*Consumer Financial Protection Bureau (CFPB)* - EUA;
 - .Departamento de Supervisão Comportamental do Banco Central de Portugal;
 - .Diretoria de Relacionamento Institucional e Cidadania e o Departamento de Supervisão de Conduta do Banco Central do Brasil.

Sistema de defesa do consumidor

Legislação Consumerista

- Constituição Federal / Código de Defesa do Consumidor / Código Civil;
- Resoluções do CMN / Circulares e Manuais de Procedimento do Banco Central;
- Portarias e notas Técnicas da Senacon.

Instituições Financeiras

- Mecanismos de autorregulação;
- Manuais de boas práticas;
- Ações setoriais.

Desafios do novo ambiente

INCLUSÃO FINANCEIRA

- Reconfiguração significativa da pirâmide social com importantes implicações no padrão de consumo dos cidadãos;
- Relacionamento ativo com as instituições financeiras passou de 87 milhões de pessoas em Dez/05, para mais de 127 milhões em Dez/12;
- Contudo, para que a inclusão financeira seja sustentável alguns desafios têm que ser superados:

Educação financeira

- Preocupação em garantir aos consumidores os meios que permitam o uso adequado dos serviços e produtos financeiros;
- Aprofundamento dos avanços na educação financeira servirá como instrumento de apoio para o exercício dos direitos do CDC.

Adequação dos serviços e produtos

- Estabelecer padrões para a prestação de serviços adequada ao perfil dos consumidores;
- Melhores práticas para transmitir de forma concisa, objetiva e transparente os custos, benefícios e riscos inerentes às transações.

Modelo de negócios dos bancos médios

Canais de distribuição

Ganho de capilaridade favorecendo a inclusão financeira
Obrigação de zelar pela qualidade na atuação dos parceiros

Resolução 3.954/11 e Resolução 3.959/11 do CMN

Correspondentes

Atendimento relativo a demandas de clientes, encaminhando à instituição financeira.

Estrutura de atendimento

Instituições Financeiras

Estabelecimento de um **PLANO DE CONTROLE DE QUALDADE**, levando em conta, entre outros fatores, as demandas e reclamações de clientes e usuários.

A ouvidoria como elemento de gestão

Contribuições de um funcionamento eficaz:

Aumentar a eficiência das estruturas e operações

Revisão/racionalização de processos

Ganhar agilidade operacional

Aperfeiçoamento na gestão da rede de correspondentes

Aproximação dos consumidores

Além do atendimento das demandas dos consumidores , as ouvidorias podem contribuir na eficiência operacional das instituições financeiras.

E PODEM FAZER AINDA MAIS!

Identidade das ouvidorias

Para que existem?

Missão

Garantir um canal adequado de relacionamento com os consumidores e ser a voz do consumidor na instituição.

Onde chegar?

Visão

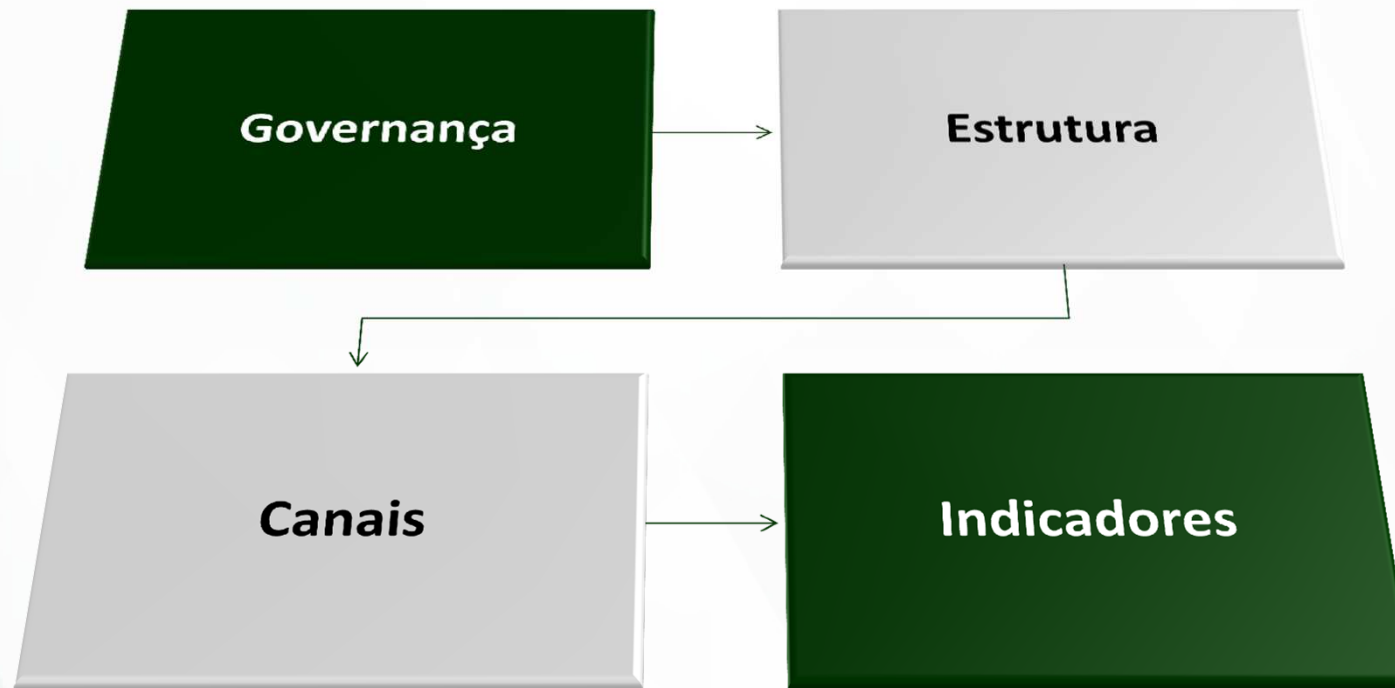
Atuar como agentes de mudanças dentro da instituição, propiciando uma relação sustentável entre as partes.

Como agir?

Valores

Ética, transparência, independência, responsabilidade social, equidade, imparcialidade, confidencialidade.

Blocos da análise



Governança

- Manuais de procedimento descrevem as funções e atribuições das ouvidorias;
- A localização da ouvidoria dentro do ambiente organizacional depende das especificidades de cada instituições (porte, complexidade, segmento de atuação);
- Os relatórios das ouvidorias das instituições financeiras são encaminhados para as áreas interessadas.

Comentários

- Expansão e ganho de representatividade;
- Evitar a existência de conflitos de interesse (auditoria interna, área comercial, administração de recursos de terceiros);
- Participação das ouvidorias nos comitês de produtos, realçando o enfoque do consumidor e transformando-se em agente de mudanças.

Estrutura

- A estrutura é constituída pelo diretor, ouvidor, analistas e atendentes;
- Nota-se uma evolução positiva, e o amadurecimento do papel das ouvidorias nas instituições financeiras;
- As ouvidorias apresentam controles automatizados para registros, controle de demandas e extração de relatórios.

Comentários

- É necessário que se garanta a adequação dos sistemas para um desempenho satisfatório das ouvidorias;
- Novos cenários no relacionamento entre as instituições financeiras e consumidores pode exigir investimentos e a otimização de processos e procedimentos já existentes;
- A capacitação técnica para que as equipes de ouvidoria tenham o perfil e a competência adequada exigem o aprimoramento contínuo dos programas de certificação, incorporando novos conceitos teóricos do comportamento do consumidor.

Canais

- São disponibilizados aos clientes dois números de telefone gratuitos para contato com as ouvidorias (sendo um destes exclusivo para atendimento de deficientes auditivos e de fala);
- O atendimento telefônico está disponível no horário comercial (das 9 às 18 horas, 5 dias por semana, exceto feriados);
- O quadro de funcionários para atendimento varia conforme a complexidade e porte da instituição;
- A correspondência eletrônica e a caixa postal são canais alternativos de acesso à Ouvidoria;
- As respostas conclusivas das demandas dos clientes são comunicadas por contato telefônico e em algumas instituições também por correspondência.

Comentários

- Com a ampliação do papel das redes sociais na relação entre instituições financeiras e suas partes relacionadas, é importante uma maior participação das ouvidorias nestes canais de comunicação, permitindo uma melhor gestão do risco de imagem das instituições;
- Aumentar a autonomia e resolutividade dos Serviços de Atendimento ao Cliente - SAC.

Indicadores

- As instituições estabelecem uma variedade de índices que servem como referência para avaliação da eficácia e eficiência das ouvidorias;
- Avaliação do desempenho da ouvidoria pela auditoria interna feita para a avaliação da conformidade com o marco normativo.

Comentários

Aplicação de alguns indicadores:

- Nível de serviço de atendimento das ligações;
- Volumetria de reclamações/questionamentos;
- Acompanhamento da volumetria por canal de entrada/UF/Produto;
- Prazo de solução das demandas;
- Volume de reincidências de reclamação;
- Prazo de classificação de e-mails direcionados para Ouvidoria;
- Estoque de volumetria das reclamações em aberto;
- Indicador de aproveitamento em monitoria.

Ações

- Ao reconhecer a relevância dos temas relativos ao papel da ouvidoria dentro das instituições financeiras, o Planejamento Estratégico da ABBC para 2.014 decidiu concentrar essas discussões em uma comissão específica;
- Assim questões que eram tratadas em outras comissões passam a ser o escopo da Comissão de Relacionamento entre instituições financeiras e consumidores na estrutura de Governança da ABBC;
- Objetivos da Comissão:
 - Manual de melhores práticas para ouvidoria;
 - Participação no desenvolvimento de manuais e cartilhas de educação financeira;
 - Criação de *benchmarks* para o segmento da ABBC (*Ranking* positivo);
 - Canal de comunicação com a Diretoria de Relacionamento Institucional e Cidadania do Banco Central;
 - Atualização do conteúdo dos programas de capacitação das equipes de ouvidoria;
 - Buscar procedimentos que confirmam a estrutura de atendimento ao consumidor como ferramenta de fidelização do consumidor;
 - Analisar a viabilidade de implantação de em sistema que integre os atendimentos do SAC, ouvidoria e RDR como terceira instância.

ABBC

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE BANCOS



Avenida Paulista, 949 - 22º andar
São Paulo – SP
Tel: (11) 3288-1688
assessoriaeconomica@abbc.org.br



ABBC
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE BANCOS

