

GUIA DE BOAS PRÁTICAS



AUTORREGULAÇÃO
BANCÁRIA **10** ANOS
FEBRABAN 2018

I Introdução	3
II Metodologia	4
III As Boas Práticas	6

DEVER GERAL DE ADEQUAÇÃO	9	
I – Política Interna		10
II - Oferta Adequada ao Perfil e a Política Interna		39
III – Demonstração de Enquadramento do Consumidor		60
IV – Informações de Não Enquadramento		72
V - Alerta de Inadequação		102

INFORMAÇÕES E ORIENTAÇÕES AO CONSUMIDOR	117	
I – Esclarecimento		118
II – Simulação		138
III – Informação e Linguagem Sobre Condições, Exceções ou Restrições Contratuais		160
IV – Acesso		176
V – Canais Presenciais e Remotos		191
VI – Liberdade de Contratação		211
VII - Alertas		226

DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS FINANCEIROS	237	
--	------------	--

POLÍTICAS DE INCENTIVOS	259	
I - Cancelamentos e Vícios de Comercialização		260
II - Incentivos Negativos nos Casos de Inadequação de Produtos e Serviços		271
III - Proibição de Remuneração Variável Exclusivamente Vinculada a Venda		282
IV- Avaliação Periódica das Políticas de Incentivos		291

TREINAMENTO E CAPACITAÇÃO	301	
----------------------------------	------------	--

CONCLUSÃO	320	
------------------	------------	--

A adequação dos produtos e serviços financeiros aos interesses, objetivos e necessidades dos consumidores tem uma importância estratégica nas relações de consumo. É assim porque ela permite de forma inaugural preservar o equilíbrio e a harmonia na relação entre consumidores e fornecedores de serviços financeiros. A complexidade das relações financeiras é enfrentada e equacionada quando as Instituições Financeiras se ocupam não apenas em assegurar informações transparentes e adequadas, mas em ofertar e indicar aos consumidores os produtos e serviços que melhor possam atender as suas necessidades.

O resultado é um ganho para todos os contratantes e principalmente para toda sociedade. Por isso, a *suitability* ou adequação dos produtos e serviços financeiros recebeu especial atenção do legislador quando da elaboração do Código de Defesa do Consumidor, assim como, do regulador financeiro, o Banco Central do Brasil e dos órgãos e entidades de proteção e defesa do consumidor.

Do mesmo modo, a Federação Brasileira de Bancos – FEBRABAN, sensível a necessidade de avançar na promoção da confiança e no equilíbrio das relações de consumo, editou uma norma de Autorregulação para contribuir com a difusão e implementação da adequação dos produtos e serviços financeiros. A confiança pública, segundo o Banco Mundial¹, é crucial para o desenvolvimento do setor financeiro de qualquer país. Ter acesso a produtos e serviços adequados aos consumidores produz um impacto importante no nível de bem-estar financeiro e geral dos cidadãos.

O normativo SARB 017/2016 – Adequação de Produtos e Serviços ao Perfil do Consumidor, com quinze artigos, dividido em nove capítulos, procura sistematizar e potencializar as ações das Instituições Financeiras Signatárias no cumprimento das regras normativas existentes e no aprimoramento da relação com os consumidores. Previsto no artigo 10 do normativo, a elaboração de manuais de boas práticas de adequação de serviços cumpre também o papel normativo, pois passarão a integrá-lo como anexos. Trata-se de uma significativa contribuição para efetividade das regras previstas na Autorregulação.

O Guia de Boas Práticas reúne as boas experiências desenvolvidas pelas Instituições Financeiras Signatárias e detalha a forma de implementação dos princípios e regras do normativo, demonstrando como as práticas foram realizadas e principalmente, que benefícios foram auferidos pelos consumidores.

O normativo de Autorregulação e o Guia de Boas Práticas permitem a disseminação das boas práticas para assegurar um padrão de qualidade para todo o setor, alcançando, ao final e em conjunto com outros normativos, a sustentabilidade das relações de consumo nas operações financeiras.

O Guia é o reflexo de um momento específico, não sendo capaz de demonstrar todas as experiências positivas desenvolvidas pelas Instituições Financeiras, uma vez que o mercado e as ferramentas para proteção financeira do consumidor são dinâmicos e aprimorados de forma contínua.

¹The World Bank Group. *Good Practices for Financial Consumer Protection*. 2. ed. Washington/DC, 2017. p. 7.

II – Metodologia

O modelo adotado para elaboração deste guia foi uma adaptação das propostas de Eugene Bardach² (2011) e Bretschneider³ (2005). O objetivo foi identificar condutas concretas que contribuíram para solução de conflitos ou desafios específicos. Com a necessária advertência de que os resultados não advêm da simples transposição de modelos, mas, sobretudo, da compreensão dos conceitos utilizados para endereçar o problema enfrentado. A efetividade das medidas depende da estrutura da implementação, da gestão e, sobretudo das particularidades de cada Instituição.

Outro importante elemento considerado foi a advertência de Bretschneider que a metodologia de um guia de boas práticas deveria ir além da simples descrição de casos. Ela deve contemplar a completude do contexto em que foi desenvolvida e implementada. Somente com a análise mais completa dos elementos que compuseram a implementação é que seria possível considerar a existência da boa prática. A perspectiva de Bretschneider foi considerada, mas limitada aos propósitos deste trabalho de natureza mais pragmática e menos dogmática.

O contexto de implementação das práticas reunidas neste Guia foi a edição do normativo SARB nº 017/2016, que estabelece os princípios e regras da *suitability* de produtos e serviços financeiros aos consumidores, editado com fundamento no Código de Defesa do Consumidor e nas Resoluções Bacen nº 4283/2013 e nº 4539/2016.

Por isso, a matriz elaborada para recepcionar as boas práticas considerou o normativo SARB nº 017/2016. Ela foi dividida em cinco categorias: dever geral de adequação, informação e orientação ao consumidor, desenvolvimento do produto, políticas de incentivo à comercialização e treinamento e capacitação. Cada categoria recebeu um conjunto de perguntas que auxiliaram na construção do guia.

As respostas apresentadas por cada Instituição Financeira Signatária que contribuíram com a elaboração deste guia foram preservadas, não havendo nenhuma reinterpretação das suas considerações. Entretanto, foram inseridos comentários que destacaram condutas, conceitos, diretrizes e comportamentos considerados decisivos para a boa prática.

Diante das inúmeras possibilidades das práticas existentes, procurou-se captar neste Guia comportamentos que estivessem no âmbito da (i) **transparência das contratações**, utilizassem o (ii) **design da informação** e enfrentassem (iii) **reclamações dos consumidores**, entre outros aspectos do cumprimento do normativo de Autorregulação.

Transparência nas contratações, ofertas adequadas aos objetivos, necessidades e interesses do consumidor e sobretudo equilíbrio na relação de consumo são propósitos destacados do normativo de adequação de produtos e serviços financeiros.

O design da informação mereceu especial atenção porque, conforme será visto, entre outros elementos, procura superar eventuais vieses do consumidor no processo de contratação. Assim, alertas contratuais de desenquadramento de perfil que ocasionam prejuízos ao consumidor passaram a ser prática usual das Instituições Financeiras Signatárias. Merecem destaque tais medidas porque reforçam a lealdade contratual, consideram a vulnerabilidade dos consumidores e reafirmam a confiança como elemento estruturante de todas as relações de consumo.

As reclamações dos consumidores representaram outra importante fonte para elaboração dos principais eixos conceituais do normativo de adequação de produtos e serviços financeiros. As boas práticas permitem notar como os conflitos de consumo foram endereçados, tornando-se instrumento para o aperfeiçoamento da qualidade da relação de consumo, ao tempo que também constituem material para toda sociedade.

Após o agrupamento das boas práticas em categorias, uma segunda etapa consistiu, quando possível, na avaliação do quanto a prática afetou a vida do consumidor e qual a relevância de seus resultados. Outros aspectos relevantes dizem respeito a questões internas das Instituições Financeiras, se a prática guarda coerência com os objetivos, estratégias e o serviço prestado, e se ela integra e articula os diferentes atores da instituição. Por fim, é importante que prática seja possível de ser replicada por outras Instituições Financeiras, ainda que com adaptações.

Para reconhecidamente ser uma referência e cumprir seus objetivos, o Guia se ocupou de práticas que tenham sido consideradas como tal, pelo público interno, os integrantes das Instituições Financeiras. Houve, entretanto, um cuidado em colher considerações e inquietações de um público externo que também trata de questões relacionadas a operações financeiras e a proteção do consumidor, os Procons, Defensorias Públicas e Ministério Público, e o Banco Central do Brasil.

²Bardach, Eugene (2011). *A Practical Guide for Policy Analysis: The Eightfold Path to More Effective Problem Solving*. Thousand Oaks, CA: Sage. ISBN 9781608718429.

³Bretschneider, S., Marc-Aurele, F.J., Jr., and Wu, J. (2005). "Best Practices" Research: A methodological guide for the perplexed, *Journal of Public Administration Research and Theory* (15)2:307-323.

Este capítulo foi dividido em duas partes, sendo que na primeira houve uma breve explicação conceitual sobre as categorias analisadas, seus objetivos e resultados esperados para os consumidores. Na segunda parte, o exame foi dos casos apresentados pelas Instituições Financeiras que contribuíram com este trabalho.

Na apresentação dos casos preservaram-se as informações formalmente recebidas, sem qualquer alteração. Muitas delas foram acompanhadas de infográficos e outras ilustrações.

Os casos foram sistematizados segundo a classificação em categorias e as informações e considerações de cada Instituição Financeira, por ordem alfabética. Sempre que possível, os casos serão apresentados pelo seu título, objetivo, o contexto e o desafio que visou endereçar, os beneficiários, usuários, o impacto, a inovação e os fatores de sucesso, além dos desafios, sustentabilidade e replicabilidade.

1. As categorias

Para a escolha das melhores experiências foi desenvolvida uma matriz que permite o agrupamento de boas práticas por categorias, conforme o programa de adequação estipulado no normativo. Ele elenca cinco categorias em que devem se concentrar os esforços para tornar adequadas as ofertas de produtos e serviços, são elas:

- Dever geral de adequação
- Informação e orientação ao consumidor
- Desenvolvimento de produtos financeiros adequados ao perfil dos consumidores
- Política de incentivos para comercialização de produtos e serviços financeiros
- Treinamento e capacitação

1.1 Dever Geral de Adequação

Na categoria 'Dever geral de adequação', a boa prática deve assegurar que a oferta de crédito se encontre alinhada com os interesses, necessidades e objetivos do consumidor. Para identificar a conformidade entre oferta e consumidor, verificou-se a existência de uma **política interna** que estruturasse a forma de definição do público-alvo de cada produto ou serviço. Além dessa política, o dever geral de adequação estabelece que ao realizar a oferta, ela deve levar em consideração as diferenças de perfis dos públicos-alvo, inclusive com ferramentas que permitam ao consumidor identificar o seu não enquadramento em determinados perfis.

1.1.1 A política interna

A existência de uma política interna de relacionamento com cliente, especialmente para adequação de serviços, tem como fonte normativa o Código de Defesa do Consumidor e a Resolução nº 4.539, de 24 de novembro de 2016, do Banco Central do Brasil. O marco legal das relações de consumo estabelece como diretriz política o incentivo aos fornecedores para realização de ações que tenham por objetivo a melhoria da qualidade de serviços - art. 4º, V do CDC.

A elaboração e a implementação de políticas internas para adequação de serviços são poderosos e estratégicos instrumentos internos para melhoria de produtos e serviços. É assim porque se trata de uma diretriz pactuada pela Instituição que vincula todos os integrantes e colaboradores e tem um enorme potencial para prevenção de eventuais desconformidades nas relações de consumo.

A Resolução nº 4.539/16 reconhece a importância da existência de uma política interna que promova a cultura organizacional que:

- Incentive o relacionamento cooperativo e equilibrado com os consumidores;
- Realize um tratamento justo e equitativo com os consumidores; e

- Assegure a conformidade e a legitimidade de produtos e serviços.

Tais princípios devem ser concretizados em rotinas, procedimentos, tais como:

- Concepção de produtos e serviços;
- Oferta, recomendação, contratação ou distribuição de produtos ou serviços;
- Implementação de requisitos de segurança dos produtos e serviços; e
- Existência de sistemas de metas e incentivos de desempenho de empregados e colaboradores.

1.1.2 O desenquadramento

O desenquadramento, que pode ser entendido como uma mudança nas condições inicialmente declaradas pelo consumidor, merece destaque porque passou a contar com um novo design de informação, pois nem sempre o consumidor identificava a necessidade de readaptação da sua relação contratual. A emissão de alerta conta com uma postura ativa da Instituição Financeira para assegurar a adequação e equilíbrio na relação com o consumidor.

1.2 Informação e orientação ao consumidor

No 'Relacionamento com o consumidor' a preocupação volta-se especialmente para a informação e orientação ao consumidor. Assegurar uma adequada comunicação é o principal objetivo deste capítulo. A boa prática na oferta deve garantir uma comunicação atrativa e acessível, que sejam apresentados não apenas os benefícios, mas também os ônus para o consumidor, com uma linguagem simples e clara, sem o uso excessivo de termos técnicos.

1.2.1 A linguagem adequada

A preocupação com a linguagem é outro ponto importante. Sem a utilização do signo adequado, embora possa existir mensagem, não se assegura que ela será compreendida pelo seu receptor. É a adaptação da linguagem da oferta ao consumidor que permite a sua compreensão e assim, contribui para uma pactuação consciente, livre e segura para todas as partes envolvidas.

1.2.2 O público-alvo para oferta de produto e serviços

Outro destaque está na necessidade que a oferta seja dirigida ao público de acordo com o seu perfil e aderente a política interna declarada pela Instituição. As duas obrigações prescritas pela Autorregulação foram examinadas porque representam uma materialização substantiva da *suitability*. É necessário que a oferta tenha um público-alvo definido e que esta definição esteja em linha com toda política da Instituição Financeira.

1.2.3 A liberdade de escolha dos consumidores

Ainda nesta categoria foram verificados os mecanismos utilizados pelas Instituições Financeiras para assegurar a liberdade de escolha do consumidor, informando categoricamente acerca de suas possibilidades de contratação e coibindo a venda casada. Por fim, novamente, o alerta ao consumidor foi utilizado, mas agora para comunicar o término ou cancelamento de promoções. Trata-se de medida que reitera a lealdade e confiança nas relações contratuais.

1.3 O desenvolvimento de produtos

Na categoria 'Desenvolvimento de produtos financeiros adequados ao perfil do consumidor' o normativo promove a compreensão de que uma oferta adequada não ocorre apenas na etapa de comercialização de produtos e serviços, mas que ela deve ser estruturada desde sua concepção.

Customer Centric

Buscou-se identificar, então, na conduta das Instituições Financeiras ações que considerem, em todas as etapas, a relação comunicacional com o consumidor. Trata-se de uma política de comunicação centrada no consumidor – *customer centric*. É a partir da empatia com o consumidor que se elabora o processo comunicacional, que tem por objetivo a promoção do produto, mas também a adequada experiência do consumidor.

1.4 A Política de incentivos

A 'Política de incentivos para a comercialização de produtos e serviços financeiros' preocupa-se em como a Instituição Financeira valora a conduta de seus colaboradores e quais são os mecanismos utilizados para demonstrar essa valoração, especialmente no que se refere a comercialização de produtos e serviços.

Os incentivos

A boa prática prevê incentivos positivos e incentivos negativos, que criam desestímulos a condutas inadequadas, para assegurar um ambiente respeitoso nas relações com os consumidores, criando regra específica para não haver uma remuneração variável baseada exclusivamente em comissão por venda.

1.5 Treinamento e capacitação

Na última categoria de boas práticas analisada, 'Treinamento e capacitação', a experiência de destaque consiste na educação, instrumento que tem sido bastante importante para proteção dos consumidores e que demonstra o comprometimento do setor com a adequação de toda cadeia de prestadores e com a efetividade dos normativos elaborados e pactuados.

2. Os casos

2.1 O dever geral de adequação

Regra do Normativo SARB nº 017/2016:

Art. 4º Os procedimentos previstos no artigo anterior deverão se basear:

I – na elaboração, por parte da Instituição Financeira Signatária, de política interna que defina o público-alvo para oferta de cada produto ou serviço;

II – na oferta de produtos e serviços aos consumidores que tenham perfil para aquisição e figurem como público-alvo estabelecido na referida política interna, descrita no inciso anterior;

III – na possibilidade de demonstração de enquadramento do consumidor nos perfis de público-alvo utilizados para definição dos produtos ou serviços e a oferta adequada do produto e serviço por parte da Instituição Financeira Signatária; e

IV - na disponibilização de informações aos consumidores que lhe permitam constatar eventuais situações de não enquadramento, inclusive aquelas ocorridas em momento posterior à contratação, quando previsto nos manuais anexos a este Normativo.

Art. 5º É vedado às Instituições Financeiras Signatárias definir políticas de oferta de produtos ou serviços em situações em que o perfil do consumidor seja evidentemente incompatível com o público-alvo definido.

Parágrafo único. Caso o consumidor decida pela contratação, deverá ser comprovadamente alertado pela Instituição Financeira Signatária que o produto ou o serviço não é compatível com seu perfil.



DEVER GERAL DE ADEQUAÇÃO

I – Política Interna

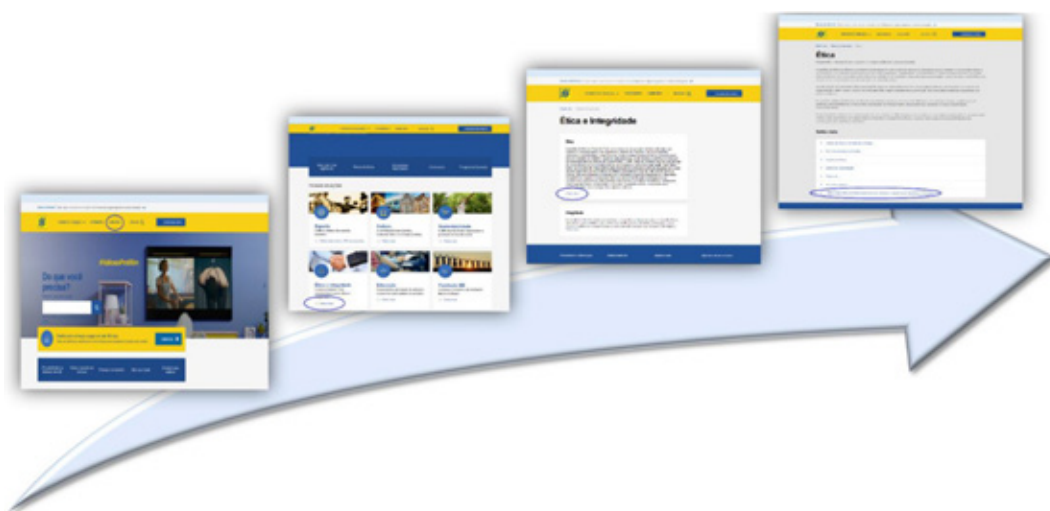


Existe uma política interna que defina o público-alvo para oferta de cada produto ou serviço? Em linhas gerais, como ela está descrita? Quem é o responsável pela sua implementação?



O BB possui a **Política Específica de Relacionamento com Clientes e Usuários de Produtos e Serviços** que orienta a oferta de produtos e serviços ao público-alvo definido.

No âmbito interno, a política está descrita nos normativos, acessível a todos os funcionários. Para os clientes, está disponível em ambiente público, na página do BB.



PRODUTOS E SERVIÇOS ▾ ATENDIMENTO SOBRE NÓS BUSCAR 🔍 ACESSAR SUA CONTA

▼ **Política Específica de Relacionamento com Clientes e Usuários de Produtos e Serviços**

Esta política orienta o comportamento do Banco do Brasil no relacionamento com clientes e usuários de produtos e de serviços e na condução de suas atividades com observância de princípios de ética, responsabilidade, transparência e diligência, propiciando a convergência de interesses e a consolidação de imagem institucional de credibilidade, segurança e competência.

O relacionamento com clientes e usuários de produtos e de serviços contempla as fases de pré-contratação, de contratação e de pós-contratação de produtos e de serviços.

Para tanto:

- I) oferecemos produtos e serviços adequados às necessidades de clientes e usuários de cada segmento de mercado, com inovação, qualidade, segurança e tempestividade, sem condicionar o fornecimento de produto ou serviço ao fornecimento de outro produto ou serviço;
- II) promovemos um modelo de relacionamento cooperativo e justo com clientes e usuários;
- III) oferecemos tratamento digno, cortês e equitativo respeitando os interesses e os direitos do consumidor;
- IV) oferecemos orientações e informações claras, confiáveis e oportunas, para permitir aos clientes a melhor decisão nos negócios, considerando o seu perfil e comportamento de consumo;
- V) asseguramos o sigilo das informações bancárias, ressalvados os casos previstos em lei;
- VI) respeitamos a vontade dos clientes com interesse na extinção da relação contratual relativa a produtos e serviços ou na transferência de relacionamento para outra instituição;
- VII) estimulamos a comunicação dos clientes e usuários com a Empresa e consideramos suas manifestações no desenvolvimento e melhoria das soluções em produtos, serviços e relacionamento, propiciando a convergência de interesses e a consolidação de imagem institucional de credibilidade, segurança e competência;
- VIII) priorizamos o diálogo e buscamos a solução das demandas de clientes e usuários de forma rápida e precisa visando garantir a sua satisfação com nossos produtos e serviços, sem ter que recorrer a órgãos externos.

A definição dos produtos adequados ao perfil dos clientes leva em consideração o processo de criação de produtos e serviços, que contempla:

- a análise quanto à aderência às estratégias de clientes e às propostas de valor para cada segmento;
- a definição do público-alvo para cada produto e serviço;
- a avaliação da propensão ao consumo dos clientes do segmento alvo;
- a aderência da proposta às demandas apresentadas nos fóruns de clientes ou pesquisas realizadas;
- as ações de pós-venda para entrega dos atributos desejados na Visão Cliente, por fases (pós acolhimento, manutenção e retenção);
- as informações relevantes para cada produto ou serviço;
- a análise e manifestação obrigatórias pelos gestores de Clientes.

Soma-se à Política de Relacionamento com Clientes e Usuários de Produtos e Serviços, o Programa de Compliance, instrumento de governança corporativa aprovado pelo Conselho de Administração, composto por orientadores, integrados e complementares, que pautam as atividades operacionais e as práticas de negócios do Banco, sustentados pelos pilares da prevenção, detecção e correção de desvios em relação às leis, normas e regulamentos externos e internos e ao Código de Ética e Normas de Conduta.

Para a disseminação do conteúdo, o BB possui treinamento específico e que faz parte da tripla Compliance, Riscos e Controles. Os funcionários receberam e-mail corporativo sobre o curso.

The screenshot shows the UniBB Portal interface. At the top, there is a search bar and navigation links. Below, a menu lists various services like Home, Cursos, Trilhas, etc. The main content area is titled 'Minhas Trilhas' and shows a progress bar for 'Compliance, riscos e controles' at 64%. Below this, there is a detailed view of the 'Compliance, riscos e controles' track with a progress bar at 64% and a list of activities.

ATIVIDADES	EDUCA	CONHECIMENTO	STATUS	MODALIDADE
Alta Administração em Foco	6723	Gestão Empresarial	✓	PC
Conhecendo o Código de Ética e as Normas de Conduta	6517	ISAE no BB	✓	PC
O Banco do Brasil cuida de valores	6493	ISAE no BB	✓	PC
Sapiência - 4 Minutos de Accountability	5151	Gestão de Pessoas	○	PC
Sinapse Prevenção e combate à lavagem de dinheiro e ao financiamento do ter	2179	Segurança, Controles e Riscos no BB	✓	PC
Prevenção e Combate à Corrupção	6491	Segurança, Controles e Riscos no BB	○	PC
Política de Relacionamento com Clientes e Usuários	6905	Gestão Empresarial	✓	PC

Para: F
De: "BB"
Data: 26/05/2018 02:01 AM
Assunto: Compliance nas Políticas de Relacionamento com Clientes e Usuários

COMPLIANCE
NAS POLÍTICAS DE RELACIONAMENTO COM
CLIENTES E USUÁRIOS

Valioso para o Banco
é o relacionamento
com os nossos
clientes.

Entenda a importância das
políticas e orientações
para a sustentabilidade
dos negócios e da
reputação do Banco.

Acesse as orientações em
dicoi.bb.com.br

#SomosTodosCompliance

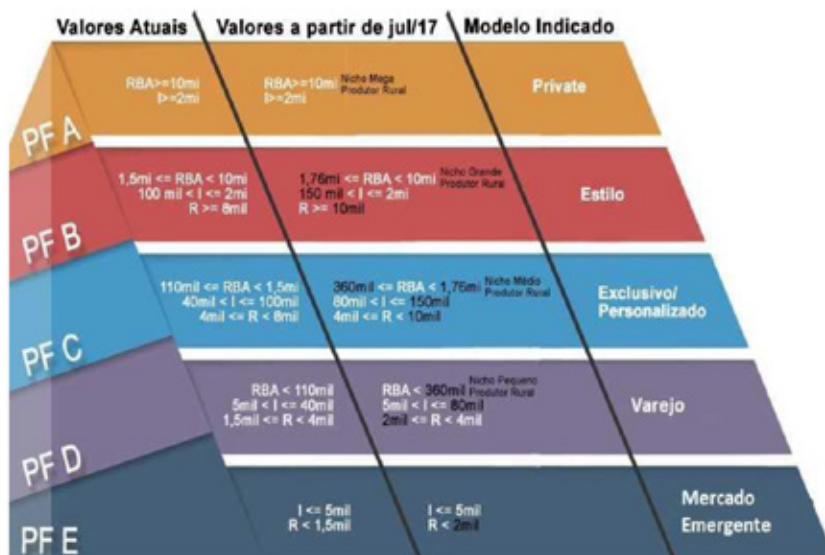
A partir de outubro/2018 será obrigatória a adesão por todos os funcionários à Política de Relacionamento com Clientes e Usuários de Produtos e Serviços e ao Programa de Compliance, o que já acontece com o Código de Ética e Normas de Conduta.

A responsabilidade pela implementação da Política de Relacionamento é de todo o conglomerado BB e está sob coordenação da Diretoria de Controles Internos.

Estrutura da Alta Administração



A Diretoria de Clientes é uma das responsáveis pela elaboração da estratégia para o mercado PF Varejo, com validade plurianual e com revisão anual. Definida a estratégia, é elaborado o plano para o mercado PF, composto dos seguintes conteúdos: Segmentos/Nichos de Clientes, Proposta de Valor de cada Segmento/Nicho do Mercado e o desdobramento de Objetivos, Indicadores e Metas, distribuídas para os diferentes tipos de dependências/carteiras.



Por que ela é uma boa prática?



A Política de Relacionamento orienta o comportamento do Banco do Brasil na condução de suas atividades com princípios de ética, responsabilidade, transparência e diligência, proporcionando a convergência de interesses e a consolidação da imagem institucional de credibilidade, segurança e competência.

Exemplo

A área de UX – *User Experience* elabora questionários para coletar a percepção e as necessidades dos clientes. Os dados coletados são consolidados e os resultados servem para tomadas de decisões e direcionamentos na estruturação das soluções do BB.

Data de implementação e resultados

Em **novembro de 2017**, para atendimento da Resolução CMN 4.539/2016, foi instituída a Política Específica de Relacionamento com Clientes e Usuários de Produtos e Serviços. Com essa Política, o BB reiterou as diretrizes do que é esperado de seus funcionários, uma vez que os seus princípios já estavam representados no Código de Ética e às Normas de Conduta.

A mudança tem sido acompanhada, principalmente, pelo número de reclamações dos clientes.

Quais os benefícios para os consumidores?



Promove **cultura organizacional** que incentiva o **relacionamento cooperativo e equilibrado** com clientes e usuários; dispensa **tratamento justo e equitativo** a clientes e usuários; e assegura a conformidade e a legitimidade de produtos e serviços.

A prática de *suitability* pelas Instituições Financeiras, dentro dos princípios de ética e transparência no relacionamento e nos negócios, proporciona aos clientes a oferta de produtos de acordo com seu perfil, necessidades, comportamento, momento de vida, propensão ao consumo e preço adequado à sua capacidade de pagamento.

Uma das principais ferramentas de *suitability* utilizada pelo BB é a aplicação de questionário para a Análise de Perfil do Investidor – API. Esta ferramenta tem por objetivo conhecer o perfil do investidor e adequar a oferta dos produtos e serviços às suas necessidades, aos seus interesses e aos objetivos dos clientes.

Exemplos

Diariamente o funcionário acessa o painel de gestão de sua carteira. Ao atender uma cliente, verifica que ela apresenta necessidade específica de um produto ou serviço, que não consta na “melhor oferta” identificada pelo sistema (análise de propensão de consumo).

Nessa situação, deve-se atender prontamente à necessidade da cliente e cumprir o **primeiro enunciado** da Política de Relacionamento: *“Oferecemos produtos e serviços adequados às necessidades de clientes e usuários de cada segmento de mercado, com inovação, qualidade, segurança e tempestividade, sem condicionar o fornecimento de produto ou serviço ao fornecimento de outro produto ou serviço”*.

A orientação do BB é sempre analisar a necessidade do cliente e oferecer o produto ou serviço mais adequado ao seu perfil. Além disso, o fornecimento dessa solução não deve ser condicionado ao fornecimento de outro produto ou serviço, ou seja, não deve ser realizada venda casada.

O funcionário ao ofertar operações de crédito, disponibiliza, antes da contratação, as condições efetivas a serem aplicáveis, por meio de simulação, visando a livre e consciente tomada de decisão do cliente. O sistema prioriza a oferta de crédito de menor taxa para a maior, como por exemplo, CDC Consignado, depois CDC Salário e CDC Automático, de maior taxa.

Como eles foram mensurados?

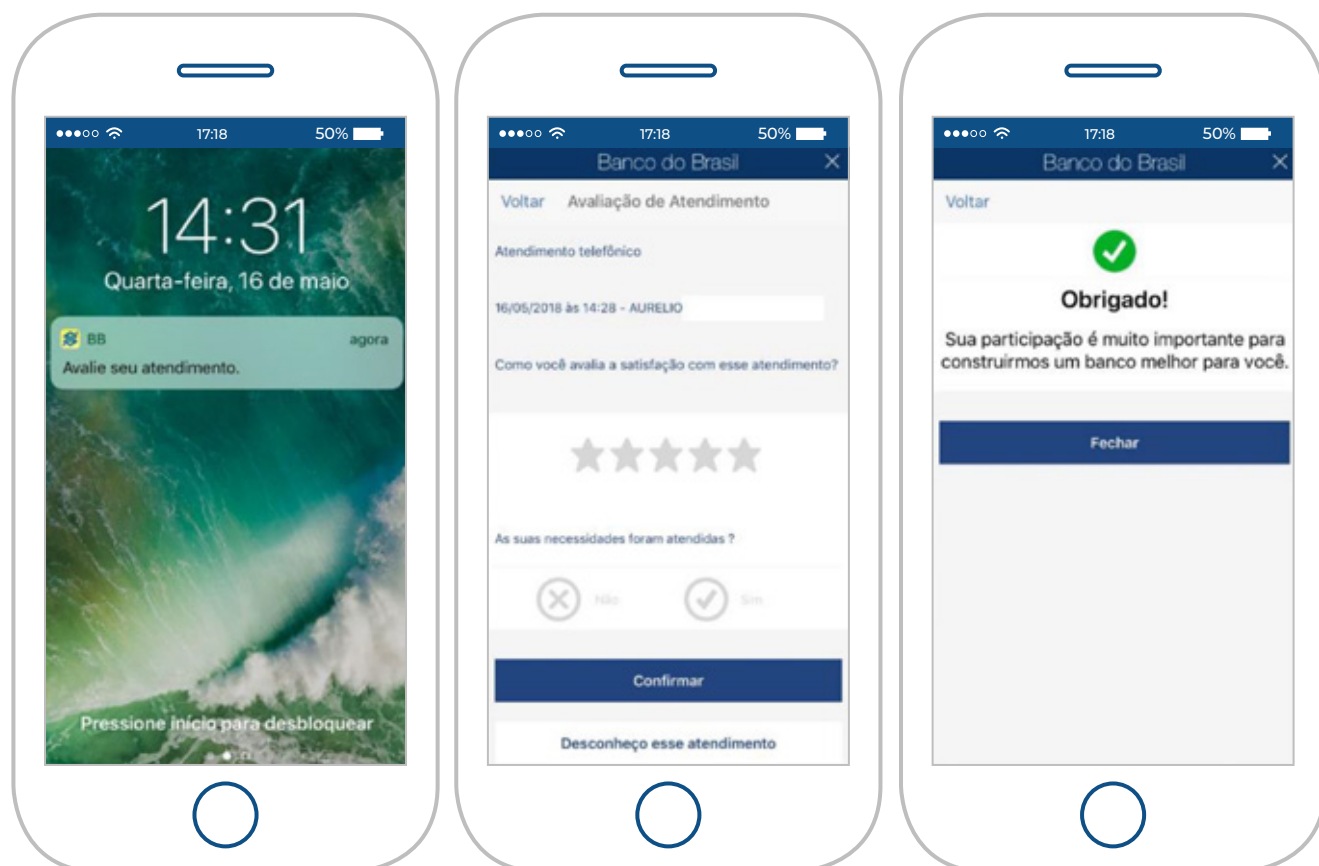


Os benefícios para os consumidores são mensurados por meio de **indicadores** de indução para aumento da satisfação e redução das reclamações de clientes e usuários.

Exemplo

Todos os clientes atendidos no Banco, desde que autorizado em contato, recebem Pesquisa de "Avaliação do Atendimento PF" por meio de PUSH – para clientes que possuem o APP instalado – ou SMS – para os que não possuem. O cliente atribui uma nota após a finalização do atendimento em uma escala de 1 a 5, sendo 1 "muito insatisfeito" a 5 "muito satisfeito".

Esse item faz parte da ferramenta Conexão, com impacto na avaliação de desempenho do funcionário da dependência.



Existe uma política interna que defina o público-alvo para oferta de cada produto ou serviço? Em linhas gerais, como ela está descrita? Quem é o responsável pela sua implementação?



Sim. O banco possui a **Política de Crédito Comercial PF**, e **política de relacionamento com o cliente**.

A Política foi definida para nortear o trabalho das áreas relacionadas a análise e concessão de crédito, **definindo** os parâmetros gerais de concessão, os **públicos trabalhados pela instituição**, os limites operados e etc.

São responsáveis por sua implementação a **diretoria colegiada e áreas técnicas**.

Por que ela é uma boa prática?



Ela padroniza a linguagem de todas as áreas do banco e orienta todos os funcionários da instituição às diretrizes deliberadas pela Alta Administração.

Quais os benefícios para os consumidores?



Através desta política, os consumidores possuem uma orientação macro em todas as unidades do banco, com o direcionamento correto do funcionamento dos produtos e serviços da instituição.

Como eles foram mensurados?



Reclamações na Ouvidoria e SAC.
Pesquisa de Satisfação de clientes.


Existe uma política interna que defina o público-alvo para oferta de cada produto ou serviço? Em linhas gerais, como ela está descrita? Quem é o responsável pela sua implementação?



Sim. O **Crediamigo** trabalha com clientes em três níveis de estruturação de negócio (Subsistência, Acumulação Simples e Acumulação Ampliada), baseados no faturamento anual apurado pelo agente de microcrédito. Após análise deste faturamento, o cliente é enquadrado em determinada linha crédito, com limites adequados à sua capacidade de pagamento. No Agroamigo, os clientes são atendidos de acordo com a DAP (Declaração de Aptidão ao Pronaf), sendo esta uma política externa, podendo ser enquadrados no Agroamigo Crescer (DAP B) ou no Agroamigo Mais (DAP V), com limites específicos.

No Crediamigo, de acordo com o faturamento anual e capacidade de pagamento de seus clientes, os limites de crédito máximos variam entre R\$ 2 mil e R\$ 15 mil. O responsável pela sua implementação é o Ambiente de Microfinança Urbana. No Agroamigo, os agricultores com renda anual de até R\$ 23 mil são classificados como pronafianos do Grupo B, sendo atendidos pelo Agroamigo Crescer, com limite de financiamento de até R\$ 5 mil. Já os agricultores classificados como pronafianos do Grupo V possuem renda anual de até R\$ 415 mil, com limite de financiamento de até 15 mil. O responsável pela sua implementação é o Ambiente de Microfinança Rural e Agricultura Familiar.

Exemplo: Trecho de política interna do Banco do Nordeste que define o público-alvo e o limite de crédito para o produto Agroamigo Crescer

 Banco do Nordeste
1101-MANUAL BÁSICO-OPERAÇÕES DE CRÉDITO
Título 8 - Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (Pronaf)
1101-08-04 - Programa - Microcrédito Produtivo Rural - PRONAF Grupo B
Versão 008 - 02/07/2018

2 Público-alvo

2.1 Agricultores Familiares detentores de DAP ativa do Grupo B, conforme definido no [1101-08-01](#).

4 Limitações

4.1 Limites por Beneficiário - Ressalvado o subitem 4.2 seguinte, não há limitação de quantidade de operações contratadas, por beneficiário, observado o que se segue:

4.1.1 Cada operação não pode ter valor superior a R\$ 2.500,00. Esse limite será elevado para até R\$5.000,00 quando se aplicar a metodologia do Agroamigo (PNMPO);

Por que ela é uma boa prática?



Porque descreve formalmente o público-alvo e **adequa o limite de financiamento às suas necessidades financeiras e capacidade de pagamento.**

Quais os benefícios para os consumidores?



Oferta adequada dos produtos e serviços aos consumidores, possibilitando maior satisfação e confiabilidade na concessão do crédito por parte do cliente.

Como eles foram mensurados?



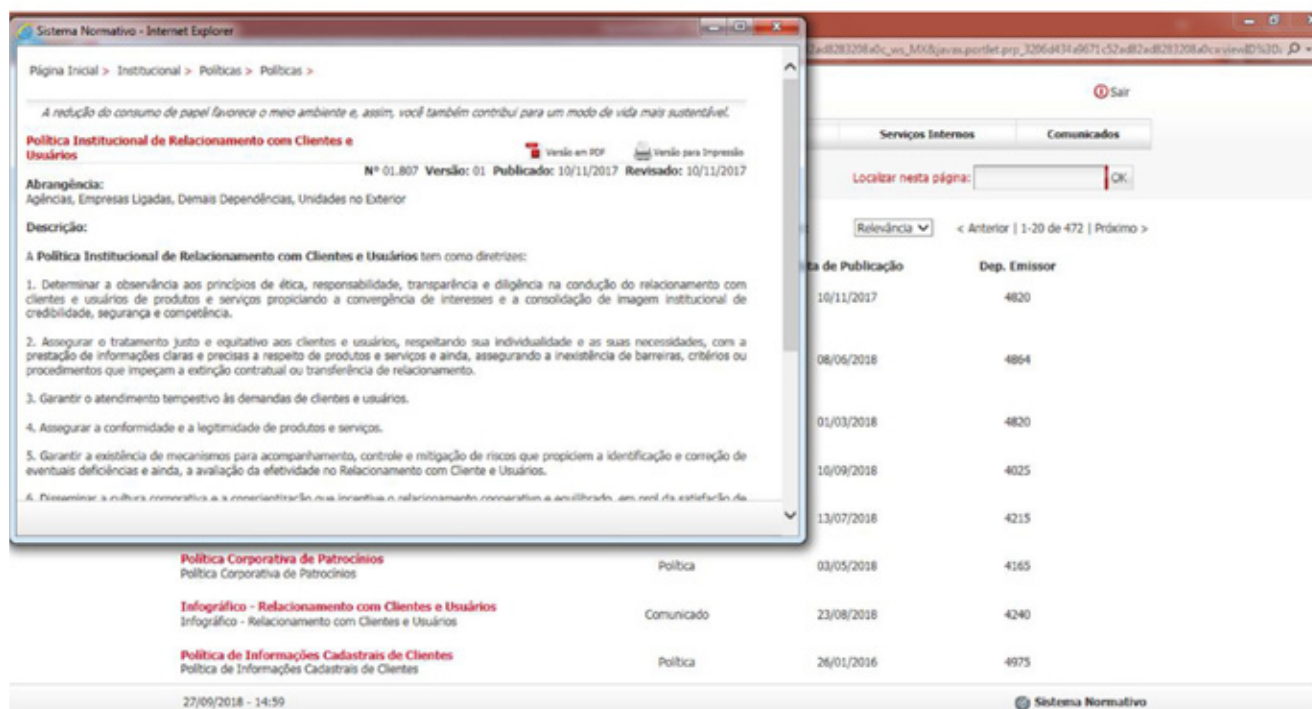
Através de **índices de contratação, renovação de crédito e de adimplência.**

Existe uma política interna que defina o público-alvo para oferta de cada produto ou serviço? Em linhas gerais, como ela está descrita? Quem é o responsável pela sua implementação?



O Bradesco criou a **Política Institucional de Relacionamento com Clientes e Usuários** e a **Norma Institucional de Relacionamento com Clientes e Usuários**, ambas publicadas no Sistema Normativo que é o canal oficial da Organização para divulgação de Políticas, Normas, Manuais de Procedimentos e Comunicados. As publicações realizadas neste canal possuem **abrangência corporativa diante do acesso de todos os administradores, funcionários e colaboradores (terceiros) da Organização**, composta pelo Banco Bradesco S.A. e suas sociedades controladas, no Brasil e no Exterior. Sua aplicabilidade estende-se, ainda, aos colaboradores, assim entendidos terceiros que estiverem prestando serviços em nome de uma das empresas da Organização ou para a Organização.

A Política Institucional de Relacionamento com Clientes e Usuários Bradesco



The screenshot shows a web browser window displaying the 'Sistema Normativo' interface. The main content area is titled 'Política Institucional de Relacionamento com Clientes e Usuários'. It includes a search bar, navigation tabs for 'Serviços Internos' and 'Comunicados', and a list of related policies and communications. The list includes:

Data de Publicação	Dep. Emissor
10/11/2017	4820
08/06/2018	4864
01/03/2018	4820
10/09/2018	4025
13/07/2018	4215
03/05/2018	4165
23/08/2018	4240
26/01/2016	4975

A Política Institucional de Relacionamento com Clientes e Usuários dispõe de diretrizes que abordam:

- Princípios de ética, responsabilidade, transparência e diligência na condução do relacionamento, considerando a convergência de interesses e a consolidação de imagem institucional;
- Certificação de tratamento justo e equitativo, prestação de informações claras e precisas e inexistência de barreiras, critérios ou procedimentos que impeçam a extinção contratual ou transferência de relacionamento, bem como atendimento tempestivo às demandas de clientes e usuários;
- Conformidade e a legitimidade de produtos e serviços;
- Existência de mecanismos para acompanhamento, controle e mitigação de riscos que propiciem a identificação e correção de eventuais deficiências e ainda, a avaliação da efetividade no relacionamento com cliente e usuários;

- Conscientização e aculturação sobre o tema em prol da satisfação de clientes e usuários. A responsabilidade por sua publicação e possíveis atualizações é do Departamento de Compliance, Conduta e Ética.

Norma Institucional de Relacionamento com Clientes e Usuários Bradesco

The screenshot displays the 'Sistema Normativo' web application. The main content area shows the 'Norma Institucional de Relacionamento com Clientes e Usuários' document. The document details include:

- Norma Institucional de Relacionamento com Clientes e Usuários**
- Nº 05.1201 Versão: 03 Publicado: 01/03/2018 Revisado: 01/03/2018
- Descrição Abreviada:** Estabelecer as regras, os procedimentos e as responsabilidades quanto ao atendimento à Política Institucional de Relacionamento com Clientes e Usuários de produtos e serviços financeiros.
- Abrangência:** Agências, Departamentos, Empresas Ligadas, Unidades no Exterior
- Expansir Todos:**
 - Últimas Alterações
 - 1. Objetivo
 - 2. Abrangência
 - 3. Introdução
 - 4. Conceitos
 - 5. Orientações Específicas
 - 6. Responsabilidades
 - 7. Referências
 - 8. Suporte

 Below the document details, there is a table of related documents:

Nome do Documento	Tipologia	Data de Publicação	Dep. Emissor
Política Corporativa de Patrocínios	Política	03/05/2018	4165
Política Corporativa de Patrocínios	Política	03/05/2018	4165
Infográfico - Relacionamento com Clientes e Usuários	Comunicado	23/08/2018	4240
Política de Informações Cadastrais de Clientes	Política	26/01/2016	4975

 The footer of the page shows the date '27/09/2018 - 15:00' and the 'Sistema Normativo' logo.

A **Norma de Relacionamento com Clientes e Usuários** aborda as diretrizes da Política acima mencionada com mais especificidades, visando a estabelecer regras, procedimentos e responsabilidades quanto ao relacionamento com Clientes e Usuários de produtos e serviços financeiros no âmbito Organização Bradesco. Esse documento formaliza:

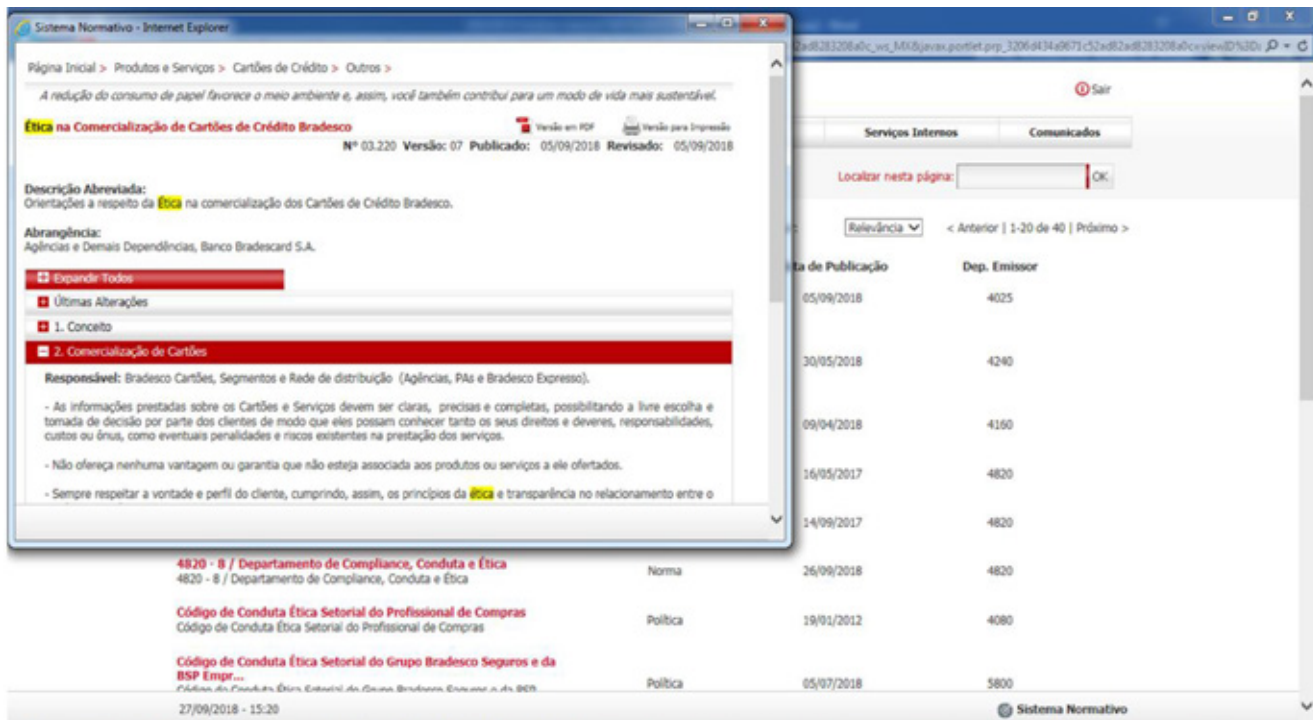
- Conceitos: fases do relacionamento com clientes e usuários, **perfil do cliente e público-alvo**, oferta e recomendação, barreiras, critérios ou procedimentos desarrazoados, transações de clientes (não exaustivas), risco de conduta corporativa e cidadania financeira;
- Orientações Específicas: da concepção de produtos e de serviços, da oferta, recomendação, contratação ou distribuição de produtos ou serviços, do atendimento a demandas de clientes e usuários, da extinção da relação contratual relativa a produtos e serviços, de outros aspectos a serem considerados, que devem ser consistentes com os procedimentos operacionais afetos ao relacionamento com clientes e usuários e do monitoramento e acompanhamento;
- Responsabilidades: Voltadas tanto a administradores, funcionários, colaboradores em suas atividades e decisões diárias, quanto a abordagem do assunto em Comitês, Comissões, Departamentos, Empresas Ligadas, Rede de Agências e Unidades no Exterior denominadas "Dependências".

A **responsabilidade** por sua **publicação** e possíveis **atualizações** é do **Departamento de Compliance, Conduta e Ética**.

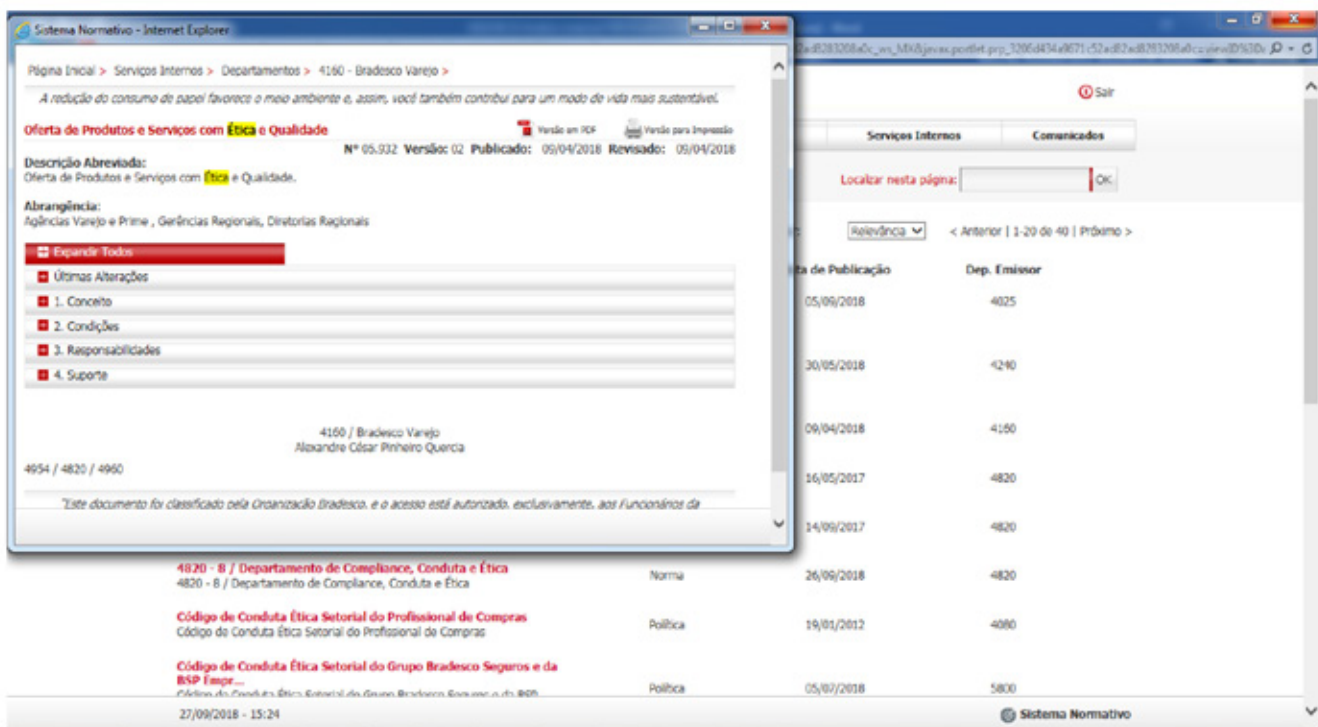
Prática em Destaque

Complementarmente à Política Interna e a Norma de Relacionamento com Clientes e Usuários Bradesco, a Organização dispõe de Normas específicas que são direcionadas para produtos, serviços e canais de comercialização que descrevem de maneira customizada os princípios de ética, transparência e critérios próprios aos quais a oferta de cada produto ou serviço deve estar de acordo.

Como exemplo, citamos a Norma “Ética na Comercialização de Cartões de Crédito Bradesco” que direciona a identificação das oportunidades, perfis adequados da oferta e valores que devem ser aplicados quando da sua comercialização.



Outro exemplo é a Norma “Ofertas de Produtos e Serviços com Ética e Qualidade”, direcionada à Rede de Agências e Segmentos, que além de dispor dos princípios e valores da Política de Relacionamento com Clientes e Usuários Bradesco, trata com abrangência da responsabilidade dos Gerentes e da alta Administração sobre a disseminação de suas orientações a todos os funcionários, conscientizando-os sobre a prestação de corretos esclarecimentos na comercialização de produtos e serviços, bem como a necessidade da apresentação das opções existentes e seus diferenciais para que os clientes possam tomar a decisão, de acordo com seu perfil e características.



Por que ela é uma boa prática?



O estabelecimento da **Política**, com orientações claras que regem o assunto, é fundamental para **ratificar a importância do tema, sensibilizar** quanto aos princípios a serem considerados nos afazeres do cotidiano da Organização e **garantir um acompanhamento** que vislumbre a **eficiência** das diretivas traçadas.

Estabelecer Normas específicas para oferta de diferentes produtos e serviços permite, adicionalmente, uma visão mais aprofundada. Com produtos e serviços que possuem públicos-alvo e características distintas, descrever essas particularidades de maneira própria e com detalhes mais particulares a cada um deles, possibilita maior assertividade e tangibiliza os conceitos principais aproximando-os da realidade e fortalecendo a cultura organizacional.

Quais os benefícios para os consumidores?



Os consumidores recebem explicações completas e assertivas sobre produtos ou serviços a serem contratados, com linguagem adequada e de acordo com seus interesses e objetivos. As ofertas de produtos e serviços passam a ser capazes de eliminar quaisquer dúvidas sobre o que se está contratando e oferecem maior resguardo organizacional quanto a seus direitos a serem respeitados e sensibilização de sua importância perante a Organização.

Além disso, à medida que se constrói um diálogo consultivo do cliente com a Organização, este passa a receber orientações sobre educação financeira, de forma a adquirirem conhecimento e entendimento dos riscos e benefícios do uso de produtos e serviços da Organização e demais instituições.

As normas direcionadas para os diferentes produtos promovem a correta abordagem e a satisfação com os serviços contratados; mitigação de reclamações oriundas de desvios de conduta no seu relacionamento com funcionários e colaboradores da Organização.

Como eles foram mensurados?



A mensuração quanto à efetividade dos dispostos na Política ocorre por meio de **acompanhamento de métricas** que propiciam a identificação de possíveis desvios ou apontamentos para imediata correção e eliminação de pontos que possam lesar, de alguma forma, o cliente.

A Organização está com o programa **de monitoramento no relacionamento com clientes e usuários que abrange áreas de suporte e controle, produtos e serviços e atendimento ao cliente** para implementação de métricas e indicadores que se fazem necessários mediante levantamento realizado para compor quadro de controle corporativo sobre o tema.

Os acessos e consulta a todos os materiais relacionados às Normas e Políticas são monitorados via controle de acessos possibilitando também assegurar a abrangência das leituras e garantir a disseminação do conteúdo.

Existe uma política interna que defina o público-alvo para oferta de cada produto ou serviço? Em linhas gerais, como ela está descrita? Quem é o responsável pela sua implementação?



A “Política Institucional de Relacionamento com Clientes e Usuários de Produtos e Serviços CAIXA” estabelece os princípios e diretrizes que norteiam o Relacionamento com o cliente e usuários desde o seu primeiro atendimento na CAIXA até a definição das Estratégias de atendimento e negócios, do Desenvolvimento dessas e da pré-contratação, contratação e pós-contratação de produtos e serviços.

Esta política, além de outras, são divulgadas pela CAIXA à sociedade de forma transparente por meio da internet no endereço: <http://www.caixa.gov.br/sobre-a-caixa/governanca-corporativa/governanca/Paginas/default.aspx>

A “Política Institucional de Relacionamento com Clientes e Usuários de Produtos e Serviços Caixa” (http://www.caixa.gov.br/Downloads/Texto_Politica_Site_Externo_CEF_00000002_.pdf) prevê como um de seus princípios a Adequação de produtos, serviços e canais ao perfil do cliente e usuário. Cita-se, como principais diretrizes do princípio as seguintes:

- A CAIXA, no lançamento e manutenção do portfólio de produtos e serviços, considera:
 - Estratégias alinhadas ao perfil dos clientes e usuários;
 - Estratégias direcionadas aos parceiros comerciais e aos parceiros institucionais;
 - Os canais adequados;
 - Simplicidade nos processos de atendimento, pós-venda e reclamação;
 - Feedback dos clientes e usuários sobre os produtos e serviços.
- A CAIXA faz uso de instrumentos que auxiliam na identificação do perfil do cliente de modo a ofertar os produtos e serviços mais adequados às suas expectativas e necessidades.
- A oferta/venda de produtos e serviços, inclusive campanhas, é realizada mediante informações claras e precisas para melhor tomada de decisão pelo cliente.
- A CAIXA prima por oferecer diversas opções de atendimento e canais adequados à comodidade e conveniência do cliente e usuário, presta orientações, assegura a opção de escolha pelo canal e tipo de atendimento mais adequado às suas necessidades, às exigências dos produtos e à legislação vigente.
- A CAIXA facilita a comunicação com o cliente, buscando estar presente nos municípios brasileiros por meio de canais apropriados, físicos ou digitais, observando as necessidades e peculiaridades de cada local.

De forma a orientar as definições de público-alvo para oferta de produtos e serviços, a CAIXA tem normatizado, por meio da área de Gestão de Relacionamento com Clientes, tabelas de produtos e serviços indicados para cada segmento (agrupamento de clientes com características similares), de forma que seja garantido aos clientes a oferta de produtos e serviços adequados ao seu perfil de consumo e necessidades.

Tal normatização deixa claro a todos da empresa os mercados de atuação da CAIXA, quais são os segmentos de clientes, os produtos e serviços indicados a cada segmento, além dos indicadores de relacionamento.

Por fim, as estratégias de captação e fidelização de clientes Pessoa Física e Pessoa Jurídica são baseadas na segmentação de relacionamento e de carteiras definidas com base nos perfis pré-estabelecidos pela CAIXA de forma a estabelecer ações para a oferta adequada de produtos e serviços pelas agências, correspondentes, além dos canais remotos e digitais.

Por que ela é uma boa prática?



A Política Institucional de Relacionamento com Clientes e demais normativos que tratam da definição de público-alvo para oferta de cada produto e da estratégia de clientes são importantes porque disciplinam e uniformizam a informação para todos os empregados e correspondentes que comercializam produtos e serviços oferecidos pela CAIXA, além dos gestores responsáveis pelos canais remotos e digitais.

Além disso, a prática permitiu a criação de indicadores para que as vendas realizadas a clientes que não os constantes como público-alvo da ação não sejam consideradas na avaliação de desempenho da unidade.

Quais os benefícios para os consumidores?



Considerando as políticas e instrumentos utilizados pela CAIXA, conforme descrito nos itens anteriores, o principal benefício para os clientes é o recebimento de ofertas de produtos e serviços adequados ao perfil de cada um, diminuindo os riscos da contratação de produtos e serviços não adequados e, conseqüentemente, a insatisfação de clientes.

Como eles foram mensurados?



A mensuração da Política Institucional de Relacionamento com Clientes e dos benefícios aos clientes é realizada frequentemente com as áreas gestoras e com foco nas demandas julgadas pelos PROCONs e Banco Central e no feedback dos clientes que registram reclamações no SAC e na Ouvidoria da CAIXA.

Também são mensurados constantemente os índices de aceitação das ofertas pelos clientes em cada estratégia definida, de forma que os resultados retroalimentam o processo de definição de ações estratégicas, objetivando a realização de ofertas cada vez mais assertivas em relação ao perfil dos clientes e evitando abordagens excessivas e desagradáveis aos clientes.

Existe uma política interna que defina o público-alvo para oferta de cada produto ou serviço? Em linhas gerais, como ela está descrita? Quem é o responsável pela sua implementação?



O Comitê Operacional, por intermédio do Grupo de Novos Produtos (GNP), analisa os serviços e produtos de todo o Conglomerado, além de revisá-los tempestivamente. Em cada um dos manuais de produtos, conforme template abaixo, constam as necessárias observâncias do público-alvo, canais de venda, prazos, tarifas, limites e etc.

MANUAIS DE PRODUTOS

Família	Produto
XXX	XXXXXX
Emissão	Código
21/07/2017	MPRL.XX.XXX.RXX

ATENÇÃO

As informações existentes neste documento são para uso interno do CCB Brasil, sendo seu sigilo protegido por lei, portanto a leitura, cópia e/ou publicação indevidas são terminantemente proibidas e, conseqüentemente, qualquer uso impróprio será tratado pela legislação em vigor, acordos de sigilo e normas internas do CCB Brasil.

Caso este documento chegue as suas mãos e você não seja um destinatário autorizado a recebê-lo, solicitamos devolver ao remetente ou encaminhar à GESIN, Gerência de Segurança da Informação do CCB Brasil.

1. DEFINIÇÃO

2. OBJETIVOS

3. GESTOR

NOME DO RESPONSÁVEL	ÁREA/DEPARTAMENTO
TELEFONE	E-MAIL

4. ALCANCE

5. PÚBLICO-ALVO E CANAIS DE VENDA

6. DIVULGAÇÃO

7.9 Produção/Rentabilização

7.10 Documentos De Formalização/Liquidação

7.11 Formas De Liquidação

Figura 1. Modelo do Manual de Produtos

O CCB Brasil e a CCB Financeira possuem hoje mais de 600 normativos internos que devem ser seguidos por todos os seus funcionários para garantir que a instituição esteja em conformidade com normas externas e suas normas internas. Todas as políticas, independente de se referirem a produtos ou não, estão disponíveis na intranet do CCB Brasil. Abaixo demonstramos, de forma explicativa, o processo de publicação e divulgação das políticas e manuais e sua disponibilidade na INTRANET.



Figura 2. Intranet do CCB Brasil

O banner "Políticas Gerais", na intranet do CCB Brasil, assinalada acima, pode ser acessado a qualquer momento, de forma simples e fácil.

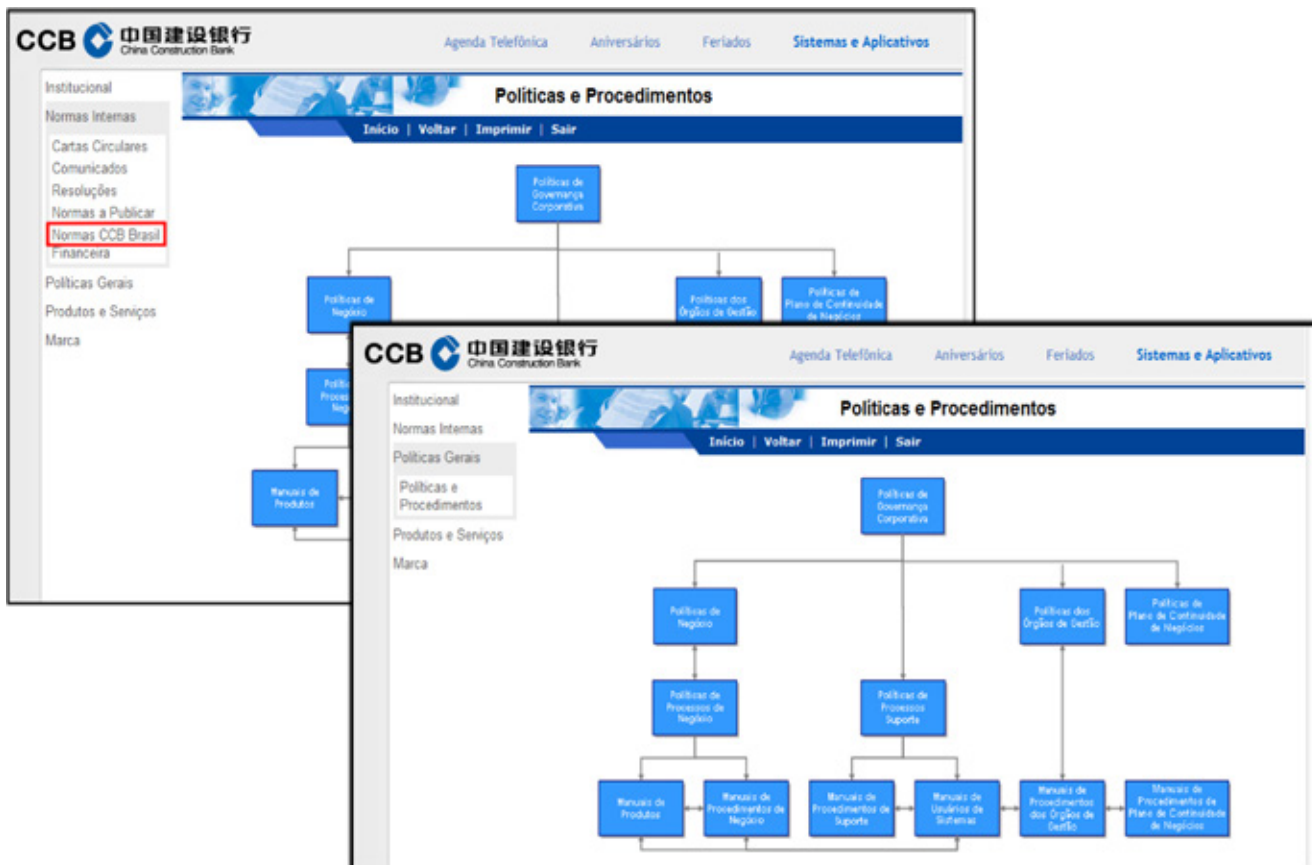


Figura 3. Publicação Intranet

A figura demonstra a estrutura de guias, para a publicação distinta por empresa.

The screenshot shows the 'Normas CCB Brasil Financeira' section of the intranet. The main content area displays '(MPR) MANUAIS DE PRODUTOS' with a list of manual titles and their corresponding codes, such as 'SE_MPR.01.001.R03 - CDC VEÍCULOS E CP AUTO CRÉDITO'.

Figura 4. Publicação dos Manuais

Acima ilustramos disposição macro dos manuais disponíveis sobre determinado tema, para consulta.



Figura 5. Fluxo de Elaboração e Publicação dos Manuais

A área de Normas, possui processo para a atualização e divulgação de normativos internos, detalhado abaixo:

- A área de normas recebe a solicitação para atualização ou novo normativo;
- Analisa e coloca no layout o documento;
- Codifica de acordo com o padrão utilizado pela Instituição;
- Obtém aprovação do gestor e dois diretores;
- Publica o normativo na intranet;
- As normas devem ser atualizadas no mínimo 01 (uma) vez por ano;
- Elas são sempre assinadas por 02 (dois) diretores estatutários;
- As novas versões, revogam as versões anteriores.

Como exemplo, citamos o produto consignado com seus RO's (Roteiros Operacionais), que descrevem os procedimentos que devem ser seguidos para originação do negócio, tanto pelos Correspondentes, quanto pela Equipe Interna.

Os roteiros operacionais detalham o perfil do público-alvo e estabelecem características do consumidor.

A responsabilidade principal pela implementação dos Roteiros Operacionais, é da área de BackOffice, mas as áreas Comercial, Produtos, Crédito e Controladoria, também realizam algumas validações.

Por que ela é uma boa prática?



O estabelecimento de uma política com definição de público-alvo e orientações do produto, tais como taxa, prazo, limites, público-alvo entre outros. Além disso, auxiliando e direcionando que o tratamento dado ao consumidor deve ser transparente, ético, responsável, concedendo ao consumidor segurança no momento da sua contratação.

Esta estrutura centralizada permite que o funcionário tenha acesso rápido e tempestivo às informações necessárias para a condução dos trabalhos.

Quais os benefícios para os consumidores?



A padronização no atendimento, assim como as referências daqueles que comercializam o produto, garantem ao consumidor que os serviços por ele adquiridos sejam adequados as suas necessidades, interesses e objetivos, trazendo o benefício através da transparência, abordagem pautada em ética, atendimento tempestivo e orientações sobre educação financeira.

Como eles foram mensurados?



Foi percebido um índice quase nulo de reclamações do consumidor referente ao entendimento e ao processo de venda dos produtos e serviços, que demonstraram de janeiro a junho um percentual em torno de 0% a 1% nas ligações recebidas x carteira.



Existe uma política interna que defina o público-alvo para oferta de cada produto ou serviço? Em linhas gerais, como ela está descrita? Quem é o responsável pela sua implementação?



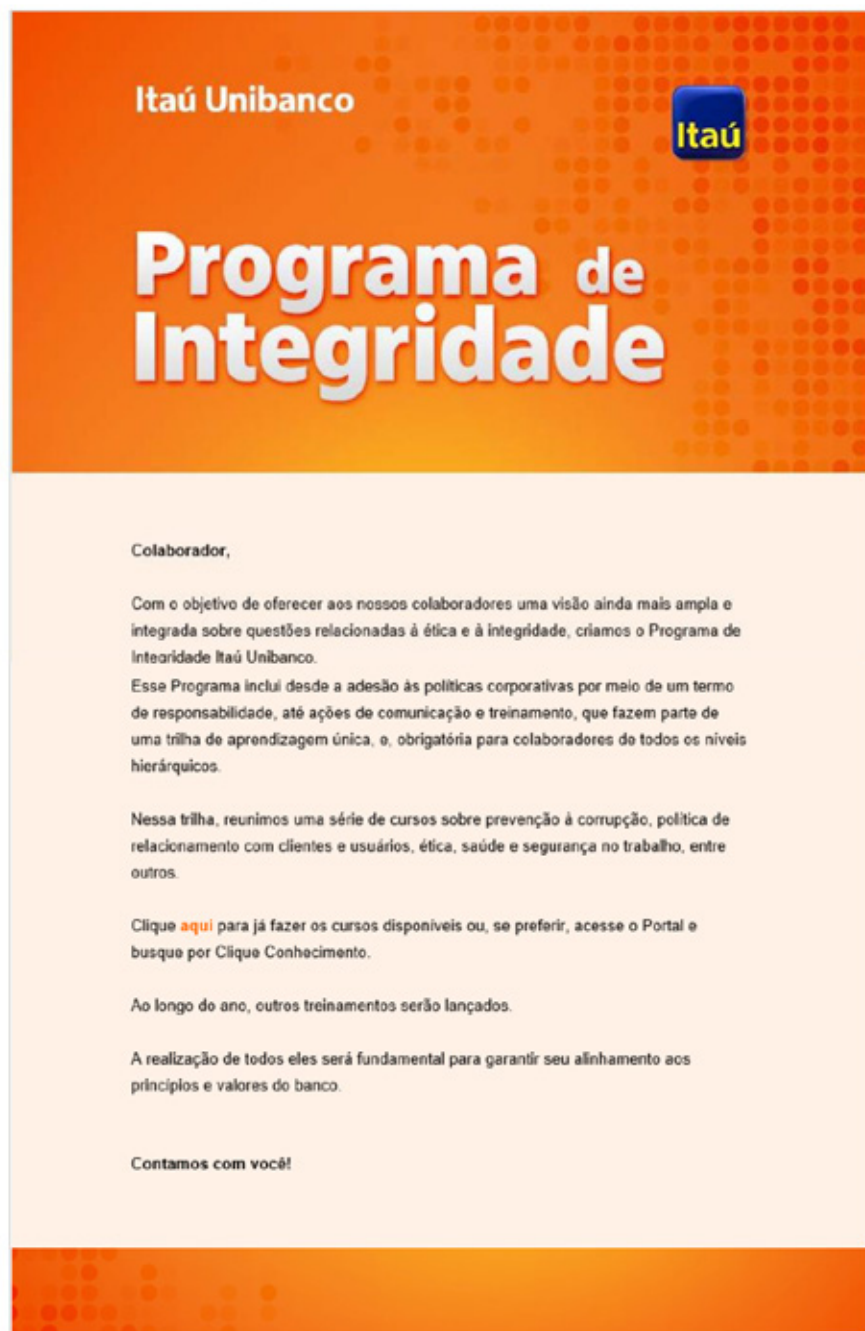
Existe uma política interna no Itaú (Anexo 1), que consiste em um documento (Circular) publicado no Portal corporativo do banco, acessível a todos os funcionários, que aborda a definição do público-alvo dos produtos/ serviços. Além disso, também existem circulares específicas publicadas para cada produto (que define o seu público-alvo). Sempre que uma política é atualizada, os funcionários recebem um e-mail corporativo com a divulgação da nova versão.



Há também um e-learning obrigatório com base na Resolução 4539, sobre questões relacionadas à ética e à integridade no relacionamento com o cliente, disponível no Portal para todos os colaboradores (Anexo 2), onde há um módulo dedicado a relacionamento com clientes e usuários, conforme abaixo:



De: Itaú Unibanco [mailto:mensagenscorporativas@correio.itau.com.br] Em nome de Itaú Unibanco
Enviada em: quarta-feira, 23 de maio de 2018 12:42
Assunto: Programa de Integridade



Itaú Unibanco

Itaú

Programa de Integridade

Colaborador,

Com o objetivo de oferecer aos nossos colaboradores uma visão ainda mais ampla e integrada sobre questões relacionadas à ética e à integridade, criamos o Programa de Integridade Itaú Unibanco.

Esse Programa inclui desde a adesão às políticas corporativas por meio de um termo de responsabilidade, até ações de comunicação e treinamento, que fazem parte de uma trilha de aprendizagem única, e, obrigatória para colaboradores de todos os níveis hierárquicos.

Nessa trilha, reunimos uma série de cursos sobre prevenção à corrupção, política de relacionamento com clientes e usuários, ética, saúde e segurança no trabalho, entre outros.

Clique [aqui](#) para já fazer os cursos disponíveis ou, se preferir, acesse o Portal e busque por Clique Conhecimento.

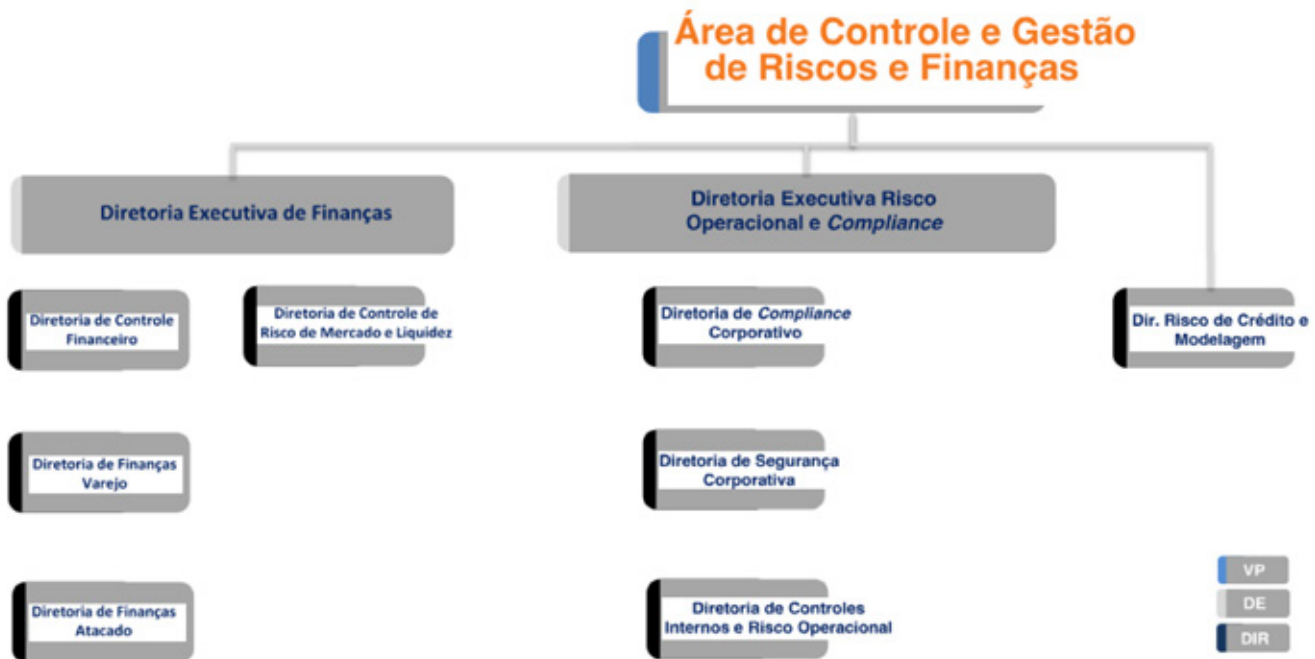
Ao longo do ano, outros treinamentos serão lançados.

A realização de todos eles será fundamental para garantir seu alinhamento aos princípios e valores do banco.

Contamos com você!

A **política** determina que os **produtos e serviços** do Itaú deverão considerar os **pilares de Ética, Transparência, Diligência e Responsabilidade**. Esta **política se aplica a todos os aspectos do relacionamento com clientes e usuários**, abrangendo as fases de concepção, oferta, simulação, contratação e pós-contratação de produtos e serviços, bem como o atendimento e a forma de realização dos negócios.

A **responsabilidade** de manter a política **atualizada** é da **Diretoria Executiva de Risco Operacional e Compliance (DEROC)**, porém **todas as áreas do Itaú Unibanco e das empresas controladas** pelo conglomerado financeiro, como as áreas de negócio, área comercial, controles internos, auditoria, **são responsáveis pela governança e implementação** da política no dia-a-dia.



Por que ela é uma boa prática?



Porque **permite a padronização de conduta em todas as áreas do Itaú Unibanco e das empresas controladas** pelo conglomerado no Brasil, **ressaltando a responsabilidade de todos na relação** com o cliente e na oferta dos produtos adequados, **criando uma cultura institucional focada na transparência**.

Quais os benefícios para os consumidores?



Garante ao consumidor que os **produtos e serviços adquiridos por ele sejam adequados ao seu ciclo de vida, suas necessidades, interesses e objetivos**. Com **transparência e qualidade das informações disponíveis**, o cliente tem subsídios para tomar a melhor decisão para atender sua necessidade, com **mais autonomia e liberdade nas escolhas**.

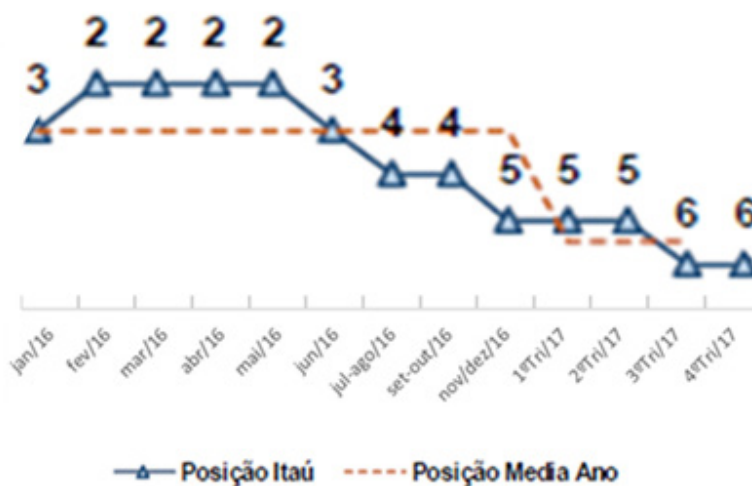
Como consequência, temos **menos clientes atritados e mais clientes satisfeitos**, resultando em uma **melhor gestão financeira**, com menos cancelamento de produtos e menor inadimplência.

Como eles foram mensurados?

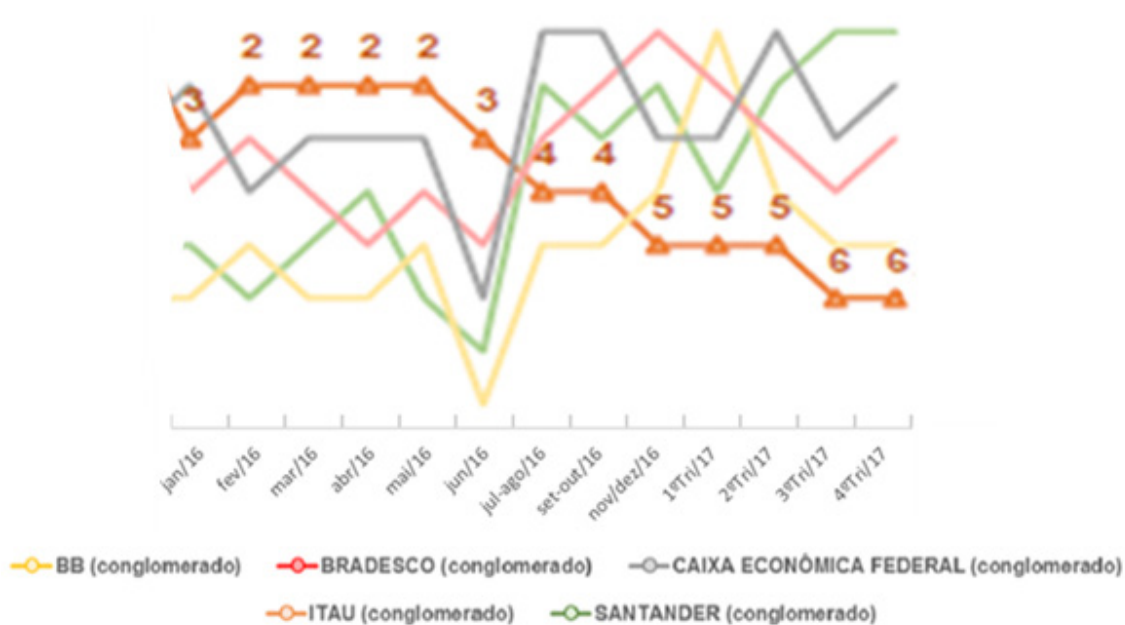


- Acompanhamento do **índice de solicitação de Cancelamento** dos produtos pelo cliente;
- Acompanhamento dos **índices de inadimplência**. A redução nos índices de inadimplência nos mostra que os produtos estão adequados a necessidade do cliente e que a aquisição foi realizada com consciência;
- Acompanhamento do **Ranking BACEN** de satisfação dos clientes;
- **Pesquisas internas** de satisfação com os clientes.

Evolução posição Itaú

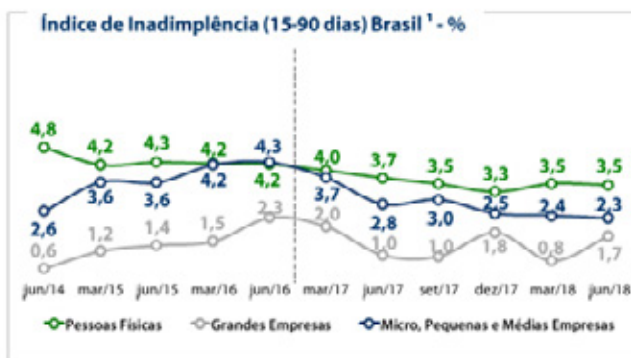
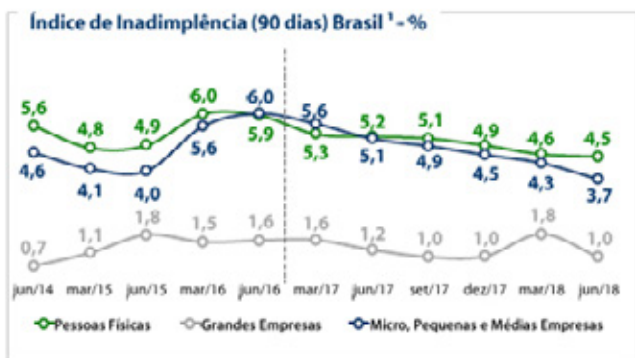
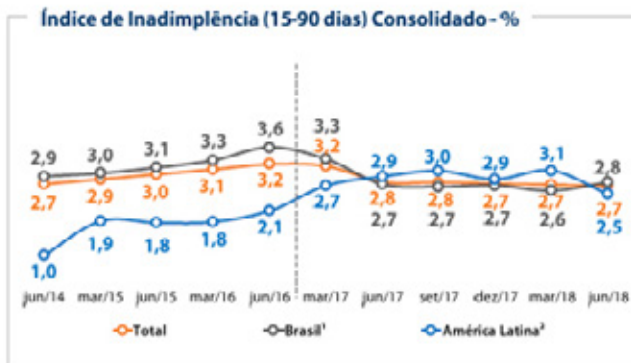


Evolução comparativo entre principais bancos



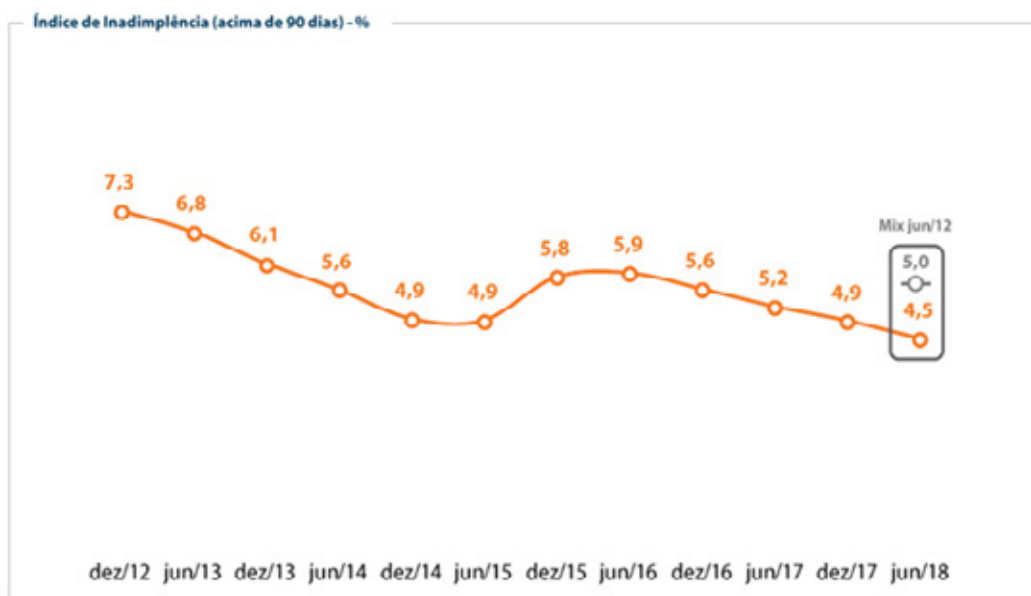
Conforme pode ser consultado no site do Banco Central, esse ranking é gerado com base no número de reclamações reguladas procedentes dividido pelo número de clientes e multiplicado por 1.000.000.

Índice de Inadimplência



Obs.: Índice de Inadimplência (15-90 dias) do Total e da América Latina anteriores a jun/16 não incluem Corpbanc. Considera a consolidação do Citibank a partir do 4T17. (1) Inclui unidades externas ex-América Latina; (2) Exclui Brasil.

Evolução da Inadimplência – Pessoa Física (Brasil)



Obs.: Considera a consolidação do Citibank a partir do 4T17.

Existe uma política interna que defina o público-alvo para oferta de cada produto ou serviço? Em linhas gerais, como ela está descrita? Quem é o responsável pela sua implementação?



Sim. Destacamos que a Instituição possui uma política institucional que determina o processo de relacionamento com o cliente e usuário, onde são definidos os processos de pré-contratação, contratação e pós-contratação, sendo que para cada produto e serviço existe o público-alvo devidamente identificado.

The screenshot shows the website interface for Mercantil do Brasil. The top navigation bar includes the logo, user name 'Olá, ROGERIO REIS FARIA', date 'Quarta-feira 10/10/2018', and search, globe, and lock icons. Below the navigation bar are tabs for 'O MB', 'Gestão de Pessoas', 'Central da Comunicação', 'Suporte ao Negócio', 'Minha Estação', and 'Painel de Desempenho'. The main content area is titled 'Política Institucional de Relacionamento com Clientes e Usuários'. It includes a sidebar with 'Condução MB' and a list of policies. The main text describes the 'Ato Normativo 2048' and its objectives. A diagram at the bottom illustrates the relationship management framework.

Condução MB

- Autorregulação Bancária
- Canal de Denúncia
- Código de Ética
- Política de Gestão de Consequências
- Política Institucional Anticorrupção e Manual de Condutas Íntegras
- Política Institucional de Relacionamento com Clientes e Usuários
- Uso da senha corporativa

Política Institucional de Relacionamento com Clientes e Usuários

A Política Institucional de Relacionamento com Clientes e Usuários - Ato Normativo 2048 - formaliza e consolida todas as diretrizes, os objetivos estratégicos e os valores organizacionais a serem considerados por toda a Corporação no relacionamento junto a clientes e usuários.

Ela passa a ser o ponto de partida, e também o de convergência, de todas as iniciativas, normas e procedimentos que estão sendo revistos e implementados pelo Banco. Tudo isso porque ela passa a nortear todas as ações do Banco e de suas equipes no relacionamento com os clientes e usuários!

É mais uma iniciativa do Mercantil em prol do fortalecimento da cultura corporativa de atendimento e é uma forma de deixar claro que atender é uma missão de todos! Por esse motivo, a Política define responsabilidades para todos os colaboradores da Empresa - da Presidência à portaria - e apresenta ainda todas as cinco frentes do Programa de Gestão do Relacionamento com Clientes da Corporação (abaixo).

Conheça a Política! [Clique aqui](#) para acessá-la e para ver o que o Banco definiu como responsabilidades para você!

```
graph TD; A[Governança do relacionamento] --- B[Gestão dos canais de atendimento]; B --- C[Oferta e divulgação de produtos e serviços]; C --- D[Capacitação de colaboradores]; D --- E[Programas de incentivo e gestão de consequências]; E --- A; A --- B --- C --- D --- E --- F[Relacionamento com clientes e usuários];
```

O público-alvo de cada produto e serviço está disposto em seu Ato Normativo e/ou Manual de Procedimento. Entre os parâmetros utilizados pelo Banco Mercantil, para a definição dos públicos potenciais de suas abordagens de venda e relacionamento com os clientes, estão os resultados obtidos a partir do processamento de modelos preditivos e as análises estatísticas que, em geral, são capazes de identificar padrões baseados em um conjunto de dados disponíveis do cliente. O desenvolvimento e atualização desses modelos e análises tem como referência o direcionamento estratégico da organização, uma vez que visam contribuir para o atingimento dos resultados pretendidos. Em geral servem para embasar tomadas de decisões, com o intuito de torná-las mais assertivas.

A implementação é realizada pela área gestora do produto ou serviço.

Quando da criação de um novo produto ou alteração de um produto atual que impacte no público-alvo é feito o formulário de aprovação do produto – FAP, por meio do qual são inseridas avaliações e pareceres das hierarquias responsáveis.



Comitê de Produtos

FAP - Formulário de Aprovação de Produtos

LEVANTAMENTO PRELIMINAR

TIPO

NOME DO PRODUTO

LEGISLAÇÃO ESPECÍFICA PARA O PRODUTO

Listar todas as legislações direta ou indiretamente relacionadas incluindo os códigos de autorregulação

VANTAGENS DO PRODUTO

Refere-se a qualidade, relação custo-benefício, função, (comparado aos competidores), grau de inovação ou sofisticação tecnológica

QUAIS AS CARACTERÍSTICAS PRINCIPAIS DO PRODUTO

Exemplo: Prazo de pagamento, forma de pagamento, etc.

QUAL O PÚBLICO-ALVO DO PRODUTO

Perfil do cliente que compõem o público-alvo considerando suas características e complexidade, deve incluir informações relevantes para cada produto e serviço

NECESSIDADES DOS CLIENTES

Deixar claro em que medidas as necessidades, interesses e objetivos dos clientes e usuários são levados em consideração na fase de concepção de novos produtos

QUAIS CANAIS SERÃO UTILIZADOS PARA DISTRIBUIÇÃO /FORMA DE COMERCIALIZAÇÃO DO PRODUTO

AUTOATENDIMENTO CENTRAL DE ATENDIMENTO CORRESPONDENTES BAI

QUAL A FORMALÍSTICA QUE SERÁ UTILIZADA PARA A CONTRATAÇÃO DO PRODUTO

EM QUAL EMPRESA O PRODUTO SERÁ COMERCIALIZADO

ESTRATÉGIA - CONCEITO PRELIMINAR DO

PRODUTO
<i>Conceito Preliminar do Produto: Refere-se ao posicionamento estratégico, que pode ser: defensivo, reativo, pró-ativo ou imitativo</i>
ESTUDO DA VIABILIDADE DO PRODUTO
<i>Anexar planilha de viabilidade (caso exista)</i>
PROCESSO SERÁ AUTOMATIZADO, SEMI AUTOMATIZADO OU MANUAL
O PRODUTO ESTÁ EM CONFORMIDADE COM A POLÍTICA COMERCIAL DA INSTITUIÇÃO ?
SERÁ NECESSÁRIO INVESTIMENTO PARA OPERACIONALIZAÇÃO DO PRODUTO ?
<i>Detalhar. Caso o Gestor não tenha conhecimento, poderá ser informado que na fase inicial ainda não é possível obter esta definição</i>
POSSÍVEIS RISCOS IDENTIFICADOS PRELIMINARMENTE
HÁ PARTICIPAÇÃO DE TERCEIROS NO PROCESSO
INFORMAÇÕES ADICIONAIS

Por que ela é uma boa prática?



A prática adotada pela IF auxilia na **redução de ofertas desnecessárias e do número de reclamações dos clientes** em órgãos reguladores. No 1º semestre de 2018, tivemos uma redução de 13% na quantidade de reclamações formalizadas perante o BACEN e 2% de demandas de Ouvidoria (4.433).

Quais os benefícios para os consumidores?



- **Diminuição de ofertas desnecessárias** de produtos e serviços fora do perfil do cliente;
- Permite a **oferta de condições exclusivas ao cliente** no momento da abordagem /contratação;
- Como exemplo, podemos citar as abordagens adotadas nas comunicações prévias ao início de cobranças do pacote de serviços.

Como eles foram mensurados?



A partir do momento que a oferta do produto /serviço é adequada há garantia de maior transparência na relação com o cliente e, conseqüente, fidelização. Ainda, há **redução no número de reclamações sobre cobranças inadequadas** ao seu perfil. São realizadas, ainda, **outras abordagens** ao longo do ciclo de relacionamento **alertando o cliente** sobre a possibilidade da alteração do pacote de serviços por exemplo.

Existe uma política interna que defina o público-alvo para oferta de cada produto ou serviço? Em linhas gerais, como ela está descrita? Quem é o responsável pela sua implementação?



Em nossos **manuais Internos sobre Abertura de Conta e Tarifas** há **diretrizes** para que a rede de **agências** busque sempre **verificar com o cliente seu perfil de movimentação da conta** - tanto na abertura da conta como durante o relacionamento – para que possa **orientá-lo quanto à opção mais adequada** para suas necessidades.

A orientação contida em nossas políticas é para que todos os colaboradores que prestem atendimento ao cliente, especialmente o **Gerente de Relacionamento** que é o **principal interlocutor com o cliente**, verifiquem o perfil e necessidade de movimentação para que prossigam com a oferta da opção de conta ou de Pacote de Serviços, mais adequada ao nosso cliente.

A adequação de **oferta de Produtos e Serviços adequados às necessidades dos clientes** é o **primeiro passo na recomendação de abertura de Conta e Contratação de Pacote de serviços**.

Por que ela é uma boa prática?



Pois reforça e dissemina a cultura que o Santander espera de seus colaboradores no que tange o atendimento aos clientes.

Tarifas: Pacote de Serviços para Conta Corrente (PF) - Id 155763

3.1) Adequação do Pacote de Serviços à movimentação da conta corrente

Conforme orientação contida no Manual **Contas Correntes: Processo para Abertura de Conta Corrente (PF)**, é importante que já na abertura da conta o cliente seja direcionado à oferta que melhor se adequa ao seu perfil de utilização da conta.

Posteriormente, durante todo o relacionamento (inclusive em caso de contratação/alteração/cancelamento do Pacote), é importante sempre buscar saber com o cliente se sua opção está adequada ao seu perfil de movimentação da conta, a fim de evitar que o cliente pague por um Pacote com mais serviços do que de fato precise ou que pague por **tarifas avulsas**.

Sempre que possível lembre ao cliente que a efetiva utilização do Pacote de Serviços pode ser consultada a qualquer tempo no Extrato de Serviços disponível no Internet Banking e nas agências.

3.2) Pacotes Ofertáveis

3.2.1) Conta Básica, Conta Mais, Conta Universitária e Padronizado de Serviços I, II, III, IV

Os Clientes do Segmento Especial podem contratar os Pacotes Conta Básica, Conta Mais, Conta Universitária e Padronizado de Serviços I, II, III, IV.

O Pacote de Serviços Conta Universitária pode ser contratado apenas por Clientes PF que tenham o Segmento Secundário Universidades - Alunos. Estes Clientes também contam com preço diferenciado na mensalidade do Pacote Conta Mais.

A composição dos Pacotes Padronizado de Serviços I, II, III e IV foi determinada pelo Conselho Monetário Nacional, e são oferecidos com o mesmo nome e os mesmos serviços/produtos em todas as

Quais os benefícios para os consumidores?



Recebimento de uma **oferta aderente às suas necessidades** presentes, além de **transparência e abundância de informação** para que ele tenha o discernimento necessário para decidir o que é melhor para ele.

Como eles foram mensurados?



A prática de “Dever Geral de Adequação de Pacotes de serviços” descrita em questões subsequentes, servirá como critério de mensuração para garantir a devida aplicação da regra. Pois descreve a prática utilizada para identificar clientes com utilização desenquadrada de produtos e comunicação direcionando-o à produtos mais adequados à sua utilização.



Qual a prática adotada para que cada produto ou serviço seja ofertado para o seu público-alvo?



O BB direciona a oferta de produto ou serviço para seu público-alvo desde a elaboração da estratégia para cada segmento/nicho de clientes, com base em estudos sobre o consumo e preferência dos clientes com relação à aquisição de produtos e serviços financeiros, bem como a sensibilidade ao preço.

Dessa forma, os produtos e serviços são desenhados para que um cliente que não seja público-alvo não consiga contratar por meio dos canais de atendimento (remotos ou presenciais), pois não há disponibilização do produto ou serviço.

A estratégia é difundida para todos os níveis hierárquicos da instituição por meio do sistema corporativo, desdobrando-se em indicadores e metas para as dependências/carteiras.

Para as ofertas ativas (presenciais ou por canais remotos), o BB utiliza a ferramenta CRM – *Customer Relationship Management*, em que a oferta dos produtos ou serviços é segmentada e disponibilizada considerando os diferentes perfis de consumidores e limites disponibilizados aos clientes, com informações detalhadas sobre as características dos produtos”.

Exemplos

Microseguros destinados ao público de baixa renda, os Seguros de Vida Estilo destinados ao público Estilo e o BB Seguro Residencial destinado a inquilinos, proprietários ou gestores de imóveis de uso residencial.

Na área de investimentos, é realizado questionário de Análise de Perfil do Investidor – API, para identificação do perfil de tolerância à risco no caso de investimentos.

Além disso, desde 2017 o Banco trabalha fortemente na especialização do atendimento, visando assegurar tratamento justo e atendimento adequado, criando Escritórios de Negócios especializados no atendimento de clientes com renda superior a R\$ 4 mil.

Quais os benefícios para os consumidores?



O consumidor tem maior comodidade e transparência nas escolhas de produtos de acordo com o seu perfil, sendo os produtos ofertados mais aderentes ao seu momento de vida e que agreguem mais benefícios diretos, além de assertividade e simplicidade na contratação.

Como eles foram mensurados?



Os gestores acompanham, mensuram e realizam estudos e pesquisas. Após definição da estratégia para os segmentos/nichos de clientes, ela é desdobrada em metas distribuídas para os diferentes tipos de dependências/carteiras.

Por meio dos indicadores é possível identificar percepções positivas e negativas do produto, permitindo a melhoria contínua de seus atributos e a adequação às necessidades/perfil do cliente, aumentando a sua percepção de valor.

II - Oferta Adequada ao Perfil e a Política Interna

Qual a prática adotada para que cada produto ou serviço seja ofertado para o seu público-alvo?



As contratações são realizadas primeiramente nas agências, observando o perfil do público-alvo para os produtos e serviços e após a adesão, alguns produtos são contratados nos canais de atendimento.

Quais os benefícios para os consumidores?



Através da análise do perfil, o atendimento identifica qual o produto que se adequa à necessidade do cliente, ofertando-o para que mesmo possa utilizá-lo como melhor lhe convir.

Como eles foram mensurados?

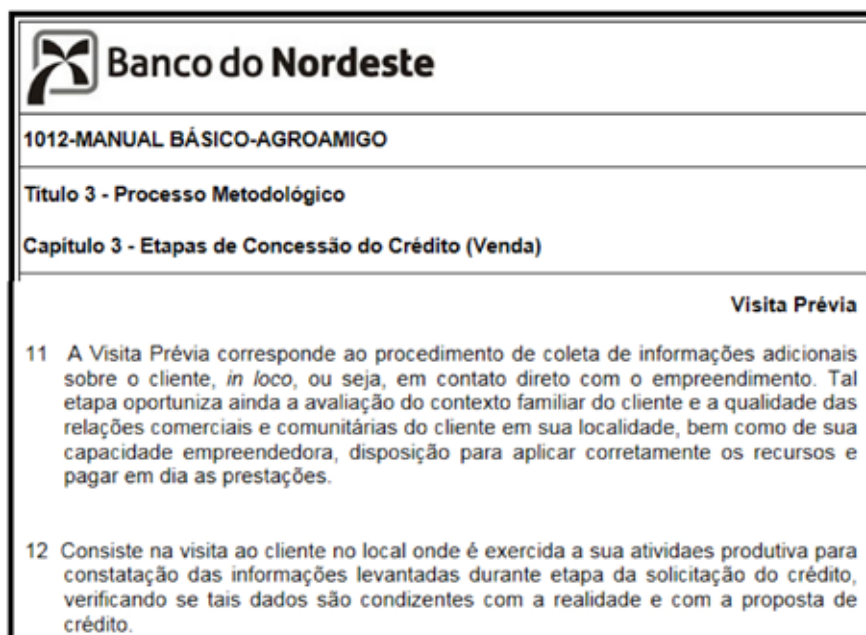
Reclamações na Ouvidoria e SAC.
Pesquisa de Satisfação de clientes.

Qual a prática adotada para que cada produto ou serviço seja ofertado para o seu público-alvo?



Matriz de produtos e serviços por segmento. Visita prévia para análise do perfil dos clientes.

Exemplo: Trecho de política interna do Banco do Nordeste que define a etapa "Visita Prévia", presente na metodologia do Programa Agroamigo



Quais os benefícios para os consumidores?



Oferta adequada dos produtos e serviços aos consumidores, possibilitando maior **satisfação e confiabilidade** na concessão do crédito por parte do cliente.

Como eles foram mensurados?



Através de **índices de renovação do crédito e de inadimplência**, em **comparação** com a média do **mercado de microfinanças**.

Qual a prática adotada para que cada produto ou serviço seja ofertado para o seu público-alvo?



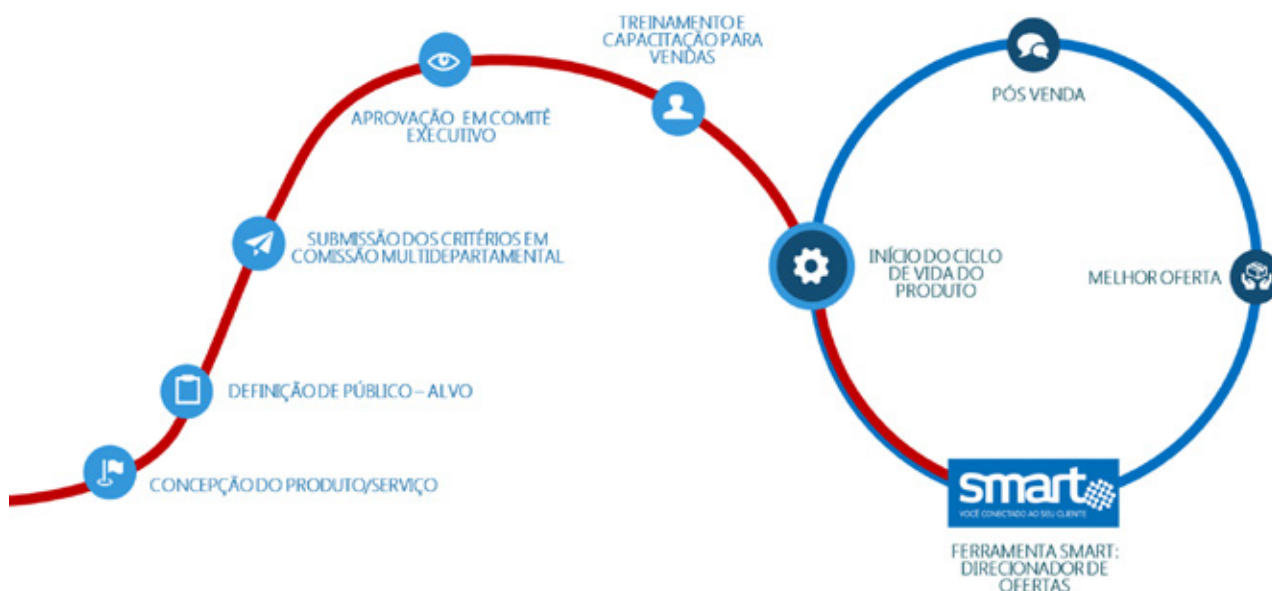
Para que cada produto ou serviço seja ofertado para seu público-alvo, existem ações e cuidados desde a sua concepção, oferta, recomendação até a contratação ou distribuição. Estas ações consistem, inicialmente, na **conceituação dos perfis de clientes, determinação do público-alvo, submissão deste produto ou serviço às comissões interdepartamentais, com participação de áreas de gestão de risco, jurídico, TI, Marketing, Ouvidoria, segmentos, dentre outras**, com o objetivo de analisar todos os aspectos deste produto ou serviço e, se adequado, aprová-lo.

A Organização Bradesco possui **forte estrutura de governança**, demonstrando preocupação e valorização de assuntos relacionados ao relacionamento com o cliente, gerindo seus negócios com auxílio de **diversos Comitês e Comissões**, tais como: de Conduta Ética; de Marketing e Relacionamento com Clientes; de Produtos, Serviços e Tarifas; de Qualidade e Soluções de Atendimento; de Acompanhamento de Conduta Corporativa, dentre outros.

Prática em Destaque


Modelo de Ciclo de Produtos e Serviços Bradesco

Modelo de Ciclo de Produtos e Serviços Bradesco



CONCEPÇÃO DO PRODUTO/SERVIÇO: É determinado pela área gestora do negócio, seguindo padrões específicos e critérios pré-determinados como "Propósito do Produto", "Família" e "Grupo" ao qual pertence, "Classificação", "Descrição" e "Objetivo", "Perfil do Cliente" e "Público-alvo", "Meios de Contratação" além de "Impactos Sociais" e de "Sustentabilidade". Todas as informações são registradas em formato de formulário chamado de "Plano de Negócio e de Conformidade". Após atendimento e registro cuidadoso de todas essas informações, é realizada a submissão à Comissão de Produtos, Serviços e Tarifas.

DEFINIÇÃO DE PÚBLICO – ALVO: É definido pelo gestor do produto ou serviço e registrado também no “Plano de Negócio e de Conformidade”. O público-alvo do produto ou serviço, perfil de cliente adequado à contratação e o momento do relacionamento ao qual a oferta deve ser direcionada seguem o mesmo critério detalhado dos demais aspectos.



“As informações contidas neste documento foram classificadas pelo Gestor - (Nome do Gestor do Produto ou Serviço) como Confidencial para os Membros da Comissão e Comitê Executivo de Produtos, Serviços e Tarifas, não podendo, portanto, serem reproduzidas, transcritas, manuseadas e/ou divulgadas sem prévia autorização formal do Gestor. Propriedade Bradesco”

Plano de Negócio e de Conformidade

Anexos

Especificar os Anexos (quando houver)

- 1) Estudo de Viabilidade e Informações Financeiras*
Elaborar a análise da Oportunidade e da Viabilidade Financeira do Produto ou Serviço.
- 2) Minutas de Contrato, Acordos de Nível de Serviço (ANS), Aditivos, Regulamentos e/ou Assemelhados
Anexar cópias de todos os instrumentos.
- 3) Plano Contábil*
Anexar o formulário 4100-167E - Fluxo Contábil de Produtos e Serviços
- 4) Apresentação do Produto ou Serviço*
Anexar a Apresentação no modelo Padrão (em formato Power Point).

Nota: Os itens identificados com asterisco são obrigatórios.

Plano de Negócio

Objetivo do Produto ou Serviço

Definir o objetivo do Produto ou Serviço e suas finalidades.

Público-alvo Atendidos pelo Produto ou Serviço

Tipo de Pessoa

Pessoa Física Pessoa Jurídica

Segmentos

Varejo Prime Private Empresas Corporate

Exemplo de Plano de Negócio e Conformidade

COMISSÃO MULTIDEPARTAMENTAL DE PRODUTOS E SERVIÇOS: Comissão Multidisciplinar, com a participação de vários Departamentos para avaliação e emissão de parecer técnico quanto à viabilidade do lançamento de produto ou serviço para os clientes Bradesco de caráter permanente. Tem por objetivo auxiliar o Comitê Executivo de Produtos, Serviços e Tarifas, subsidiando-o com informações pertinentes às decisões que deverão ser tomadas quanto às proposições de criação, alteração, suspensão ou reposicionamento de Produtos e Serviços, bem como avaliar a criação, majoração, redução ou extinção de tarifas.

COMITÊ EXECUTIVO DE PRODUTOS, SERVIÇOS E TARIFAS: O Comitê Executivo de Produtos, é órgão executivo de caráter permanente e com poderes deliberativos e tem por objetivo avaliar a oportunidade e a viabilidade financeira e operacional das propostas para criação, alteração, suspensão ou reposicionamento de produtos e serviços da Organização Bradesco; avaliar a criação, majoração, redução ou extinção de tarifas, bem como acompanhar o desempenho dos seus resultados. Após a validação dos conteúdos apresentados em comissão, o Comitê aprova a concepção de novos produtos e serviços avaliando todos os aspectos e considerando novamente o perfil e público-alvo da oferta.

TREINAMENTO E CAPACITAÇÃO: Após aprovado, o produto e serviço inicia seu ciclo de vida de oferta aos clientes e usuários. São realizados treinamentos e capacitações específicas, contendo informações sobre a abordagem e ao perfil e público-alvo ao qual os mesmos se encaixam e devem ser acessados por todo o ponto de contato com o cliente, seja ele físico (na rede de Agências) ou em qualquer canal (centrais de atendimento e transacionais). Os treinamentos e capacitações e seu conteúdo são disponibilizados em plataformas de multi acesso como Normativo, Portal de Vídeos e Intranet Corporativa.



Exemplo de Capacitação de Novos Cartões Amex, disponível no Portal de Vídeos Corporativos



Exemplo de Guia de Apoio a Oferta de Previdência, disponível na Intranet Corporativa

PLATAFORMA SMART: O Sistema de Monitoramento das Ações de Relacionamento - SMART está disponível para utilização a todos os funcionários das agências Varejo e Prime, de acordo com o perfil e funções atribuídas. Na ferramenta são disponibilizadas pela área de CRM as campanhas a serem trabalhadas pelo usuário, além de reunir informações centralizadas sobre o cliente, permitir um melhor planejamento do dia por meio da agenda, assim como a realização de negócios e registro dos resultados das ações. Especificamente para que cada produto ou serviço seja ofertado para o seu público-alvo com maior assertividade, a ferramenta SMART possui o campo "MELHOR OFERTA". Essa opção apresenta a oferta principal ao cliente de acordo com o perfil de relacionamento e propensão do cliente em adquirir o produto de acordo com as informações cadastrais e estratégias de CRM. O SMART permite também acessar todas as informações que devem ser passadas durante a oferta por meio do roteiro "Abordagem Cliente" como por exemplo vigência do ciclo do produto, limites e outras características.



Em continuidade ao processo de melhoria e inovação que facilitam o dia a dia dos usuários SMART, você contará com mais uma novidade. Agora, acessando os módulos: Melhor Oferta, Oportunidades da Carteira ou Alertas, será possível realizar a **pesquisa por oferta e público alvo**.

Isto permitirá com que as Ações sejam localizadas com maior agilidade, garantindo que as ofertas de produtos/serviços sejam cada vez mais aderentes as necessidades de nossos Clientes.

VEJA COMO ACESSAR:

Acesse um dos módulos "Melhor Oferta", "Oportunidades da Carteira" ou "Alertas";



1 Seleccione uma ação disponível a ser trabalhada;



2

CONQUISTA DE PATRIMÔNIO - IMÓVEL

Campanha: [dropdown] Público Alvo: [dropdown]

Condição Imobiliária

Condição Imobiliária	CPF	CRM / Data	TELEFONE
<input type="checkbox"/>	JOSÉ LUÍZ ERESOLVA	840.734.878-00	(21) 3339.9999
<input type="checkbox"/>	ADRYO MAITNA	421.748.189-12	(21) 3339.9999
<input type="checkbox"/>	EDUARDO DOMINGUES BLANCO	963.347.478-78	(21) 3339.9999
<input type="checkbox"/>	ROSELI ALUSA SPINAZZOLA DA SILVA	439.095.128-61	(21) 3339.9999
<input type="checkbox"/>	ADRIANA DE VAREJO	757.343.038-38	(21) 3339.9999
<input type="checkbox"/>	CARLOS APARECIDO WATERMANN	757.343.038-38	(21) 3339.9999

2 Através do filtro "Campanha" selecione a oferta desejada para conhecer os respectivos Clientes indicados em cada oferta;



3 Se desejar conhecer o público abordado nessa oferta, poderá selecioná-lo através do filtro "Público-Alvo". Lembre-se que é preciso selecionar primeiro a oferta no filtro "Campanha" e em seguida, indicar o público desejado.

Para acessar Material de Apoio:
 Intranet Corporativa > Dependências > Marketing
 > Destaques > SMART

Bradesco
 Pra frente.

Exemplo de divulgação da ferramenta SMART, enviada a todos os funcionários da Organização, destacando a funcionalidade "MELHOR OFERTA".

Quais os benefícios para os consumidores?



Os benefícios para os clientes e usuários se baseiam, preponderantemente, na **oferta de produtos e serviços adequada** às suas necessidades, interesses e objetivos, para **assertividade e aplicabilidade dos critérios**, é utilizado como parâmetro as informações prestadas pelos clientes e usuários. Por meio da Melhor Oferta, que é amparada por informações de CRM o cliente recebe recomendações de contratação a seu próprio benefício, antecipando e atendendo as suas necessidades.

Como eles foram mensurados?



A mensuração da assertividade das ofertas pode ser realizada por meio de indicadores de aceite das Melhores Ofertas recomendadas, nível de cancelamentos pós aquisição e gestão de carteiras. Esses monitoramentos possuem métricas específicas para cada produto ou serviço ofertado e podem ser extraídos mensalmente por segmento. Após finalização de campanhas e ofertas recomendadas os resultados são apresentados para tomada de decisões e definição de novas oportunidades aos clientes.

Qual a prática adotada para que cada produto ou serviço seja ofertado para o seu público-alvo?



Na CAIXA a prática de oferta de produtos e serviços segue 3 princípios:

- 1) Segmentação: é o agrupamento de consumidores com características de renda e/ou volume de negócios semelhantes
- 2) Encarteiramento: é o agrupamento de clientes, seguindo critérios definidos pelas estratégias de produtos e serviços Pessoa Física ou Pessoa Jurídica, e que ficam sob a responsabilidade de um gerente que trabalha com foco na satisfação dos seus clientes
- 3) Adequação ao segmento: os produtos e serviços indicados para cada segmento são previamente adequados ao perfil e à capacidade de pagamento dos clientes e dos consumidores interessados em iniciar um relacionamento com a CAIXA

A partir destes princípios, são definidas ações estratégicas contendo a relação de produtos e serviços indicados ao perfil de cada consumidor, que serve de orientação às unidades da CAIXA na oferta de negócios ao público de cada segmento.

A Rede de Atendimento da CAIXA atua na prospecção de negócios e ofertas de produtos e serviços com base em bancos de informações de clientes de Varejo e de Relacionamento, seguindo orientações específicas para as abordagens a serem realizadas de acordo com o perfil dos consumidores.

Os outros canais também possuem mecanismos para que a oferta seja realizada de acordo com o público-alvo. O produto Cartão de Crédito, que tem sua contratação simulada pelos interessados através do site da CAIXA (<http://www.caixa.gov.br/voce/cartoes/credito/Paginas/default.aspx>), é um excelente exemplo de boa prática e transparência que trabalha com os princípios da segmentação e adequação já que o consumidor escolhe as opções que deseja e recebe imediatamente as informações sobre os produtos disponíveis ao seu perfil a fim de que faça a comparação e escolha um das opções propostas:

Quais os benefícios para os consumidores?



O maior benefício aos consumidores é a garantia da contratação de produtos e serviços adequados ao seu perfil de renda, de necessidade e de interesses, evitando desgastes futuros de relacionamento com a Instituição Financeira.

Como eles foram mensurados?



A CAIXA faz diariamente a avaliação de desempenho das suas unidades e tem ferramenta de gestão do relacionamento com os clientes que permite acompanhar se as ofertas estão ou não de acordo com os critérios pré-estabelecidos pela Política Interna da CAIXA.

Qual a prática adotada para que cada produto ou serviço seja ofertado para o seu público-alvo?



Para que cada produto seja ofertado corretamente ao público-alvo, o CCB Brasil criou o GNP (Grupo de novos Produtos), que tem como função principal lidar com planejamento, orçamento e divulgação de um produto ou conjunto de produtos em todas as fases do ciclo de vida.

O gestor de produto é responsável por analisar as condições do mercado e definir as funcionalidades de um produto. Para tanto, é necessário o conhecimento do público-alvo, seus problemas e suas necessidades.

Ao aprovar o produto, o gestor deve revisar e aprovar a política, procedimento e aplicativos necessários para a execução dos serviços para uso e controles dos produtos.

Assim, entendemos que o CCB Brasil possui estrutura de governança, que corrobora com a preocupação e valorização de assuntos atinentes ao relacionamento com o consumidor.

Além do que já foi descrito anteriormente, o que reforça a transparência e ética na abordagem com o consumidor, a oferta do produto observa certos cuidados, tais como, apresentação das tarifas e prestações de informações a respeito do produto ou serviço de maneira clara, precisa e adequada, inclusive quanto aos direitos, deveres e responsabilidades.

No site é possível realizar pesquisas e entender melhor os produtos disponíveis.

Abaixo demonstramos a disposição de informações que o cliente pode encontrar no site.



Vantagens

- Dinheiro rápido e fácil;
- Uma das melhores taxas do mercado;
- Não é necessário avalista nem outras garantias;
- Parcelas são descontadas em folha de pagamento;
- Pagamento em até 60 meses;
- Compramos dívida.

Além disso, a CCB Brasil Financeira também renegocia dívidas.

[Clique aqui](#) para solicitar mais informações.

* Conforme normas estabelecidas nos convênios com a CCB Brasil Financeira.

Seja consciente ao utilizar seu crédito. Certifique-se de que a operação se encaixa no seu planejamento financeiro.

Portabilidade de Crédito
Traga seu empréstimo ou financiamento de outras instituições para a CCB Brasil Financeira com vantagens exclusivas. Saiba mais sobre a **Portabilidade de Crédito**.

PLANOS em até 60 meses

Viva seus sonhos com segurança

PRODUTOS

- EMPRÉSTIMOS**
 - > CONSIGNADO FUNCIONÁRIO PÚBLICO
 - > CONSIGNADO INSS
- CARTÃO**
 - > CARTÕES DE CRÉDITO

Empréstimo Consignado Funcionário Público

Viva seus sonhos com segurança

Se você é Servidor Público, a CCB Brasil Financeira tem uma linha de crédito feita especialmente para você. Rápido, totalmente seguro e sem burocracia, o Crédito Fácil Funcionário Público é pré-aprovado*, não está sujeito a consultas e ainda é descontado em folha.

Figura 6. Site CCB Brasil- Produtos e Serviços

Para exemplificar, no produto consignado o sistema é parametrizado com travas sistêmicas, bloqueando operações que estejam fora do enquadramento do consumidor e em desacordo com as políticas da Instituição.

Abaixo demonstramos uma operação que foi cadastrada fora da política parametrizada, onde pode ser observado a recusa automática da proposta.

PLANOS
em até **72** meses

Viva seus sonhos com segurança

PRODUTOS

EMPRÉSTIMOS

- > CONSIGNADO FUNCIONÁRIO PÚBLICO
- > CONSIGNADO INSS

CARTÃO

- > CARTÕES DE CRÉDITO

Empréstimo Consignado INSS

Viva seus sonhos com segurança

Se você é aposentado ou pensionista do INSS, a CCB Brasil Financeira oferece empréstimo pessoal pré-aprovado*, que você pode usufruir em uma única vez ou em várias solicitações. O Crédito INSS CCB Brasil Financeira é ideal para quem deseja reforçar o orçamento familiar, fazer pagamentos, cobrir despesas extras ou até mesmo realizar aquele sonho tão esperado. As parcelas são descontadas no seu benefício.

Consulte um correspondente autorizado e peça já seu empréstimo.

CCB (BRASIL) BANCO MULTIPLO S/A

PLANILHA DE PROPOSTA SIMPLIFICADA		Proc.: 26/09/2018 16:08:05 Sist.: 26/09/2018 Cont.: 26/09/2018
PLANILHA DE PROPOSTA Nº: [REDACTED]		SIC - [REDACTED] MPP/RRPZ [REDACTED]
FINANCIADO: [REDACTED]	MODELO DE DECISÃO: [REDACTED]	CONTRATO Nº: [REDACTED]
DADOS DO CLIENTE		SITUAÇÃO: REPROVADA
Cliente: [REDACTED] Endereço: [REDACTED] Bairro: [REDACTED] CPF: [REDACTED] Est. Civil: [REDACTED] Data de Nascimento: [REDACTED] Pessoa Politicamente Beneficiário: -	Nº: [REDACTED] Compl.: [REDACTED] Cidade: [REDACTED] RG: [REDACTED] Filiação: [REDACTED] Fil. Pat: [REDACTED] Dat. Emissão RG: [REDACTED] Idade: [REDACTED]	Escolaridade: [REDACTED] UF: PE Cedo: [REDACTED] Matrícula: [REDACTED] Fone Res.: 1831 98 148-8008 Celular: [REDACTED] Telefone do Cônjuge: () [REDACTED]
ATIVIDADE PROFISSIONAL:		Fone: [REDACTED]
Empresa: [REDACTED] Endereço Compl: [REDACTED] Bairro: [REDACTED] Data Adm.: [REDACTED] Nat. Ocup.: [REDACTED] Regime de Contratação: -	Nº: [REDACTED] Cidade: [REDACTED] Cargo: [REDACTED] Profissão: [REDACTED] Categoria: -	UF: [REDACTED] Salário: [REDACTED] Valor Patrimonial: [REDACTED]
DADOS DO BENEFÍCIO:		
UF: PB	Agência: [REDACTED]	Conta: [REDACTED] 0 (N)Recebe Benefício Através de Cartão Benefício

Figura 7. Recusa de proposta via sistema

Quais os benefícios para os consumidores?



O adequado enquadramento para oferta de produto/serviço, proporciona ao consumidor segurança de oferta adequada, além de benefícios na concessão de crédito compatível com sua capacidade de pagamento, uma vez que o sistema de aprovação é baseado na avaliação da situação financeira patrimonial e do perfil de produto estabelecido para o cliente.

Como eles foram mensurados?



Eles são mensurados através da avaliação das reclamações recebidas através do SAC e Ouvidoria, quanto a aquisição dos produtos e serviços disponibilizados ao cliente.

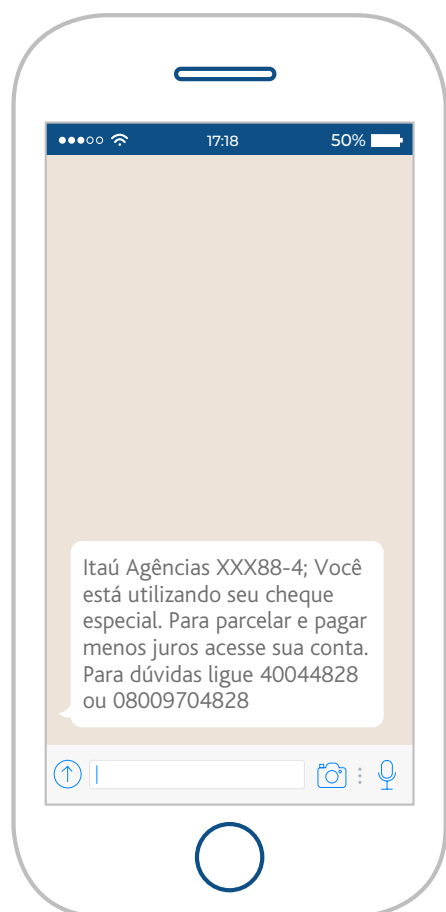


Qual a prática adotada para que cada produto ou serviço seja ofertado para o seu público-alvo?



A oferta de produto ou serviço no Itaú ocorre de acordo com a **definição do público-alvo e de critérios de priorização de um produto ou serviço** em detrimento de outro (Anexo 5).

ANEXO 5



SMS – Parcelar Cheque Especial

Oi (Nome do Cliente), tudo bem?

Verifiquei que seu saldo de cheque especial (LIS) excedeu o limite por mais de 10 dias, e por isso ele pode ser cancelado em breve.

Pensando em como consigo te ajudar, analisei algumas possibilidades e identifiquei que você pode parcelar esse saldo a uma taxa menor.

Assim você consegue se organizar financeiramente pagando menos juros e evitar que seu cheque especial (LIS) seja cancelado!

Esta opção tem agradado muitos clientes e achei interessante compartilhar, principalmente porque você pode quitar o parcelamento a qualquer momento.

Podemos fazer uma simulação juntos? Qual o melhor horário para falarmos?

Abraço,

(Dados do Gerente)

Essas condições podem variar no momento da contratação pois estão atreladas à uma análise de crédito.

Modelo de e-mail do gerente para clientes em excesso

As principais **práticas** adotadas são:

Propensão: com base em **elementos estatísticos**, tais como perfil cadastral e/ou transacional/comportamental do cliente.

Satisfação, podendo-se excluir da indicação de oferta clientes com histórico de insatisfação em relação a determinado produto.

Capacidade de pagamento a partir da análise da condição financeira do cliente.

Além disso, o banco preza por uma **frente comercial treinada e especializada** na oferta dos produtos.

No critério de oferta de previdência, por exemplo, considera-se inclusive a **informação sobre o perfil do investidor** preenchida pelo cliente para disponibilização do produto mais adequado (Anexo 6).

ANEXO 6

Oferta de Previdência / Perfil do Investidor

Outro exemplo, é a oferta de consignado (menor taxa de juros) para clientes que utilizam o cheque especial (maior taxa de juros) em caráter não emergencial e de forma recorrente (Anexo 7).

ANEXO 7

The screenshot displays the Itaú mobile app interface. At the top, there is a navigation bar with the Itaú logo, a search bar, and icons for menu, help, and user profile. Below the navigation bar, a banner reads "Fique mais perto de seus objetivos de vida." with a "conheça" button. The main content area is titled "Saldo e Extrato da Conta" and includes a table of transactions, a summary of account balances, and a "Crédito consignado disponível na sua conta." offer. A blue arrow points to the "cancelar" button in the account summary, and another blue arrow points to the credit offer card. A curved blue arrow indicates a transition from the account summary to the credit offer.

data	descrição	valor (R\$)
24/06	S A L D O	-2.817,30
24/06	RSHOP-INDIGO-24/06	-9,00
22/06	S A L D O	-2.808,30
22/06	RSHOP-WAL M S IND-22/06	-202,16
21/06	SALDO ANTERIOR	-2.526,14

saldo devido
R\$ -2.817,30

cancelar

cheque especial (R\$)
R\$ 3.980,00

saldo com cheque especial
(saldo devedor + LIS)
R\$ 1.162,70

*Utilização do LIS sujeita a encargos

ver extrato

Crédito consignado disponível na sua conta.

Subjetivo à análise de crédito

Crédito Consignado Itaú

Precisando de uma ajuda para realizar seus planos ou resolver imprevistos? Com o Crédito Consignado, você paga o valor que precisa com taxas menores!*

simular

Conheça os benefícios de contratar um Crédito Consignado

- Taxas menores***
A melhor opção de crédito para você!
- Mais tempo**
Você pode pagar de acordo com o prazo de pagamento fixado.
- Condições de pagamento**
As parcelas são fixas e as condições de crédito são melhores.
- Para manter seus sonhos**
Não é necessário informar o uso do dinheiro.

Oferta de Consignado para clientes utilizando cheque especial

Quais os benefícios para os consumidores?

Oferta de produtos e serviços adequados ao seu ciclo de vida, suas necessidades, interesses e objetivos;

Autonomia e liberdade nas escolhas;

Pagamento de **menos juros**;

Melhor gestão financeira;

Maior satisfação.

Como eles foram mensurados?

Acompanhamento do **índice de solicitação de Cancelamento** dos produtos pelo cliente;
Acompanhamento dos **índices de inadimplência**. A redução nos índices de inadimplência nos mostra que os produtos estão adequados a necessidade do cliente e que a aquisição foi realizada com consciência;

Acompanhamento do **Ranking BACEN** de satisfação dos clientes;

Pesquisas internas de satisfação com os clientes.

Podemos ressaltar aqui o acompanhamento de qualidade do crédito (**Anexo 8**) e o monitoramento dos bancos em relação ao parcelamento do cheque especial.

11

ANEXO 8

Resultados 2º trim. 2018 – Índices de Inadimplência

Índice de Inadimplência

Índice de Inadimplência (90 dias) Consolidado - %

Período	Total	Brasil ¹	América Latina ²
jun/14	3,1	3,7	0,7
mar/15	2,8	3,3	1,1
jun/15	3,0	3,6	1,1
mar/16	3,5	4,4	1,1
jun/16	3,6	4,5	1,1
mar/17	3,4	4,2	1,3
jun/17	3,2	3,9	1,2
set/17	3,2	3,8	1,4
dez/17	3,1	3,7	1,5
mar/18	3,1	3,7	1,6
jun/18	2,8	3,4	1,5

Índice de Inadimplência (15-90 dias) Consolidado - %

Período	Total	Brasil ¹	América Latina ²
jun/14	2,7	2,9	1,0
mar/15	2,9	3,0	1,9
jun/15	3,0	3,1	1,8
mar/16	3,1	3,3	1,8
jun/16	3,2	3,6	2,1
mar/17	3,2	3,3	2,7
jun/17	2,8	2,9	2,7
set/17	2,8	3,0	2,7
dez/17	2,7	2,9	2,7
mar/18	2,7	3,1	2,6
jun/18	2,7	2,8	2,5

Índice de Inadimplência (90 dias) Brasil¹ - %

Período	Pessoas Físicas	Grandes Empresas	Micro, Pequenas e Médias Empresas
jun/14	5,6	4,6	0,7
mar/15	4,8	4,1	1,1
jun/15	4,9	4,0	1,8
mar/16	6,0	5,6	1,5
jun/16	6,0	5,9	1,6
mar/17	5,6	5,3	1,6
jun/17	5,2	5,1	1,2
set/17	5,1	4,9	1,0
dez/17	4,9	4,5	1,0
mar/18	4,6	4,3	1,8
jun/18	4,5	3,7	1,0

Índice de Inadimplência (15-90 dias) Brasil¹ - %

Período	Pessoas Físicas	Grandes Empresas	Micro, Pequenas e Médias Empresas
jun/14	4,8	2,6	0,6
mar/15	4,2	3,6	1,2
jun/15	4,3	3,6	1,4
mar/16	4,2	4,2	1,5
jun/16	4,3	4,2	2,3
mar/17	4,0	3,7	2,0
jun/17	3,7	2,8	1,0
set/17	3,5	3,0	1,0
dez/17	3,3	2,5	1,8
mar/18	3,5	2,4	0,8
jun/18	3,5	2,3	1,7

Obs.: Índice de Inadimplência (15-90 dias) do Total e da América Latina anteriores a jun/16 não incluem CorpBanca. Considera a consolidação do Citibank a partir do 4T17.
 (1) Inclui unidades externas ex América Latina; (2) Exclui Brasil.

Evolução da Inadimplência – Pessoa Física (Brasil)

Índice de Inadimplência (acima de 90 dias) - %

Período	Índice de Inadimplência (%)
dez/12	7,3
jun/13	6,8
dez/13	6,1
jun/14	5,6
dez/14	4,9
jun/15	4,9
dez/15	5,8
jun/16	5,9
dez/16	5,6
jun/17	5,2
dez/17	4,9
jun/18	4,5

Mix jun/12: 5,0 (circulo branco), 4,5 (circulo laranja)

Obs.: Considera a consolidação do Citibank a partir do 4T17.

54

Qual a prática adotada para que cada produto ou serviço seja ofertado para o seu público-alvo?



A oferta do produto e serviço é restrita ao público-alvo, considerando ainda os estudos estatísticos de propensão à adesão de produtos e serviços, permitindo a indicação para abordagem direcionada ao seu perfil.



TRAGA SUA CONTA PARA O MERCANTIL

MUITO MAIS VANTAGENS PARA VOCÊ

Se você já recebe seu benefício no Mercantil e ainda não tem uma conta-corrente, abra agora mesmo a sua conta! Fale com nossa equipe da agência.

Aqui, você tem condições especiais em pacotes de serviços e em muitos outros produtos, realiza transações bancárias pela internet ou celular, e é atendido com qualidade nas agências.

Clique aqui e encontre a agência mais próxima de você.
Para mais informações consulte o Contrato Unificado de Abertura de Conta e Adesão a Produtos e Serviços.

Exemplo de Público-alvo – Beneficiário INSS

Quais os benefícios para os consumidores?



Ter ofertas de produtos que atendam às necessidades dos clientes de acordo com o seu perfil.

Como eles foram mensurados?



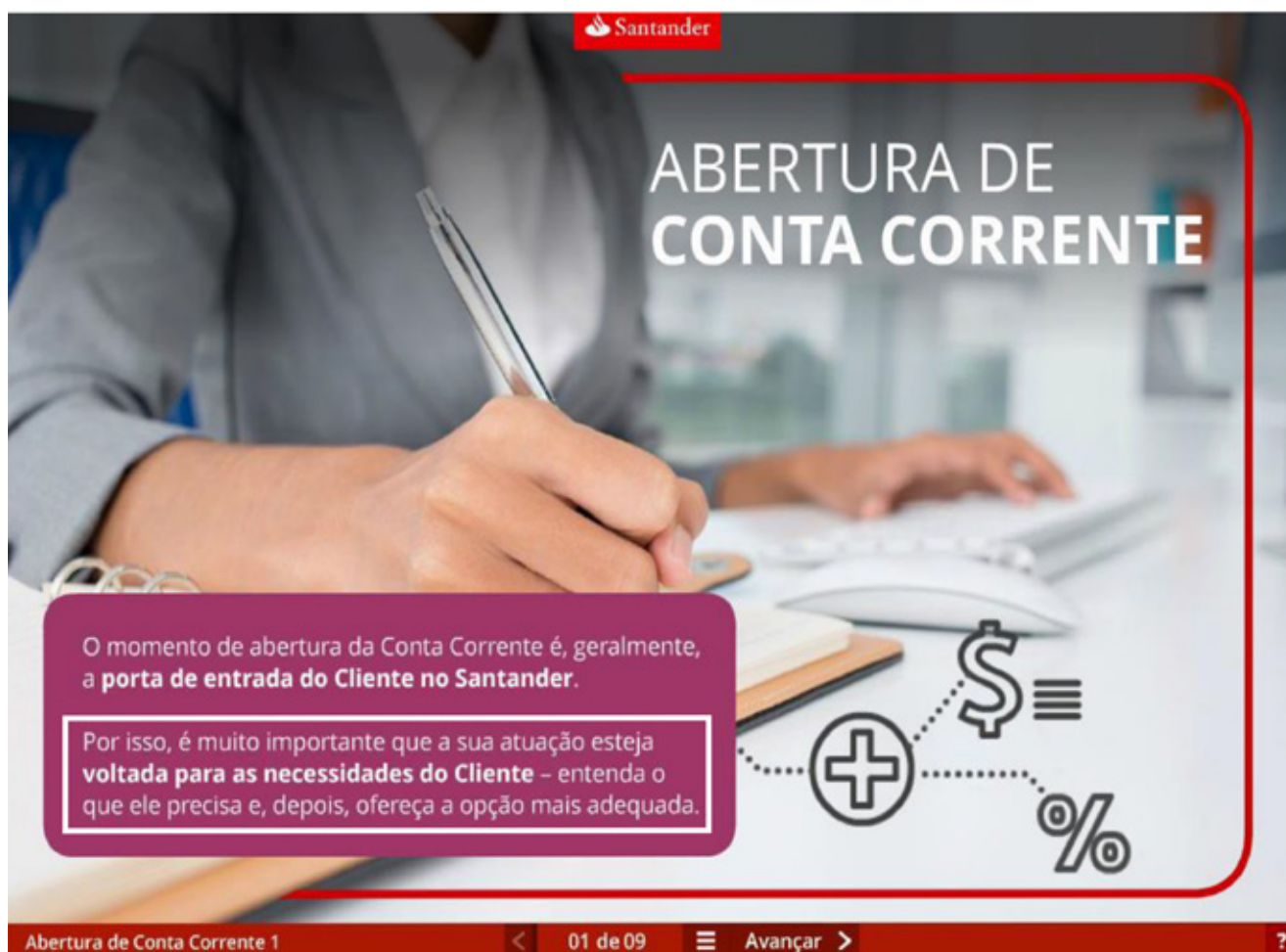
Os benefícios foram mensurados no processo de criação dos produtos e serviços a partir dos modelos estatísticos de propensão à adesão de produtos e serviços, aplicados critérios de elegibilidade que permitem a indicação do produto e serviço para o público-alvo. Tal mensuração tem processo de revisão definido para garantir a correta adequação.

Qual a prática adotada para que cada produto ou serviço seja ofertado para o seu público-alvo?



Além da **ampla comunicação tanto para orientar nossos gerentes**, quanto de transparência, evidenciando todas as opções para nossos clientes. Reforçamos muito nos **cursos de capacitação dos nossos funcionários**, ensinando-os desde o início de suas atividades, assim como na reciclagem de conhecimentos, a importância de ter o **cliente no centro** de nossos **negócios**, visando sempre os interesses deles em primeiro lugar.

Figs. 3 – Trechos do treinamento de Capacitação para abertura de conta



ABERTURA DE CONTA CORRENTE

O momento de abertura da Conta Corrente é, geralmente, a **porta de entrada do Cliente no Santander**.

Por isso, é muito importante que a sua atuação esteja **voltada para as necessidades do Cliente** – entenda o que ele precisa e, depois, ofereça a opção mais adequada.

Abertura de Conta Corrente 1 < 01 de 09 ≡ Avançar > ?



CONTA CORRENTE

Ao abrir a Conta Corrente, aproveite a oportunidade de conhecer bem o perfil do Cliente e de ofertar outros produtos de acordo com suas necessidades naquele momento, como empréstimos, financiamentos, investimentos, pacote de serviços, cartão de crédito, débito automático etc.

Assim, você fechará **negócios com mais qualidade**.

A Conta Corrente deve ser o início de um **relacionamento duradouro** com o Cliente.

Veja algumas dicas para a

ABERTURA DE UMA CONTA CORRENTE:



Garanta que o Cliente tenha em mãos toda a **documentação necessária** ao iniciar a abertura de uma Conta Corrente. Assim, o atendimento é mais rápido e ele fica satisfeito.



Caso o Cliente não tenha a documentação exigida pela Resolução 2.025 ou tenha restrições financeiras, possivelmente a Conta Corrente não poderá ser aberta.



Oferte produtos e serviços de acordo com o segmento e as necessidades do Cliente, dessa forma oferecemos um atendimento com mais qualidade e, conseqüentemente, o Cliente fica mais satisfeito.



Conheça as características da Conta Corrente e apresente ao Cliente todas as vantagens que ele terá escolhendo o Santander.

Figs. 4 – Trechos do treinamento de Capacitação sobre Tarifas



MODELO CERTO

Para o Santander, atender às **necessidades do seu Cliente** é essencial para melhorar seu relacionamento e ampliar negócios.

Por isso, o **Modelo CERTO** tem a premissa de oferecer o produto baseado nas necessidades do Cliente.

Modelo CERTO < 08 de 15 Avançar > ?



CONFIANÇA

Ser claro e transparente é importante para construir uma **relação de confiança** com o Cliente. Por isso, informe a ele todas as características do produto.

Confiança < 14 de 15 Avançar > ?

ARGUMENTOS

Ao abrir uma Conta Corrente, o Cliente pode realizar movimentações financeiras, obter cartões de crédito, solicitar empréstimo, realizar investimentos e acessar os canais de relacionamento, como Internet Banking, aplicativo do Santander e autoatendimento, para **fazer transações e consultas sempre que precisar e de onde estiver.**

Com o Pacote Boas-Vindas, os novos correntistas podem viver uma experiência inovadora de abrir uma Conta Corrente de forma rápida e prática, saindo da agência com tudo o que precisam para **começar a usar o Banco, no máximo, no dia seguinte.**

Para ter bons argumentos, é fundamental **identificar o perfil do Cliente** e entender o seu momento de vida. Converse com ele e entenda a sua necessidade para apresentar as soluções mais adequadas.

Quais os benefícios para os consumidores?



Garantia de atendimento por uma **equipe** cada vez mais **qualificada e alinhada com a cultura de Servir** do banco Santander, que procederá com a oferta mais adequada às suas necessidades, além de promover a **transparência e abundância de informação** para que o cliente tenha o discernimento necessário para decidir o que é melhor para ele.

Como eles foram mensurados?



A prática de "Dever Geral de Adequação de Pacotes de Serviços" descrita em questões subsequentes, servirá como critério de mensuração para garantir a devida aplicação da regra, pois descreve a prática utilizada para identificar clientes com utilização desenquadrada de produtos e comunicação direcionando-o à produtos mais adequados à sua utilização.

III – Demonstração de Enquadramento do Consumidor



Quais os mecanismos e critérios que demonstram o cumprimento da obrigação e pode ser considerado uma boa prática?



A segmentação comportamental do Banco do Brasil classifica o cliente pessoa física em grupos homogêneos de comportamento de consumo de produtos e serviços bancários, utilizando critério de renda e investimento. A oferta dos produtos é segmentada e disponibilizada considerando os diferentes perfis de consumidores, com informações detalhadas sobre as características dos produtos, permitindo a vinculação do melhor produto para ao cliente mediante parametrização de oferta nos sistemas do Banco.

Quais os benefícios para os consumidores?



O consumidor só será abordado se atender aos requisitos levantados como estratégicos e negociais. Além disso, há a adequação dos produtos à capacidade de consumo do cliente, que terá informações detalhadas sobre os produtos e serviços do Banco do Brasil disponibilizados ao consumidor de acordo com o seu perfil.

Exemplos

O Seguro de Vida Estilo somente será ofertado aos clientes do segmento Estilo. O seguro possui coberturas e prêmios adequados à propensão de consumo deste perfil.

Na simulação/contratação de plano de previdência – BrasilPrev, é disponibilizada árvore de decisão em que os clientes respondem às perguntas para identificar o seu perfil de investimento e a sua necessidade (se vai utilizar o plano para abater no imposto de renda, se é para filho menor, etc.).

Em relação a fundos de investimentos, além do segmento, identifica-se o perfil do investidor por meio do processo de suitability, tornando a oferta adequada tanto ao segmento quanto ao perfil (conservador, moderado, arrojado ou agressivo). Acrescente-se que alguns clientes demandam investimentos mais complexos e estruturados, enquanto outros demandam investimentos mais simples.

Como eles foram mensurados?



Considerando-se comportamento do consumidor, estágio de vida, propensão ao consumo, fatores sociais, comportamentais, etc.

Por meio do CRM - Customer Relationship Management, o Banco passa a conhecer melhor o cliente, consegue antecipar suas necessidades/expectativas e passa a fazer a oferta certa (produtos/ serviços), no canal adequado e na hora correta. Para a retroalimentação das bases do CRM, todo o atendimento prestado aos clientes é registrado no sistema corporativo, para manter o histórico e possibilitar a continuidade do atendimento, por outro funcionário, dependência ou canal.

Como métrica, o BB possui avaliação da satisfação do cliente e está inserido em modelos integrais de Atendimento (Facebook, Instagram, SAC, Twitter, CABB).

Quais os mecanismos e critérios que demonstram o cumprimento da obrigação e pode ser considerado uma boa prática?



REDE DE AGÊNCIAS - A oferta dos produtos e serviços são modelados de acordo com o público-alvo, a capacidade de pagamento e as necessidades gerais estudadas para aquele perfil.

FOMENTO - Os Manuais dos Produtos definem claramente qual o público-alvo de cada linha de financiamento de fomento, são disponibilizadas na intranet do Banco, à disposição dos funcionários outros documentos que relacionam o público-alvo da linha.

CÂMBIO - Foram mapeados no MNP de câmbio todos os perfis de clientes que seriam adequados aos produtos da área. De todo modo é realizado pesquisa de satisfação após o atendimento para medir o nível de satisfação do cliente.

Tela de adesão banparacard para funcionário efetivo do estado – Taxa 5,49% a.m.

PD_Cred - Sistema de Crédito Comercial (Versão = 3.0.71)

Cadastro Básicos Habilitação ao Crédito Apoio Administrativo Cadastro no Serasa Movimentação Financeira Migração Judicial

Adesão ao BanparaCard

CPF: Admissão: 06/11/2008

Segundo Titular
CPF: 00000000000 Está Autorizado a Realizar Transações

Adesão
Linha de Crédito: 10 BANPARACARD - EFETIVO FIXO ROTAT Nro. Contrato: 1511429
Agência: 24 Conta: Limite de Contratação: 19467,79 Nro. Proposta: 0

Valores Calculados:
Limite Potencial: 19467,79 Disponível: 3,51 Dispon. Empréstimo: 3,51 Comprometimento Máximo: 1183,45
Dia Especial Vencto(MultiServ): 25 Méd Salárial: 2958,63 Último Salário: 2958,63 Chq.Especial/MultiCred: 0,00

Base de Cálculo:

Empresa	Órgão	Matrícula	Tipo	Agência	Posto	Conta Corrente	Último Salário	Média Salarial	Produto
1	26201	9001347	1	24	0		2958,63	2958,63	FIXO ROTAT

Posição dos Empréstimos
Posição em: 13/08/2018 Saldo Empréstimo: 19568,57 Saldo em Atraso: 0,00 SALDO DEV.TOTAL: 19568,57
Rnd a Apropriar: 0,00 Amort Extraord.: 0,00

Status: **ATIVADO**

Consultar Gravar Termo de Adesão Efetiva Limite Bloquear Cancelar Limpar Sair

PD_Cred - Sistema de Crédito Comercial (Versão = 3.0.71)

Cadastro Básicos Habilitação ao Crédito Apoio Administrativo Cadastro no Serasa Movimentação Financeira Migração Judicial

Linha de Crédito

Linha de Crédito: 10 BANPARACARD - EFETIVO Sigla: FXO ROTAT

Geral
 Taxas e Cobrança
 Esquema de Amortização
 Parâmetros
 Particularidades
 Instruções Boleto
 Reneg Banparacard

Taxas de Contratação

Percentual de: 5,4900 até: 5,4900 Tipo: AM

Encargos de Inadimplência

Juros de Mora: 1,0000 Tipo: PM-Percentual ao Mês

Multas

Percentual: 2,0000

Geração de Encargos

Gera TAC? 0,0000 P-Percentual Mínima: 0,00
 Gera CPMF?

Financiamento

TAC
 Impostos (IOF e CPMF)

Tela de adesão banparacard para funcionário temporário do estado – Taxa 5,89% a.m.

PD_Cred - Sistema de Crédito Comercial (Versão = 3.0.71)

Cadastro Básicos Habilitação ao Crédito Apoio Administrativo Cadastro no Serasa Movimentação Financeira Migração Judicial

Adesão ao BanparaCard

CPF: Admissão:

Segundo Titular

CPF: 00000000000 Está Autorizado a Realizar Transações

Adesão

Linha de Crédito: 15 BANPARACARD - TEMPORARIO FXO TEMP Nro. Contrato: 1622433

Agência: 24 Conta: Limite de Contratação: 12208,01 Nro. Proposta: 0

Valores Calculados:

Limite Potencial: 14580,45 Disponivel: 2743,06 Dispon.Empréstimo: 2743,06 Comprometimento Máximo: 2712,89

Dia Especial Vencdo(MultiServ): 25 Méd Salárial: 8100,25 Último Salário: 9418,26 Chq.Especial/MultiCred: 0,00

Base de Cálculo:

Empresa	Órgão	Matricula	Tipo	Agência	Posto	Conta Corrente	Último Salário	Média Salarial	Produto
55	5501	104981	1	24	0		9418,26	8100,25	FXO TEMP

Posição dos Empréstimos

Posição em: 13/08/2018 Saldo Empréstimo: 9692,79 Saldo em Atraso: 0,00 SALDO DEV.TOTAL: 9692,79

Rnd a Apropriar: 0,00 Amort Extraord: 0,00

Status: **ATIVADO**

PD_Cred - Sistema de Crédito Comercial (Versão = 3.0.71)

Cadastro Básicos Habilitação ao Crédito Apoio Administrativo Cadastro no Serasa Movimentação Financeira Migração Judicial

Linha de Crédito

Linha de Crédito: 15 BANPARACARD - TEMPORARIO Sigla: FIXO ROTAT

Geral **Taxas e Cobrança** Esquema de Amortização Parâmetros Particularidades Instruções Boleto Reneg Banparacard

Taxas de Contratação

Percentual de: 5,8900 até: 5,8900 Tipo: AM

Encargos de Inadimplência

Juros de Mora: 1,0000 Tipo: PM-Percentual ao Mês

Multas

Percentual: 2,0000

Geração de Encargos

Gera TAC? 0,0000 P-Percentual Mínima: 0,00
 Gera CPMF?

Financiamento

TAC Impostos (IOF e CPMF)

Tela de contratação do Consignado Estadual – cliente não pertence ao público-alvo

PD_Cred - Sistema de Crédito Comercial (Versão = 3.0.71)

Cadastro Básicos Habilitação ao Crédito Apoio Administrativo Cadastro no Serasa Movimentação Financeira Migração Judicial

Consignado Estadual

Matricula: 3528 CPF: []

Banco: 037 Agência: 24 Conta: [] Nº Autorização: 0 Nº Proposta: 0

Linhas: 38 CONSIGNADO SEAD Referência SEAD: 09/2018

Nº Prestações: 120 Carência: 1 Dia Base: 30 Taxa: 2,150

Valor Solicitado: 20000,00 Valor Prestação: 494,10 CET Mensal: 2,24 CET Anual: 30,97

Valor Empréstimo: 20696,05 Valor Prestação: 494,10 TAC: 0,00 IOF: 696,05 Valor Crédito: 20000,00

Simulação Seguro Prestamista Valor do Prêmio: 4,72 Prestação com Seguro: 498,82

Nº	Data Vencimento	Valor Principal	Valor Juros	Valor Prestação
001	30/09/2018	0,00	494,10	494,10
002	30/10/2018	0,00	494,10	494,10
003	30/11/2018	0,00	494,10	494,10
004	30/12/2018	0,00	494,10	494,10
005	30/01/2019	0,00	494,10	494,10
006	28/02/2019	0,00	494,10	494,10
007	30/03/2019	41,60	452,50	494,10

Sistema de Crédito Comercial

⚠ Servidor não Cadastrado.: 000000000000000000003528-00

Gravar Simulação Solicitar Autorização Termo de Adesão Efetivar Empréstimo Limpar Sair

CLIENTE POSSUI SALDO DEVEDOR NOS PRODUTOS DE CRÉDITO

Tela de contratação do Consignado Funcionário Banpará – pertence ao público-alvo

PD_Cred - Sistema de Crédito Comercial (Versão = 3.0.71)

Cadastro Básicos Habilitação ao Crédito Apoio Administrativo Cadastro no Serasa Movimentação Financeira Migração Judicial

Consignado Banpará

Matricula: 3528 CPF: []

Banco: 037 Agência: 24 Conta: [] N° Autorização: 0004803666 N° Proposta: 0

Linha: 39 CONSIGNADO FUNCIONARIO Referência: 09/2018

Nro Prestações: 100 Carência: 1 Dia Base: 20 Taxa: 1,500

Valor Solicitado: 10000,00 Valor Prestação: 202,74 CET Mensal: 1,59 CET Anual: 21,13

Valor Empréstimo: 10342,01 Valor Prestação: 202,74 TAC: 0,00 IOF: 342,01 Valor Crédito: 10000,00

Simulação Seguro Prestamista Valor do Prêmio: 2,36 Prestação com Seguro: 205,10

Nro	Data Vencimento	Valor Principal	Valor Juros	Valor Prestação
001	20/09/2018	5,85	196,89	202,74
002	20/10/2018	47,70	155,04	202,74
003	20/11/2018	43,23	159,51	202,74
004	20/12/2018	49,06	153,68	202,74
005	20/01/2019	44,66	158,08	202,74
006	20/02/2019	45,35	157,39	202,74
007	20/03/2019	61,32	141,42	202,74

Gravar Simulação Solicitar Autorização Termo de Adesão Efetivar Empréstimo Limpar Sair

CLIENTE POSSUI SALDO DEVEDOR NOS PRODUTOS DE CRÉDITO

Quais os benefícios para os consumidores?

Com esta modelagem, o cliente poderá contratar produtos de acordo com as suas necessidades, sem perder a capacidade de arcar suas demais despesas gerais.

Os consumidores obtêm **informações claras** a respeito das linhas de financiamento que possuem disponíveis.

Como eles foram mensurados?

REDE DE AGÊNCIA - A modelagem foi realizada de acordo com o estudo da base de clientes, verificando as necessidades estabelecidas por público-alvo. **Informações advindas da Ouvidoria, SAC (Reclamações de Clientes) e do NUMAC (Pesquisa de Satisfação - produtos).**

SERVIÇOS - No que cabe a oferta dos pacotes de serviços a mensuração é realizada de forma individualizada de acordo com análise de extrato da mov. financeira do cliente. (extrato de conta corrente)

FOMENTO - Por meio do **acompanhamento das propostas recebidas e verificação do enquadramento, resultando no não recebimento de propostas com público-alvo divergente da linha de financiamento solicitada.**

Não há percentual de não enquadramento por público-alvo divergente da linha de financiamento solicitada, o número de propostas recebidas fora do enquadramento é zero.

Em cada check-list de documentos para as linhas existem documentos que comprovam se o perfil do cliente está enquadrado à linha. Exemplo: Para comprovação se o cliente é produtor Rural o imposto de renda deve ter a informação da renda adquirida com a atividade Rural.


Quais os mecanismos e critérios que demonstram o cumprimento da obrigação e pode ser considerado uma boa prática?



Há uma **segmentação** quanto aos produtos e serviços oferecidos. A política de cada produto/serviço indica o público-alvo e há o acompanhamento quanto ao enquadramento realizado na contratação. **A conformidade de aplicação das políticas, processos e procedimentos é realizada por equipe específica, sistematicamente, permitindo um alcance de índices adequados.**

Realização de monitoração nas unidades de atendimento, no mínimo 01 vez ao ano. No Agroamigo, todas as unidades com nota de conformidade inferior a 95% passam por nova monitoração no mesmo ano. Para as unidades com nota superior a 95%, uma amostra de 30% passa também por segunda monitoração. Por meio deste mecanismo, a conformidade média do Programa encontra-se em 95,3%, índice que demonstra adequação aos normativos internos. No Crediamigo, todas as unidades recebem monitoração à distância mensalmente. A depender do risco de crédito da unidade, poderá receber monitoração presencial. Atualmente, o índice de conformidade deste Programa encontra-se em 97%.

Exemplo: Trecho de política interna do Banco do Nordeste que define o processo de monitoração do Programa Agroamigo

 Banco do Nordeste
3033-MANUAL DE PROCEDIMENTOS-AGROAMIGO
Título 3 - Rotinas de Gestão
3033-03-05 - Suporte e Ações Posteriores à Monitoração Presencial das Unidades
Versão 004 - 16/04/2018
Objetivo 1 A monitoração consiste em instrumento indispensável à identificação e correção tempestiva de situações não compatíveis com a metodologia do Agroamigo, garantindo assim a conformidade das práticas de trabalho ao modelo de atuação definido, sendo as Gerências Estaduais do Agroamigo e Unidades as grandes responsáveis pelo efetivo alcance do objetivo proposto pelo procedimento.
Periodicidade 2 Cada Unidade do Agroamigo receberá pelo menos uma visita de monitoração ao ano. A adoção de ações posteriores à monitoração será realizada continuamente pelas Unidades, além de estimuladas pelas Gerências Estaduais do Agroamigo.

Quais os benefícios para os consumidores?



Aderência às suas necessidades e aos seus objetivos.

Como eles foram mensurados?



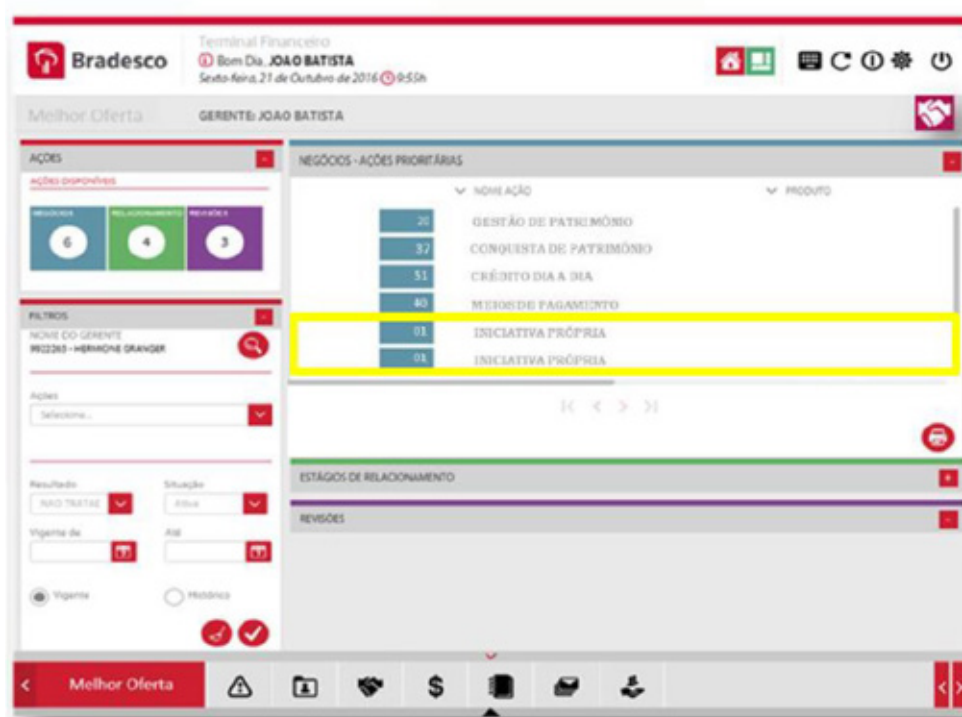
Através de índices de conformidade.

Quais os mecanismos e critérios que demonstram o cumprimento da obrigação e pode ser considerado uma boa prática?



A ferramenta SMART permite o registro das ofertas realizadas de acordo com o público-alvo do produto e o perfil do cliente, possibilitando a consulta e o acompanhamento sobre o aceite ou não da Melhor Oferta e a gestão da assertividade sobre os produtos contratados por cada cliente. Adicionalmente, caso alguma contratação seja realizada de maneira proativa, diante da solicitação ou necessidade do cliente, mesmo que a mesma não esteja indicada na plataforma como melhor oferta, o registro é realizado como "Iniciativa Própria" a fim de se manter a informação disponível, além de deflagrar as necessidades do cliente naquele momento.

Exemplo da tela da ferramenta SMART, destacando a funcionalidade "MELHOR OFERTA".



Prática em Destaque

Um mecanismo importante adotado pela Organização Bradesco é o processo de Pós Venda. Realizado pela área específica de Monitoramento da Experiência e Satisfação do Cliente, o processo de Pós-Venda é realizado com o objetivo de qualificar ainda mais a experiência de oferta e contratação indicando o grau de satisfação do cliente com a aquisição do produto ou serviço, a acessibilidade aos canais de atendimento, para verificação do atendimento das reais necessidades do cliente, reforçar os benefícios e características do produto e esclarecer possíveis dúvidas.

Um exemplo dessa prática, é Pós Venda de Abertura de Contas Classic Pessoa Física, realizado pela central específica de monitoramento da experiência do cliente no período de 20 dias após a abertura da conta corrente.

SEMPRE EM DIA Nº 5026
Quarta-feira, 26 de setembro de 2018

Bradesco

Nesta edição
Benefícios – Divulgue a Conta Fácil aos seus clientes, serviço que direciona automaticamente os depósitos feitos em conta-corrente para a poupança. *Pág. 3*

Pós-venda com cliente Classic reforça qualidade

As Agências devem dar atenção especial à abertura da conta dos clientes Classic. Na oportunidade, é essencial explicar e cadastrar a Poupança Automática ou o Invest Fácil, reforçar os benefícios da utilização do cartão de crédito, incentivando o desbloqueio, e explicar e entregar o *Guia de Facilidades* para que o cliente tenha acesso e utilize os canais digitais.

A qualidade do atendimento no primeiro contato é essencial, pois, após 30 dias da abertura da conta, a central entra em contato com os clientes para realizar a pesquisa de pós-venda e identificar o grau de satisfação, a acessibilidade aos canais de atendimento e se os produtos e os serviços ofertados atenderam as reais necessidades deles.



Esclareça todas as dúvidas do novo correntista

Para conhecer o roteiro completo do Pós-Venda Física Classic, acesse a IntraNet, Conteúdo Restrito, Bradesco Varejo, Governança de Segmentação, Monitoramento da Experiência e Satisfação dos Clientes, Pós-Venda de Abertura de Contas, Scripts de Abordagem do Pós-Venda de Abertura de Contas, Perguntas Pós-Venda Abertura de Contas Classic-2018.

Todo o processo de governança aplicado desde a concepção até o pós-venda apresenta critérios que retroalimentam a capacidade de cumprimento aos quais todos os produtos e serviços são submetidos a fim de se garantir sua adequação ao enquadramento do consumidor.

Quais os benefícios para os consumidores?

Além da gestão dos produtos ofertados, solicitados e contratados pelos clientes por meio da ferramenta SMART, o processo de Pós Venda possibilita o contato direto do consumidor com a Organização construindo um relacionamento mais transparente e assertivo. A possibilidade de um contato personalizado e a oportunidade de esclarecimento de informações adicionais ou reforço da oferta propicia aos clientes uma relação de maior segurança no consumo assertividade na oferta.

Como eles foram mensurados?

Diariamente ou a qualquer tempo pode ser realizada a análise dos registros na ferramenta SMART que possibilitam verificar todos os dados relacionados a ofertas e contratações realizadas por clientes ou segmento, um dos requisitos da abordagem dos Scripts de Pós Venda é a mensuração da satisfação dos clientes sobre o atendimento, a oferta realizada e a contratação de acordo com as suas necessidades. Neste caso é o próprio cliente que verbaliza, através de contatos gravados e auditáveis, o resultado de todo o processo de venda. A voz do cliente então, é o grande instrumento de medição de resultados e direcionador de alterações, revisitações e melhorias nos produtos e serviços.

Quais os mecanismos e critérios que demonstram o cumprimento da obrigação e pode ser considerado uma boa prática?



Há segmentação quanto aos produtos e serviços oferecidos. A política de cada produto/serviço indica o público-alvo e o acompanhamento quanto ao enquadramento no momento da contratação.

Os itens são parametrizados no sistema de captura de operações. Assim, caso não estejam em conformidade com o descrito nos RO's (**Roteiros Operacionais**), a proposta não segue na esteira de análise, fazendo-se cumprir portanto, tais critérios antes mesmo que se efetive uma proposta no sistema.

A Instituição adota regra de adequação de produtos antes da oferta e disponibilização para contratação. Dessa forma, a oferta só é realizada quando há compatibilidade do perfil do cliente com produto ou serviço.

Quais os benefícios para os consumidores?



A adoção deste mecanismo impede que uma operação seja originada fora dos parâmetros de perfil do cliente. Além disso, preserva, sobre outros aspectos, uma operação pautada em crédito responsável e transparência.

Como eles foram mensurados?



A área de Compliance avalia a cada seis meses, através de amostragem, as ligações recebidas através dos canais de comunicação com o cliente. No período em apreço, não foi percebido índices significativos de reclamação referente a oferta inadequada de produtos.



Quais os mecanismos e critérios que demonstram o cumprimento da obrigação e pode ser considerado uma boa prática?



O Itaú Unibanco adota a regra de análise e aprovação de produtos antes da oferta e disponibilização para contratação. Dessa forma, a oferta só é realizada quando a instituição financeira identifica o enquadramento do cliente no perfil do público-alvo de determinado produto ou serviço.

Áreas centralizadas e a área comercial fazem ofertas através de listas e *warnings* que contém um público previamente selecionado.

Quais os benefícios para os consumidores?



O consumidor recebe a oferta da Instituição Financeira em conformidade com as suas necessidades, interesses e objetivos. Além disso, o banco olha o cliente como um todo para fazer a priorização de oferta de produtos e serviços (ex: Investimentos, renegociações, produtos de crédito).

Como eles foram mensurados?



Acompanhamento do índice de solicitação de Cancelamento dos produtos pelo cliente;
Acompanhamento dos índices de inadimplência. A redução nos índices de inadimplência nos mostra que os produtos estão adequados a necessidade do cliente e que a aquisição foi realizada com consciência;
Acompanhamento do Ranking BACEN de satisfação dos clientes;
Pesquisas internas de satisfação com os clientes.

Quais os mecanismos e critérios que demonstram o cumprimento da obrigação e pode ser considerado uma boa prática?



Monitoramento adequado do pós-venda:

- i. **Confirmação da contratação de produtos e serviços via call center**, com o objetivo de certificar o entendimento e a transparência no atendimento recebido pelo cliente;
- ii. **Envio de mensagens de SMS** contendo informações referentes às características dos produtos e serviços adquiridos;
- iii. Envio pelos Correios do contrato das operações de crédito;
- iv. Entrega do comprovante do CET; e
- v. Entrega do Demonstrativo de Produtos e Serviços contratados na abertura da conta.

Quais os benefícios para os consumidores?



Todo o processo de oferta /venda garante a voluntariedade do cliente na contratação do produto /serviço. Além disso, **novas comunicações são feitas com o consumidor, após a contratação, com objetivo de criar uma rede de segurança, permitindo a confirmação da sua escolha, esclarecimento de dúvidas posteriores, inclusive o cancelamento sem qualquer prejuízo ao cliente.**

Como eles foram mensurados?



Os benefícios são mensurados por meio dos relatórios do SAC e Ouvidoria.

Quais os mecanismos e critérios que demonstram o cumprimento da obrigação e pode ser considerado uma boa prática?



A prática de “Dever Geral de Adequação de Pacotes de Serviços” descrita em questões subsequentes, é uma boa prática que evidencia o cumprimento desta obrigação, pois descreve a prática utilizada para identificar clientes com utilização desenquadrada de produtos e comunicação direcionando-o à produtos mais adequados à sua utilização.

Quais os benefícios para os consumidores?



Recebimento de uma oferta aderente às suas necessidades presentes, com a disponibilidade de serviços adequados à sua utilização regular, visando o melhor custo benefício para o cliente. Além de transparência e abundância de informação para que tenha o discernimento necessário para decidir o que é melhor para ele.


Como eles foram mensurados?



Um mês após a comunicação sobre a prática de “Dever Geral de Adequação de Pacotes de Serviços” descrita em questões subsequentes, foram levantados os volumes de troca/ encerramento de pacotes realizados por este público. Iremos tornar esta prática recorrente, a fim de garantir que o cliente tenha sempre o produto mais adequado.

IV – Informações de Não Enquadramento




Qual a prática adotada para que o consumidor possa identificar, antes e após a contratação, que ele não se enquadra no perfil a que determinado produto ou serviço é destinado? 

A oferta de produtos/serviços realizada pelo Banco do Brasil já é, por si só, direcionada ao perfil compatível, desde a concepção do produto/serviço é definido o público a que se destina, não sendo disponibilizado para os demais segmentos/nichos de clientes.

A seleção do melhor produto ao cliente é disponibilizada pela ferramenta CRM – Customer Relationship Management do sistema corporativo, para as ofertas ativas (presenciais ou por canais remotos). Como a oferta é realizada com base no perfil do cliente, o sistema não disponibiliza a contratação do produto ou serviço não aderente.

Na área de investimentos, o sistema alerta o cliente de que o produto não está aderente ao seu perfil, mas é possível a contratação desde que o cliente confirme o "Termo de Ciência de Inadequação".

Há disponibilidade de informações sobre as características dos produtos no site e durante a contratação nos canais eletrônicos, bem como orientações pelos funcionários das agências.

Que mecanismos a IF elegeu para o consumidor identificar essa inadequação ao produto ou serviço? 

As informações e as características dos produtos e serviços do BB estão disponíveis nos canais de autoatendimento, bem como nos materiais publicitários (folders, filipetas, etc.) das agências, incluindo o público a que se destina.

Caso o cliente não faça parte do público-alvo, **ele saberá no momento da contratação**, pois o sistema não disponibilizará o produto ou serviço.

Além disso, o cliente dispõe de acesso ao SAC (Serviço de Atendimento ao Consumidor) e a Ouvidoria, para obter maiores esclarecimentos.

Quais os benefícios para o consumidor? 

Comodidade e transparência aos consumidores ao ter ciência das suas escolhas e adequação/inadequação dos produtos consumidos, de acordo com o seu perfil, com adequação dos produtos à capacidade de consumo do cliente.

Como eles foram mensurados? 

Considerando-se comportamento do consumidor, estágio de vida, propensão ao consumo, fatores sociais, comportamentais, etc.

Qual a prática adotada para que o consumidor possa identificar, antes e após a contratação, que ele não se enquadra no perfil a que determinado produto ou serviço é destinado?



REDE DE AGÊNCIA - No momento anterior a contratação, são apresentadas todas as condições dos produtos e serviços ao cliente, como o funcionamento do produto, valores liberados e metodologia de pagamento. Posteriormente, o cliente recebe estas informações nos contratos e termos de adesão, da mesma forma. A ideia é mostrar para o cliente antes da contratação que o produto está adequado ao seu perfil.

SERVIÇOS - O consumidor pode identificar onde está enquadrado a qualquer momento. A IF disponibiliza através de canais como as agências e o site corporativo, a tabela de tarifas e de pacotes, nas quais estão dispostos todos os serviços disponíveis ao cliente. No ato da contratação e posteriormente, o cliente recebe todas as informações de utilização dos serviços.

CÂMBIO - O cliente de câmbio entra em contato com a mesa de operações de câmbio onde um operador habilitado irá atendê-lo de forma a esclarecer todas as características dos produtos da área.

Que mecanismos a IF elegeu para o consumidor identificar essa inadequação ao produto ou serviço?



A **apresentação das condições contratuais** no momento anterior e posterior à contratação, na **rede de agências**. E também disponibilizados **nos canais e no site corporativo**, o cliente pode identificar as tabelas com as tarifas e pacotes de serviços, nas quais estão dispostos todos os serviços disponíveis ao cliente.

Quais os benefícios para o consumidor?



Como benefícios, o consumidor pode avaliar se aquele produto e serviços estão aderentes às suas necessidades, com a devida informação acerca do que foi ofertado e contratado.

Como eles foram mensurados?



Mensuração através de pesquisa de satisfação e demandas SAC/Ouvidoria.




Qual a prática adotada para que o consumidor possa identificar, antes e após a contratação, que ele não se enquadra no perfil a que determinado produto ou serviço é destinado? ?

Antes da contratação, **Palestra Informativa e atendimento personalizado**, por meio de Agente de Microcrédito. Após a contratação, disponibilização de canais de atendimento ao consumidor, nos quais o cliente pode se informar sobre os produtos e serviços e registrar reclamações.

Que mecanismos a IF elegeu para o consumidor identificar essa inadequação ao produto ou serviço? ?

Palestras Informativas nas comunidades rurais e urbanas, disponibilização de páginas específicas dos Programas de Microfinanças no site do Banco do Nordeste (www.bnb.gov.br) e canais de relacionamento com o cliente.

Exemplo: Controle de presença de clientes em palestras informativas promovidas por agentes de microcrédito do Agroamigo



CONTROLE DE PALESTRAS INFORMATIVAS E EVENTOS

Unidade: <u>Itabirama</u>	Agente de Microcrédito: <u>Jailson Mendes</u>
Data: <u>22/08/2018</u>	Município/Comunidade/Povoado: <u>U.S. Aparecida / Pav. Caminda</u>
Tipo de Evento: <input checked="" type="checkbox"/> Palestra Informativa <input type="checkbox"/> Palestra de Desembolso <input type="checkbox"/> Outro, Qual? _____	
Nº de Participantes / Clientes: _____	
Nº de Participantes / Parceiros: <u>1</u>	

Nº	Nome Completo do Participante / Apelido	Contato	Outras Linhas
1	[Redacted]	[Redacted]	<input type="checkbox"/> Sim
2	[Redacted]	[Redacted]	<input type="checkbox"/> Sim
3	[Redacted]	[Redacted]	<input type="checkbox"/> Sim
4	[Redacted]	[Redacted]	<input type="checkbox"/> Sim
5	[Redacted]	[Redacted]	<input type="checkbox"/> Sim
6	[Redacted]	[Redacted]	<input type="checkbox"/> Sim
7	[Redacted]	[Redacted]	<input type="checkbox"/> Sim
8	[Redacted]	[Redacted]	<input type="checkbox"/> Sim
9	[Redacted]	[Redacted]	<input type="checkbox"/> Sim

Não! É bem simples, os documentos necessários são somente três: CPF, RG e comprovante de residência.

Como eu vou pagar?

Temos diversas opções de parcelamento e produtos feitos para atender aos seus sonhos de crescer.

Confira alguns planos de financiamento*

Valor líquido	Período	Prestação**	Valor total a pagar
R\$ 500,00	4 parcelas	R\$ 134,56	R\$ 538,24
R\$ 1.000,00	5 parcelas	R\$ 217,16	R\$ 1.085,80
R\$ 2.000,00	6 parcelas	R\$ 365,07	R\$ 2.190,42

Maravilha! E como eu faço para obter um empréstimo?

Basta ligar para o 0800 728 3030 que um agente de microcrédito vai até você.

Utilize seu crédito de forma consciente

* Simulação para o produto Giro Popular Solidário, constituído de grupos solidários de 3 a 10 pessoas. ** Já incluídos nas prestações: taxas de juros, taxa de abertura de crédito e seguro opcional. Taxa de juros (anual) de 22,42%. Taxa de juros (mensal) de 1,70%. Custo efetivo total respectivamente (anual): 42,80%; 39,42%; 37,06%.

SAC 0800 728 3030
Ouvidoria 0800 033 3033
www.bancodonordeste.gov.br

Acelerar para desenvolver

CrediAmigo
Banco do Nordeste

facebook.com/bancodonordeste

O CrediAmigo é operacionalizado pelo Instituto Nordeste Cidadania – Inec.

Quais os benefícios para o consumidor?

Esclarecimento ágil sobre produtos e serviços que os clientes venham a contratar junto ao Banco do Nordeste.

Como eles foram mensurados?

Dados fornecidos pela Central de Relacionamento com o Cliente quanto a informações prestadas sobre produtos e serviços.



Qual a prática adotada para que o consumidor possa identificar, antes e após a contratação, que ele não se enquadra no perfil a que determinado produto ou serviço é destinado?



O processo de contratação, incluindo os momentos pré e pós, está definido com o objetivo de prover ao cliente e a Organização a capacidade de identificação de enquadramento da sua aquisição de produtos e serviços:



Práticas em Destaque:

- **Disponibilização de Informações e Regras Gerais sobre Produtos e Serviços**

As informações sobre todas as características dos produtos e serviços Bradesco ficam disponíveis em todos os canais e pontos de contato com o cliente de maneira íntegra e contendo regras gerais capazes de apoiar o esclarecimento e a escolha do cliente ou usuário diante da melhor opção que atenda o seu perfil, inclusive ofertando opções em comparação e customização dos benefícios e valores de acordo com a sua conveniência, necessidade e escolha.

Exemplo da oferta de Cestas de Serviços NEXT via Mobile e suas variações de acordo com o perfil do cliente.

next

• next • Flow • Vaquinha • Objetivos • Mimos • **Propostas** • Trazer Meu Salário

Abra sua conta

Na Faixa

Conta corrente • Cartão de débito/crédito

R\$ 0/mês

Visa Internacional
Cartão de crédito Visa Internacional grátis*

Serviços inclusos

Transferências pra next e Bradesco	Ilimitadas
Transferência pra outros bancos	1 DOC/TEO por mês
Saque em ATMs Bradesco e Banco24Horas	Ilimitados
Comprovantes e Extratos	Ilimitados

Mimos e parcerias exclusivas

next + Flow + Vaguetta + Objetivos + Mimos + **Propostas** + Trazer Meu Salário **Abra sua conta**

Na Medida
5 meses grátis

Cesta next

Transferências limitadas pra qualquer banco e saques limitados em todos os caixas Bradesco e Banco24horas.

Visa Internacional

Cartão de crédito com isenção por tempo indeterminado*

R\$ 9,95/mês

- ✓ Mimos e parcerias exclusivas
- ✓ Assistência wagon

Saiba mais

Tem tudo
5 meses grátis

Cesta next

Transferências limitadas pra qualquer banco e saques limitados em todos os caixas Bradesco e Banco24horas.

Visa Gold

Cartão de crédito Visa Gold*

R\$ 29,95/mês

- ✓ Mimos e parcerias exclusivas
- ✓ Pontos Livelo - Cada 1 USD gasto no Brasil ou no exterior = 10 ponto

Saiba mais

Turbinado
5 meses grátis

Cesta next

Transferências limitadas pra qualquer banco e saques limitados em todos os caixas Bradesco e Banco24horas.

Visa Platinum

Cartão de crédito Visa Platinum*

R\$ 39,95/mês

- ✓ Mimos e parcerias exclusivas
- ✓ Pontos Livelo - Cada 1 USD gasto no Brasil ou no exterior = 15 ponto

Saiba mais

*Sujeito à aprovação de crédito. Isenção promocional por tempo indeterminado.

Você também pode criar a sua própria proposta.
[Clique aqui pra ver mais detalhes](#)

Exemplo da possibilidade de comparativo dos benefícios de Títulos de Capitalização via Internet Banking.

ACESSO INTERNET BANKING Agência Conta OK Lembre-me Como Usar +

Para Você Exclusivo Prime Private Bank Meu Perfil Meu Bradesco Minha Empresa Meu Poder Público

ABRA SUA CONTA Início Produtos e Serviços Capitalização Prêmio Encotre seu Título Compare seu Título

Compare seu Título

Compare os títulos, encontre as vantagens e as benefícios que você procura e compare já e seu!

Ver para a lista de títulos

	Prêmio Bradesco Empresa Socioambiental	Prêmio Max Prêmios Bradesco Capitalização	Prêmio Bradesco Nikai
Valor dos Prêmios	✓ 6 prêmios de R\$ 1 milhão*	✓ R\$ 15 mil a R\$ 75 mil	✓ R\$ 100 mil*
Sorteios	✓ 3 sorteios em Junho e Dezembro para Loteria Federal	✓ Todos os sábados pela Loteria Federal	✓ Todos os meses pela Loteria Federal, exceto o mês de dezembro
Sorteios Especiais	✓ Não	✓ Não	✓ R\$ 2 milhões* no último sábado dos meses de dezembro
Cada título começa com	✓ 0 número(s) de sorte	✓ 2 número(s) de sorte	✓ 4 número(s) de sorte
Tipo de Pagamento	✓ Único	✓ Mensal	✓ Único
Valor do Pagamento	✓ R\$ 50.000,00	✓ R\$ 20,00 a R\$ 100,00	✓ R\$ 1.000,00
Prazo de Vigência	✓ 12 meses	✓ 60 meses	✓ 24 meses
Carência para resgate	✓ 6 meses	✓ 12 meses	✓ 12 meses

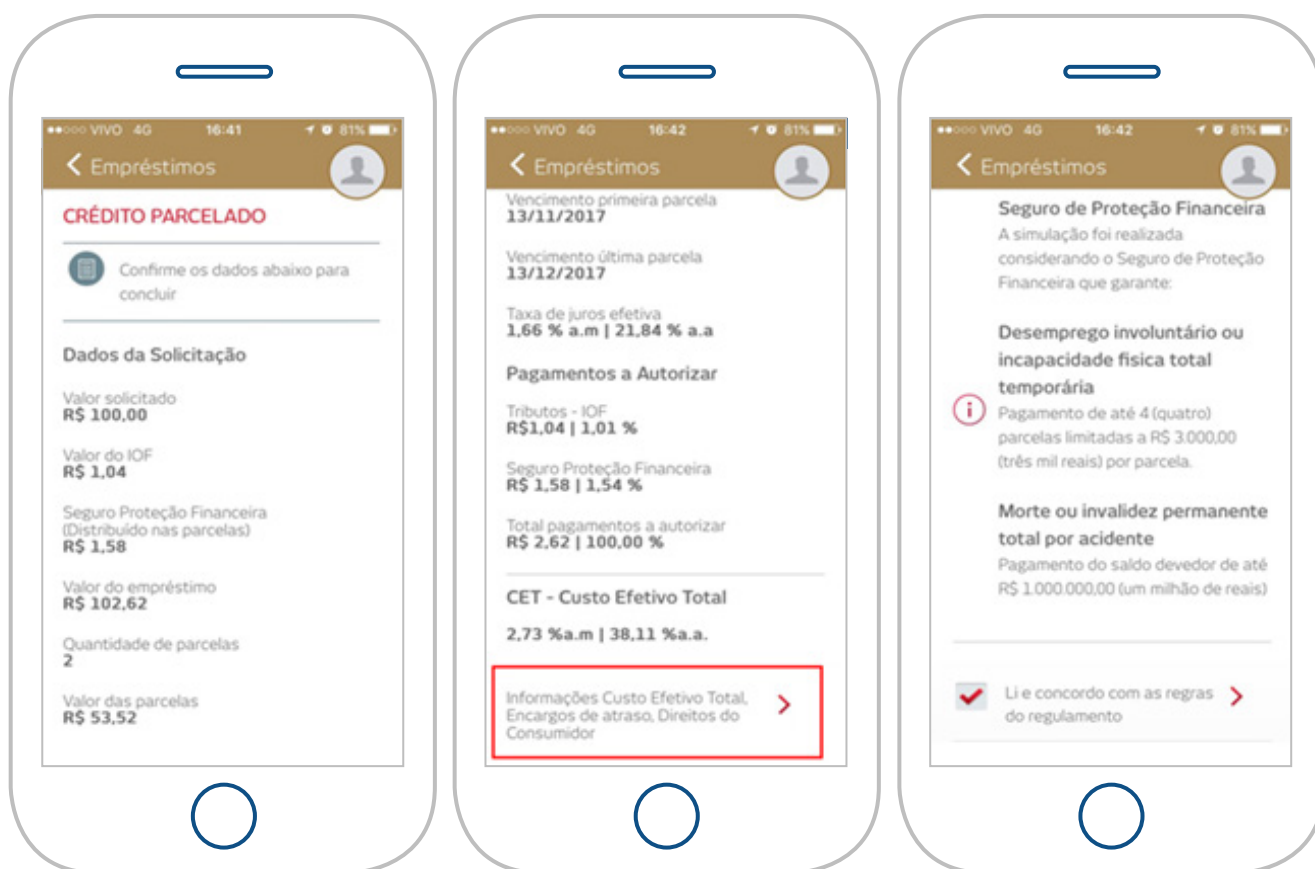
CONHEÇA TAMBÉM

- MINI JOKER**
Lembre sua combinação e confira se ganhou
- SEU TÍTULO**
Tudo sobre o seu título em um só lugar
- SORTeios**
Acompanhe os resultados e confira se você ganhou

• **Simulações com cálculo e condições de contratação**

As simulações de produtos e serviços Bradesco permitem que o cliente verifique se a oferta ou escolha está de acordo com o seu perfil e sua capacidade financeira. No momento em que é realizada, antecipadamente a contratação, são demonstrados todos os possíveis benefícios, condições e encargos quando houver. A partir do resultado o cliente e usuário pode utilizá-los para decisões e planejamento antes mesmo da contratação.

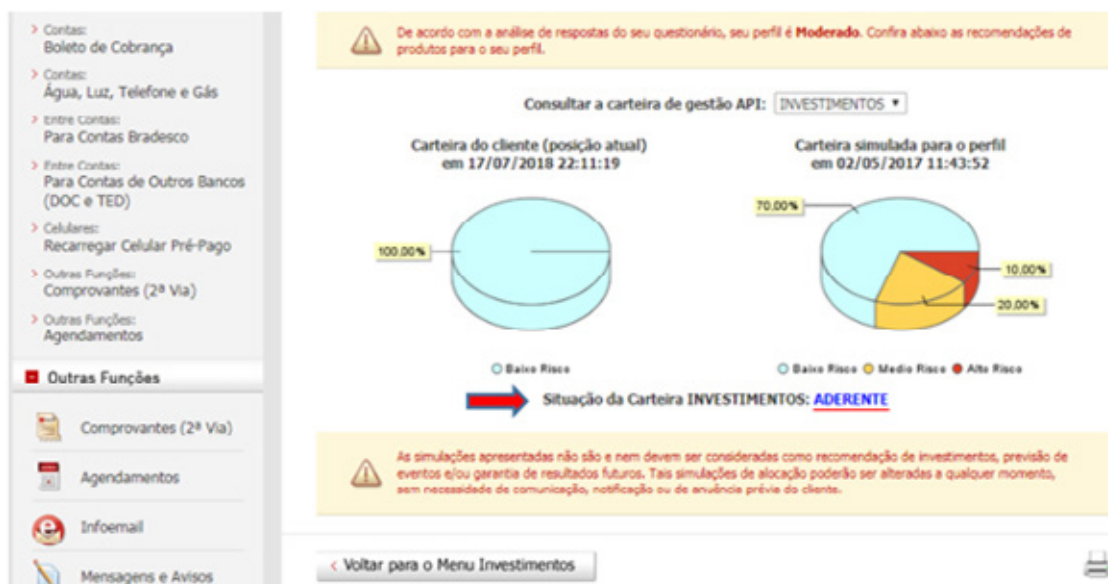
Exemplo de simulação de Crédito Parcelado e suas condições realizado via App Exclusive.



- **Alertas sobre a melhor contratação**

De acordo com as informações cadastrais e fornecidas pelo cliente e suas necessidades, análises são realizadas possibilitando a verificação de aderência entre as características do produto e o perfil do cliente. Caso as informações não estejam aderentes, o cliente é alertado a rever suas escolhas e o Bradesco direciona recomendações de produtos e serviços mais adequados ao seu perfil.

Exemplo de análise aderente ao Investimento e recomendação de produtos adequados ao perfil no Internet Banking.



- **Consulta e acompanhamento das características do contrato**

Após a contratação do produto ou serviço, os contratos e condições podem ser consultados a qualquer tempo para que o cliente ou usuário tenha a segurança e transparência do que foi contratado. O acesso pode ser realizado de maneira física ou digital

Exemplo do resumo das condições de Seguro de Vida contratado, acessível via Internet Banking.

Bradesco Exclusivo
Internet Banking

Quarta-feira, 3 de Outubro de 2018 Tempo restante: 23 min Pesquisar: [] OK

Saldos e Extratos Pagamentos Transferências Cartões Comércio Celulares Câmbio
Empréstimos Investimentos Home Broker Seguros Previdência Capitalização Outros Serviços

Meu Bradesco
Boa tarde,

Entre Contas: Para Contas Bradesco
Entre Contas: Para Contas de Outros Bancos (DOC e TED)
Celulares: Recarregar Celular Pré-Pago
Outras Funções: Comprovantes (2ª Via)
Outras Funções: Agendamentos

Outras Funções
Comprovantes (2ª Via)
Agendamentos
Infoemail
Mensagens e Avisos
Calculadora
Códigos de Acesso Rápido

Apoio e Atendimento
Telefones Bradesco Contate seu Gerente

Encontre outras opções do Internet Banking na seção Personalização e Segurança

Página Inicial > Seguros > Vida: Dados da Apólice

Dados da Apólice
As informações a seguir representam os dados de seu seguro.

Apólice Selecionada Selecionar outra apólice

Nome: [] Plano: VIDA MÁXIMA MULHER BRADESCO - CANAL REDE
Apólice: [] Número do certificado: 562
Início da vigência: 06/07/2018 Fim da vigência: 05/07/2019

Dados da Apólice
Código SUSEP: 15404.000457/2004-61
Tipo de cobrança: DEBITO EM CONTA
Frequência dos Pagamentos: MENSAL

Dados das Coberturas

Coberturas contratadas:	Descrição	Capital Segurado
	MORTE	65.849,71
	DIAG. DE CANCER DE MAMA E GIN.	16.462,44
	ASSISTENCIA FUNERAL FAMILIAR	0,00
	SEGUNDA OPINIAO MEDICA INDIV.	0,00
	INFORMACAO NUTRICIONAL	0,00
	ASSISTENCIA RESIDENCIAL (MAN)	0,00
	ALTERNATIVA SAUDAVEL	0,00
	REDE DE DESCONTO	0,00

Dados do Beneficiário

Beneficiário	Grau de Parentesco	Porcentagem de Divisão (%)
[]	[]	50,00
[]	[]	50,00

Condições Gerais - PDF

Bradesco Vida e Previdência

Central de Atendimento
No Brasil: 0800 775 3415
No Exterior: 55 11 2664 4014 (ligue a cobrar)
Atendimento das 7h às 22h, 7 dias por semana.

Serviço de Atendimento ao Consumidor:
SAC: 0800 721 1144
SAC: Deficiência auditiva ou de fala: 0800 701 2778
Atendimento 24 horas, 7 dias por semana.
Reclamações, cancelamentos e informações gerais.

Central de Alarme
No Brasil: 0800 775 3415
No Exterior: 55 11 2664 4014 (ligue a cobrar)
Atendimento 24 horas, 7 dias por semana.

Ouvvidoria: 0800 701 7000
Atendimento das 8h às 18h (horário de Brasília), de 2ª a 6ª, exceto feriados.
Contate a Ouvvidoria se não ficar satisfeito com a solução apresentada.

Exemplo do resumo da disponibilização dos documentos, termos de adesão a produtos e serviços e condições já contratadas pelo cliente, acessível via Internet Banking.

The screenshot shows the Bradesco Internet Banking interface. The main content area is titled 'Outros Serviços' and contains several sections: 'Portabilidade de Salário', 'Cheques', 'Documentos', 'Comprovantes (2ª Via)', 'Débitos Automáticos', 'Condições', 'Renovação de Dívidas', and 'Outras Opções'. The 'Documentos' section is highlighted with a red box and lists the following items:

- Comprovantes de Rendimentos Pagos e de Impostos sobre a Renda Retida na Fonte
- Informe de Rendimentos - IRPF
- Comprovante de Imposto de Renda IRPF
- Informe de Rendimentos - Outros Bancos
- Demonstrativo de Crédito de Benefício - INSS
- INSS - Cadastro Único Inicial de Acesso ao Portal 'Meu INSS' (INCL)
- Comprovante Salarial
- Cheques, Depósitos e Recibos
- Solicitar Cópia de Documentos
- Consultar Documentos Solicitados
- Abertura de Contas
- Contrato de Abertura de Contas
- Termos Adesão Produtos
- Termos Adesão Contas
- Termos de Adesão ao Programa de Benefícios

• Demonstração de consumo e utilização

Está disponível para o cliente nos meios digitais, informações que demonstram o nível de utilização e consumo dos benefícios ou serviços dos produtos incluindo franquias e limites de utilização. A partir dessas informações é possível identificar o atendimento das suas necessidades e adequar o produto ou serviço caso não esteja de acordo com o seu perfil.

Exemplo de Extrato de Consumo de Cestas de Serviços com valores, franquias contratadas e utilização, acessível via Internet Banking.

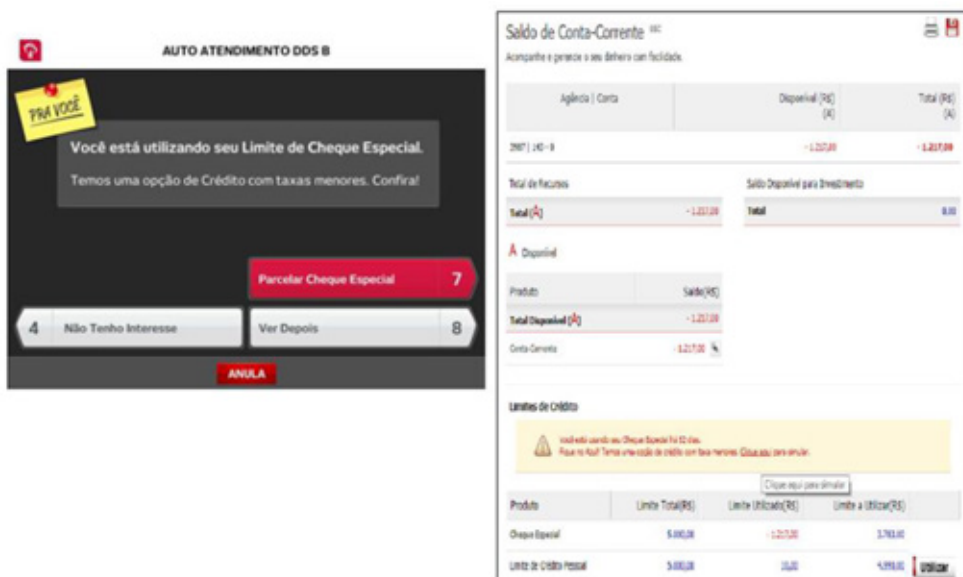
The screenshot shows the Bradesco Internet Banking interface for the 'Extrato de Utilização de Serviços' page. The page displays a table with columns for 'Serviços Utilizados', 'Quantidade', and 'Valores (R\$)'. The table shows usage for 'Cafeteria', 'Cheques', and 'Comprovantes (2ª Via)'. The 'Quantidade' column is further divided into 'Contratada', 'Efetuada', and 'Excedente'. The 'Valores (R\$)' column is further divided into 'Utilizados por Transações' and 'Tarifas Excedidas'.

Serviços Utilizados	Quantidade			Valores (R\$)	
	Contratada	Efetuada	Excedente	Utilizados por Transações	Tarifas Excedidas
Cafeteria					
Condição de Cadastro para Início de Relacionamento	Benefício	0	0	30,00	0,00
Cheques					
Fornecimento de Folha de Cheque	11	0	0	1,05	0,00
Fornecimento de Extrato Pessoal de Conta de Depósito à Vista e de Previdência					
Conta Corrente - Autocredenciamento/Par Filial/Banco/Itinerar (Limitado na Internet e Bradesco Celular)	2	0	0	2,70	0,00
Conta Corrente - Correspondente no País	0	0	0	1,05	0,00
Presença Conta FIEL - Autocredenciamento/Par Filial/Banco/Itinerar (Limitado na Internet e Bradesco Celular)	4	0	0	2,70	0,00
Presença Conta FIEL - Correspondente no País	0	0	0	1,05	0,00
TOTAL	4	0	0	0,00	0,00

- **Contato e Oferta de novas Opções**

Por meio de monitoramento das informações de consumo e de utilização, contatos e alertas são enviados diretamente ao cliente ofertando opções alternativas para o produto ou serviço que já foi contratado.

Exemplo de alerta de utilização de Limite de Cheque Especial via Auto atendimento.



Exemplo de alerta de utilização de Limite de Cheque Especial via Mobile.



Que mecanismos a IF elegeu para o consumidor identificar essa inadequação ao produto ou serviço?



Seguindo a prática demonstrada por todos os critérios estabelecidos no modelo pré e pós contratação, as informações necessárias para identificação do consumidor quanto à inadequação dos produtos e serviços está disponível em todos os canais de acesso do cliente com o Bradesco, sejam eles físicos ou digitais incluindo o autosserviço.

Quais os benefícios para o consumidor?



O principal benefício ao consumidor é a facilidade de acesso às informações dos produtos contratados apoiando-o e permitindo sua análise na viabilidade da manutenção do produto ou de novas formas benefícios. O acompanhamento de consumo é primordial para que o cliente realize seu planejamento financeiro, reveja suas necessidades e adeque seus produtos e serviços de acordo com o que deseja de maneira consciente e sustentável. O modelo de gestão pré e pós contratação é permeado durante todo o ciclo da jornada do cliente, sendo assim, não há momento específico para identificação de uma possível inadequação, mas sim a geração da oportunidade ao cliente de identifica-la a qualquer momento, sempre que julgar necessário.

Como eles foram mensurados?



A mensuração dos benefícios aos consumidores se dá por meio do acompanhamento do volume de atendimento ao cliente. É possível mensurar a sua assertividade pela quantidade de interações recebidas e realizadas, indicadores de aprovação/recusa de crédito, novas contratações por canais de autoatendimento, conversão de ofertas recomendadas, recontrações e renovações de consumo. A diminuição da utilização de canais de atendimento para solicitações de informações relacionadas a produtos e serviços também são capazes de demonstrar a assertividade da disponibilização das informações relacionadas a contratação e o seu entendimento por parte dos clientes.

Qual a prática adotada para que o consumidor possa identificar, antes e após a contratação, que ele não se enquadra no perfil a que determinado produto ou serviço é destinado?



O site da CCB Financeira, revela os principais produtos com suas características, parâmetros e público-alvo.

No que se refere ao produto consignado, o Correspondente, na abordagem/entrevista com o potencial consumidor, checa inicialmente se ele pertence a um Órgão Público (servidores | Gov., Pref. e Autarquias), ou ao INSS (Aposentados e Pensionistas). Munido desta informação, realiza o enquadramento seguindo o Roteiro Operacional.

Após a contratação, é disponibilizado através de 0800, nossos canais de atendimento ao cliente, consulta de informações ou dúvidas sobre a contratação. Todo suporte necessário é disponibilizado e prestado ao cliente, seja no pré ou pós contratação.

Abaixo, demonstramos algumas informações disponíveis no site.

Figura 8. Informações disponíveis no site da CCB Financeira ao Cliente



PLANOS
em até **72** meses

Viva seus sonhos com segurança

PRODUTOS

EMPRÉSTIMOS

- > CONSIGNADO FUNCIONÁRIO PÚBLICO
- > CONSIGNADO INSS

CARTÃO

- > CARTÕES DE CRÉDITO

Empréstimo Consignado INSS

Viva seus sonhos com segurança

Se você é aposentado ou pensionista do INSS, a CCB Brasil Financeira oferece empréstimo pessoal pré-aprovado*, que você pode usufruir em uma única vez ou em várias solicitações. O Crédito INSS CCB Brasil Financeira é ideal para quem deseja reforçar o orçamento familiar, fazer pagamentos, cobrir despesas extras ou até mesmo realizar aquele sonho tão esperado. As parcelas são descontadas no seu benefício.

Consulte um correspondente autorizado e peça já seu empréstimo.



PLANOS
em até **60** meses

Viva seus sonhos com segurança

PRODUTOS

EMPRÉSTIMOS

- > CONSIGNADO FUNCIONÁRIO PÚBLICO
- > CONSIGNADO INSS

CARTÃO

- > CARTÕES DE CRÉDITO

Empréstimo Consignado Funcionário Público

Viva seus sonhos com segurança

Se você é Servidor Público, a CCB Brasil Financeira tem uma linha de crédito feita especialmente para você. Rápido, totalmente seguro e sem burocracia, o Crédito Fácil Funcionário Público é pré-aprovado*, não está sujeito a consultas e ainda é descontado em folha.

Vantagens

- Dinheiro rápido e fácil;
- Uma das melhores taxas do mercado;
- Não é necessário avalista nem outras garantias;
- Parcelas são descontadas em folha de pagamento;
- Pagamento em até 60 meses;
- Compramos dívida.

Além disso, a CCB Brasil Financeira também renegocia dívidas.

[Clique aqui](#) para solicitar mais informações.

* Conforme normas estabelecidas nos convênios com a CCB Brasil Financeira.

Seja consciente ao utilizar seu crédito. Certifique-se de que a operação se encaixa no seu planejamento financeiro.

Portabilidade de Crédito

Traga seu empréstimo ou financiamento de outras instituições para a CCB Brasil Financeira com vantagens exclusivas. Saiba mais sobre a **Portabilidade de Crédito**.

Figura 9. Serviços Disponíveis ao Consumidor



Estão disponíveis aos consumidores diversos serviços de informações e esclarecimento de através do site da CCB Financeira.

Figura 10. Canais de Atendimento



Estão disponíveis também os telefones para contato, em caso de dúvidas ou novas solicitações.

Que mecanismos a IF elegeu para o consumidor identificar essa inadequação ao produto ou serviço?



Ao acessar o site da Financeira, o consumidor consegue identificar se está enquadrado em algum dos produtos ofertados pela Instituição. Outro mecanismo disponível, é a **própria entrevista com o Correspondente Bancário** onde ele poderá dirimir suas dúvidas a respeito do perfil adequado e seu respectivo enquadramento.

Figura 11. Tabela pré-fixada utilizada pelo Correspondente

Taxas e Prazos

Definição de Taxas

Método para cálculo:
Carência Fixa / Taxa Fixa ▼

Faixa de parcelas (de 1 a 400):	Faixa de taxa (de 0 a 99.99):	Taxa Tabelão:	Taxa CET máx:	Taxa Canal Web:
72;	1,52-1,67;	1,6700	0,0000	0,0000
		0,0000	0,0000	0,0000
		0,0000	0,0000	0,0000
		0,0000	0,0000	0,0000
		0,0000	0,0000	0,0000
		0,0000	0,0000	0,0000

Validar taxa AP na faixa da taxa:

Tipo de cálculo de operação: Vlr.Parc., Vlr.Sol. ou Tx.Oper. ▼
 Alt. Def. (S/N): Taxa contém IOF: Sim ▼
 Tx. Jr. contém comissão: Não ▼
 Ocultar taxas: Não ▼

Dias do 1º período para cálculo de carência fixa: 47
 Qtde decimais Fator Price: 6

IOF e Alíquotas

Tipo: Decreto 2219 ▼
 Física a.a.: 2,9930
 Física a.d.: 0,0082
 Jurídica a.a.: 1,5000
 Jurídica a.d.: 0,0041

Financiar: Sim ▼
 Debitar: Sim ▼

Vencimentos

Tipo de Cálculo vcto: Folha de Pqto. ▼
 Periodicidade de vcto: Mensal ▼
 Carência Inicial:
 Carência Final:
 Carência Default:

Tipo Fech. Folha: Fixo ▼
 Dia Fech. Folha: 2
 DU/DC Fech. Folha: DU ▼
 Dia Débito: 6
 DU/DC Débito: DU ▼
 Faixa de Carência: 1

Meses sem desconto
Simulação 1º vcto

Taxa de Conferência / Controle

Tipo de Conferência mínima: Não efetua conferência ▼
 Taxa de Conferência:

Tipo de Conferência máxima: Não Efetua Conferência ▼
 Percentual para conferência:

Taxa mínima de controle:

Conforme elucidado acima, este é um exemplo de tabela utilizada pelos Correspondentes bancários no momento da oferta ao consumidor. Sua função principal é auxiliar na escolha do produto ou condições de enquadramento do perfil do cliente.

Figura 12. Tabela de Serviços



Tabela de serviços disponíveis no site para consulta do cliente.

Quais os benefícios para o consumidor?



O consumidor tem a certeza de contratar o produto mais adequado ao seu perfil e necessidade, uma vez que a Instituição está pautada na transparência e ética desde o momento da oferta de seus produtos e serviços.

Como eles foram mensurados?



Não existem casos de concessão de crédito consignado para pessoas não habilitadas a esta modalidade de crédito.

Para outros produtos, a avaliação é realizada caso a caso e conta com a participação do Correspondente Bancário. Os sistemas da CCB Financeira estão parametrizados para realizar o bloqueio, no momento do cadastro do produto ou serviço, quando identificado desenquadramento com a política definida.

Outra forma utilizada para mensuração é a avaliação periódica realizada pela área de Compliance, onde, através de amostragem das reclamações oriunda dos canais de atendimento, são avaliados os registros referentes ao assunto. Porém, recentemente não foram identificados registros quanto ao desenquadramento dos produtos ofertados aos clientes.

Qual a prática adotada para que o consumidor possa identificar, antes e após a contratação, que ele não se enquadra no perfil a que determinado produto ou serviço é destinado?



Antes da contratação de qualquer produto de crédito, o Itaú disponibiliza a opção de simulação (Anexo 9). Dessa forma, o cliente consegue avaliar as condições específicas e gerais (taxa de juros, custo efetivo, entre outros) de cada produto para tomar a melhor decisão. Além disso, uma das ferramentas disponíveis no site do Itaú é o Orientador de Crédito (Anexo 10) que auxilia os clientes na escolha do crédito mais adequado à sua realidade e necessidade.

O Itaú disponibiliza ao cliente formas de identificação dos produtos adequados ao seu perfil. Após a contratação, a área de produtos pessoa física, por exemplo, disponibiliza informações para consulta e acompanhamento da utilização do produto/serviço vigente, de modo a possibilitar que o cliente gerencie seu perfil de utilização. (Ex: SMS de contratação (Anexo 11), demonstrativo de utilização do pacote de tarifas (Anexo 12) disponível na internet, caixa eletrônico, agência e extrato consolidado; consulta de limite de crédito contratado e suas condições específicas e gerais (Anexo 13); demonstrativos de utilização do crédito (Anexo 14).

Para produtos de investimento é apresentando qual o perfil que o consumidor declarou e qual o perfil do investimento escolhido, para que o cliente possa ter imediata ciência de eventual desenquadramento do seu perfil diante do produto que pretende contratar (ex: (i) perfil conservador x carteira agressiva; (ii) investimentos x previdência) (Anexo 15).

Anexo 9: Simulação Consignado – Passo a passo

The screenshots show the following steps in the Itaú Uniclass system:


- Simulation Step 1:** "Dados da simulação do Crédito Consignado Itaú". Shows input fields for loan amount (R\$ 55.415,29), interest rate (2,42% a.m.), and number of installments (2). A table shows the breakdown of payments.
- Simulation Step 2:** "Dados da simulação do Crédito Consignado Itaú". Shows a table with columns: Quantidade de parcelas, Valor de cada parcela (R\$), Taxa de juros (% a.m.), and Valor total do empréstimo (R\$).
- Simulation Step 3:** "Dados da simulação do Crédito Consignado Itaú". Shows a table with columns: Taxa de juros (% a.m.), Quantidade de parcelas, Valor de cada parcela (R\$), and Valor total do empréstimo (R\$).
- Simulation Step 4:** "Confirme a contratação do Crédito Consignado Itaú". Shows the final terms of the loan, including the total amount financed (R\$ 100,79) and the total amount to be repaid (R\$ 104,28).

Anexo 10: Orientador de Crédito



Você mora:

Em Imóvel alugado



[Início](#)
[Estado civil](#)
[Idade](#)
[Atualmente, você é:](#)
Morada
[Automóvel](#)
[Resultado](#)

[Clique aqui para Atualmente, você é:](#)

[Próximos passos Automóvel!](#)

Você possui carro?

Sim e está quitado



[Início](#)
[Estado civil](#)
[Idade](#)
[Atualmente, você é:](#)
[Moradia](#)
Automóvel
[Resultado](#)

[Clique aqui para Moradia](#)

[Próximos passos Resultado](#)

[Início](#)
[Estado civil](#)
[Idade](#)
[Atualmente, você é:](#)
[Moradia](#)
[Automóvel](#)
Resultado

Crédito imobiliário

Com o Crédito Imobiliário Itaú, você pode comprar uma casa nova ou ampliar o seu negócio! Você terá até 30 anos para pagar o financiamento. Faça uma simulação e recorra a uma proposta personalizada em até uma hora. Você ainda poderá negociar as taxas e as demais condições. Coloque também no papel os gastos com manutenção, impostos, mobília e decoração. Isso evita sustos e ajuda a escolher o imóvel certo para o seu bolso. [Saiba mais.](#)

Cheque especial (LIS)

Se o seu pagamento não tem data certa para chegar, conte com o LIS, o cheque especial do Itaú, para se organizar! Você tem um valor disponível na conta corrente para usar sempre que precisar. Os juros são cobrados apenas pelos dias a valor que você utilizar e você ainda pode parcelar o que utilizou sempre que quiser. Não temo no, encare o cheque especial como um apoio em caso de imprevistos, nunca como um complemento do seu orçamento. [Saiba mais.](#)

Crédito pessoal

Quer investir no seu negócio ou precisa de dinheiro agora? Com crédito pessoal do Itaú, o dinheiro é liberado na hora na sua conta, você adquire as parcelas no seu orçamento e escolhe a melhor data de vencimento para você. [Saiba mais.](#)

Se você possui investimentos no Itaú, contrate o crédito com garantia de investimentos e tenha taxas reduzidas, enquanto seus investimentos continuam rendendo. [Saiba mais.](#)

Crédito consciente é aqui!

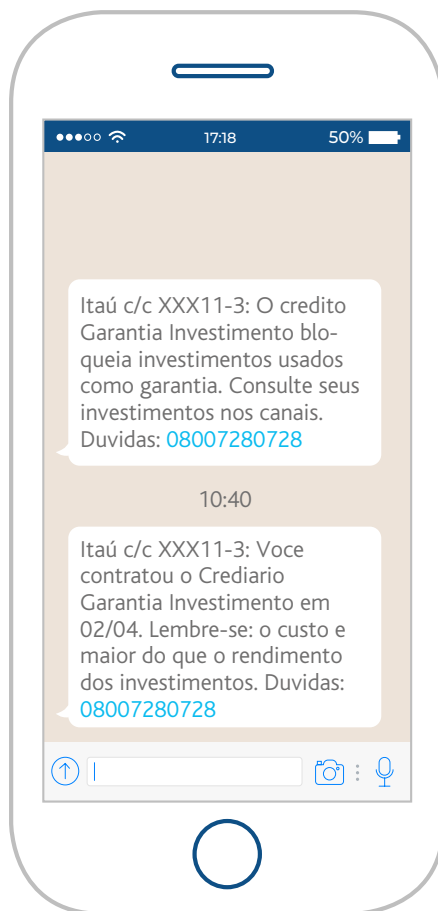
Em vez de gastar por impulso e depois ter dificuldades para sair do vermelho, o melhor é aprender a se organizar. Afinal, quem tem mais controle do que consegue pagar vive preocupado e acaba prejudicando seus projetos. Antes de contratar qualquer crédito, faça a conta e verifique se a parcela cabe em seu orçamento mensal. [Quer mais dicas? Clique aqui e saiba mais.](#)

Se você já é cliente Itaú, acesse sua conta no menu superior. Se ainda não é cliente, [clique aqui e abra a sua conta.](#)

[Imprimir](#)
[Recomeçar](#)

Produtos disponíveis sujeitos

Anexo 11: SMS – após contratação de Crédito com Garantia



Anexo 12: Demonstrativo de utilização do pacote de tarifas

Conta Corrente | Pacote de serviços

PACOTE PADRONIZADO II - JUNHO/2018

movimentação da conta	quantidade contratada	quantidade efetuada	quantidade excedente	tarifa por transação (R\$)	tarifas total (R\$)
FOLHA CHEQUE	12	0	0	0,00	0,00
DEPÓSITOS NA C/C (CHEQUE)	ISENTO	0	0	0,00	0,00
DEPÓSITOS NA C/C (DINHEIRO)	ISENTO	0	0	0,00	0,00
EXTRATOS IMPRESSOS - AUTO-ATENDIMENTO	0	0	0	0,00	0,00
MÊS (E)	6	0	0	2,20	0,00
MOVIMENTO (E)	2	0	0	2,20	0,00
SAQUES	8	0	0	0,00	0,00
CAIXAS ELETRÔNICOS E BANCO24HORAS	8	2	0	2,30	0,00
AGÊNCIAS (GUICHÊ DE CAIXA)	0	0	0	2,55	0,00
TRANSFERÊNCIA DE RECURSO(EXCETO DOC/TED)	4	0	0	0,00	0,00
TRANSF.RECURSO (P)	***	0	0	1,40	0,00
TRANSF.RECURSO (E/I)	0	0	0	1,15	0,00
TRANSFERÊNCIA DE RECURSO (DOC/TED)	1	0	0	0,00	0,00
DOC PESSOAL	0	0	0	18,70	0,00
DOC ELETRÔNICO	0	0	0	10,20	0,00
TED PESSOAL	0	0	0	18,70	0,00
TED ELETRÔNICO	0	0	0	10,20	0,00
TARIFAS DEVIDAS					
TRANSAÇÕES EXCEDENTES					0,00
MENSALIDADE					19,90
DESCONTO SOBRE A MENSALIDADE					0,00
TOTAL - VALOR DEVIDO					19,90

Anexo 13: Cheque Especial – Consulta de informações do produto, após contratação

LIS - Limite Itaú para Saque/LIS Adicional

Data de início do período: 01/07/2018
 Data fim do período: 01/08/2018
 Taxa de juros: 5,170 %PRE
 Dia do pagamento: 01
 Limite de crédito (1): R\$ 6.400,00 (99,38% valor total da operação)
 Valor do IOF (2): R\$ 40,56 (0,62% valor total da operação)
 Valor do Seguro LIS (3): 0,00 (0,00% valor total da operação)
 Valor total da operação: 6.520,56 (1)+(2)+(3) (100,00% valor total da operação)
 Custo Efetivo Total (CET) mensal: 5,800%
 Custo Efetivo Total (CET) anual: 98,570%

* Custo Efetivo Total (CET) é o custo total desta operação de crédito para o Cliente, expresso acima na forma de taxa percentual mensal e anual. Para o cálculo do CET são considerados o valor total do limite de crédito colocado à disposição do Cliente durante o prazo deste contrato (Limite LIS mais Limite LIS Adicional), a taxa de juros remuneratórios, o valor do IOF e das demais despesas, conforme acima indicados. O percentual de CET e o valor do IOF foram calculados para a hipótese de utilização integral do crédito durante o prazo de 30 dias; se isso não ocorrer, o IOF será inferior.

Os dados acima refletem a situação da contratação para este período. O limite e a taxa de juros são calculados mensalmente e podem variar a cada renovação.

[Clique aqui e consulte as condições gerais vigentes.](#)

Itaú Unibanco S.A. Condições Gerais do Contrato de Abertura de Crédito em Conta Corrente LIS - Limite Itaú para Saque

ESTAS CONDIÇÕES GERAIS REGEM O CONTRATO DE ABERTURA DE CRÉDITO EM CONTA CORRENTE LIS - LIMITE ITAÚ PARA SAQUE. CUIJAS CONDIÇÕES ESPECÍFICAS SÃO CONTRATADAS ATRAVÉS DA ASSINATURA ELETRÔNICA DO CLIENTE E CONSTAM DO COMPROVANTE DE CONTRATAÇÃO QUE, JUNTAMENTE COM ESTAS CONDIÇÕES GERAIS, COMPÕE O CONTRATO DE ABERTURA DE CRÉDITO.

Estas são as Condições Gerais do LIS Limite Itaú para Saque, o cheque especial de Itaú, solicitado por você. Leia atentamente estas Condições Gerais, que serão aplicáveis sempre que você utilizar o LIS.

ATENÇÃO: O LIMITE ITAÚ PARA SAQUE É UM LIMITE DE CRÉDITO QUE DEVE SER UTILIZADO APENAS EM SITUAÇÕES EMERGENCIAS E DE FORMA TEMPORÁRIA. SE VOCÊ PRECISAR DE CRÉDITO POR UM MAIOR PERÍODO, CONSULTE OUTRAS OPÇÕES MAIS ADEQUADAS EM NOSSOS CANAIS.

Você deverá utilizar o limite de acordo com suas condições econômico-financeiras, sem comprometer seu orçamento e o de sua família. **Link sugerido: [saque](#)**

1. Entenda o que é o LIS - O LIS é um limite de crédito aberto em sua conta corrente, que fica disponível para sua utilização. Você poderá realizar saques ou débitos na sua conta até o valor do LIS disponibilizado, além do saldo que você já possui em conta. As condições do seu LIS - data prevista para pagamento de encargos, valor do limite, taxa de juros remuneratórios, IOF e Custo Efetivo Total - estão indicadas na Proposta de Abertura de Conta ou no comprovante de contratação do LIS.

a) O valor do seu LIS é calculado e revisado mensalmente pelo Itaú, de acordo com suas condições de crédito.

2. Como funciona o LIS

A cada utilização do LIS - saques, transferências e débitos em geral, inclusive débitos dos encargos do limite LIS utilizado - o valor do limite de crédito disponível em sua conta corrente é reduzido. A reconquista do limite é feita por meio de créditos (positivos, por exemplo) realizados em sua conta corrente. Lembre-se: você poderá utilizar o LIS até o limite de crédito concedido **Limite Emergencial de Crédito**. Caso você tenha aderido ao serviço de Adiantamento a Dependente e o limite do LIS seja ultrapassado, o Itaú poderá conceder um limite emergencial de crédito, adicional ao seu limite concedido, suficiente para acobrir o débito, que será válido até a data de vencimento do limite LIS. **As perdas decorrem desse limite emergencial, você responderá na totalidade dessas despesas, detalhadas na Tabela Geral de Tarifas, e em juros remuneratórios, informados pelo Itaú, sobre o limite de crédito utilizado em excesso.**

Importante:

O Itaú informa a você, a cada dia, o LIS disponível, por meio dos canais eletrônicos e do extrato de sua conta-corrente.

a) Todas as informações de seu LIS estarão sempre disponíveis para consulta nos canais eletrônicos e no extrato de sua conta corrente. Consulte sua senha, caso queira entender a melhor.

3. Encargos

Você pagará juros remuneratórios, de forma não capitalizada, sobre os valores que utilizar do LIS. Após a contratação e até a primeira renovação do seu LIS, os juros remuneratórios correspondem à taxa informada na Proposta de Abertura ou no comprovante de contratação. A cada renovação do crédito, você será informado por meio dos canais eletrônicos e do extrato de sua conta corrente da taxa de juros remuneratórios vigente, que substituirá a taxa informada na Proposta de Abertura ou no comprovante de contratação. Os juros remuneratórios serão aplicados mensalmente sobre a soma dos saldos devedores apurados em cada dia útil do mês, dividido pelo número de dias úteis daquele mês. Sobre o resultado, será aplicada a taxa de juros que corresponderá à taxa informada dividida por três e multiplicada pelo número de dias corridos do respectivo mês. Você pagará ainda o imposto sobre Operações Financeiras (IOF), calculado conforme legislação em vigor. O valor do IOF, informado na Proposta de Abertura ou no comprovante de contratação, refere-se à utilização integral do limite previsto no contratado, durante o prazo de 30 dias.

4. Pagamento

A cada mês, no dia estipulado por você no Proposta de Abertura ou comprovante de contratação, ocorrerá automaticamente o débito em sua conta-corrente para pagamento das juros remuneratórios. Será debitado também, no primeiro dia útil do mês subsequente ao de apuração dos juros remuneratórios, o valor do IOF devido. Você poderá, a qualquer tempo, amortizar ou liquidar o limite utilizado por meio de créditos em sua conta. Nesse caso, o valor dos créditos realizados será abatido, em primeiro lugar, para liquidar os juros incorridos, e o restante será aplicado para amortizar o saldo devedor.

a) Você deverá manter saldo disponível suficiente na sua conta-corrente para suportar o débito dos encargos e débitos referentes à utilização do LIS.

Anexo 14: Consulta de contratos

1

Home > Crédito

Orientador de crédito Itaú Uniclass

- O que é?
- Consultar solução ideal

Posição consolidada

- Meus limites de crédito
- Mais empréstimos contratados**
- Transparência de custos

LIS - Cheque especial

- O que é LIS?
- O que é LIS adicional?
- [Contrato aqui](#)

2

Resumo de empréstimos contratados

Produto	Valor contratado	Data de contratação	Valor da parcela no vencimento	Data de vencimento da parcela	Qtd. de parcelas a pagar	Qtd. de parcelas já pagas	Forma de Pagam.	Valor atual de sua dívida ⁽¹⁾
CRÉDITO AUTOMÁTICO PA	R\$ 04	19.03.2018	31,55	01.08.2018	01	00	DEBITO C/C	31,03
Total	R\$ 04		31,55					31,03

ATENÇÃO!

- Proteção até 19/07/2018.
- Valor atual de sua dívida, inclui todas as parcelas a pagar até o final do contrato.
- Caso tenha ocorrido pagamento nos últimos dias úteis as informações poderão estar em atualização.
- Conforme Resolução 4.202/13 do CMFV/CACEN, as operações de crédito podem ser transferidas para outra instituição financeira por meio de Portabilidade. Para maiores informações, consulte giga.ita.com.br no menu "Adiantamento + Portabilidade".

Precisa de ajuda?

- O que acontece ao cancelar o Crédito Consignado Itaú?
- Como faço para reanunciar minha dívida com o Itaú?

3

DETALHAMENTO DO CRÉDITO AUTOMÁTICO PA

Agência: 1001 Conta: 26881-8
 Nome: JEFFERSON FARIAS DE SOUZA

Dados do empréstimo:

- Número do contrato: 000001261299617
- Valor Entregue (1): R\$ 80,00 (96,88% valor total financiado)
- Valor do IOF (2): R\$ 1,04 (0,36% valor total financiado)
- Valor do Seguro Creditício (3): R\$ 1,01 (0,13% valor total financiado)
- Valor Total Financiado (1)+(2)+(3): R\$ 82,05 (97,37% valor total financiado)
- Valor total da dívida: R\$ 84,08
- Taxa de juros remuneratórios(mensal): 5,18%
- CET de contratação(mensal): 4,96%
- CET de contratação(anual): 95,28%
- Carência de Contratação: 0(d)
- Taxa de amortização do empréstimo: 14,06,259%
- Data de vencimento da primeira parcela: 01/08/2018
- Quantidade total de parcelas (atuais): 3
- Quantidade de parcelas a pagar (atuais): 3
- Quantidade de parcelas pagas (atuais): 0
- Quantidade total de parcelas pagas em parcelas anteriores: 0
- Valor atual de sua dívida: R\$ 31,03
- Mobilização da operação:

ATENÇÃO!

- Proteção até 19/07/2018.
- Caso deseje transferir o empréstimo procure uma agência Itaú.
- Caso tenha ocorrido pagamento nos últimos dias úteis as informações poderão estar em atualização.

Consultar parcelas

4

Consulta parcelas de empréstimo

Parcela	Vencimento	Valor Parcela(R\$)	Juros Moratórios e multa de (2x)IOF	Taxa de juros anual (%)	Valor parcelado/mortizado de principal(R\$)	Valor parcelado/mortizado de juros(R\$)	Valor parcelado/mortizado de IOF(R\$)	Forma pagamento	Situação
001 / 001	01.08.2018	31,55	0,00	59,46	23,33	6,22	0,00	DEB C/C C/CONS SLD	QUITADA
001 / 002	02.07.2018	31,55	0,00	59,46	29,14	2,41	0,00	DEB C/C C/CONS SLD	QUITADA
001 / 003	01.08.2018	31,55	0,00	59,46	30,30	0,65	31,03		A PAGAR

Valor atual de sua dívida, atualizado até 19/07/2018: **31,03**

ATENÇÃO!

- Proteção até 19/07/2018.
- Caso deseje liquidar antecipadamente seu empréstimo, procure uma agência Itaú.
- Caso tenha ocorrido pagamento nos últimos dias úteis as informações poderão estar em atualização.

Atualizar

Precisa de ajuda?

Anexo 15: Perfil x investimento escolhido

Olá, o que você procura?

Simulação ✓ Contratação ✓ **Confirmação** você está aqui Comprovante

Confirme a contratação do Itaú Person Turbo Pgbl

Fique atento
Com base na sua posição atual, verificamos que seus investimentos estão adequados ao seu perfil de investidor. Lembramos que movimentações futuras em seus investimentos poderão alterar o risco de sua carteira.

Declaro estar ciente da possibilidade de inadequação do meu perfil de investidor em decorrência das aplicações programadas.

Seu perfil de investidor: **Agressivo**
Seus investimentos: **Moderado**

Dados do comprador:
Nome do comprador: [REDACTED]
Data de nascimento: 11/10/1991
RG: [REDACTED]

Dados da proposta:
Aporte inicial: R\$ 5.000,00
Contribuição mensal: R\$ 80,00
Data de vencimento da 1ª parcela: 05/11/2018
Tipo da tributação: COMPENSAVFI

Que mecanismos a IF elegeu para o consumidor identificar essa inadequação ao produto ou serviço?



Além da análise de crédito e documentação prévia à formalização do contrato, o Itaú também disponibiliza ao cliente informações de acompanhamento relativas à utilização do produto (ex: acompanhamento de franquia de pacotes de tarifas (Anexo 16), demonstrativo consolidado de tarifas, juros e encargos (Anexo 17) e ferramentas como Orientador de Crédito (Anexo 18), que auxilia e orienta os clientes na escolha do crédito mais adequado às suas necessidades.

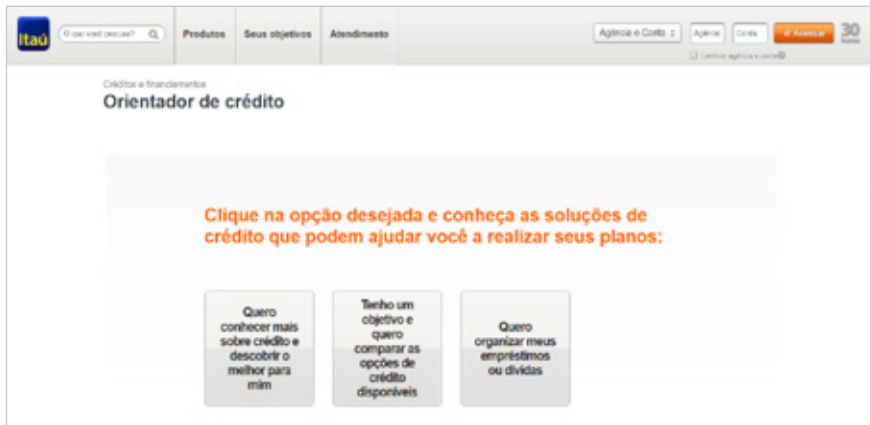
Anexo 16: Demonstrativo de utilização de pacote de serviço

Conta Corrente Pacote de serviços					
PACOTE PADRONIZADO II - JUNHO/2018					
movimentação da conta	quantidade contratada	quantidade efetuada	quantidade excedente	tarifa por transação (R\$)	tarifas total (R\$)
FOLHA CHEQUE	12	0	0	0,00	0,00
DEPÓSITOS NA C/C (CHEQUE)	ISENTO	0	0	0,00	0,00
DEPÓSITOS NA C/C (DINHEIRO)	ISENTO	0	0	0,00	0,00
EXTRATOS IMPRESSOS - AUTO-ATENDIMENTO	0	0	0	0,00	0,00
MÊS (E)	6	0	0	2,20	0,00
MOVIMENTO (E)	2	0	0	2,20	0,00
SAQUES	8	0	0	0,00	0,00
CAIXAS ELETRÔNICOS E BANCO24HORAS	8	2	0	2,30	0,00
AGÊNCIAS (GUICHÊ DE CAIXA)	0	0	0	2,55	0,00
TRANSFERÊNCIA DE RECURSO(EXCETO DOC/TED)	4	0	0	0,00	0,00
TRANSF.RECURSO (P)	***	0	0	1,40	0,00
TRANSF.RECURSO (E/I)	0	0	0	1,15	0,00
TRANSFERÊNCIA DE RECURSO (DOC/TED)	1	0	0	0,00	0,00
DOC PESSOAL	0	0	0	18,70	0,00
DOC ELETRÔNICO	0	0	0	10,20	0,00
TED PESSOAL	0	0	0	18,70	0,00
TED ELETRÔNICO	0	0	0	10,20	0,00
TARIFAS DEVIDAS					
TRANSAÇÕES EXCEDENTES					0,00
MENSALIDADE					19,90
DESCONTO SOBRE A MENSALIDADE					0,00
TOTAL - VALOR DEVIDO					19,90

Anexo 17: Demonstrativo consolidado de tarifas, juros e encargos

EXTRATO ANUAL CONSOLIDADO DE TARIFAS, JUROS E ENCARGOS COBRADOS NO ANO DE 2017		Valores em Reais Consolidado por CPF											
Mantendo nosso compromisso de total transparência com nossos clientes e atendendo a Resolução n. 3919/2010 do Conselho Monetário Nacional, apresentamos seu Extrato Anual de Tarifas, Juros e Encargos pagos no ano indicado acima, referente as operações de crédito e de arrendamento mercantil contratadas com o Itaú Unibanco SA e/ou outras empresas do Conglomerado.													
Agência / Conta Corrente	Produto LIS Adicional												
	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maio	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	
Juros Remuneratorios	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,81	6,43	2,70	2,42	11,93	26,71	0,00	
IOF	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	4,29	1,65	3,18	2,49	6,23	18,73	
Total	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,81	10,72	4,35	5,60	14,42	32,94	18,73	
Total Ano												87,87	
Número Cartão 000514945****9434	Produto Cartão de Crédito/loja				Contrato 000000000011305961-9				Descrição ITAU UNICLASS 2.0 MULT MC PLAT				
	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maio	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	
IOF	0,00	37,96	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Total	0,00	37,96	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Total Ano												37,96	

Anexo 18: Orientador de Crédito



Início
Estado civil
Idade
Atualmente, você é:
Morada
Automóvel
Resultado

Atualmente, você é:

Profissional liberal

Etapa anterior: **Idade**

Próxima etapa: **Morada**

Início
Estado civil
Idade
Atualmente, você é:
Morada
Automóvel
Resultado

Você mora:

Em imóvel alugado

Etapa anterior: **Atualmente, você é:**

Próxima etapa: **Automóvel**

Início
Estado civil
Idade
Atualmente, você é:
Morada
Automóvel
Resultado

Você possui carro?

Sim e está quitado

Etapa anterior: **Morada**

Próxima etapa: **Resultado**

Início
Estado civil
Idade
Atualmente, você é:
Morada
Automóvel
Resultado

Crédito imobiliário

Com o Crédito Imobiliário Itaú, você pode comprar uma casa nova ou ampliar o seu negócio! Você tem até 30 anos para pagar o financiamento. Faça uma simulação e recebe uma proposta personalizada em até uma hora. Você ainda poderá negociar as taxas e as demais condições. Coloque também no papel os gastos com manutenção, impostos, mobília e decoração. Isso evita surpresas e ajuda a escolher o imóvel certo para o seu bolso. [Saiba mais.](#)

Cheque especial (LIS)

Se o seu pagamento não tem data certa para chegar, conte com o LIS, o cheque especial do Itaú, para se organizar! Você tem um valor disponível na conta corrente para usar sempre que precisar. Os juros são cobrados apenas pelos dias de valor que você utilizar e você ainda pode parcelar o que utilizar sempre que quiser. Mas lembre-se, sempre o cheque especial como um apoio em caso de imprevistos, nunca como um complemento do seu orçamento. [Saiba mais.](#)

Crédito pessoal

Quer investir no seu negócio ou precisa do dinheiro agora? Com crédito pessoal do Itaú, o dinheiro é liberado na hora na sua conta, você adiqua as parcelas ao seu orçamento e escolhe a melhor data de vencimento para você. [Saiba mais.](#)

Se você possui investimentos no Itaú, contrate o crédito com garantia de investimentos e tenha taxas reduzidas, enquanto seus investimentos continuam rendendo. [Saiba mais.](#)

Crédito consciente é aqui!

Em vez de gastar por impulso e depois ter dificuldades para sair do vermelho, o melhor é aprender a se organizar. Afinal, quem tem mais controle do que consegue pagar vive preocupado e acaba prejudicando seus projetos. Antes de contratar qualquer crédito, faça a conta e verifique se a parcela cabe em seu orçamento mensal. **Quer mais dicas? Clique aqui e saiba mais.**

Se você já é cliente Itaú, acesse sua conta no menu superior. Se ainda não é cliente, [clique aqui e abra a sua conta.](#)

Produtos disponíveis apenas

[Imprimir](#) [Recomeçar](#)

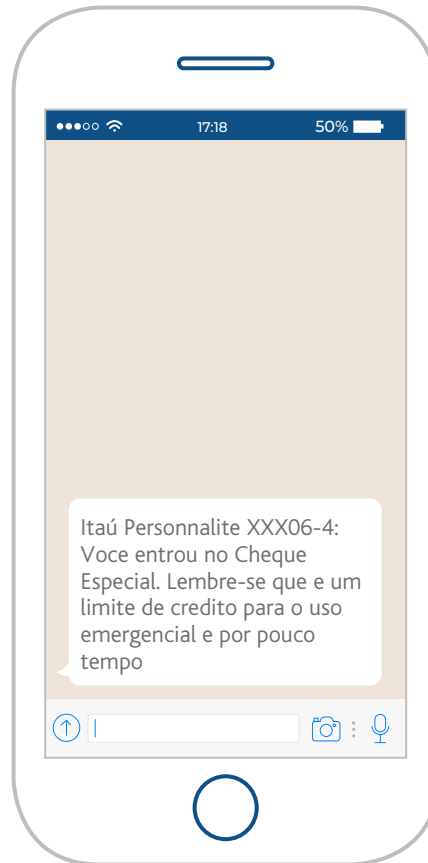
Outros exemplos são alertas do produto contratado (Anexo 19) e ofertas de produto mais adequado (Anexos 20 e 21).

Anexo 19: Alertas Cheque Especial

Mobile (produto contratado)



SMS – (produto em uso)



Anexo 20: Oferta de Consignado para clientes utilizando cheque especial

The screenshot shows the Itaú website interface. At the top, there is a search bar and navigation icons. Below that, a banner says 'Fique mais perto de seus objetivos de vida.' with a 'conheça' button. The main section is 'Saldo e Extrato da Conta', which includes a table of transactions and account balances. A blue arrow points from the 'saldo devedor' value of '-2.817,30' in the table to a 'Crédito consignado disponível na sua conta.' offer box. Another blue arrow points from the offer box to a 'Precisando de uma ajuda para realizar seus planos ou resolver imprevistos?' section. The offer box contains the text: 'Crédito consignado disponível na sua conta. Sujeito à análise de crédito.' Below the offer box, there is a section titled 'Conheça os benefícios de contratar um Crédito Consignado' with four icons and text: 'Juros menores', 'Mais flexível', 'Comodidade de pagamento', and 'Para realizar seus sonhos'.

data	descrição	valor (R\$)
24/06	S A L D O	-2.817,30
24/06	R\$SHOP-INDIGO 32406	-9,00
22/06	S A L D O	-2.888,30
22/06	R\$SHOP-WAL M S IND-22/06	-282,16
21/06	SALDO ANTERIOR	-2.526,14

Anexo 21: Modelo de e-mail do gerente para clientes em excesso

Oi (Nome do Cliente), tudo bem?

Verifiquei que seu saldo de cheque especial (LIS) excedeu o limite por mais de 10 dias, e por isso ele pode ser cancelado em breve.

Pensando em como consigo te ajudar, analisei algumas possibilidades e identifiquei que você pode parcelar esse saldo a uma taxa menor.

Assim você consegue se organizar financeiramente pagando menos juros e evitar que seu cheque especial (LIS) seja cancelado!

Esta opção tem agradado muitos clientes e achei interessante compartilhar, principalmente porque você pode quitar o parcelamento a qualquer momento.

Podemos fazer uma simulação juntos? Qual o melhor horário para falarmos?

Abraço,

(Dados do Gerente)

Essas condições podem variar no momento da contratação pois estão atreladas à uma análise de crédito.

Quais os benefícios para o consumidor?



O cliente recebe todas as informações necessárias para sua decisão sobre aquisição e utilização do produto/ serviço (ex: possibilidade de comparação de produtos e serviços antes e depois da contratação) o que reflete princípios de ética, transparência e harmonia das relações.

Como eles foram mensurados?



Acompanhamento do índice de solicitação de Cancelamento dos produtos pelo cliente;
Acompanhamento dos índices de inadimplência. A redução nos índices de inadimplência nos mostra que os produtos estão adequados a necessidade do cliente e que a aquisição foi realizada com consciência;
Acompanhamento do Ranking BACEN de satisfação dos clientes;
Pesquisas internas de satisfação com os clientes.

Qual a prática adotada para que o consumidor possa identificar, antes e após a contratação, que ele não se enquadra no perfil a que determinado produto ou serviço é destinado?



No ato da oferta é oferecido ao cliente o produto /serviço de acordo com o seu perfil, no entanto, é permitido a ele a adesão de acordo com seu desejo. **Após a contratação são feitos estudos da base de clientes para comparar perfil versus produto efetivamente contratado e, posteriormente, são feitas ações de comunicação informativas alertando sobre a adequação.** Como exemplo podemos citar a **comunicação ao cliente da possibilidade de alteração da modalidade do Pacote de Serviço mais adequado ao seu perfil ou cancelamento.**

Exemplos de ações de comunicação feitas por meio do autoatendimento para alertar os clientes sobre a inadequação do pacote de serviços ao seu perfil de utilização.

MERCANTIL DO BRASIL Mariana

Você tem o **Pacote Completo MB**, no valor de R\$90. Pelo seu perfil, o **Pacote Simples MB**, de R\$48, é o mais adequado.

Para cancelar a adesão ao Pacote de Serviços, entre em contato com o Gente Fone: 4004 1044 (capitais e regiões metropolitanas)
0800 70 70 389 (demais localidades)

Prosseguir

Mais informações, consulte a Tabela de Tarifas em uma agência MB.

MERCANTIL DO BRASIL Mariana

Você tem um **Pacote de Serviços** contratado no MB. Pelo seu perfil de utilização da conta corrente os **Serviços Essenciais** atendem a sua necessidade e são **gratuitos**.

Para **cancelar** a adesão ao Pacote de Serviços acesse o menu Outras Opções.

Dúvidas ou sugestões entre em contato com o Gente Fone: 4004 1044 (capitais e regiões metropolitanas) ou 0800 70 70 389 (demais localidades).

Prosseguir



Que mecanismos a IF elegeu para o consumidor identificar essa inadequação ao produto ou serviço?



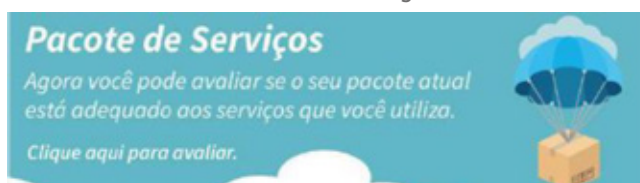
Foram eleitos mecanismos que demonstram para o cliente a adequação aos produtos e serviços nos diversos canais de atendimento. Como exemplo podemos citar o **demonstrativo de utilização do Pacote de Serviço, comunicação de novas precificações e limites de crédito.**

Exemplo de ação comunicativa feita por meio do autoatendimento e internet banking para alertar o cliente sobre a existência de demonstrativo de perfil de consumo onde pode verificar a adequação do Pacote de Serviços ao seu perfil de utilização

Autoatendimento:



Internet banking:



Demonstrativo do perfil de consumo – Pacote de serviços:



PACOTE DE SERVIÇOS - DEMONSTRATIVO DO PERFIL DE CONSUMO
Mês de Referência: Agosto/2018

Cliente:	Agência: 0068 - UBERLANDIA	Conta Corrente:
Seu Pacote: PACOTE PADRONIZADO DE SERVIÇOS I	Data de Contratação: 21/06/2012	Canal de Contratação: ABERTURA DA CONTA CORRENTE

Compare seu consumo de serviços e escolha o pacote adequado ao seu perfil. Na dúvida, fale com a equipe da sua agência.

Valor do seu Pacote:	25,00
Valor total pago por serviços excedentes:	0,00
Valor pago pelo Pacote:	25,00
Valor total pago:	25,00

POLÍTICAS DE ISENÇÃO

- Três meses de isenção total nos pacotes, a partir da data de abertura da conta;
- Beneficiários do INSS - após o prazo de carência da isenção total pela abertura da conta, passa a ter desconto de 25% na mensalidade dos Pacotes MB (Completo, Intermediário e Simples);
- A cobrança da tarifa somente ocorre mediante saldo disponível;
- Investidores - descontos progressivos de acordo com o valor aplicado. Consulte as faixas de aplicação e descontos pela Tabela de Tarifas divulgada nas agências e no site do Mercantil do Brasil.

DETALHAMENTO DOS SERVIÇOS CONSUMIDOS

SERVIÇOS	DISPONÍVEL NO SEU PACOTE	CONSUMIDO	EXCEDENTE	
			Quantidade	Valor
CONFECCAO DE CADASTRO PARA INICIO RELACIONAMENTO	Não incluído	0	0	0,00
SAQUE EM CONTA CORRENTE E POUPANCA (TERMINAL)-PF	4	1	0	0,00
SAQUE EM CONTA CORRENTE E POUPANCA (PESSOAL)-PF		0		0,00
FORNEC. EXTRATO MENSAL CC/POUPANCA - PF (PESSOAL)	2	0	0	0,00
EXTRATO MENSAL CC/POUPANCA (ELETRONICO) - PF		1		0,00
FORNEC.EXTRATO PERIODO CC/POUPANCA - PF (ELETR.)	2	0	0	0,00
FORNEC.EXTRATO PERIODO CC/POUPANCA - PF (PESSOAL)		0		0,00
TRANSFERENCIA CONTAS MB-PF (ELETRONICO/INTERNET)	2	0	0	0,00
TRANSFERENCIA ENTRE CONTAS MB - PF (PESSOAL)		0		0,00
RENOVACAO DE CADASTRO - PF	2	0	0	0,00

Nota: Além dos serviços e quantidade indicada no item anterior, está também disponível os serviços gratuitos, denominados como Serviços Essenciais. Consulte esses serviços e quantidades pela Tabela de Tarifas, divulgada nas agências, no Banco Central e no site do Mercantil do Brasil.

SERVIÇOS EVENTUAIS - NÃO INCLUIDOS NO PACOTE

Descrição da Tarifa	Quantidade	Data da Utilização	Valor
Total:	0		0,00

Canais de Atendimento:

Gente Fone: 4004-1044 Capitais e regiões metropolitanas / 0800 70 70 389 Demais localidades
SAC: 0800 70 70 398 - Ouvidoria: 0800 70 70 384
Para deficientes auditivos ou da fala: 0800 70 70 391
Atendimento para clientes no exterior: 55 31 3057-8900
Fale Conosco: mercantildobrasil.com.br - twitter.com/mercantildobrasil - facebook.com/mercantildobrasil

Quais os benefícios para o consumidor?



Transparência no relacionamento e adequação do produto e serviço ao seu perfil.

A partir das comunicações feitas pela IF os clientes são alertados sobre o seu perfil no momento da abordagem, com a possibilidade de consulta do demonstrativo de uso do pacote de serviços, por exemplo, e da possibilidade de cancelamento ou alteração da modalidade mais adequada ao seu perfil.

Como eles foram mensurados?



Monitoramento da estatística de clientes com alteração ou cancelamento de produtos e serviços.

De todos os clientes abordados no período de setembro /2017 a junho /2018, 95% decidiram por permanecer na modalidade de pacote de serviço contratada.

Qual a prática adotada para que o consumidor possa identificar, antes e após a contratação, que ele não se enquadra no perfil a que determinado produto ou serviço é destinado?



A fim de garantir a transparência necessária sobre a tarifação de serviços, há nas Condições Gerais de Abertura de Conta Corrente, previsão de que o cliente pode optar pela utilização de serviços de forma individualizada ou pela contratação de um pacote de serviços, assegurados, em ambas as hipóteses, os serviços essenciais gratuitos previstos na regulamentação vigente, que são individualmente listados em cláusula específica.

Em todos os formulários de adesão a pacotes de serviços os clientes são novamente informados sobre a possibilidade de manter a conta corrente apenas com os serviços essenciais gratuitos, que também são listados, um a um, a fim de permitir que eventual opção pela contratação de um pacote seja exercida de forma consciente, uma vez que o cliente tem pleno conhecimento de todos os serviços que pode usufruir gratuitamente.

Também há uma grande diversidade de opções disponíveis para movimentação da conta, seja com os serviços essenciais gratuitos, seja com pacotes mais simples ou mais robustos, de modo a propiciar que os clientes possam ter à sua disposição opções que se adequem ao seu perfil de uso da conta corrente.

Após a contratação, o cliente pode sempre verificar a utilização do pacote de serviços, por meio do denominado extrato de serviços, a fim de identificar se o pacote está de fato adequado ao seu perfil de uso de serviços de conta corrente.

Que mecanismos a IF elegeu para o consumidor identificar essa inadequação ao produto ou serviço?



Informações claras nos seguintes canais:

- Condições Gerais de Abertura de Conta Corrente
- Formulários de adesão a pacotes de serviços
- Internet Banking
- Tabela de Serviços afixada em local visível em todas as agências
- Comunicação à clientes com utilização de serviços desenquadrada ao produto contratado via ATM e extrato consolidado (físico e digital)
- Extrato de serviços

Quais os benefícios para o consumidor?



Informação clara garantindo a ele o conhecimento necessário para optar pela oferta mais adequada às suas necessidades e apoio na construção da confiança de que o banco busca o melhor atendimento aos interesses dele, com a disponibilidade de serviços adequados à sua utilização regular, visando o melhor custo benefício para o cliente.


Como eles foram mensurados?



A prática de “Dever Geral de Adequação de Pacotes de serviços” descrita na questão subseqüente, servirá como critério de mensuração para garantir a devida aplicação desta conduta, pois descreve a prática utilizada para identificar clientes com utilização desenquadrada de produtos e comunicação direcionando-o à produtos mais adequados à sua utilização.

V - Alerta de Inadequação



Qual a prática adotada pela IF para alertar o consumidor sobre o seu não enquadramento no perfil do público-alvo de determinado produto ou serviço? 

O Banco do Brasil, seguindo os conceitos de transparência e suitability, alerta o cliente sobre eventual incompatibilidade com o seu perfil ou sua capacidade de pagamento.

Informações detalhadas sobre os produtos e serviços do Banco do Brasil são disponibilizados ao consumidor de acordo com o seu perfil, e a contratação de determinados produtos não é liberada a clientes com perfil diferente dos definidos nos produtos. **Os meios de autoatendimento ainda emitem avisos no caso de o cliente tentar contratar um produto que não seja adequado ao seu perfil** e os funcionários das agências são orientados a informar aos clientes das premissas para aquisição dos produtos.

Quais os resultados alcançados que justifiquem ser uma boa prática? 

Transparência/satisfação no relacionamento com os consumidores.

Como eles foram mensurados? 

Acompanhamento dos atendimentos efetuados pelo SAC/Ouvidoria.

Qual a prática adotada pela IF para alertar o consumidor sobre o seu não enquadramento no perfil do público-alvo de determinado produto ou serviço?



REDE DE AGÊNCIAS - Através de informações obtidas no momento do cadastro do cliente, o atendente analisa o perfil e informa quais os produtos e serviços adequados ao cliente.

FOMENTO - No momento da captação, o cliente já obtém as informações a respeito das linhas de financiamento que possui disponíveis que se enquadram às suas necessidades.

Quais os resultados alcançados que justifiquem ser uma boa prática?



REDE DE AGÊNCIAS - Como o nicho de trabalho da instituição é basicamente o mesmo, as divulgações realizadas nos canais atendem perfeitamente a necessidade, fazendo com que não tenhamos um grande número de clientes procurando produtos não direcionados ao seu perfil.

FOMENTO - Não recebimento de propostas com público-alvo divergente da linha de financiamento solicitada.

Como eles foram mensurados?



REDE DE AGÊNCIAS - A mensuração foi de acordo com a experiência histórica da instituição com a divulgação nos canais.

FOMENTO - Acompanhamento das propostas recebidas e verificação do enquadramento.



Qual a prática adotada pela IF para alertar o consumidor sobre o seu não enquadramento no perfil do público-alvo de determinado produto ou serviço?



Realização de **Palestra Informativa** e atendimento personalizado, por meio de Agente de Microcrédito. Além disso, disponibilização de canais de atendimento ao consumidor, nos quais o cliente pode se informar sobre os produtos e serviços e registrar reclamações.

Exemplo: Trecho de álbum seriado apresentado por agentes de crédito em palestras informativas, contendo o enquadramento do público-alvo em produtos do Agroamigo.



Trecho do Relatório 2017, contendo desempenho do Crediamigo, com destaque para indicadores de desembolso e de inadimplência

INDICADORES DE ALCANCE	2013	2014	2015	2016	2017
Cientes Ativos	1.659.699	1.862.239	2.060.827	2.073.661	2.001.150
Cientes Novos	548.710	513.297	509.810	457.773	400.761
Cientes Atendidos (De 1997 a 2017)	3.168.201	3.656.927	4.193.183	4.683.048	5.155.451
Empréstimos Desembolsados (Quantidade)	3.413.430	3.871.871	4.167.867	4.164.755	4.025.934
Empréstimos Desembolsados (R\$ Milhões)	5.760,10	7.124,80	8.133,7	7.954,00	8.052,27
Valor Médio dos Empréstimos (R\$)	1.687,47	1.840,15	1.951,52	1.909,84	2.000,10
INDICADORES DE SUSTENTABILIDADE	2013	2014	2015	2016	2017
Carteira de Empréstimos (R\$ Milhões)	2.236,60	2.742,30	3.033,30	2.930,40	3.023,70
Índice de Inadimplência	1,07%	1,03%	1,22%	1,90%	1,56%
INDICADORES DE PRODUTIVIDADE	2013	2014	2015	2016	2017
Agente de Microcrédito	2.090	2.299	2.637	2.810	2.900
Cientes Ativos / Agente de Microcrédito	794	810	770	738	690
Carteira Ativa / Agente de Microcrédito (R\$ Mil)	1.031,97	1.154,74	1.110,78	1.015,27	1.019,21
Cientes / Unidade	9,069	10,289	10,689	10,526	9,222
Média de Clientes Atendidos por Dia	13,492	15,365	16,738	16,593	16,168

Quais os resultados alcançados que justifiquem ser uma boa prática?



Bons índices de contratação/desembolso e baixa inadimplência, em comparação com a média do mercado de microfinanças.

Como eles foram mensurados?



Através de relatórios diários, semanais e mensais de acompanhamento de desempenho.



Qual a prática adotada pela IF para alertar o consumidor sobre o seu não enquadramento no perfil do público-alvo de determinado produto ou serviço?



Quando o cliente não se enquadra no perfil do público-alvo de determinado produto de crédito, ele é informado sobre o não enquadramento ou **não efetivação da proposta**. Antes mesmo da oferta ou contratação, o Bradesco divulga de maneira ampla e detalhada, as características e condições adequadas de seus produtos e serviços a cada perfil de cliente.

A identificação do seu não enquadramento no perfil do público-alvo dos produtos ou serviços é realizado através de análises das informações dos clientes, sistemas integrados e monitoramento constante atrelado aos perfis e público-alvo de cada produto determinados na sua concepção. Caso identificada a situação de não enquadramento, o cliente é alertado através de envios de SMS, alertas via mobile e autoatendimento e por meio do Internet Banking. Para alguns produtos e serviços o alerta é realizado ainda no momento da contratação sendo informado de maneira online ao cliente com posterior direcionamento a ofertas mais adequadas.

Prática em Destaque

Alerta de Enquadramento Crédito Imobiliário

Para aquisição do Crédito Imobiliário Bradesco, necessariamente o cliente deve realizar uma simulação prévia para verificação do seu enquadramento ao produto, o qual considera características de perfil, dados pessoais e capacidade financeira. Após realizada a simulação online, os sistemas integrados de crédito realizam a análise dos dados cliente e dos dados perfil e público-alvo do produto para verificação do enquadramento. A compilação de dados, análises de CRM e toda a estrutura da Organização permitem que o cliente receba o alerta sobre a adequação em até 1 hora, garantindo transparência ao processo.

Exemplo de Simulação e alerta em até 1 hora para proposta de Crédito Imobiliário, no Internet Banking.

The screenshot displays the Bradesco Internet Banking homepage. At the top, there is a navigation bar with the Bradesco logo, user account information (Agência, Conta, OK, Lembrar-me), and the user name (Como Usar). Below this, a secondary navigation bar includes 'Para Você' and various service categories like Exclusive, Prime, Private Bank, MMS, Perfis, Bradesco, Para Sua Empresa, and Poder Público. The main content area features a large banner for 'CRÉDITO IMOBILIÁRIO AQUISIÇÃO DE IMÓVEIS' with a house icon. The banner text reads: 'SIMULE, ENVIE SUA PROPOSTA E RECEBA O RESULTADO EM ATÉ 1 HORA!'. Below the banner, there is a section titled 'SIMULAR FINANCIAMENTO IMOBILIÁRIO' with the text 'Comprar sua casa e marcar a data da mudança está mais próximo do que você imagina'. On the left side, there is a vertical menu with categories like 'Produtos e Serviços', 'Empréstimos e Financiamentos', 'Crédito Parcelado', 'Cheque Especial', 'Crédito Consignado', 'Crédito Pessoal', 'Crédito Flex', 'Antecipações', 'Crédito Imobiliário', 'Veículos', 'Bens e Serviços', 'Agronegócio', 'Microcrédito', 'Leasing', 'Universitários', 'Aposentados', and 'Promoções e Campanhas'.

Quais os resultados alcançados que justifiquem ser uma boa prática?



O cliente tem a ciência da adequação ao produto em um período curto de tempo, sem impactos ao seu planejamento, com a devida explicação dos critérios de análise e julgamento de valor sobre a solução ser apropriada a sua necessidade. Os resultados possibilitam e deixam mais clara a transparente o atendimento da sua real necessidade, e o mais compatível com a sua capacidade financeira, face a grande variedade de faixas de créditos e prazos disponíveis dando a ele a possibilidade de optar pela aquisição do produto que mais se enquadra a sua necessidade.

Como eles foram mensurados?



A mensuração dos benefícios aos consumidores se dá por meio do acompanhamento do volume de atendimento ao cliente. É possível mensurar a sua assertividade pela quantidade de interações recebidas e realizadas, indicadores de aprovação/recusa de crédito, novas contratações por canais de autoatendimento, conversão de ofertas recomendadas, recontrações e renovações de consumo. Os volumes de reclamação de clientes relacionados a adequação de produtos e serviços também são capazes de demonstrar a assertividade da disponibilização das informações relacionadas a enquadramento de perfil de clientes e usuários.

Qual a prática adotada pela IF para alertar o consumidor sobre o seu não enquadramento no perfil do público-alvo de determinado produto ou serviço?



No ato da simulação realizada pelo Correspondente Bancário, as condições ofertadas para o cliente já são tabuladas e no caso de desenquadramento é oferecido imediatamente uma outra opção, se possível, já que o tratamento é pessoal e personalizado a cada cliente.

Na abordagem ou entrevista com o consumidor é identificado o seu enquadramento, e caso o consumidor não esteja enquadrado em nenhum dos convênios informados, ou mesmo que as características de sua operação (% margem disponível, Prazo, Idade, Valor Máximo Liberado), não estejam enquadradas no RO, o Correspondente procede orientando o cliente sobre a inexistência de produto/serviços, ou a indisponibilidade daquele convênio com a CCB, e faz recomendação de que ele busque outra forma de empréstimo ou instituição que possa atendê-lo.

Figura 13. Simulação de Proposta Desenquadrada

CCB (BRASIL) BANCO MULTIPLO S/A

PLANILHA DE PROPOSTA SIMPLIFICADA

Proc.: 26/09/2018 16:08:05
 Sit.: 26/09/2018 Cont.: 25/09/2018

PLANILHA DE PROPOSTA Nº: [REDACTED] SIC: [REDACTED]
 MPP/PRP2 [REDACTED]

FINANCIADO: [REDACTED] MODELO DE DECISÃO: [REDACTED]

DADOS DO CLIENTE

Cliente: [REDACTED] Nº.: [REDACTED]
 Endereço: [REDACTED] Compl.: [REDACTED]
 Bairro: [REDACTED] Cidade: [REDACTED]
 CPF: [REDACTED] RG: [REDACTED]
 Est. Civil: [REDACTED] Fil. Mãe: [REDACTED]
 Data de Nasç.: [REDACTED] Fil. Pai: [REDACTED]
 Pessoa Politicamente: [REDACTED] Dat. Emissão RG: [REDACTED]
 Benefício: - Idade: [REDACTED]

CONTRATO Nº: [REDACTED]
SITUAÇÃO: REPROVADA

Escolaridade: [REDACTED]
 UF: PB
 Cee: [REDACTED]
 Matrícula: [REDACTED]
 Fone Res.: (83) 98 145-5008
 Celular: [REDACTED]
 Telefone do Cônjuge: () [REDACTED]

ATIVIDADE PROFISSIONAL:

Empresa: [REDACTED] Nº.: [REDACTED]
 Endereço Coml.: [REDACTED] Cidade: [REDACTED]
 Bairro: [REDACTED] Cargo: [REDACTED]
 Data Adm.: [REDACTED] Profissão: [REDACTED]
 Nat. Ocup.: [REDACTED] Categoria: -
 Regime de Contratação: -

Fone: [REDACTED]
 Coml.: [REDACTED]
 UF: [REDACTED] Valor Patrimonial: [REDACTED]
 Salário: [REDACTED]

DADOS DO BENEFÍCIO:

UF: PB Agência: [REDACTED] Conta: [REDACTED] 0 (N)Recebe Benefício Através de Cartão Benefício

Acima, segue exemplo de proposta cadastrada pelo Correspondente, onde as informações estão desenquadradas e automaticamente o sistema a recusa.

Quais os resultados alcançados que justifiquem ser uma boa prática?



O consumidor recebe a oferta em conformidade com as suas necessidades, interesses e objetivos. Dentre os resultados também destacamos, como exemplo, o baixo índice de reclamação no processo de contratação de crédito consignado, em razão da assertividade do perfil do público-alvo.

Como eles foram mensurados?



Atualmente a carteira de consignado apresenta índice baixo de atendimento, segundo as pesquisas de comunicação externa que temos acesso, por motivo de enquadramento errôneo, taxas abusivas e demais assuntos relacionados a oferta de produtos e serviços.



Qual a prática adotada pela IF para alertar o consumidor sobre o seu não enquadramento no perfil do público-alvo de determinado produto ou serviço?



Quando o cliente não se enquadra no perfil do público-alvo de determinado produto de crédito, ele é informado sobre a recusa e a não efetivação da proposta, não sendo realizadas a oferta nem comercialização do produto ou serviço inadequado.

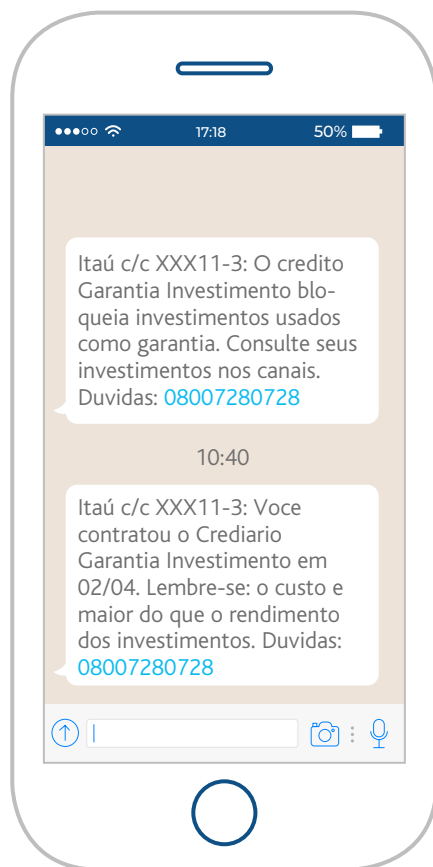
No **Credíário com Garantia**, também é indicado avaliar o resgate dos investimentos antes de realizar a contratação (Anexo 22) e, após a contratação, é lembrado que o custo é maior que o rendimento dos investimentos (Anexo 23).

No pós-contratação, um exemplo de boa prática é a **oferta ativa de parcelamento com taxas menores** quando o cliente utiliza o Cheque Especial por 30 dias consecutivos com índice de utilização acima de 15% e saldo acima de R\$ 200,00 (Anexo 24).

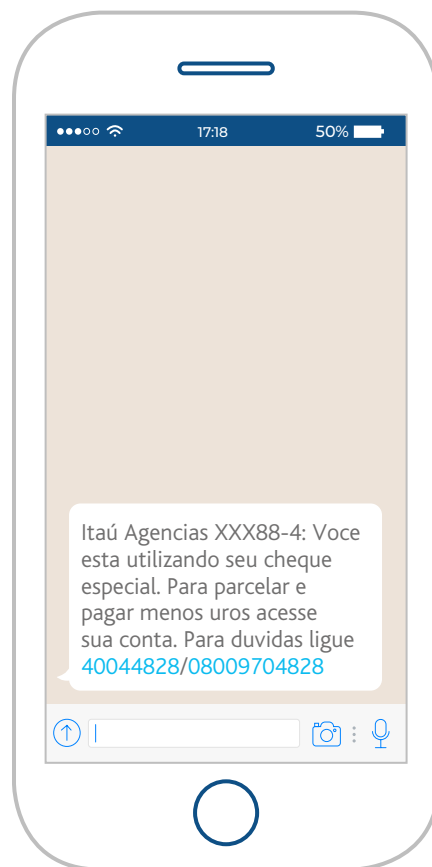
Anexo 22: Contratação de Crédito com Garantia – Opção de resgate de investimentos

The screenshot shows the Itaú website interface for confirming a credit contract with investment guarantee. The page title is "Confirme a contratação do Credíário com Garantia Investimento". It displays contract details such as "Valor entregue (1): R\$ 7.650,00 (96,91% valor total financiado)" and "Valor do IOF (2): R\$ 244,21 (3,09% valor total financiado)". A prominent warning box with an orange border and text reads: "Fique atento: Antes de prosseguir com a contratação avalie fazer um resgate e realizar aplicações programadas." An orange arrow points from this box to a checkbox labeled "Li e concordo com as condições do Credíário com Garantia de Investimento." Below the checkbox, there is another smaller version of the warning box. At the bottom of the page, there is a field for "Senha do cartão de débito com 4 dígitos:" and a "fale com a gente" button.

Anexo 23: SMS – após contratação de Crédito com Garantia



Anexo 24: SMS – Oferta de parcelamento do Cheque Especial



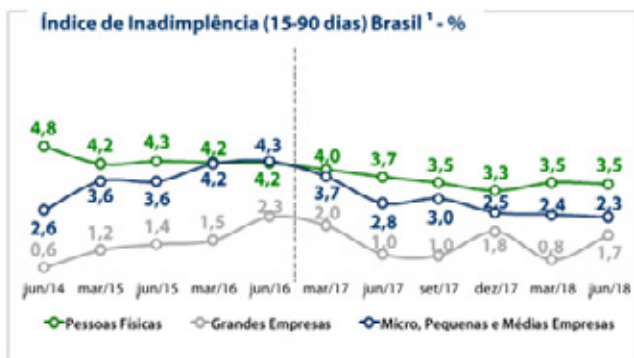
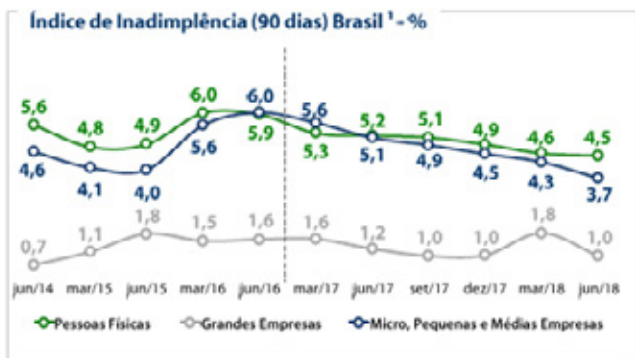
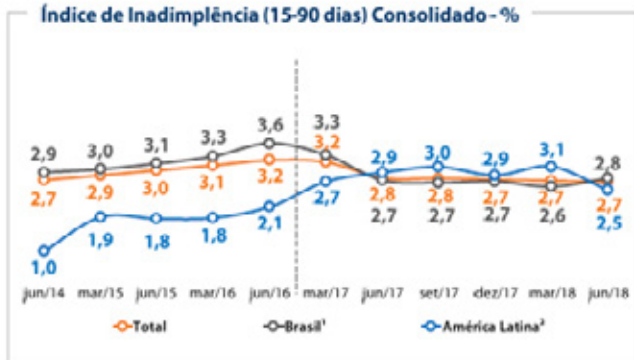
Quais os resultados alcançados que justifiquem ser uma boa prática?



O consumidor recebe a oferta em conformidade com as suas necessidades, interesses e objetivos. Podemos observar o resultado no relatório de qualidade do crédito (Anexo 25).

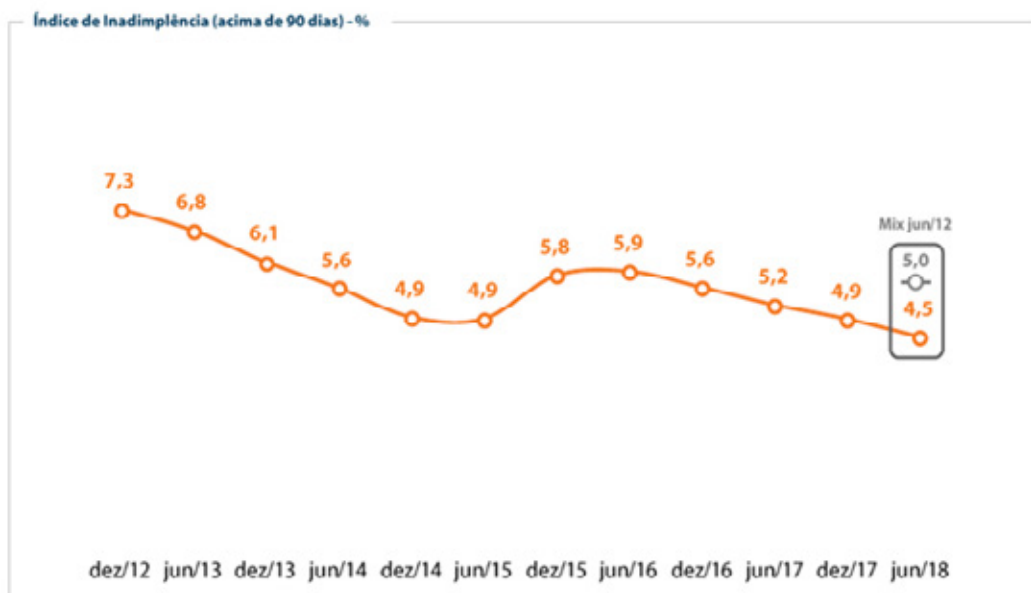
Dentre os resultados também destacamos, por exemplo, o baixo índice de reclamação no processo de contratação do Crédito Imobiliário em razão da assertividade do perfil do público-alvo e da baixa inadimplência nos contratos (Anexo 26).

Índice de Inadimplência



Obs.: Índice de Inadimplência (15-90 dias) do Total e da América Latina anteriores a jun/16 não incluem Corpbanca. Considera a consolidação do Citibank a partir do 4T17. (1) Inclui unidades externas ex-América Latina; (2) Exclui Brasil.

Evolução da Inadimplência – Pessoa Física (Brasil)



Obs.: Considera a consolidação do Citibank a partir do 4T17.

Anexo 26: Crédito Imobiliário – Baixo índice de reclamação

Bacen Procedentes



Bacen Entradas



Procon Atendimento



Como eles foram mensurados?



- Acompanhamento do índice de solicitação de Cancelamento dos produtos pelo cliente;
- Acompanhamento dos índices de inadimplência. A redução nos índices de inadimplência nos mostra que os produtos estão adequados a necessidade do cliente e que a aquisição foi realizada com consciência;
- Acompanhamento do Ranking BACEN de satisfação dos clientes;
- Pesquisas internas de satisfação com os clientes.

Qual a prática adotada pela IF para alertar o consumidor sobre o seu não enquadramento no perfil do público-alvo de determinado produto ou serviço?



Conforme exemplos indicados no item acima, pertinente ao tópico “**Informações de não enquadramento**”, a Instituição utiliza **ações de comunicação junto aos canais de atendimento para alertar o cliente quanto à necessidade de sua avaliação.**

Quais os resultados alcançados que justifiquem ser uma boa prática?



Como linha de boa prática essa transparência fortalece o relacionamento com o cliente e demonstra para a Instituição a adequação ou não de seus produtos/serviços e fornece insumos para melhorias de processos e produtos. Como exemplo podemos citar o baixo índice de alteração ou cancelamento do pacote de serviços contratado pelo cliente, o que indica uma venda adequada ao seu perfil.

Como eles foram mensurados?



Os resultados são mensurados a partir do monitoramento do comportamento do cliente em cada produto/serviço por ele contratado feito através da análise da base de clientes. Como exemplo podemos citar a ação de comunicação ao cliente da possibilidade de alteração da modalidade do Pacote de Serviço mais adequado ao seu perfil ou cancelamento, além do alto percentual de permanência na modalidade contratada.



Qual a prática adotada pela IF para alertar o consumidor sobre o seu não enquadramento no perfil do público-alvo de determinado produto ou serviço?



Além da política usual, comprometendo-nos em seguir atuando de forma transparente e pensando na melhor prestação de serviços, o Santander realizou uma ação que chamaremos aqui para referências em outras respostas de “Dever Geral de Adequação de Pacotes de Serviços”. Nesta ação foi realizado levantamento de um grupo expressivo de clientes, visando a identificar possíveis situações que possam caracterizar um padrão recorrente de baixo consumo em relação aos serviços incluídos no pacote contratado. **Estes foram abordados** durante o primeiro semestre de 2018, por meio de seu extrato consolidado (físico e digital) (Fig. 5) e **também por meio dos terminais de autoatendimento** (Fig. 6), **com um comunicado** direcionando-os a utilizarem a importante ferramenta ‘**extrato de serviços**’, que demonstra claramente se os serviços contratados estão ou não adequados às suas necessidades.

Além disso, esse comunicado informa que os clientes podem consultar na Tabela de Serviços, disponível nas agências e em nosso site, todas as opções disponíveis para movimentação da conta, para que possam avaliar sobre a conveniência de alterarem o pacote contratado, se assim desejarem, mediante contato com nossas agências ou Centrais de Atendimento.

Esta ação será disseminada para novos grupos de clientes no último trimestre de 2018, e pretendemos torná-la uma prática recorrente, a fim de garantir aos nossos clientes sempre os produtos mais adequados às suas necessidades.

Fig.5

Verificamos que você não usou todos os serviços oferecidos no pacote contratado. Veja agora a composição do seu pacote e sua utilização, acesse no Internet banking: Conta Corrente > Pacote de Serviços > Consultar Extrato de Serviço > Ver detalhe. Se quiser conhecer outras opções de pacotes disponíveis, confira nossa tabela de serviços em santander.com.br ou em nossas agências. Se quiser alterar para um pacote mais adequado às suas necessidades, ligue para a nossa Central de Atendimento ou fale com nossa equipe nas agências.

Fig.6

VOCÊ NÃO UTILIZOU EM SUA TOTALIDADE OS SERVIÇOS OFERECIDOS NO PACOTE CONTRATADO.

- ▶ Se quiser conhecer ou trocar por outras opções disponíveis, fale com nossa equipe em uma agência ou pela Central de Atendimento.

PARA CONSULTAR A COMPOSIÇÃO DO SEU PACOTE E VER O QUANTO JÁ UTILIZOU, ACESSE:

- ▶ Internet banking > Conta Corrente > Pacote de Serviços > Consultar Extrato de Serviço > Ver detalhe

Quais os resultados alcançados que justifiquem ser uma boa prática?



Os clientes que identificaram a necessidade de ajuste do Pacote contratado procederam com a troca dele e alguns puderam identificar que somente os Serviços Essenciais Gratuitos atenderiam sua movimentação, portanto procederam com o encerramento de pacotes.

Como eles foram mensurados?



Um mês após a comunicação com os clientes, foram levantados os volumes de troca/ encerramento de pacotes realizados por este público. Iremos tornar esta prática recorrente, a fim de garantir que o cliente tenha sempre o produto mais adequado.

2.2 Informações e Orientações ao Consumidor

Regra do Normativo SARB nº 017/2016:

Art. 6º Para assegurar a utilização adequada dos produtos financeiros ofertados ao consumidor, as Instituições Financeiras Signatárias têm o dever de esclarecer seus atributos, inclusive informações relacionadas aos custos decorrentes da contratação, juros e encargos incidentes, além de forma e efeitos da sua utilização, em observância ao art. 13 do Normativo SARB 010/2013, quando aplicável.

Parágrafo único. Os esclarecimentos e informações descritas no caput deverão possibilitar que o consumidor simule as condições efetivas que lhe seriam aplicáveis caso efetivasse a contratação do produto ou serviço ofertado.

Art. 7º A oferta de produtos, sem prejuízo de outras normas aplicáveis, deverá:

I – utilizar linguagem simples, clara e sempre que possível sem o uso de expressões técnicas ou jurídicas;

II – permitir fácil leitura, especialmente pelos meios eletrônicos, e ser audível nas contratações por voz;

III – identificar a Instituição Financeira que realiza a oferta;

IV – ser direcionada aos consumidores que se enquadrem no público-alvo para oferta do produto ou serviço ofertado, considerando a política indicada no Artigo 4º.

Parágrafo único. Quando da realização de ofertas conjuntas de operações de crédito ou serviços, a Instituição Financeira Signatária deverá deixar claro ao consumidor que lhe é assegurado o direito à contratação de cada operação ou serviço de forma individualizada.

Art. 8º No caso de encerramento ou cancelamento de qualquer benefício de preço reduzido ou isenção praticados pela Instituição Financeira Signatária por tempo indeterminado, o consumidor deverá ser comunicado com antecedência mínima de 30 (trinta) dias.



INFORMAÇÕES E
ORIENTAÇÕES
AO CONSUMIDOR



Qual a prática adotada pela IF para efetivamente esclarecer aos consumidores as características, formas e efeitos da contratação de produtos ou serviços?



Os produtos e serviços do Banco do Brasil são desenhados de forma transparente para o cliente. Todas as informações estão disponíveis antes da contratação, seja por meio eletrônico ou presencial, na tela de oferta/contratação do produto.

O cliente conta, ainda, com o atendimento da rede de agências, Centrais de Atendimento, SAC e Ouvidoria, para esclarecer quaisquer dúvidas.

Exemplos

- O cliente pode acessar a página do BB, sem necessidade de digitação de agência/conta/senha, para obter informações sobre todos os tipos e características dos investimentos:
- <https://www.bb.com.br/pbb/pagina-inicial/voce/produtos-e-servicos/investimentos#/>
- No caso dos produtos de crédito, há a disponibilização de resumo contratual previamente à contratação, em que há o detalhamento de todos os custos decorrentes da operação.
- A Brasilprev (previdência) iniciou o envio de e-mails educativos para os portadores de planos de previdência.
- Especialização do Atendimento e treinamento direcionado a funcionários que prestam assessoramento/ atendimento ao cliente de acordo com seu segmento. (Ex: UCI, com especialização no assessoramento para investimento; Consultores Brasilprev que efetuam visitas a clientes para contratação de previdência privada, etc).

A imagem mostra a interface do site do Banco do Brasil. No topo, há um menu de navegação com opções como 'PRODUTOS E SERVIÇOS', 'ATENDIMENTO', 'SOBRE NÓS' e 'BUSCAR'. Abaixo, uma seção promocional para investimentos com o título 'Invista com o BB' e 'TAXA ZERO'. A promoção inclui opções de 'Previdência*', 'Tesouro Direto' e 'Renda Fixa'. À direita, há um botão 'ABRA SUA CONTA' e uma seção 'Newsletter'. Abaixo, há três cartões de benefícios: 'Assessoria' (Para os momentos em que você precisa de uma opinião de quem te conhece), 'Confiança' (Em quem tem 210 anos de história) e 'Comodidade' (Para investir pelo celular onde e quando você quiser). No rodapé, há uma seção 'Nossas opções de investimentos' com ícones para 'Fundos', 'Ações' e 'Letras'.


[PRODUTOS E SERVIÇOS](#)
[ATENDIMENTO](#)
[SOBRE NÓS](#)
[BUSCAR](#)
[ACESSE SUA CONTA](#)

Previdência

Acredite, é taxa zero

Contrate agora com taxa de carregamento zero, tanto para investir quanto para resgatar nos planos PGBL e VGBL. A partir de R\$100,00 por mês você fica mais perto de realizar seus projetos. Confira os diferentes planos e comece agora.

É simples, descomplicado e sem taxas.

Contrate pelo app, simule aqui ao lado ou fale com seu gerente.

A melhor forma de planejar todos os seus futuros.

Previdência privada não é só para quem está pensando em aposentadoria, mas também em outros projetos, como um negócio próprio, uma renda complementar, enfim, um projeto especial.

Planeje o seu futuro com a BB Seguros

Nossos planos de previdência privada são opções inteligentes para formar uma reserva financeira e realizar projetos a longo prazo: quem quer ter um amanhã tranquilo sabe que é bom começar desde já.

Nossos produtos são flexíveis e modernos para ajudar você a conquistar um futuro mais confortável, possibilitando tornar realidade o que você planejar.

É muito simples: você contrata o plano mais adequado ao seu objetivo e realiza uma contribuição única ou contribuições periódicas, que podem ser mensais, trimestrais, semestrais ou anuais.

Informações

- Previdência complementar**
 É a melhor solução para reforçar seus rendimentos na aposentadoria
 Veja mais
- Tributação**
 Entenda as opções de tributação e escolha a mais adequada
 Veja mais
- PGBL ou VGBL?**
 Planos parecidos, mas com uma diferença muito importante
 Veja mais
- Opções de renda**
 Conheça as formas de receber o saldo do seu plano de previdência

[SIMULE AQUI](#)
[Não correntista](#)

Banco do Brasil. Clique aqui e veja nossas soluções para Empresas, Agronegócios e outras situações


[PRODUTOS E SERVIÇOS](#)
[ATENDIMENTO](#)
[SOBRE NÓS](#)
[BUSCAR](#)
[ACESSE SUA CONTA](#)

Você > Produtos e Serviços > Previdência > Planos PGBL e VGBL

Planos de Previdência Privada PGBL e VGBL

Conheça a diferença básica e entenda qual é o plano mais indicado para você

[Contrate aqui seu plano de previdência](#)
[SIMULE/ CONTRATE](#)

Embora os planos PGBL e VGBL pareçam iguais, há algumas importantes diferenças entre eles. A principal é em relação ao imposto de renda.

O **Plano Gerador de Benefício Livre (PGBL)** é ideal para quem declara imposto de renda (IR) no formulário completo. Todas as contribuições realizadas no plano podem ser deduzidas da base de cálculo do IR até o limite de 12% da renda bruta anual, desde que o cliente também contribua para o INSS ou regime próprio de previdência. Assim você adia o pagamento do imposto de renda para o momento do resgate, que ocorre sobre todo o valor resgatado (o valor investido mais a remuneração).

O **Vida Gerador de Benefício Livre (VGBL)** é ideal para quem declara IR no formulário simplificado, é isento ou para quem excedeu o limite de dedução do IR (12% da renda bruta anual). Embora você não tenha o benefício fiscal da dedução no IR enquanto está investindo, na hora do resgate o imposto incide somente sobre a rentabilidade acumulada.

Poupança

A poupança é a modalidade de investimentos mais conhecida dos brasileiros. É o primeiro passo para a realização dos seus sonhos, de forma fácil, segura e sem taxas.

Todo correntista do BB já possui uma conta poupança pronta para iniciar. Basta fazer o primeiro depósito ou transferência.

Além disso, aqui você tem à disposição a Poupança dos Sonhos. É uma forma do investidor se programar para a realização dos seus objetivos, seja a compra de um carro, uma viagem ou a reforma da casa, o que desejar. Basta incluir o valor, o prazo e a gente calcula para você quanto deve ser transferido para a poupança periodicamente.

O rendimento é mensal e ocorre sempre no dia do mês em que você fez o depósito, ou no dia útil posterior.

Além da poupança tradicional, no BB você tem a opção de investir na Poupex. Os recursos são aplicados em financiamentos imobiliários e administrados pela Associação de Poupança e Empréstimo (Poupex). E você ainda pode pleitear um financiamento para realizar o sonho da casa própria.

As duas modalidades contam com a possibilidade de você programar suas aplicações e/ou deixar o valor que tem investido com a opção de resgate automático para cobrir o saldo da sua conta corrente, quando necessário.

Produto	Risco	Valor Mínimo
Poupança	Muito Baixo	Sem valor mínimo
Poupex	Muito Baixo	Sem valor mínimo

O que mais preciso saber?

- Fácil contratação: para correntistas BB, basta fazer o primeiro depósito ou transferência. Para quem ainda não é cliente, é só comparecer a uma agência com documento de identidade, CPF, comprovante de residência e de renda (mesmo quem não tenha renda pode contratar).
- As movimentações estão disponíveis em todos os canais de autoatendimento.
- Já vem com cartão para movimentação.
- A remuneração é definida pelo Banco Central.
- Liquidez diária.
- Isenção de Imposto de Renda para Pessoa Física.
- Garantia do Fundo Garantidor de Crédito - FGC.
- Aceita débito automático de contas.

Quais os benefícios para o consumidor?



Transparência, clareza na linguagem, e poder de escolha na tomada de decisão. O consumidor pode ter conhecimento de todos os atributos do produto ou serviço ofertado, inclusive informações de custos, juros ou encargos ou possíveis ônus contratuais.

Como eles foram mensurados?



Acompanhamento dos atendimentos efetuados pelo SAC/Ouvidoria.

Qual a prática adotada pela IF para efetivamente esclarecer aos consumidores as características, formas e efeitos da contratação de produtos ou serviços?



REDE DE AGÊNCIAS - No momento anterior a contratação, são apresentadas todas as condições dos produtos e serviços, como taxas aplicadas, prazos, carência para início de pagamento, CET e etc. Posteriormente, o cliente recebe estas informações nos contratos e termos de adesão.

SERVIÇOS - No contrato de **conta corrente** nos **itens 5 "ADVERTÊNCIAS" e 6 "CONDIÇÕES" constam os esclarecimentos necessários** para a movimentação e o encerramento da conta corrente.

Quais os benefícios para o consumidor?



REDE DE AGÊNCIAS - A apresentação das condições contratuais no momento anterior à contratação, em todos os canais de atendimento, prestando todos os esclarecimentos necessários sobre as condições da contratação.

SERVIÇOS - Como benefício o consumidor terá total esclarecimento, informação e conhecimento da relação contratual de forma clara e objetiva.

Como eles foram mensurados?



A mensuração foi de acordo com a **necessidade recorrente do consumidor no momento da contratação e durante a prestação dos serviços contratados.**

Qual a prática adotada pela IF para efetivamente esclarecer aos consumidores as características, formas e efeitos da contratação de produtos ou serviços?



Além de fornecer cópia do Contrato, os clientes recebem Extratos e orientações para pagamento de suas parcelas. Todo material de promoção contempla as principais características dos produtos e público-alvo, incluindo também taxas de juros e CET. **A contratação é precedida de palestra informativa e formação de grupo solidário, com afinidades comprovadas. Não é admitida a composição de grupo solidário para quem não atende o requisito do programa de microfinança urbana, nem é enquadrado na Microfinança Rural quem não exerça atividades produtivas de qualquer natureza, no meio rural,** como estabelecem as normas operacionais.

Quais os benefícios para o consumidor?



Acesso a informações detalhadas dos produtos e serviços ofertados, bem como, relativas às contratações já realizadas.

Como eles foram mensurados?



Sem resposta.

Qual a prática adotada pela IF para efetivamente esclarecer aos consumidores as características, formas e efeitos da contratação de produtos ou serviços?




Todas as informações são divulgadas para esclarecer aos clientes todas as condições do produto e características, formas e efeitos da contratação são mantidas em destaque. Essas informações são apresentadas de maneira individual, de acordo com as características particulares de cada produto ou serviço, portanto, no momento da oferta, simulação ou adesão, as condições são apresentadas e os “Termos de Adesão” aos produtos, além de formalizar a contratação chamam atenção especial aos riscos e encargos envolvidos aplicando, quando necessário, a complementação da documentação por meio de termos de ciência e termos de recusa.

Práticas em Destaque

- **Termos de Adesão durante Contratação Física:** Nos termos de adesão, onde são formalizadas as aquisições, as informações e efeitos de cada produto ou serviço possuem destaque para que os clientes se sintam efetivamente esclarecidos sobre as condições.

Exemplo Termo de Adesão de Seguro com destaque às informações imprescindíveis no momento da contratação.



VGBL Bradesco Proteção Familiar Proposta de Adesão

Benefícios de Risco

<input type="checkbox"/> Pecúlio	Prazo de Cobertura (em anos)	Valor do Benefício
<input type="checkbox"/> Processo Sussep nº 10.000686/00-01		
Contribuição Mensal	Total da Contribuição	Prêmio/Contribuição Total

* Para os Benefícios de Riscos a taxa de carregamento é de 20% sobre as contribuições pagas.

Beneficiário

Nome	Sexo	Data de Nascimento	Grau de Parentesco Código	% Participação	
				No Resgate	Nos Benefícios Pecúlio
1					
2					
3					
4					

1 - Cônjuge 2 - Filho(a) 3 - Pai/Mãe
4 - Irmão(ã) 5 - Outros 6 - Companheiro(a)

Estrutura de Vendas

O. Recurso	Sncmsal	Agência	Sup. Ex.	Convênio	C. Master	G. Produto	Corretor	Agente
Nome da Corretora				Nº Registro Sussep		Assinatura da Corretora		

Esta Proposta confirma a de mesmo número emitida e autenticada mecanicamente em _____, prevalecendo os benefícios e os beneficiários constantes nesta, mantendo-se a cobertura garantida a partir da aceitação pela Bradesco Vida e Previdência S.A.

Local e Data _____ Assinatura do Proponente _____

Nome da Corretora _____ Número do Registro Sussep _____

Responsável pelo Pós-Venda

Data	Código Funcional

Assinatura da Corretora _____ Nome e Assinatura _____

Declarações do Proponente


Declaro estar ciente de que:

1 - O fator de Renda é calculado pela Tábua Biométrica AT 2000 suavizada (M/F) + 0% juros ao ano.

2 - Os resgates/portabilidades poderão ser solicitados a partir do 60º dia da inscrição, observado o intervalo mínimo de 60 (sessenta) dias entre resgates/portabilidades.

- **Simulações realizadas pelo Cliente:** Após as simulações de contratação de produtos e serviços, adicionalmente às informações de acordo com a especificação do cliente, são apresentadas todas as condições e efeitos relacionados.

Exemplo Simulação de Antecipação de 13º com destaque às informações imprescindíveis no momento da contratação.


Bradesco
Antecipação 13º Salário

Data da operação: 29/11/2017 - 14:01
Nº de Controle: 43653

Conta de crédito: Agência: 3864 | Conta: 42548
Nome: CENTRAL DE TESTES

Dados do Empréstimo
Valor Solicitado: 100,00
Valor do IOF: 0,64
Valor do Empréstimo: 100,64
Quant. de Parcelas: 1
Valor da Parcela: 111,32
Venc. da Parcela: 30/01/2018
Taxa de juros efetiva ao mês: 5,00 %
Taxa de juros efetiva ao ano: 79,58 %
Valor da(s) Tarifa(s): 0,00
Modalidade: Prefixada

Componentes do Fluxo da Operação
Valor Total Devido: 100,64
Valor Liberado: 100,00 | 99,64 %

Pagamentos Autorizados
Tributos - IOF: 0,64 | 0,64 %
Tarifas: 0,00 | 0,00 %
Total pagamentos autorizados: 0,64 | 0,64 %

Taxa CET/mês: 5,40 %
Taxa CET/ano: 88,01 %

CET - Custo Efetivo Total
Representa a taxa de juros acrescida de tributos, tarifas, seguros e demais despesas cobradas do cliente.

A taxa de juros contratada nesta operação é aplicada de forma capitalizada sobre o valor do empréstimo, nos termos da legislação vigente.

Encargos de atraso:

Juros remuneratórios: à mesma taxa prevista nesta contratação sobre o valor da dívida.
Juros moratórios: 1% ao mês sobre o valor da dívida, acrescido de juros remuneratórios.
Multa: 2% sobre o total devido.
Despesas de cobranças e honorários advocatícios extrajudiciais de 10% sobre o valor do saldo devedor.

A contratação de Crédito exige um bom planejamento.

Direitos do Consumidor:

É assegurado ao consumidor: liquidação antecipada com redução proporcional dos juros e demais acréscimos; portabilidade desta operação para outro Banco e desistência da operação em até 7 dias do recebimento do valor, devendo o consumidor restituir ao Banco o valor total financiado, acrescido dos eventuais tributos e juros incidentes até a data da efetiva devolução.

Demonstrativo para simples conferência.

Apoio ao Internet Banking e Bradesco Celular
3003 0237 - Capitais e regiões metropolitanas
0800 701 0237 - Demais localidades
SAC-Aiô Bradesco
0800 704 8383
Ouvidoria Bradesco
0800 727 9933

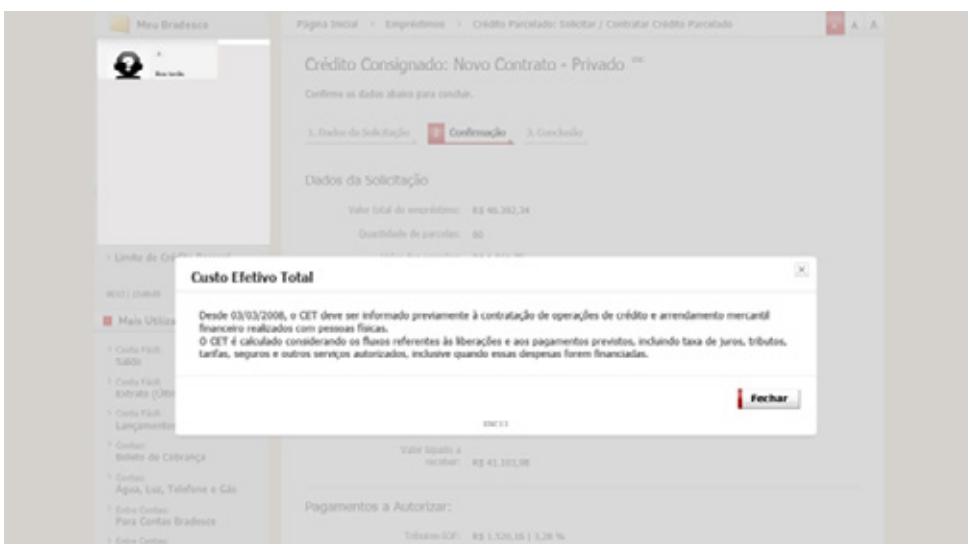
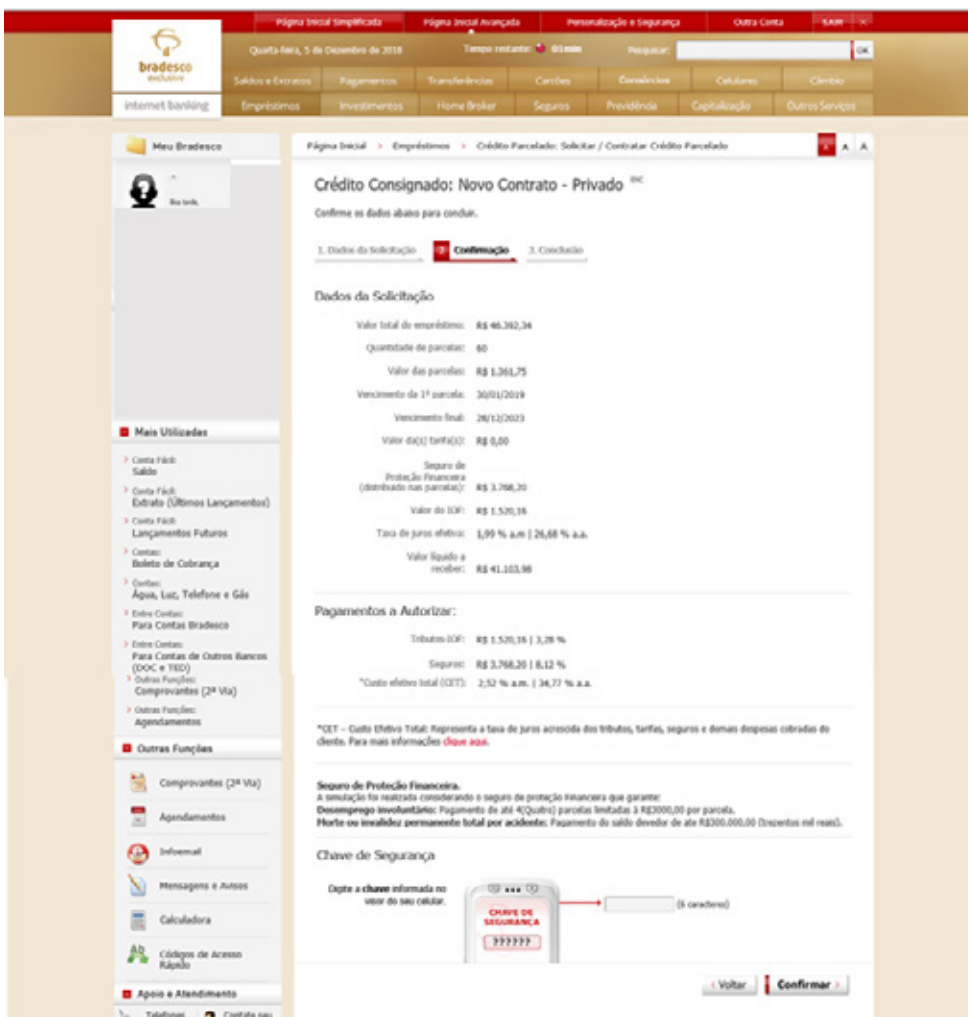
A transação acima foi realizada por meio do BRADESCO CELULAR.

- **Divulgação das informações durante a utilização do produto ou serviço:** Para garantir o conhecimento por parte do cliente sobre condições, alterações e adequações de regras de funcionamento ou funcionalidades, as informações são divulgadas nas comunicações as quais o cliente já utiliza e acessa.

Exemplo informações gerais e condições do Parcelado Fácil divulgadas nas faturas de Cartão de Crédito Bradesco.

- **Alertas no Momento da Contração Digital:** Durante o fluxo e validação das contratações, as características consideradas condicionais do produto ou serviço, além de qualquer outra que incida em efeitos futuros ao cliente são apresentadas em formato de entretela e *pop ups* como forma de priorização da informação.

Exemplo Simulação de Antecipação de 13º com destaque às informações imprescindíveis no momento da contratação.



Quais os benefícios para o consumidor?



As informações disponíveis em todo o momento da jornada do produto seja antes, durante ou depois da contratação, mantém o cliente ciente efetivamente informado sobre o que está consumindo já que são de livre acesso, proativas e podem ser acessadas em qualquer momento e de maneira simples. Reforçando essa prática, durante todas as comunicações, o Bradesco disponibiliza canais alternativos para maiores esclarecimentos acerca dos assuntos, onde o cliente também conta com um atendimento qualificado e que possibilitam livre escolha em suas decisões de continuidade de consumo.

Como eles foram mensurados?



O acesso às informações de contratação e seus efeitos podem ser mensuradas por meio de monitoramento de acesso e de reclamações correlacionadas a falta de informação no momento da oferta ou contratação. A medida que existe a diminuição nas fases de prestação de informações ou até mesmo a diminuição do volume de contatos com as agências e centrais de atendimento para esclarecimentos de informações, a efetividade das ações de esclarecimentos de características de produtos e serviços pode ser comprovada.

Qual a prática adotada pela IF para efetivamente esclarecer aos consumidores as características, formas e efeitos da contratação de produtos ou serviços?



Para o varejo, o banco utiliza de Correspondentes Bancários, que recebem orientações descritas no Roteiro Operacional, para oferta de produtos e serviços aos clientes. Como exemplo, citamos as informações referentes ao custo, prazo e processo de formalização, além dos números disponíveis no site da Instituição de Atendimento ao Cliente, que podem a qualquer momento contatar o banco a fim de esclarecer suas dúvidas. Todos os atendentes estão preparados e são treinados para prestar atendimento personalizado, com tratamentos diferenciados e prontos para esclarecer todas as dúvidas referentes as suas contratações.

Figura 14. Telefones disponíveis ao Atendimento ao Cliente



Atendimento ao Cliente

De segunda a sexta, das 9 às 18h.

Central de Atendimento: 0300 010 0242
Deficiente Auditivo ou de Fala: 0800 940 0649

Para Consultas, informações e transações como financiamentos e refinanciamentos

SAC: 0800 725 0048
Deficiente Auditivo ou de Fala: 0800 940 0649

Para reclamações, informações e cancelamentos.

Central de Cobrança: 0800 709 0799
cobranca@ccbfinanceira.com.br

Para pagamentos de boletos vencidos, contratos vencidos ou qualquer outro problema referente a cobrança.

Central de Cartões: 0800 775 7001
Grande São Paulo: 2066 4305
Deficiente Auditivo ou de Fala: 0800 770 0788

Atendimento 24 horas, 7 dias por semana.

SAC 0800 725 0048
De Segunda a sexta-feira das 9 às 18 horas

No site da CCB Financeira estão disponíveis os telefones que o cliente pode acessar.

Os Correspondentes Bancários devem obrigatoriamente certificar-se conforme determinado pelas normas externas. São também treinados e orientados quanto a necessidade de atendimento personalizado, oferecendo e demonstrando o produto mais adequado ao seu perfil.

Figura 15. Certificação Obrigatória ao Correspondente



Quais os benefícios para o consumidor?



Com a entrega do RO (Roteiro Operacional), aos Correspondentes, o cliente encontrará pessoas com informações suficientes e adequadas, para esclarecer dúvidas quanto ao produto contratado, prazo, custo e processo de formalização, etc, além de ter a facilidade de ligar a qualquer momento nos canais de atendimento.

Como eles foram mensurados?



Hoje a Instituição tem um índice quase nulo de reclamações, referentes a taxa excessiva, prazo acordado com o cliente ou informações sobre contratação de produtos ou serviços.

Além disso, a área de Compliance, realiza testes periódicos no processo de atendimento, por amostragem, sendo que neste período não foram identificadas reclamações referentes a oferta inadequada de produtos.



Qual a prática adotada pela IF para efetivamente esclarecer aos consumidores as características, formas e efeitos da contratação de produtos ou serviços?



O Itaú disponibiliza a **opção de simulação** antes da contratação de qualquer produto de crédito (Anexo 27). Antes da efetivação da contratação, é possível verificar as condições gerais da operação (Anexo 28), bem como as informações específicas (Anexo 29) necessárias para a decisão do cliente. O resumo contratual dos produtos de crédito, disponível nos canais eletrônicos e presenciais, apresentam informações como taxas de juros, tarifas, impostos, prazos, valor e quantidade de parcelas, custo efetivo mensal e anual, etc.

Anexo 27: Simulação Consignado – Passo a passo

The screenshot shows the Itaú website interface for a credit simulation. The top navigation bar includes the Itaú logo, 'ItaúUniclass', a search bar, and a user profile icon. A progress indicator shows 'Simulação' as the current step, followed by 'Contratação' and 'Comprovante'. A promotional banner offers an opportunity with a value of R\$ 38.787,00 in 58 parcels and a monthly payment of R\$ 1.382,49. Below this, the 'Dados da simulação do Crédito Consignado Itaú' section is displayed. It includes a pre-approval value of R\$ 55.410,28 and a monthly interest rate of 2,42% to 2,68%. A table allows the user to choose the loan amount, with options ranging from R\$ 55.410,28 to R\$ 36.300,00. A 'CONTINUAR' button is visible at the bottom.

The screenshot shows the detailed simulation step on the Itaú website. The top navigation bar is identical to the previous screenshot. The progress indicator shows 'Simulação' as the current step. The 'Dados da simulação do Crédito Consignado Itaú' section provides more details, including the date (26/06/2018), time (17:04:16h), and employer (ITAU UNIBANCO SA). A table allows the user to choose the monthly installment amount, with options for 5, 4, or 2 parcels. A 'CONTINUAR' button is visible at the bottom.

Quantidade de parcelas	Valor de cada parcela (R\$)	Taxa de juros (% ao mês)	Valor total do empréstimo (R\$)	CET (T.A.A.)
5	21,77	2,42	101,16	40,13%
4	26,85	2,42	101,03	40,46%
2	52,28	2,42	100,76	42,03%

Itaú ItaúUniclass Olá, o que você procura?

Simulação **você está aqui** → Contratação → Comprovante

Dados da simulação do Crédito Consignado Itaú

Data: 26/06/2018 Hora: 17:07:41h
Empregador: ITAU UNIBANCO SA

Taxa de juros (% ao mês)	Quantidade de parcelas	Valor de cada parcela (R\$)	Valor total do empréstimo (R\$)
2,42	2	52,28	100,76

ATENÇÃO !
- Após confirmação, o valor será liberado imediatamente em sua conta corrente.
- Condições válidas para esta data.

IMPORTANTE !
- A solicitação do empréstimo somente será efetuada após concordar com as informações da próxima tela.
- Verifique sempre as condições da operação antes de contratar.

[VOLTAR](#) [CONTINUAR](#)

Precisa de ajuda?

- O que acontece ao cancelar o Itaú Crédito Sob Medida?
- O que acontece ao cancelar o Crédito Consignado Itaú?
- Qual é o prazo para regularização da minha dívida?

[veja mais](#)

Itaú ItaúUniclass Olá, o que você procura?

Simulação **você está aqui** → Contratação → Comprovante

Dados da simulação do Crédito Consignado Itaú

Data: 26/06/2018 Hora: 17:07:41h
Empregador: ITAU UNIBANCO SA

Taxa de juros (% ao mês)	Quantidade de parcelas	Valor de cada parcela (R\$)	Valor total do empréstimo (R\$)
2,42	2	52,28	100,76

ATENÇÃO !
- Após confirmação, o valor será liberado imediatamente em sua conta corrente.
- Condições válidas para esta data.

IMPORTANTE !
- A solicitação do empréstimo somente será efetuada após concordar com as informações da próxima tela.
- Verifique sempre as condições da operação antes de contratar.

[VOLTAR](#) [CONTINUAR](#)

Precisa de ajuda?

- O que acontece ao cancelar o Itaú Crédito Sob Medida?
- O que acontece ao cancelar o Crédito Consignado Itaú?
- Qual é o prazo para regularização da minha dívida?

[veja mais](#)

Itaú ItaúUniclass Olá, o que você procura?

✓ Simulação **Contratação** **você está aqui** → Comprovante

Confirme a contratação do Crédito Consignado Itaú

Dados da contratação:

Empregador: ITAU UNIBANCO SA
Parcelas: 2 de R\$ 52,28
Dia de vencimento das parcelas: Todo dia 27
Vencimentos: de 27/07/2018 à 27/08/2018
Taxa de juros: 2,42% a.m. e 33,23% a.a.
Encargos Abaixo: Taxa Contrato + 1% a.m. + 2% multa
Custo Efetivo Total (CET): 2,93% a.m. 42,03% a.a.
Valor do empréstimo(1): R\$ 100,00 (99,25% valor total financiado)
Valor total do IOF(2): R\$ 0,76 (0,76% valor total financiado)
Valor total financiado: R\$ 100,76 (1)+(2)(100%)
Valor total da dívida: R\$ 104,56

AVISO !
- Após confirmação, o valor será liberado imediatamente em sua conta corrente.
- As parcelas serão descontadas do seu salário.
- Condições válidas para esta data.

Sumário de Contratação:

Atenção: este é apenas um resumo que não dispensa a leitura das Condições Gerais do CRÉDITO CONSIGNADO.

1. Direitos do Consumidor:
- Todo empréstimo pode ser liquidado antecipadamente, com redução proporcional dos juros remuneratórios;
- Por portabilidade você poderá transferir seu saldo devedor para outro Banco;

Declaro que li as **Condições Gerais** do Crédito Consignado Itaú e não tenho dúvidas sobre qualquer uma de suas cláusulas.

Não concordo Concordo

Precisa de ajuda?

- O que acontece ao cancelar o Itaú Crédito Sob Medida?
- O que acontece ao cancelar o Crédito Consignado Itaú?
- Qual é o prazo para regularização da minha dívida?

[veja mais](#)

[fale com a](#)

Anexo 28: Contratação Consignado – Condições Gerais

Condições Gerais do Empréstimo Mediante Consignação em Folha de Pagamento ou benefício do INSS

O Itaú concederá a você um empréstimo, no valor total indicado no ato da contratação, o qual poderá ser utilizado das seguintes formas:

- Libre utilização**, sendo entregue integralmente a você;
- Refinanciamento de outras dívidas que você tenha com o Itaú**, em que parte do valor comparecerá o refinanciamento como Saldo Refinanciado e outra parte será disponibilizada para sua livre utilização (Valor Entregue), após dedução do ICF. Neste caso, será esta Cédula para editar o(s) contrato(s) original(is) listado(s) neste documento, sem intenção de novar, passando as cláusulas aqui previstas a reger tal(is) operação(ões);
- Portabilidade de dívida**, sendo que, neste caso, o Itaú concederá a você um empréstimo no valor total do(s) operação(ões) portada(s) mediante transferência dos recursos utilizados à instituição credora original anteriormente identificada. O Itaú enviará para referida instituição o seu pedido de portabilidade, conforme os dados fornecidos por você, e solicitará a confirmação desses dados para efetivar a portabilidade. Confirmadas as informações por parte da instituição de origem e mantidas as atuais condições para concessão do crédito, seu empréstimo será utilizado para transferência dos recursos à instituição credora original e a sua dívida será transferida ao Itaú, que passará a ser paga de acordo com as novas condições aqui previstas.

Importante: Forneça corretamente as informações das operações a serem portadas!
Caso haja divergência no valor da dívida fornecido por você com os dados disponibilizados diretamente pela outra instituição, seja maior ou menor, você autoriza o Itaú a realizar a portabilidade no valor exato divulgado pela instituição de origem da dívida.

Se os valores informados pela instituição de origem da dívida forem superiores ao empréstimo concedido ou em caso de ausência ou insuficiência de margem consignável disponível, o Itaú cancelará este empréstimo não sendo realizada a portabilidade dos contratos indicados.

2. Margem Consignável Disponível
Em caso de ausência ou insuficiência de margem consignável disponível ou de não ser possível realizar a liquidação de todos os empréstimos indicados no comprovante de contratação, este contrato poderá ser cancelado, ou o Valor Total Empréstado poderá ser reduzido de forma que o valor integral das parcelas adeque-se à margem disponível, o que consequentemente gerará uma redução do Valor Entregue a você. Neste caso, o Itaú avisará a margem consignável conforme a disponibilidade verificada. Para consultar as informações atualizadas sobre o seu empréstimo utilize os canais de atendimento disponíveis.

Ao confirmar esta contratação, você manifesta sua decisão de não dar seguimento a eventual pedido de portabilidade para outra instituição financeira de qualquer contrato incluído nessa negociação, ainda que o empréstimo não se concretize.

Você declara estar ciente de que, nos casos de limite contratado cuja concessão do crédito dependa de reajuste dos seus proventos, as análises cadastrais e de crédito, a serem realizadas pelo Itaú, bem como a verificação da existência de margem consignável e a averbação do empréstimo junto à sua entidade pagadora, somente serão realizadas após a efetiva concessão do referido reajuste. Mesmo que este reajuste seja concedido, a efetiva concessão do empréstimo dependerá, ainda, das análises anteriormente mencionadas, motivo pelo qual o crédito poderá não ser concedido.

3. Valor Total Empréstado
Nos casos de primeira concessão e refinanciamento, o Valor Total Empréstado é diferente do Valor Entregue:

- O **Valor Entregue** é o valor do empréstimo que será creditado na sua conta e estará disponível para sua livre utilização;

Anexo 29: Contratação Creditário – Condições específicas / Resumo contratual

Além disso, também são apresentados avisos sobre a característica do produto, como por exemplo sinalizando que o **Cheque Especial trata-se de um crédito para uso temporário e emergencial**, tanto na contratação como após (Anexo 30).

Anexo 30: Cheque Especial – Características Contratação

Confirme a contratação do LIS

Dados da contratação:

- Limite LIS (1): R\$ 50,00 (99,38% valor total da operação)
- Valor do IOF (2): R\$ 0,31 (0,62% valor total da operação)
- Valor do Seguro LIS (3): 0,00 (0,00% valor total da operação)
- Valor total da operação: 50,31 (1)+(2)+(3) (100,00% valor total da operação)
- Dia de pagamento dos encargos: 1
- Data de vencimento do contrato: 01/08/2018
- Taxa de juros remuneratórios mensal: 5,170%
- Taxa de juros remuneratórios anual: 63,106%
- Periodicidade de capitalização: Mensal
- Custo Efetivo Total (CET)⁽⁴⁾: 5,780% a.m e 96,110% a.a

(4) O percentual de CET e IOF foram calculados para a hipótese de utilização durante o prazo de 30 dias, se isso não ocorrer o IOF será inferior.

ATENÇÃO!

- O limite será disponibilizado em sua conta corrente em até 24 horas.
- Condições válidas para esta data.
- O cheque especial é um crédito para uso temporário e emergencial. Se você precisa de crédito por um período maior consulte as opções em nossos canais.

Sumário:

Atenção: este é apenas um resumo que não dispensa a leitura das Condições Gerais do LIS.

1. Direitos do Consumidor:

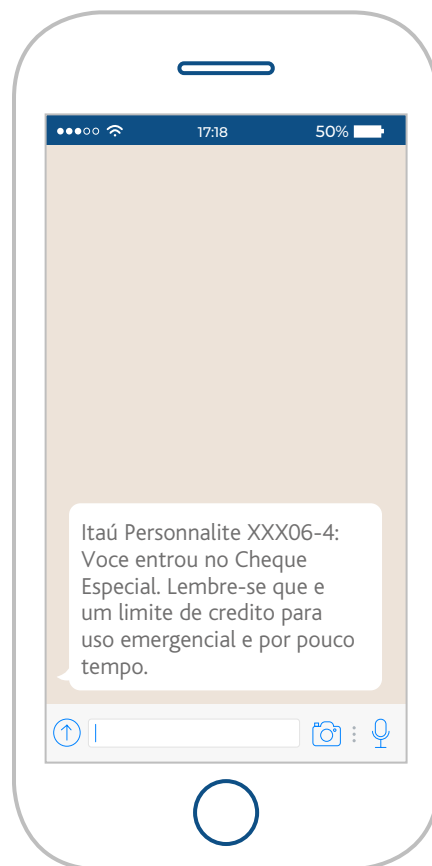
- Você poderá cancelar esta contratação a qualquer momento, devendo restituir ao Itaú o valor que foi entregue acrescido de eventuais juros e tributos incidentes até a data da efetiva devolução.

Condições Gerais:

Li e concordo com as condições do Cheque Especial.

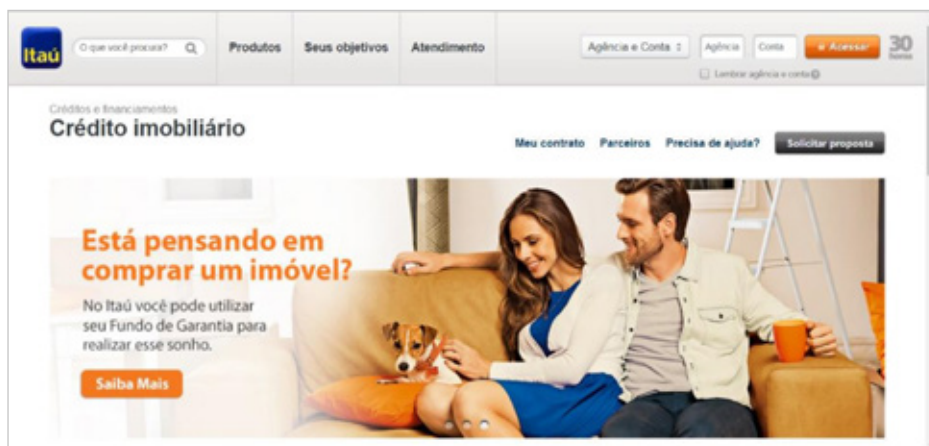
Senha do cartão com 6 dígitos:

Pós-contratação



No caso de Crédito Imobiliário, por exemplo, as características são disponibilizadas na simulação, no guia explicativo de contratação e no contrato além de ser disponibilizada equipe especializada para apresentação do produto e resolução de dúvidas no momento da contratação (Anexo 31).

Anexo 31: Crédito Imobiliário – Características



Créditos e financiamentos > Imóveis

Passo a passo

Meu contrato Parceiros Precisa de ajuda? [Solicitar proposta](#)

Veja o que você precisa saber para financiar seu imóvel residencial ou comercial

- **1. Solicitação da proposta** Ocultar conteúdo

A primeira etapa é descobrir quais serão as condições do seu financiamento, ou seja, a taxa de juros, os prazos mínimo e máximo, os valores etc. Para isso, basta preencher alguns dados, [aqui, no site](#), nas agências Itaú ou ainda nas imobiliárias e construtoras parceiras.

Com base nestas informações o Itaú fará uma análise do seu crédito e você receberá uma proposta personalizada, sem custo e sem compromisso.

Após a aprovação do crédito, você ainda poderá fazer uma negociação. Para isso, consulte um gerente ou o consultor que acompanha o seu processo.
- + **2. Aprovação de crédito** Mostrar conteúdo
- + **3. Envio de documentos** Mostrar conteúdo

- **3. Envio de documentos** Ocultar conteúdo

Essa etapa é simples. Você só precisará preencher alguns formulários e enviar poucos documentos.

Primeiramente, preencha os formulários online, [clique aqui](#) e saiba como.

Depois, você visualizará uma lista com os documentos necessários para o seu processo.

Se você não quiser preencher os formulários pela internet, também conta a relação completa do que precisa ser entregue nos links abaixo.

[Documentos e Formulários](#)
[Guia explicativo: orientações sobre os documentos e formulários](#)
- + **4. Análise técnica** Mostrar conteúdo
- + **5. Confirmação de dados** Mostrar conteúdo
- + **6. Assinatura e registro do contrato** Mostrar conteúdo

Conforme o cliente vai navegando ele clica nos itens e consegue verificar os conteúdos de cada fase com textos explicativos.

Após a contratação, todas estas informações continuam disponíveis para consulta do cliente nos canais digitais, como internet banking (Anexo 32).

Anexo 32: Cheque Especial – Consulta de informações do produto, após contratação

LIS - Limite Itaú para Saque/LIS Adicional

Data de início do período: 01/07/2018
Data fim do período: 01/08/2018
Taxa de juros: 5,170 %PRE
Dia do pagamento: 01
Limite de crédito (1): R\$ 6.480,00 (99,38% valor total da operação)
Valor do IOF (2): R\$ 40,56 (0,62% valor total da operação)
Valor do Seguro LIS (3): 0,00 (0,00% valor total da operação)
Valor total da operação: 6.520,56 (1)+(2)+(3) (100,00% valor total da operação)
Custo Efetivo Total (CET) mensal: 5,800%
Custo Efetivo Total (CET) anual: 98,570%

* Custo Efetivo Total (CET) é o custo total desta operação de crédito para o Cliente, expresso acima na forma de taxa percentual mensal e anual. Para o cálculo do CET são considerados o valor total do limite de crédito colocado à disposição do Cliente durante o prazo deste contrato (Limite LIS mais Limite LIS Adicional), a taxa de juros remuneratórios, o valor do IOF, e das demais despesas, conforme acima indicados. O percentual de CET e o valor do IOF foram calculados para a hipótese de utilização integral do crédito durante o prazo de 30 dias; se isso não ocorrer, o IOF será inferior.

Os dados acima refletem a situação da contratação para este período. O limite e a taxa de juros são calculados mensalmente e podem variar a cada renovação.

[Clique aqui e consulte as condições gerais vigentes.](#)

Condições Gerais do Contrato de Abertura de Crédito em Conta Corrente LIS - Limite Itaú para Saque

ESTAS CONDIÇÕES GERAIS REGEM O CONTRATO DE ABERTURA DE CRÉDITO EM CONTA CORRENTE LIS - LIMITE ITAÚ PARA SAQUE, CUJAS CONDIÇÕES ESPECÍFICAS SÃO CONTRATADAS ATRAVÉS DA ASSINATURA ELETRÔNICA DO CLIENTE E CONSTAM DO COMPROVANTE DE CONTRATAÇÃO QUE, JUNTAMENTE COM ESTAS CONDIÇÕES GERAIS, COMPÕE O CONTRATO DE ABERTURA DE CRÉDITO. Estas são as Condições Gerais do LIS (Limite Itaú para Saque), o cheque especial do Itaú, solicitado por você. Leia atentamente estas Condições Gerais, que serão aplicáveis sempre que você utilizar o LIS.

ATENÇÃO: O LIMITE ITAÚ PARA SAQUE É UM LIMITE DE CRÉDITO QUE DEVE SER UTILIZADO APENAS EM SITUAÇÕES EMERGENCIAIS E DE FORMA TEMPORÁRIA. SE VOCE PRECISAR DE CRÉDITO POR UM MAIOR PERÍODO, CONSULTE OUTRAS OPÇÕES MAIS ADEQUADAS EM NOSSOS CANAIS.

Você deverá utilizar o limite de acordo com suas condições econômico-financeiras, sem comprometer seu orçamento e o de sua família. É de sua responsabilidade.

- Entenda o que é o LIS - O LIS é um limite de crédito aberto em sua conta corrente, que ficará disponível para sua utilização. Você poderá realizar saques ou depósitos na sua conta até o valor do LIS disponibilizado, além do saldo que você já possui em conta. As condições do seu LIS - data expirada para pagamento de encargos, valor do limite, taxa de juros remuneratórios, IOF, e Custo Efetivo Total - estão indicadas na Proposta de Abertura de Conta ou no comprovante de contratação do LIS.**
a) O valor do seu LIS é calculado e revisado mensalmente pelo Itaú, de acordo com suas condições de crédito.
- Como contratar o LIS**
A cada utilização do LIS - saques, transferências e débitos em geral, inclusive decorrentes dos encargos do limite LIS utilizado - o valor do limite de crédito disponível em sua conta corrente é consumido. A recomposição do limite e feita por meio de créditos (depósitos, por exemplo) realizados em sua conta corrente. Lembre-se, você poderá utilizar o LIS até o limite de crédito concedido: Limite Emergencial de Crédito. Caso você tenha aderido ao serviço de Adaptamento a Depositante, e o limite do LIS seja ultrapassado, o Itaú poderá conceder um limite emergencial de crédito, adicional ao seu limite concedido, suficiente para acionar o débito, que será válido até a data de vencimento do limite LIS. Ao ser concedido esse limite emergencial, você incorrerá na tarifa desse serviço, divulgada na Tabela Geral de Tarifas, e em juros remuneratórios, informados pelo Itaú, sobre o limite de crédito utilizado em excesso.
Importante
O Itaú informará a você, a cada dia, o LIS disponível, por meio dos canais eletrônicos e do extrato de sua conta corrente.
a) Todas as informações de seu LIS estarão sempre disponíveis para consulta nos canais eletrônicos e no extrato de sua conta corrente. Consulte seu gerente, caso queira entender-las melhor.
- Encargos**
Você deverá pagar juros remuneratórios, de forma não capitalizada, sobre os valores que utilizar do LIS. Após a contratação e até a primeira renovação do seu LIS, os juros remuneratórios correspondem à taxa informada na Proposta de Abertura ou no comprovante de contratação. A cada renovação do crédito, você será informado por meio dos canais eletrônicos e do extrato de sua conta corrente da taxa de juros remuneratórios vigente, que substituirá a taxa informada na Proposta de Abertura ou no comprovante de contratação. Os juros remuneratórios serão aplicados mensalmente sobre a soma dos saldos devedores apurados em cada dia útil do mês, dividido pelo número de dias úteis daquele mês. Sobre o resultado, será aplicada a taxa de juros que corresponderá à taxa informada dividida por linha e multiplicada pelo número de dias contados do respectivo mês. Você pagará ainda o imposto sobre Operações Financeiras (IOF), calculado conforme legislação em vigor. O valor do IOF, informado na Proposta de Abertura ou no comprovante de contratação, refere-se à utilização integral do limite proposto no contratado, durante o prazo de limite, dias.
- Pagamento**
A cada mês, no dia escolhido por você na Proposta de Abertura ou comprovante de contratação, ocorrerá automaticamente o débito em sua conta corrente para pagamento dos juros remuneratórios devidos. Será debitado também, no primeiro dia útil do mês subsequente ao de apuração dos juros remuneratórios, o valor do IOF devido. Você poderá, a qualquer tempo, amortizar ou liquidar o limite utilizado, por meio de créditos em sua conta. Nesse caso, o valor dos créditos realizados será utilizado, em primeiro lugar, para liquidar os juros incorridos, e o restante será aplicado para amortizar o saldo devedor.
a) Você deverá manter saldo disponível suficiente na sua conta corrente para suportar o débito dos encargos e tributos referentes à utilização do LIS.

Quais os benefícios para o consumidor?

O cliente recebe todas as informações necessárias para uma consciente decisão sobre aquisição de produto ou serviços;

Possibilidade de avaliar previamente as condições específicas e gerais (taxa de juros, custo efetivo, entre outros) da operação e comparar com os demais produtos disponíveis;

Maior transparência no relacionamento e autonomia na tomada de decisão.

Como eles foram mensurados?

Acompanhamento do índice de solicitação de Cancelamento dos produtos pelo cliente;

Acompanhamento dos índices de inadimplência. A redução nos índices de inadimplência nos mostra que os produtos estão adequados a necessidade do cliente e que a aquisição foi realizada com consciência;

Acompanhamento do Ranking BACEN de satisfação dos clientes;

Pesquisas internas de satisfação com os clientes.

Qual a prática adotada pela IF para efetivamente esclarecer aos consumidores as características, formas e efeitos da contratação de produtos ou serviços?



Em relação às características, no processo de oferta **são descritas todas as** particularidades do produto como: taxa, CET, parcelas, prazos, limite, bem como os canais de cancelamento, seus direitos e deveres em conformidade à Autorregulação. Além disso, como boa prática, **após o processo de contratação, realizamos ação de confirmação da contratação do produto/serviço, envio de SMS alertando sobre a contratação, com reforço dos canais de cancelamento e o direito à portabilidade, e envio físico do resumo contratual ao endereço do cliente.** Ainda, os canais de atendimento da IF estão capacitados para responder aos clientes toda e qualquer dúvida acerca dos produtos/serviços contratados.

Quais os benefícios para o consumidor?



Garantir a transparência na comunicação e relação comercial com o cliente, atendendo a sua voluntariedade na contratação de produto e serviço, conforme sua necessidade.

Como eles foram mensurados?



Por meio do histórico de permanência no produto e avaliação da desistência ou cancelamento após contratação.

Exemplo: Ação para adequação de clientes com utilização de serviços inferior ao contratado – pacote de serviços



The image shows two screenshots of a mobile application interface. Both screenshots are titled 'Mariana' and feature a yellow and black striped warning border around the main text area. The left screenshot displays the text: 'Você tem o Pacote Completo MB, no valor de R\$90. Pelo seu perfil, o Pacote Simples MB, de R\$48, é o mais adequado.' Below this, it provides contact information for cancellation: 'Para cancelar a adesão ao Pacote de Serviços, entre em contato com o Gente Fone: 4004 1044 (capitais e regiões metropolitanas) 0800 70 70 389 (demais localidades)'. A 'Prosseguir' button is at the bottom right. The right screenshot displays the text: 'Você tem um Pacote de Serviços contratado no MB. Pelo seu perfil de utilização da conta corrente os Serviços Essenciais atendem a sua necessidade e são gratuitos.' Below this, it provides contact information for cancellation: 'Para cancelar a adesão ao Pacote de Serviços acesse o menu Outras Opções. Dúvidas ou sugestões entre em contato com o Gente Fone: 4004 1044 (capitais e regiões metropolitanas) ou 0800 70 70 389 (demais localidades)'. A 'Prosseguir' button is at the bottom right.

Dos clientes que decidiram pela contratação de alguma modalidade de Pacote de Serviço e que não utilizam toda a franquia de serviços desta modalidade, apenas 1% decide pelo cancelamento do pacote após comunicarmos sobre esta condição. Vale ressaltar, também, que o Comitê de Condutas Éticas monitora as ocorrências de suspeita e/ou eventual indício de desvios de conduta.



Qual a prática adotada pela IF para efetivamente esclarecer aos consumidores as características, formas e efeitos da contratação de produtos ou serviços?



Todas as informações necessárias para que o cliente possa decidir de forma consciente se deve ou não contratar o produto ou serviço constam dos respectivos contratos e devem também ser objeto de orientação por parte dos funcionários que interagem com os clientes. Buscamos sempre exibir com destaque informações que representam limitações, restrições ou ônus de direitos para os consumidores.

Quais os benefícios para o consumidor?



Todas as informações necessárias para que o cliente possa decidir de forma consciente se deve ou não contratar o produto ou serviço constam dos respectivos contratos e devem também ser objeto de orientação por parte dos funcionários que interagem com os clientes.

Como eles foram mensurados?



A prática de “Dever Geral de Adequação de Pacotes de serviços” descrita em questão anterior, servirá como critério de mensuração para garantir a devida aplicação desta conduta, pois descreve a prática utilizada para identificar clientes com utilização desenquadrada de produtos e comunicação direcionando-o à produtos mais adequados à sua utilização.



Quais os mecanismos utilizados pela IF que permitem a simulação das condições contratuais pelo consumidor?



No processo de aquisição de produtos, os valores e as características são informados antes da efetivação do processo de contratação. Em muitos produtos, há a possibilidade de efetuar simulações sobre as condições contratuais, identificando suas características, custos e aderência ao perfil do cliente. Os simuladores estão disponíveis em várias plataformas do Banco do Brasil, disponibilizando ao cliente meios para conhecer e se familiarizar com os produtos do Banco.

Exemplos

- Nos canais de contratação o cliente pode simular os valores de cobertura que melhor atendem suas necessidades e o valor do prêmio compatível com o seu orçamento antes da contratação de seguros de vida, residencial e automóvel.
- A partir do valor, prazo informado e perfil do investidor, o **Simulador de Investimentos** permite que o cliente compare diferentes produtos de investimentos recomendados para o seu perfil, comparando seus rendimentos passados, as carências e se possuem resgate automático.
- Na contratação de CDC – Crédito Direto ao Consumidor, o sistema sempre apresenta as opções de linhas da menor taxa para a maior. O cliente também tem a opção de simular, via autoatendimento ou presencial, as prestações com e sem seguro. Também tem a opção de comparar as parcelas entre as linhas de Crédito Consignado (melhor taxa) e Crédito Salário.
- Com base na renda e nos benefícios desejados, o cliente consegue simular, no site do BB, em ambiente público, qual a melhor modalidade de cartão para o seu perfil.

A IF incentiva a simulação e a comparação dos produtos disponíveis para o consumidor?



Sim. No site do BB há simuladores em ambiente público, incentivando a reflexão do cliente sobre os benefícios e eventuais desvantagens dos produtos, considerando também o seu perfil e a sua necessidade.

Quais os benefícios para o consumidor?



O consumidor tem ciência prévia sobre as condições negociais dos produtos, auxiliando na sua tomada de decisão.

Como eles foram mensurados?



Há mensuração pelo índice de cancelamentos dos produtos por venda não qualificada e pelas dúvidas/reclamações registradas no SAC/Ouvidoria.

Os benefícios são refletidos na pesquisa de satisfação de cliente, com reflexos no acordo de trabalho das dependências.

A avaliação do atendimento ao cliente PF (**satisfação do cliente**) é mensurada a partir de nota recebida dos clientes em uma escala de 1 a 5, sendo 1 (muito insatisfeito) e 5 (muito satisfeito). As notas serão obtidas por meio de PUSH (notificação) ou SMS. O PUSH para aqueles que possuem o App instalado e o SMS para os que não possuem. A avaliação será enviada para os clientes PF após a finalização do atendimento, considerando os seguintes gatilhos: atendimento via "Fale com", atendimento presencial negocial, atendimento telefônico e registros de contatos **no sistema corporativo**.

Quais os mecanismos utilizados pela IF que permitem a simulação das condições contratuais pelo consumidor?



REDE DE AGÊNCIA - O cliente pode simular as contratações nas agências/canais antes da efetivação.

SERVIÇOS - Atualmente, não se aplica, visto que os pacotes de serviços ofertados pelo banco são os padronizados pelo BACEN.

FOMENTO - O banco disponibiliza um **Simulador e o CET**. Ainda se encontra em desenvolvimento a implementação do Resumo Contratual.

CÂMBIO - O cliente de câmbio entra em contato com a mesa de operações de câmbio onde um operador habilitado irá atendê-lo de forma a simular as condições de cada produto oferecido.

A IF incentiva a simulação e a comparação dos produtos disponíveis para o consumidor?



Antes da contratação, os clientes são incentivados a realizar a simulação dos produtos, para ratificar seu interesse e conhecer realmente as condições contratadas.

Quais os benefícios para o consumidor?



O consumidor passa a ter **maior segurança para tomada de decisão**.

Como eles foram mensurados?




Pesquisa de satisfação do cliente, demandas SAC/Ouvidoria.

Quais os mecanismos utilizados pela IF que permitem a simulação das condições contratuais pelo consumidor?



Os agentes de crédito orientam os clientes quanto as condições gerais do crédito. As simulações são apresentadas por meio de panfletos, álbum seriado e no site do Banco do Nordeste (www.bnb.gov.br). Considerando a real capacidade dos clientes.

Exemplo: Material expositivo do Programa Crediamigo, contendo simulações de crédito para análise dos clientes



O que é o Crediamigo do Banco do Nordeste?

É o maior programa de microcrédito do Brasil, que empresta dinheiro de forma rápida e com baixas taxas de juros para investir no seu negócio.

E eu que trabalho por conta própria posso pedir empréstimo ao Crediamigo?

Claro que sim! O Crediamigo foi feito pra você. É crédito orientado para quem é comerciante, prestador de serviço autônomo ou tem uma pequena indústria.

E pra conseguir empréstimo preciso comprovar renda?

Não! É bem simples, os documentos necessários são somente três: CPF, RG e comprovante de residência.

Como eu vou pagar?

Temos diversas opções de parcelamento e produtos feitos para atender aos seus sonhos de crescer.

Confira alguns planos de financiamento*

Valor líquido	Período	Prestação**	Valor total a pagar
R\$ 500,00	4 parcelas	R\$ 134,56	R\$ 538,24
R\$ 1.000,00	5 parcelas	R\$ 217,16	R\$ 1.085,80
R\$ 2.000,00	6 parcelas	R\$ 365,07	R\$ 2.190,42

Maravilha! E como eu faço para obter um empréstimo?

Basta ligar para o 0800 728 3030 que um agente de microcrédito vai até você.

Utilize seu crédito de forma consciente

* Simulação para o produto Giro Popular Solidário, constituído de grupos solidários de 3 a 10 pessoas. ** Já incluídos nas prestações: taxa de juros, taxa de abertura de crédito e seguro opcional. Taxa de juros (anual) de 22,42%. Taxa de juros (mensal) de 1,70%. Custo efetivo total respectivamente (anual): 42,80%; 39,42%; 37,00%.

SAC 0800 728 3030
Ouvidoria 0800 033 3033
www.bancodonordeste.gov.br

Acelerar para desenvolver

CrediAmigo
Banco do Nordeste

facebook.com/bancodonordeste

O Crediamigo é operacionalizado pelo Instituto Nordeste Cidadania – Inec.

A IF incentiva a simulação e a comparação dos produtos disponíveis para o consumidor?



Sim. É realizada comparação, quando possível, entre produtos/serviços similares e apresentada ao cliente.

Quais os benefícios para o consumidor?



Escolher a oferta mais vantajosa para a sua necessidade.

Como eles foram mensurados?



Sem resposta.

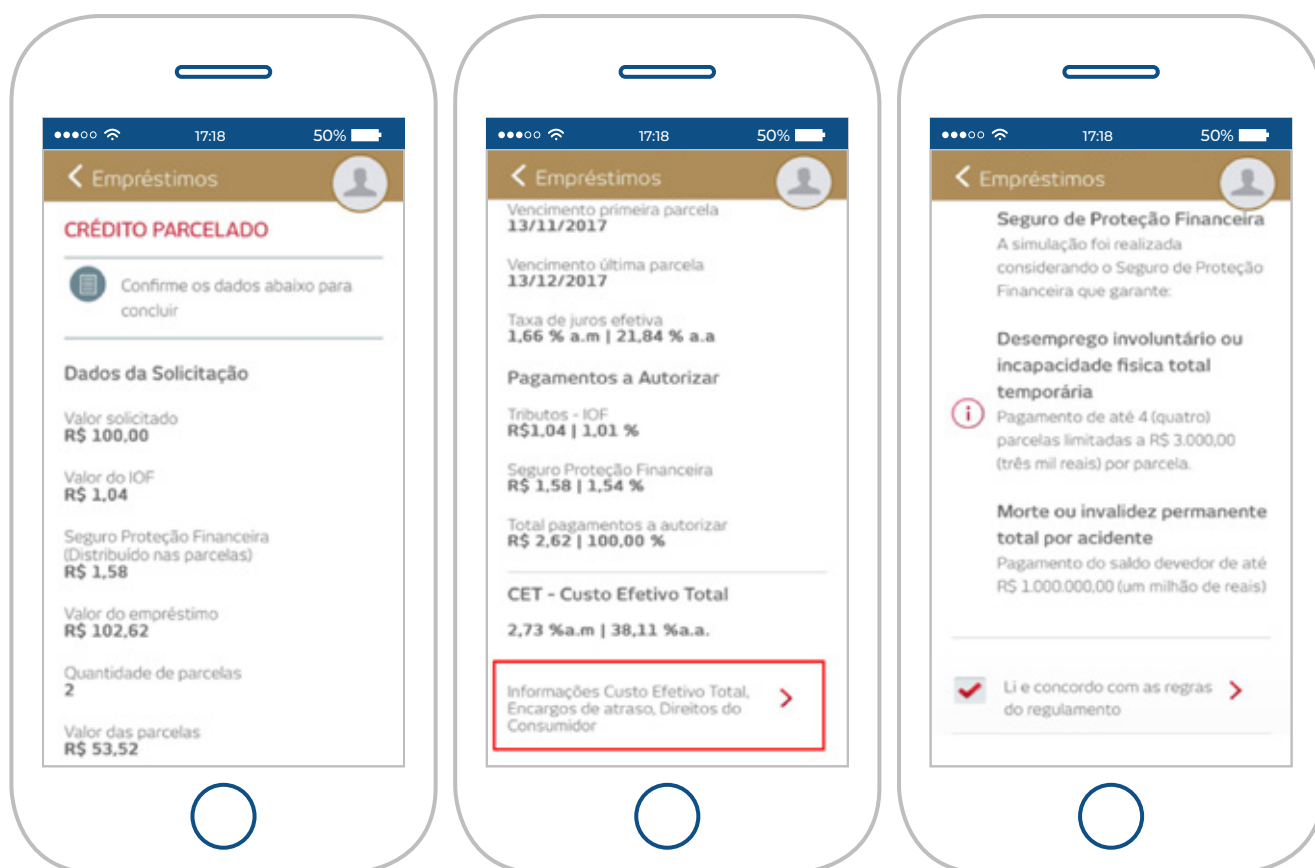
Quais os mecanismos utilizados pela IF que permitem a simulação das condições contratuais pelo consumidor?



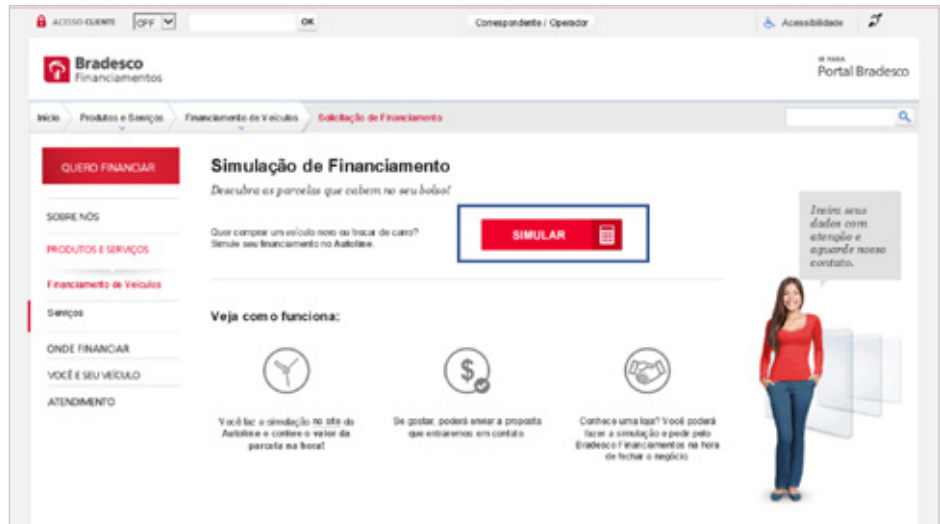
A simulações estão disponíveis em todos os canais de atendimento e pontos de contato com cliente de acordo com o portfólio de produtos e serviços disponíveis e suas particularidades. Por meio da simulação é possível analisar os reais benefícios e efeitos de cada contratação, possibilitando também a customização de acordo com a capacidade financeira e perfil de cada cliente. Para produtos de crédito, por exemplo, as simulações são uma etapa imprescindível no momento da contratação.

Práticas em Destaque:

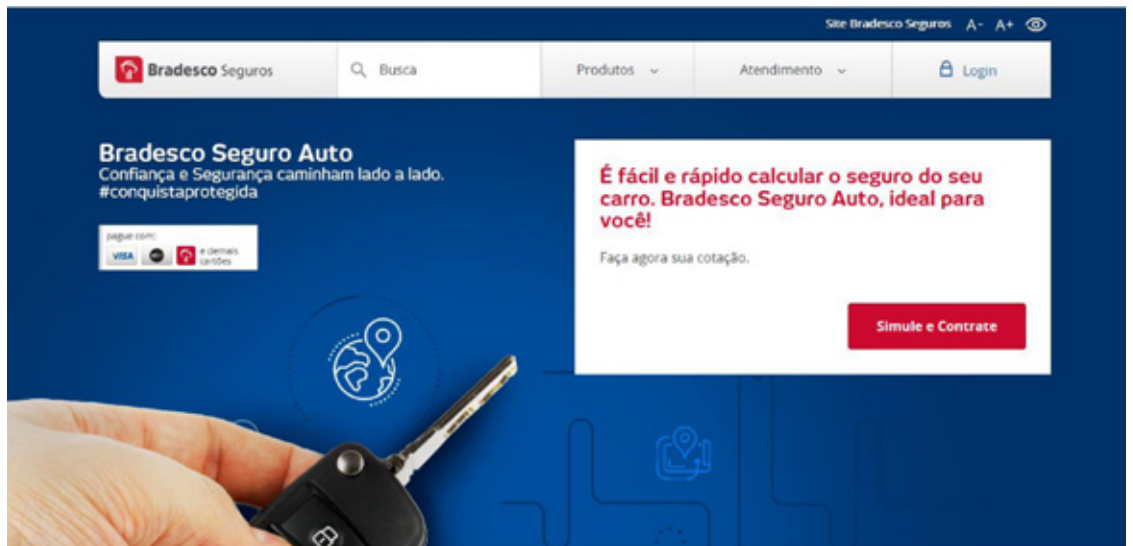
Exemplo Simulação de Crédito Parcelado realizado via Mobile.



Exemplo Simulação de Financiamento de Veículos realizado via Internet Banking.



Exemplo Simulação de Seguro Auto realizado via Internet Banking.



Exemplo Simulação de Renegociação de Dívidas realizado pela Rede de Agências

SIMULAÇÃO DE CÁLCULO

DADOS DA APROVAÇÃO / RENEGOCIAÇÃO

Data-base: <input type="text"/>	Quantidade de parcelas: <input type="text" value="1"/>
Valor - R\$: <input type="text"/>	Vencimento da 1ª parcela: <input style="background-color: red; color: white;" type="text"/>
Nº ato - R\$: <input type="text"/>	Demais parcelas sequenciais? <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não
Valor parcelado - R\$: 0,00	Existem parcelas somente com encargos? <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não
Juros remuneratórios ao mês: <input type="text" value="0"/> %	
Atualização monetária pela TRF: <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não	

Nota: antes de imprimir, vá para Arquivo > Configuração de página e, em "Orientação", ajuste a folha para "paisagem".

DEMONSTRATIVO DAS PARCELAS
CALCULAR
validar
imprimir simulação

Limpar Parcelas									
Nº	Vencimento	Parcela - R\$	Juros - R\$	Principal - R\$	Nº	Vencimento	Parcela - R\$	Juros - R\$	Principal - R\$
1					31				
2					32				
3					33				
4					34				
5					35				
6					36				
7					37				

A IF incentiva a simulação e a comparação dos produtos disponíveis para o consumidor?



O Bradesco utiliza os canais de atendimento também para o envio de informações sobre a acessibilidade e importância da realização de simulações a fim de se realizar análises de soluções personalizadas para cada cliente. O envio de "pushs" com sugestões de utilização da conta, simulação de novas opções de pagamento com taxas mais atrativas. Por meio dos canais de atendimento digitais, meio que tem se tornado cada vez mais utilizado, o cliente pode realizar quantas simulações quiser, inclusive comparando produtos ou serviços, além da estratégia de ofertas comerciais sobre "famílias de soluções financeiras" e não por produtos individualmente. Uma forma de demonstrar esse incentivo é incluir a simulação como uma das etapas do processo de contratação.

Quais os benefícios para o consumidor?



Para o consumidor os meios disponíveis para simulação de Contratação representam uma maneira eficaz de se verificar a viabilidade da contratação já que ela é passível do autosserviço, acessível e possibilita a inclusão de todas as informações necessárias para a decisão da contratação de fato ou até mesmo a possibilidade de planejamento de contratações futuras no momento em que o cliente considerar mais adequado.

Como eles foram mensurados?



Pode ser realizada a mensuração a partir da quantidade de simulações realizadas nos diversos canais disponíveis e que são aprovadas posteriormente. Além disso, o índice de cancelamentos e recontrações também indicam uma métrica capaz de se verificar os benefícios oferecidos através das opções de simulação.

Pergunta-guia: Quais os mecanismos utilizados pela IF que permitem a simulação das condições contratuais pelo consumidor?



A interatividade com os clientes, para vincular a necessidade de cada um ao produto habitacional mais adequado ao seu perfil, é realizada através do site da CAIXA. No caso do simulador habitacional, implantado em julho de 2008 (<http://www8.caixa.gov.br/siopiinternet-web/simulaOperacaoInternet.do?method=inicializarCasoUso>), os consumidores realizam simulações de financiamentos imobiliários com comodidade e rapidez diretamente de seus computadores e celulares, e cuja pesquisa leva em consideração o perfil de renda, idade, prazo de pagamento e valor dos imóveis desejados.

Em 10 anos de existência a CAIXA efetuou diversas melhorias no simulador para que as consultas realizadas pela internet disponibilizassem informações como juros nominais, juros efetivos, custo efetivo total, custo efetivo de seguro habitacional e as opções comparativas das seguradoras para a melhor escolha da contratação dos seguros obrigatórios (morte ou invalidez permanente e danos físicos do imóvel).

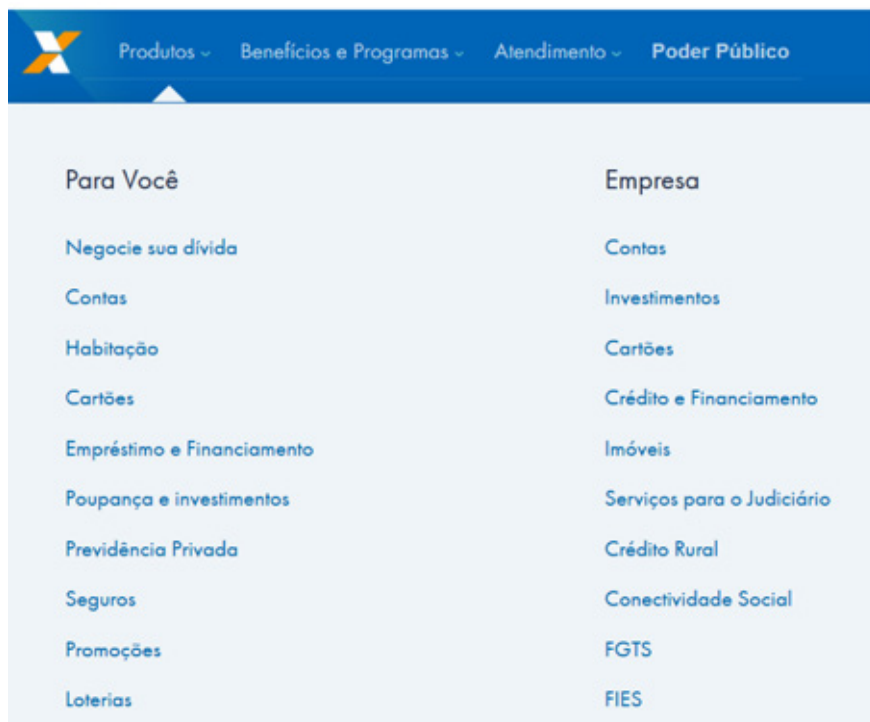
A ideia da simulação de financiamento habitacional através da internet surgiu com a necessidade de dar autonomia aos consumidores já que antes de 2008 os interessados precisavam ir pessoalmente até uma agência da CAIXA para realizar as simulações dos imóveis pretendidos, gerando esperas significativas para os seus atendimentos presenciais.

A disponibilização do simulador na internet permitiu ao consumidor a possibilidade de auto planejamento de suas finanças para a concretização do sonho da casa própria e oferece as características de cada modalidade de financiamento habitacional permitindo que os interessados identifiquem as vantagens de acordo com o seu perfil.

A IF incentiva a simulação e a comparação dos produtos disponíveis para o consumidor?



O principal canal de comunicação com os cidadãos é o site da CAIXA, no endereço <http://www.caixa.gov.br/voce/Paginas/default.aspx>, onde há diversas informações sobre produtos e serviços como contas, habitação, cartão de crédito, consórcios, capitalização, promoções, previdência, seguros, entre outros, e que auxiliam os clientes na comparação e escolha do que está disponível para sua contratação conforme seu perfil de consumo.



O produto Cartão de Crédito CAIXA, por exemplo, disponibiliza a simulação para os interessados após pesquisa de renda mensal e de contratação de vantagens. Essa interação digital (<http://www.caixa.gov.br/voce/cartoes/credito/Paginas/default.aspx>) foi criada com a participação ativa dos consumidores que contribuíram com diversas sugestões de melhorias.

Na tela abaixo, onde um interessado fez a simulação escolhendo 3 itens prioritários, a resposta imediata ofereceu 2 opções de contratação para o seu perfil: Cartão Azul ou Nacional, com as respectivas regras de cada um para que possa fazer comparações e definir a sua escolha preferida.



Quais os benefícios para o consumidor?



A possibilidade de simulações, a transparência das informações e a clareza das condições são as principais vantagens para os interessados, além da disponibilidade de comparações de preços e vantagens, permitindo aos consumidores a tomada de decisão consciente quanto à aquisição dos produtos que mais se adequam às suas necessidades.

Outros benefícios para os consumidores é que a CAIXA leva em consideração a opinião e a procura dos consumidores, as variáveis de mercado, os riscos dos negócios, as estratégias dos produtos e serviços, a definição clara de público-alvo a ser atendido em cada oferta, e também as condições definidas pelos Agentes Operadores e Órgãos Reguladores, entre outras leis e normas de regulação a serem cumpridas pelas Instituições Financeiras.

Como eles foram mensurados?



No caso do simulador habitacional a ferramenta é de altíssima utilização e confiabilidade entre os usuários internos e externos da CAIXA, com uma média de 1 milhão de simulações por dia

Quais os mecanismos utilizados pela IF que permitem a simulação das condições contratuais pelo consumidor?

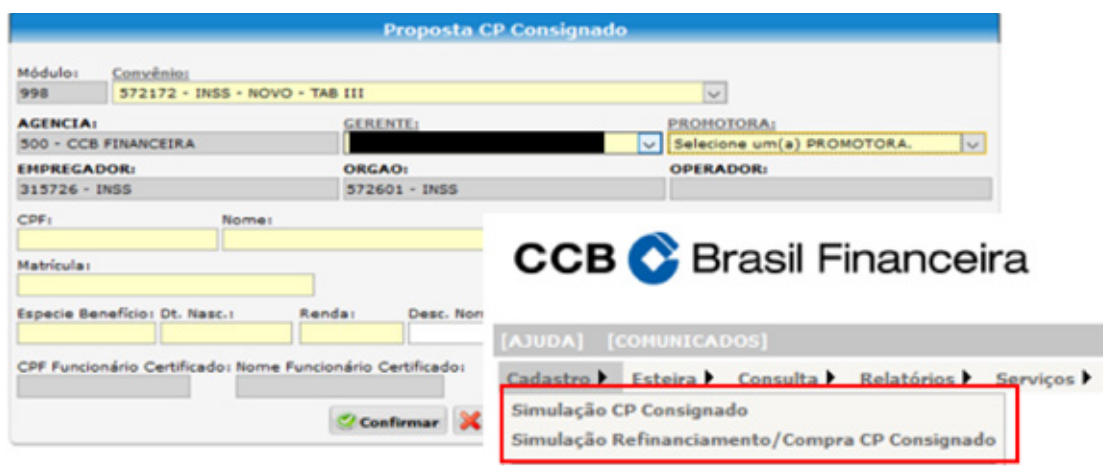


O Correspondente Bancário tem a possibilidade de realizar simulações a qualquer momento para identificar qual melhor condição de contratação para o consumidor.

Exemplo

Através de script, os Correspondentes são orientados a informar ao consumidor o valor do empréstimo, valor da parcela, prazo, taxa CET. Sendo que todos os itens possibilitam simulação em tempo real com o cliente.

Figura 16. Simulação Realizada pelo Correspondente



As figuras acima, ilustram a possibilidade do Correspondente simular a operação ao cliente.

A IF incentiva a simulação e a comparação dos produtos disponíveis para o consumidor?



Sim. Para os produtos ofertados pelo banco as taxas são fixas, porém é possível realizar comparação através de outros parâmetros como o valor da entrada, como é o caso do produto veículo, que permite negociação de prazo, valor de parcela e etc.

Quais os benefícios para o consumidor?



Adequar o fluxo de caixa e as expectativas do consumidor a situação individual de cada contratação.

Como eles foram mensurados?



Além disso, a área de Compliance, realiza testes periódicos no processo de atendimento, por amostragem, sendo que neste período não foram identificadas reclamações referentes a oferta inadequada de produtos.



Quais os mecanismos utilizados pela IF que permitem a simulação das condições contratuais pelo consumidor?



O banco disponibiliza simulações nos seus canais (ex: Internet Banking, gerente de conta corrente e demais canais de comercialização) para consulta das condições gerais e específicas dos produtos e serviços que o consumidor deseja contratar.

A etapa de simulação é obrigatória antes da efetiva contratação. Nesse momento o cliente pode, por exemplo, verificar em quantas parcelas deseja pagar o crédito, qual valor cabe no seu bolso, entre outros. (Anexo 33).

Por exemplo, na contratação de cheque especial, o cliente pode avaliar previamente todas as condições do produto e é sinalizado que se trata de um crédito para uso temporário e emergencial. É disponibilizado um resumo contratual além das condições gerais (Anexo 34).

A transparência nas informações no momento da simulação, ajuda o cliente a fazer as escolhas adequadas. Um exemplo disso é que de todas as simulações realizadas para o produto Crediário apenas de 8 a 21% geram contratações. (Anexo 35)

Anexo 33: Simulação Consignado – Passo a passo

The screenshot displays the Itaú Uniclass website interface for a credit simulation. At the top, there is a search bar with the text "Olá, o que você procura?" and a user profile icon. Below the search bar, a progress indicator shows "Simulação" (you are here), "Contratação", and "Compromisso".

The main content area features a "Oportunidade para você!" section with the following details:

- Você conta com **R\$ 38.787,00 em 58 parcelas de R\$ 1.382,49**
- Maior prazo para pagar
- Melhores Taxas*

A "eu quero" button is located to the right of these details. A small note below states: "*Comparadas aos demais créditos do Itaú".

Below this, the "Dados da simulação do Crédito Consignado Itaú" section is visible. It includes:

- Dados para simulação: Seu valor de pré-aprovado⁽¹⁾ é: **R\$ 55.410,28**
- Taxa de juros: **de 2,42% a 2,68% ao mês (de acordo com o prazo)**
- ⁽¹⁾Valores válidos para 26/06/2016.

The "Escolha o valor que deseja tomar emprestado:" section offers several radio button options:

- R\$ 55.410,28
- R\$ 49.850,00
- R\$ 44.850,00
- R\$ 40.350,00
- R\$ 36.300,00
- Outro valor: entre R\$ 80,00 e R\$ 55.410,28

A "CONTINUAR" button is located at the bottom right of this section.

On the right side of the page, there is a "Saldo resumido (R\$) - 16:55h" section with a "ocultar" button. It contains a table with the following data:

Disponível p/ saque	702,07
LIS ⁽¹⁾	7.000,00
Total p/ saque*	7.702,07

A note below the table states: ⁽¹⁾sujeito a encargos.

Below the table, there is a "Horários" section with the following information:

Horários de Brasília:
Serviço disponível 24:00h

Itaú ItaúUniclass Olá, o que você procura?

Simulação **você está aqui** → Contratação → Comprovante

Dados da simulação do Crédito Consignado Itaú

Data: 26/06/2018 Hora: 17:04:16h
 Empregador: ITAU UNIBANCO SA
 Taxa de juros: de 2,42% até 2,68% ao mês, de acordo com o prazo

Escolha o valor da parcela mensal:

Quantidade de parcelas	Valor de cada parcela (R\$)	Taxa de juros (% ao mês)	Valor total do empréstimo (R\$)	CET (%a.a.)
<input type="radio"/> 5	21,77	2,42	101,16	40,13%
<input type="radio"/> 4	26,85	2,42	101,03	40,46%
<input checked="" type="radio"/> 2	52,28	2,42	100,76	42,03%

Outra quantidade de parcelas: entre 2 e 5 parcelas
 Outro valor de parcela: entre R\$ 21,77 e R\$ 52,28

ATENÇÃO!
 - Após confirmação, o valor será liberado imediatamente em sua conta corrente.
 - Condições válidas para esta data.

IMPORTANTE!
 - A solicitação do empréstimo somente será efetuada após concordar com as informações da Tela de Confirmação.
 - Verifique sempre as condições da operação antes de contratar.

[vveja.mais](#)

[VOLTAR](#) [CONTINUAR](#)

Itaú ItaúUniclass Olá, o que você procura?

Simulação **você está aqui** → Contratação → Comprovante

Dados da simulação do Crédito Consignado Itaú

Data: 26/06/2018 Hora: 17:07:41h
 Empregador: ITAU UNIBANCO SA

Taxa de juros (% ao mês)	Quantidade de parcelas	Valor de cada parcela (R\$)	Valor total do empréstimo (R\$)
2,42	2	52,28	100,76

ATENÇÃO!
 - Após confirmação, o valor será liberado imediatamente em sua conta corrente.
 - Condições válidas para esta data.

IMPORTANTE!
 - A solicitação do empréstimo somente será efetuada após concordar com as informações da próxima tela.
 - Verifique sempre as condições da operação antes de contratar.

[vveja.mais](#)

[VOLTAR](#) [CONTINUAR](#)

Itaú ItaúUniclass Olá, o que você procura?

✓ Simulação → **Contratação** **você está aqui** → Comprovante

Confirme a contratação do Crédito Consignado Itaú

Dados da contratação:

Empregador: ITAU UNIBANCO SA
 Parcelas: 2 de R\$ 52,28
 Dia de vencimento das parcelas: Todo dia 27
 Vencimentos: de 27/07/2018 à 27/08/2018
 Taxa de juros: 2,42% a.m. e 33,23% a.a.
 Encargos Atraso: Taxa Contrato + 1% a.m. + 2% multa
 Custo Efetivo Total (CET): 2,93% a.m. 42,03% a.a.
 Valor do empréstimo(1): R\$ 100,00 (99,25% valor total financiado)
 Valor total do IOF(2): R\$ 0,76 (0,75% valor total financiado)
 Valor total financiado: R\$ 100,76 (1)+(2)(100%)
 Valor total da dívida: R\$ 104,56

AVISO!
 - Após confirmação, o valor será liberado imediatamente em sua conta corrente.
 - As parcelas serão descontadas do seu salário.
 - Condições válidas para esta data.

Sumário de Contratação:

Atenção: este é apenas um resumo que não dispensa a leitura das Condições Gerais do CRÉDITO CONSIGNADO.

1. Direitos do Consumidor:
 - Todo empréstimo pode ser liquidado antecipadamente, com redução proporcional dos juros remuneratórios;
 - Por portabilidade você poderá transferir seu saldo devedor para outro Banco;

Declaro que li as **Condições Gerais** do Crédito Consignado Itaú e não tenho dúvidas sobre qualquer uma de suas cláusulas.

Não concordo Concordo

[vveja.mais](#)

[fale com a](#)

Anexo 34: Contratação Cheque Especial

Confirme a contratação do LIS

Dados da contratação:

- Limite LIS (1): R\$ 50,00 (99,38% valor total da operação)
- Valor do IOF (2): R\$ 0,31 (0,62% valor total da operação)
- Valor do Seguro LIS (3): 0,00 (0,00% valor total da operação)
- Valor total da operação: 50,31 (1)+(2)+(3) (100,00% valor total da operação)
- Dia de pagamento dos encargos: 1
- Data de vencimento do contrato: 01/08/2018
- Taxa de juros remuneratórios mensal: 5,170%
- Taxa de juros remuneratórios anual: 83,105%
- Taxa de juros remuneratórios mensal: 6,170%
- Periodicidade de capitalização: Mensal
- Custo Efetivo Total (CET)⁽⁴⁾: 5,780% a.m e 98,110% a.a

(4) O percentual de CET e IOF foram calculados para a hipótese de utilização integral do crédito durante o prazo de 30 dias, se isso não ocorrer o IOF será inferior.

ATENÇÃO!

- O limite será disponibilizado em sua conta corrente em até 24 horas.
- Condições válidas para esta data.
- O cheque especial é um crédito para uso temporário e emergencial. Se você precisa de crédito por um período maior consulte as opções em nossos canais.

Sumário:

Atenção: este é apenas um resumo que não dispensa a leitura das Condições Gerais do LIS.

1. Direitos do Consumidor:

- Você poderá cancelar esta contratação a qualquer momento, devendo restituir ao Itaú o valor que foi entregue acrescido de eventuais juros e tributos incidentes até a data da efetiva devolução.

Condições Gerais:

Li e concordo com as condições do Cheque Especial.

Senha do cartão com 6 dígitos:

Condições Gerais do Contrato de Abertura de Crédito em Conta Corrente LIS - Limite Itaú para Saque

ESTAS CONDIÇÕES GERAIS REGEM O CONTRATO DE ABERTURA DE CRÉDITO EM CONTA CORRENTE LIS - LIMITE ITAÚ PARA SAQUE. CUJAS CONDIÇÕES ESPECÍFICAS SÃO CONTRATADAS ATRAVÉS DA ASSINATURA ELETRÔNICA DO CLIENTE E CONSTAM DO COMPROVANTE DE CONTRATAÇÃO QUE, JUNTAMENTE COM ESTAS CONDIÇÕES GERAIS, COMPÕE O CONTRATO DE ABERTURA DE CRÉDITO.

Estas são as Condições Gerais do LIS (Limite Itaú para Saque), o cheque especial do Itaú, solicitado por você. Leia atentamente estas Condições Gerais, que serão aplicáveis sempre que você utilizar o LIS.

ATENÇÃO: O LIMITE ITAÚ PARA SAQUE É UM LIMITE DE CRÉDITO QUE DEVE SER UTILIZADO APENAS EM SITUAÇÕES EMERGENCIAIS E DE FORMA TEMPORÁRIA. SE VOCÊ PRECISAR DE CRÉDITO POR UM MAIOR PERÍODO, CONSULTE OUTRAS OPÇÕES MAIS ADEQUADAS EM Nossos Canais.

Você deverá utilizar o limite de acordo com suas condições econômico-financeiras, sem comprometer seu orçamento e o de sua família. Evite superendividar-se.

1. Entenda o que é o LIS - O LIS é um limite de crédito aberto em sua conta corrente, que ficará disponível para sua utilização. Você poderá realizar saques ou débitos na sua conta até o valor do LIS disponibilizado, além do saldo que você já possui em conta. As condições do seu LIS - data escolhida para pagamento de encargos, valor do limite, taxa de juros remuneratórios, IOF, e Custo Efetivo Total - estão indicadas na Proposta de Abertura de Conta ou no comprovante de contratação do LIS.

a) O valor do seu LIS é calculado e revisado mensalmente pelo Itaú, de acordo com suas condições de crédito.

2. Como controlar o LIS

A cada utilização do LIS - saques, transferências e débitos em geral, inclusive decorrentes dos encargos do limite LIS utilizado - o valor do limite de crédito disponível em sua conta corrente é consumido. A recomposição do limite é feita por meio de créditos (depósitos, por exemplo) realizados em sua conta corrente. Lembre-se: você poderá utilizar o LIS até o limite de crédito concedido. **Limite Emergencial de Crédito:** Caso você tenha aderido ao serviço de Adiantamento a Depositante, e o limite do LIS seja ultrapassado, o Itaú poderá conceder um limite emergencial de crédito, adicional ao seu limite concedido, suficiente para acobertar o débito, que será válido até a data de vencimento do limite LIS. **Após concedido esse limite emergencial, você incorrerá na tarifa desse serviço, divulgada na Tabela Geral de Tarifas, e em juros remuneratórios, informados pelo Itaú, sobre o limite de crédito utilizado em excesso.**

Importante

O Itaú informará a você, a cada dia, o LIS disponível, por meio dos canais eletrônicos e do extrato de sua conta-corrente.

a) Todas as informações de seu LIS estarão sempre disponíveis para consulta nos canais eletrônicos e no extrato de sua conta corrente. Consulte seu gerente, caso queira entendê-las melhor.

3. Encargos

Você pagará juros remuneratórios, de forma não capitalizada, sobre os valores que utilizar do LIS. Após a contratação e até a primeira renovação do seu LIS, os juros remuneratórios correspondem à taxa informada na Proposta de Abertura ou no comprovante de contratação. A cada renovação do crédito, você será informado por meio dos canais eletrônicos e do extrato de sua conta corrente da taxa de juros remuneratórios vigente, que substituirá a taxa informada na Proposta de Abertura ou no comprovante de contratação. Os juros remuneratórios serão aplicados mensalmente sobre a soma dos saldos devedores apurados em cada dia útil do mês, dividido pelo número de dias úteis daquele mês. Sobre o resultado, será aplicada a taxa de juros que corresponderá à taxa informada dividida por trinta e multiplicada pelo número de dias corridos do respectivo mês.

Você pagará ainda o Imposto sobre Operações Financeiras (IOF), calculado conforme legislação em vigor. O valor do IOF, informado na Proposta de Abertura ou no comprovante de contratação, refere-se à utilização integral do limite proposto ou contratado, durante o prazo de trinta dias.

4. Pagamento

A cada mês, no dia escolhido por você na Proposta de Abertura ou comprovante de contratação, ocorrerá automaticamente o débito em sua conta-corrente para pagamento dos juros remuneratórios devidos. Será debitado também, no primeiro dia útil do mês subsequente ao de apuração dos juros remuneratórios, o valor do IOF devido. Você poderá, a qualquer tempo, amortizar ou liquidar o limite utilizado, por meio de créditos em sua conta. Nesse caso, o valor dos créditos realizados será utilizado, em primeiro lugar, para liquidar os juros incidentes, e o restante será aplicado para amortizar o saldo devedor.

a) Você deverá manter saldo disponível suficiente na sua conta-corrente para suportar o débito dos encargos e tributos referentes à utilização do LIS.

Anexo 35: Simulação Credário – Passo a passo

Simulador do Empréstimo Pessoal com proteção

Valor

Pagamento

Oportunidade para você!

Quer contratar R\$ 22.314,00 em 48 parcelas de R\$ 1.339,16

- Taxa de 3,91% ao mês
- Seguro credário incluso

conferir

Valor do empréstimo ou parcela

Simulação pelo valor do empréstimo Simulação pelo valor da parcela

- R\$ 37.190,00
- R\$ 31.610,00
- R\$ 27.090,00
- R\$ 22.310,00
- R\$ 18.590,00
- R\$ 11.150,00
- Outro valor

Entre R\$ 80,00 a R\$ 37.190,00. Caso queira realizar uma contratação acima deste valor, procure a equipe de sua agência.

AVISO 1

Para valores entre R\$ 17.150,01 e R\$ 37.190,00, é necessário transferir parte de seus limites de LIS (Cheque Especial) em Cartões de Crédito nas primeiras taxas.

O custo da contratação do empréstimo (considerando juros e IOF) é maior do que o rendimento dos seus investimentos. Antes de prosseguir com a contratação avalie fazer um resgate.

CONTINUAR

Itaú ItaúUniclass Olá, o que você procura?

Simulação **você está aqui** → Contratação → Efetivação

Simulador do Empréstimo Pessoal com proteção

Valor

Pagamento

Oportunidade para você!

Quer contratar **RS 22.314,00** em **48 parcelas de RS 1.339,16**

- Taxa de **3,91%** ao mês
- Seguro crediário incluso

conferir

Valor do empréstimo ou parcela

Simulação pelo valor do empréstimo
 Simulação pelo valor da parcela

RS 1.900,00
 RS 1.500,00
 RS 1.300,00
 RS 1.100,00
 RS 990,00
 RS 790,00
 Outro valor:

(Entre R\$ 18,00 e R\$ 1.980,00)
Caso queira realizar uma contratação acima deste valor, procure a equipe de sua agência.

O custo da contratação do empréstimo (considerando juros e IOF) é maior do que o rendimento dos seus investimentos. Antes de prosseguir com a contratação avalie fazer um resgate.

CONTINUAR

Itaú ItaúUniclass Olá, o que você procura?

Simulação **você está aqui** → Contratação → Efetivação

Simulador do Empréstimo Pessoal com proteção

Valor da parcela
RS 790,00

Pagamento

Data da 1ª parcela
24 / 09 / 2018 dd/mm/aaaa
De 26/07/2018 até 24/09/2018

Plano de pagamento

As parcelas já contam com a proteção do **Seguro Crediário***. Seleccione a opção desejada**.

- 48 x RS 932,23 - totalizando RS 15.071,49 taxa 3,91% a.m.
- 44 x RS 920,90 - totalizando RS 14.600,39 taxa 3,91% a.m.
- 41 x RS 912,39 - totalizando RS 14.211,35 taxa 3,91% a.m.
- 37 x RS 900,90 - totalizando RS 13.605,24 taxa 3,91% a.m.
- 34 x RS 892,36 - totalizando RS 13.084,96 taxa 3,91% a.m.
- 30 x RS 881,13 - totalizando RS 12.289,56 taxa 3,91% a.m.
- Outro plano

* O Seguro Crediário cobre: Perda Involuntária de Emprego, Inapacidade Total e Temporária, Invalidez Permanente Total por Acidente, Morte por Qualquer Causa.
** Condições especiais somente para contratação pela internet.

VOLTAR **CONTINUAR**

Itaú ItaúUniclass Olá, o que você procura?

Simulação **você está aqui** → Contratação → Efetivação

Resultado da simulação do Empréstimo Pessoal com proteção

Data: 26/06/2018 Hora: 16:00:13h

Valor simulado: RS 12.289,56

Valor do IOF: RS 469,79

Custo efetivo total (CET): 4,93% ao mês (30 dias) e 79,76% ao ano (365 dias)

Taxa de Juros: 3,91% ao mês / 59,46% ao ano

Vencimentos de: 24/09/2018 à 24/02/2021

Dia do vencimento: 24

Valor total da dívida: RS 26.433,90

Plano: 30 parcelas de R\$ 881,13 COM seguro

OPÇÕES

➤ Versão para Impressão

Precisa de ajuda?

- O que acontece ao cancelar o Itaú Crédito Sob Medida?
- O que acontece ao cancelar o Crédito Consignado Itaú?
- Qual é o prazo para regularização da minha dívida?

Ir para

- Nova simulação de empréstimo
- Menu Empréstimos
- Extrato Conta Corrente

IMPORTANTE !

- Condições válidas para esta data.
- A contratação será somente efetuada após concordar com as informações que constam na tela de confirmação, ou seja, na tela seguinte.
- Você poderá desistir do Contrato no prazo até 7 dias da aceitação da proposta sendo restabelecida a dívida original acrescida de seus encargos até a data da desistência. Havendo transferência de limites para a contratação do empréstimo, caso a operação seja cancelada, os limites de cheque especial e cartão de crédito não serão restabelecidos.
- Para prosseguir com a contratação do Empréstimo Pessoal (Crediário) clique em "Iniciar contratação".
- Para contratar o Empréstimo Pessoal sem proteção, **Clique aqui**.

VOLTAR **INICIAR CONTRATAÇÃO**

A IF incentiva a simulação e a comparação dos produtos disponíveis para o consumidor?



Sim. Um exemplo disso, é a oferta de consignado (menor taxa de juros) para clientes que utilizam o cheque especial (maior taxa de juros) em caráter não emergencial e de forma recorrente, conforme abaixo:

Oferta de Consignado para clientes utilizando cheque especial

The screenshot displays the Itaú online banking interface. On the left, the 'Saldo e Extrato da Conta' (Account Balance and Statement) section shows a table of transactions. A red box highlights the 'saque devolvido' (returned withdrawal) amount of R\$ -2.817,00. A blue arrow points from this box to a 'Crédito consignado disponível na sua conta' (Consigned credit available in your account) offer card. Another blue arrow points from the offer card back to the account statement, indicating a comparison or transition between the two options. The offer card also includes a 'Ver extrato' (View statement) button.

data	descricao	valor (R\$)
24/06	SALDO	2.817,30
24/06	RESHOP-INDIGO-24/06	-8,00
22/06	SALDO	2.889,30
22/06	RESHOP-REAL BR IND-22/06	-392,50
21/06	SALDO ANTERIOR	-2.526,14

Quais os benefícios para o consumidor?



A transparência das informações permite que o consumidor tenha ciência da escolha mais adequada para realização dos seus objetivos para cada momento da sua vida.

Como eles foram mensurados?



- Acompanhamento do índice de solicitação de Cancelamento dos produtos pelo cliente;
- Acompanhamento dos índices de inadimplência. A redução nos índices de inadimplência nos mostra que os produtos estão adequados a necessidade do cliente e que a aquisição foi realizada com consciência;
- Acompanhamento do Ranking BACEN de satisfação dos clientes;
- Pesquisas internas de satisfação com os clientes.

Quais os mecanismos utilizados pela IF que permitem a simulação das condições contratuais pelo consumidor?



Como exemplo podemos citar a simulação das condições da operação que são apresentadas antes da efetiva contratação do empréstimo, com opção de desistência ou nova simulação. Para outros produtos/serviços que não demandem simulação é confirmado a adesão junto ao cliente e permitida a desistência.

A IF incentiva a simulação e a comparação dos produtos disponíveis para o consumidor?



Sim, o incentivo a simulação é feito tanto aos clientes quanto aos colaboradores da ponta para que estes reforcem com os consumidores a existência dessa opção antes da efetiva contratação do produto /serviço.

A exemplo disso apresentamos ação de comunicação interna que tinha como objetivo incentivar as equipes de vendas a apresentarem simulações aos clientes antes da contratação, visando uma maior transparência na abordagem, uma vez que, com uma simulação, o cliente poderá avaliar melhor as condições do produto ofertado para futuras negociações.



Exemplo comparativo dos Pacotes de Serviços comercializados – “Termo de Adesão” - que permite ao cliente verificar os serviços inclusos em cada pacote antes da sua escolha



TERMO DE ADESÃO, ALTERAÇÃO E CANCELAMENTO AO PACOTE DE SERVIÇOS PESSOA FÍSICA

DADOS OBRIGATÓRIOS

AGÊNCIA:	CONTA CORRENTE:
TITULAR:	CPF:
SOLIDÁRIO:	CPF:

Serviços Essenciais Gratuitos

- Fornecimento de cartão com função débito para conta corrente e com função movimentação para conta de poupança.
- Fornecimento de segunda via do cartão com função débito/movimentação, exceto nos casos de pedidos de reposição formulados pelo correntista, decorrentes de perda, roubo, danificação e outros motivos não imputáveis à instituição emitente.
- Fornecimento de dez folhas de cheques por mês, desde que o correntista reúna os requisitos necessários à utilização de cheques, de acordo com a regulamentação em vigor e as condições pactuadas.
- Realização de até quatro saques, por mês, em guichê de caixa, inclusive por meio de cheque ou de cheque avulso, ou em terminal de autoatendimento.
- Fornecimento de até dois extratos por mês, contendo a movimentação dos últimos 30 dias, por meio de guichê de caixa e/ou terminal de autoatendimento, tanto para conta corrente como para poupança.
- Realização de duas transferências de recursos entre contas na própria instituição, por mês, em guichê de caixa, em terminal de autoatendimento e/ou internet.
- Compensação de cheques.
- Fornecimento de extrato consolidado discriminado, mês a mês, as tarifas cobradas no ano anterior em conta de depósito à Vista e/ou em conta depósito de poupança.
- Realização de consultas mediante utilização da Internet.

Pacotes de Serviços

Serviços	Pacote Completo MB	Pacote Intermediário MB	Pacote Simples MB	Pacote Padronizado de Serviços I	Pacote Padronizado de Serviços II	Pacote Padronizado de Serviços III	Pacote Padronizado de Serviços IV
Confecção de Cadastro para Início de Relacionamento	Não incluído	Não incluído	Não incluído	Não incluído	Não incluído	Não incluído	Não incluído
Fornecimento de Folhas de Cheques	30	10	5	Não incluído	2	5	10
Saque de conta de Depósitos à Vista/Poupança – Autoatendimento, Banco 24 Horas e Redes Compartilhadas	Ilimitado	16	11	4	4	6	8
Saque de conta de Depósitos à Vista/Poupança – Presencial ou Pessoal (Caixa)	11	2	Não incluído				
Fornecimento de extrato mensal de conta de Depósitos à Vista/Poupança – Autoatendimento	13	4	2	2	4	6	6
Fornecimento de extrato mensal de conta de Depósitos à Vista/Poupança – Presencial	2	Não incluído	Não incluído				
Fornecimento de extrato por período de conta de Depósitos à Vista/Poupança – Autoatendimento	15	6	4	2	2	4	4
Fornecimento de extrato por período de conta de Depósitos à Vista/Poupança – Presencial	4	Não incluído	Não incluído				
Transferência por meio de DOC ou TED (Caixa, Autoatendimento ou Internet)	4	1	Não incluído	Não incluído	1	2	3
Transferência entre contas – Internet Banking/Autoatendimento	Ilimitado	Ilimitado	Ilimitado	2	2	4	6
Remessa de Talonário para o endereço do cliente	2	1	1	Não incluído	Não incluído	Não incluído	Não incluído
Multiextrato	1	Não incluído	Não incluído	Não incluído	Não incluído	Não incluído	Não incluído

Nota: Além dessas quantidades, podem ser utilizados gratuitamente por mês 10 folhas de cheque, 04 saques, 02 extratos dos últimos 30 dias e 02 transferências entre contas na própria instituição.

Desejo(amos) aderir ao Pacote de Serviço:	
<input type="checkbox"/> Pacote Completo MB	<input type="checkbox"/> Pacote Padronizado de Serviços I
<input type="checkbox"/> Pacote Intermediário MB	<input type="checkbox"/> Pacote Padronizado de Serviços II
<input type="checkbox"/> Pacote Simples MB	<input type="checkbox"/> Pacote Padronizado de Serviços III
	<input type="checkbox"/> Pacote Padronizado de Serviços IV

Afirmo ter optado pelo Pacote de Serviços assinalado acima e estar ciente dos serviços, quantidades incluídas e preços do pacote conforme consta na Tabela de Tarifas de Pessoas Físicas do Mercantil do Brasil afixada na agência, ficando, desde já, expressamente autorizado, o débito mensal do valor do pacote em minha conta corrente.

Declaro ainda que fui devidamente informado das demais condições abaixo:

- O valor do pacote escolhido será cobrado mensalmente de forma integral, independentemente do uso da totalidade dos serviços oferecidos no pacote e da totalidade das quantidades incluídas para cada serviço. Demais produtos e serviços não incluídos no pacote ou cuja utilização exceda o limite previsto no pacote serão cobrados de forma individualizada, conforme valores previstos na Tabela de Tarifas afixada nas agências.
- As condições dos produtos e serviços incluídos no pacote estão sujeitas a alterações a critério do Mercantil do Brasil ou por deliberação do Banco Central do Brasil, mediante prévia divulgação da Tabela de Tarifas.
- A adesão, alteração ou cancelamento do pacote pode ser feita em sua agência ou por meio dos canais de atendimento (Autoatendimento e Internet Banking), sendo que sua efetivação terá início a partir do primeiro dia útil do mês seguinte.
- A adesão a uma das opções de Pacote de Serviços oferecidos é uma prerrogativa do cliente. Caso o cliente opte pela não contratação de uma das modalidades de pacotes oferecidos, terá o direito de utilizar os serviços essenciais previstos na Resolução 3.919, nas quantidades estipuladas sem nenhum custo adicional. No item "Serviços Essenciais Gratuitos" do presente Termo de Adesão encontram-se relacionados todos os serviços previstos. O cliente estará sujeito a cobrança individualizada pelos serviços que ultrapassarem as quantidades estipuladas conforme valores indicados na Tabela de Tarifas afixada nas agências.

Não desejo(amos) aderir aos Pacotes de Serviços oferecidos, ficando sujeito à cobrança individualizada de tarifas pelo serviços prestados, conforme Tabela de Tarifas do MB afixada na agência.

Desejo(amos) que seja alterado o Pacote de Serviços por mim contratado, passando a adesão pelo Pacote de Serviços marcado acima e afirmo que estou ciente dos novos serviços e suas franquias e preço do pacote, conforme consta na Tabela de Tarifas de Pessoas Físicas do Mercantil do Brasil afixada na agência, ficando, desde já, expressamente autorizado, o débito mensal do novo valor do pacote em minha conta corrente.

Desejo(amos) que seja cancelado o Pacote de Serviços por mim contratado, ficando sujeito à cobrança individualizada de tarifas pelos serviços prestados, conforme Tabela de Tarifas do Mercantil do Brasil afixada na agência.

Local e data

Assinatura do 1º Titular da Conta

Assinatura do Solidário da Conta

Uso interno – Gerente Responsável

MBB - N. 002.007 - 14 DE MARÇO 2018

Quais os benefícios para o consumidor?



Garantir a transparência na comunicação e relação comercial com o cliente, atendendo a sua voluntariedade na contratação de produto e serviço, conforme sua necessidade.

Como eles foram mensurados?



São mensurados a partir da assertividade da Instituição na oferta dos produtos e serviços.



Quais os mecanismos utilizados pela IF que permitem a simulação das condições contratuais pelo consumidor?



Antes da efetiva contratação de produtos e serviços, o cliente pode realizar simulações nos canais presenciais e remotos. Com essa simulação, o cliente terá acesso a todas as informações necessárias para identificar se a contratação atende às suas necessidades.

A IF incentiva a simulação e a comparação dos produtos disponíveis para o consumidor?



Após a contratação, para garantir que o perfil permanece enquadrado ao Pacote escolhido, disponibilizamos no Internet Banking e nas agências uma **importante ferramenta** para que os clientes possam verificar a adequação do pacote contratado à sua movimentação financeira atual. Por meio do denominado **'extrato de serviços'** (fig. 6 e 7), os clientes podem consultar os serviços do pacote contratado que foram de fato utilizados no mês, podendo facilmente identificar se o pacote está ou não compatível com os serviços que usualmente são consumidos mensalmente na movimentação da conta.

Nele, são detalhados os serviços incluídos no pacote e exibidos ao lado da quantidade utilizada, eventual quantidade excedente, preços individuais das tarifas, entre outros.

Fig. 8

Pacote de Serviços - Extrato de Serviço

Ag. C/C
Saldo de Conta corrente (R\$)

Detalhes do Pacote Atual

Serviços Disponibilizados	Qtde. Disponibilizada	Qtde. Utilizada	Qtde. Excedente	Valor Tarifa (1)	Valor Total Excedente (2)
SAQUES	limitado	-	-	2,90	0,00
TRANSFERÊNCIAS DE RECURSOS	limitado	2	-	1,50	0,00
RETRADA NO EXTERIOR	2	-	-	24,20	0,00
DOC/TED TERMINAL / INTERNET / CENTRAL AT	10	10	-	18,50	0,00
TARIFA SUSCITAÇÃO / REVOGAÇÃO	20	-	-	13,50	0,00
EXTRATOS	limitado	-	-	7,50	0,00

Salvar em PDF | Enviar por e-mail | Imprimir

< Voltar

Fig. 9

Dados dos Serviços Disponíveis					
Serviços Disponíveis:		5305-SANTANDER SELECT			
Situação:		Mês Fechado			
Mês de Referência:		JUNHO/2018			
Detalhes dos Serviços Disponibilizados					
Serviço Disponibilizado	Qtde. Disponibilizada	Qtde. Utilizada	Qtde. Excedente	Valor Tarifa (1)	Valor Total Excedente (2)
SAQUES	Ilimitado	0	0	R\$ 2,90	R\$ 0,00
TRANSFERENCIAS DE RECURSOS	Ilimitado	2	0	R\$ 1,50	R\$ 0,00
RETIRADA NO EXTERIOR	2	0	0	R\$ 24,20	R\$ 0,00
DOC/TED TERMINAL / INTERNET / CENTRAL AT	10	10	0	R\$ 18,50	R\$ 0,00
TARIFA SUSTACAO / REVOGACAO	20	0	0	R\$ 13,50	R\$ 0,00
EXTRATOS	Ilimitado	0	0	R\$ 7,50	R\$ 0,00
DOC/TED PESSOAL	4	2	0	R\$ 18,50	R\$ 0,00
ORDEM DE PAGAMENTO	4	0	0	R\$ 31,60	R\$ 0,00
AVISOS IMPRESSOS	10	0	0	R\$ 3,30	R\$ 0,00
ENTREGA DE TALAO DE CHEQUES EM DOMICILIO	1	0	0	R\$ 7,90	R\$ 0,00
FORNECIMENTO DE FOLHAS	Ilimitado	0	0	R\$ 1,70	R\$ 0,00
FORNECIMENTO COPIA CHEQUE	10	0	0	R\$ 7,20	R\$ 0,00
EXTRATO CONSOLIDADO	1	0	0	R\$ 6,60	R\$ 0,00
INTELIGENTE					
EXTRATO MES ANTERIOR	Ilimitado	0	0	R\$ 2,80	R\$ 0,00
SERVICO DE COURIER PROGRAMADO	2	0	0	R\$ 10,00	R\$ 0,00
AVISO POR CELULAR	Ilimitado	0	0	R\$ 0,00	R\$ 0,00

(1) APENAS PARA DIVULGACAO DO VALOR UNITARIO DA TARIFA FOI CONSIDERADA A PRESTACAO DO SERVICO PELO CANAL COM MAIOR PRECO. O VALOR CALCULADO, POREM, CORRESPONDE AO CANAL EFETIVAMENTE UTILIZADO POR VOCE.

(2) CONSIDERA O VALOR TOTAL CALCULADO A PAGAR PARA A TARIFA OU GRUPO DE TARIFAS.

AS INFORMACOES DEMONSTRADAS NO EXTRATO DE SERVICOS DO MES ABERTO CORRESPONDEM AO SEGUNDO DIA ANTERIOR A DATA DA CONSULTA.

SE ATENTE AS INFORMACOES CONTIDAS AO FINAL DO SEU EXTRATO DE SERVICOS. NELAS VOCE TEM INFORMACOES PARA UMA MELHOR COMPREENSAO DOS VALORES APRESENTADOS.

Quais os benefícios para o consumidor?



Fácil acesso à Informação que irá garantir a ele o conhecimento necessário para optar pela oferta mais adequada às suas necessidades, podendo ajustar o produto a qualquer tempo que julgar pertinente.

Como eles foram mensurados?



A prática de “Dever Geral de Adequação de Pacotes de serviços” descrita em questão anterior, servirá como critério de mensuração para garantir a devida aplicação desta conduta, pois descreve a prática utilizada para identificar clientes com utilização desenquadrada de produtos e comunicação direcionando-o à produtos mais adequados à sua utilização.

III – Informação e Linguagem Sobre Condições, Exceções ou Restrições Contratuais



Quais os mecanismos utilizados para assegurar a informação e a linguagem adequada na oferta de produtos e serviços em relação às condições, exceções ou restrições contratuais?



As informações disponibilizadas pelo Banco do Brasil aos clientes são elaboradas de forma a serem acessível a todos públicos, assegurando a correta informação e entendimento por partes de todos os consumidores.

Periodicamente os gestores revisam o conteúdo das informações disponibilizadas ao público.

Exemplos

- Os pacotes de serviços possuem cartilhas explicativas disponíveis no site do Banco (disponível a todos, sem a necessidade de acessar a conta). Essas cartilhas possuem linguagem clara e objetiva, de maneira que possam ser compreendidas por todos os públicos, sem ambiguidades. <https://www.bb.com.br/pbb/pagina-inicial/voce/produtos-e-servicos/pacotes-deservicos#/>
- As informações disponibilizadas sobre as modalidades de cartão de crédito, seus benefícios e anuidades: <https://www.bb.com.br/pbb/pagina-inicial/voce/produtos-e-servicos/cartoes#/>

Quais os benefícios para o consumidor?



Transparência/satisfação no relacionamento com os consumidores.

Como eles foram mensurados?



Acompanhamento dos atendimentos efetuados pelo SAC/Ouvidoria.

Os benefícios são mensurados pela pesquisa de satisfação de cliente, com reflexos no acordo de trabalho das dependências.

Quais os mecanismos utilizados para assegurar a informação e a linguagem adequada na oferta de produtos e serviços em relação às condições, exceções ou restrições contratuais?



REDE DE AGÊNCIAS - **Manual** dos produtos e serviços para direcionar a atuação das agências. **Cédulas de crédito**. Além de **treinamentos específicos** aos funcionários sobre os produtos e serviços da IF.

FOMENTO - Os funcionários das agências têm disponíveis **Cartilhas didáticas** acerca dos produtos, **Manuais** dos Produtos, **treinamentos**, dentre outros, visando preparar a equipe ao repasse claro das informações ao cliente.

Quais os benefícios para o consumidor?



Através da melhor informação prestada, o consumidor passa a ter maior segurança para a tomada de decisão.

Como eles foram mensurados?



Pesquisa de satisfação do cliente, demandas SAC/Ouvidoria.



Quais os mecanismos utilizados para assegurar a informação e a linguagem adequada na oferta de produtos e serviços em relação às condições, exceções ou restrições contratuais?



São realizadas reuniões e palestras preparatórias com a utilização de linguagem simples e adequada ao público. Essas atividades são exercidas por Agentes de Crédito qualificados exclusivamente para atuarem em comunidades e regiões onde o público reside ou exercem suas atividades produtivas. Trata-se de público-alvo que necessita de informações em linguagem própria e adequada à sua realidade.

Exemplos: Agente de Microcrédito realizando atendimento a cliente em seu empreendimento



Agente de Microcrédito realizando Palestra Informativa em comunidade rural



Quais os benefícios para o consumidor?



Compreensão de todas as informações necessárias, previamente à formalização contratual.

Como eles foram mensurados?



Sem resposta.

Quais os mecanismos utilizados para assegurar a informação e a linguagem adequada na oferta de produtos e serviços em relação às condições, exceções ou restrições contratuais?



As abordagens orientadas aos clientes e usuários, bem como materiais publicitários, de produtos e serviços são elaboradas, analisadas e validadas sob diferentes óticas e participação multidisciplinar envolvendo os Departamentos Jurídico, Marketing, áreas de negócio e áreas de gestão de risco e controle e Canais Digitais de modo a assegurar que a linguagem e a informação estejam adequadas a leitura e entendimento do consumidor. Os funcionários, colaboradores, correspondentes e time comercial são instruídos a prestar atendimento aos consumidores pautados na ética, com informações claras e tempestivas, bem como além de apresentar todas as condições necessárias para que o cliente se sinta seguro no momento da contratação.

Práticas em Destaque:

- **Comissão de Ações Comerciais e de Relacionamento:** Trata-se de uma comissão multi-departamental que propicia o alinhamento entre as Áreas de Negócios e as de Marketing e Relacionamento com Clientes que tem como um de seus objetivos facilitar e definir diagnóstico detalhado acerca dos diversos portfólios de produtos e serviços, incluindo a linguagem e abordagem com o cliente, o dimensionamento, canais de distribuição e oportunidades oferecendo inteligência competitiva e informações gerenciais específicas com visão integrada entre produtos e serviços.

A cada ação comercial ou de relacionamento com o cliente, é necessária uma validação colegiada por meio de ferramenta específica, onde se observa no briefing de comunicação com o cliente aspectos como Roteiro de Abordagem, Direcionamento da Oferta, Linguagem Aplicada, Call to Action e Roteiro das Ofertas. As cláusulas de exceção e restrições contratuais estão definidas como pontos de atenção na comunicação.




Exemplo da ferramenta e dos critérios de aprovação de briefing de ação comercial.

Emitir Parecer	
Demais Responsáveis da Ação	<input type="checkbox"/>
Identificação da Ação	<input type="checkbox"/>
Público-Alvo	<input type="checkbox"/>
Régua de Comunicação	<input type="checkbox"/>
Filtros de Exclusão	<input type="checkbox"/>
Canais de Abordagem	<input type="checkbox"/>
Vigência da Ação	<input type="checkbox"/>
Mensuração de Resultado	<input type="checkbox"/>
Bases de Dados	<input type="checkbox"/>
Estudo	<input type="checkbox"/>

- **Diálogo Consultivo:** Além dos critérios de linguagem aprovados via Comissão de Ações Comerciais, uma prática complementar é realizada com a finalidade de capacitar os funcionários no momento da abordagem com o cliente.

Exemplo do material de divulgação da construção do Diálogo Consultivo

ROTEIRO WORKSHOP Gerentes 2018

-  **SUMÁRIO – CONSTRUINDO O RELACIONAMENTO**
-  **JORNADA DO GERENTE**
-  **ETAPAS PARA CONSTRUÇÃO DO DIÁLOGO CONSULTIVO**

ETAPAS PARA CONSTRUÇÃO DO DIÁLOGO CONSULTIVO WORKSHOP Gerentes 2018

Principais pontos...



Etapas da Venda

- 1. Preparar:** Antes de abordar o cliente, identifique o Relacionamento dele com o Banco. Planeje sua abordagem.
- 2. Sondar:** Ouça o cliente para aprofundar o entendimento do momento e da necessidade dele(a).
- 3. Solucionar:** Direcione soluções adequadas ao que o cliente precisa
- 4. Acompanhar:** Acompanhe, mantenha contato, faça o Giro.

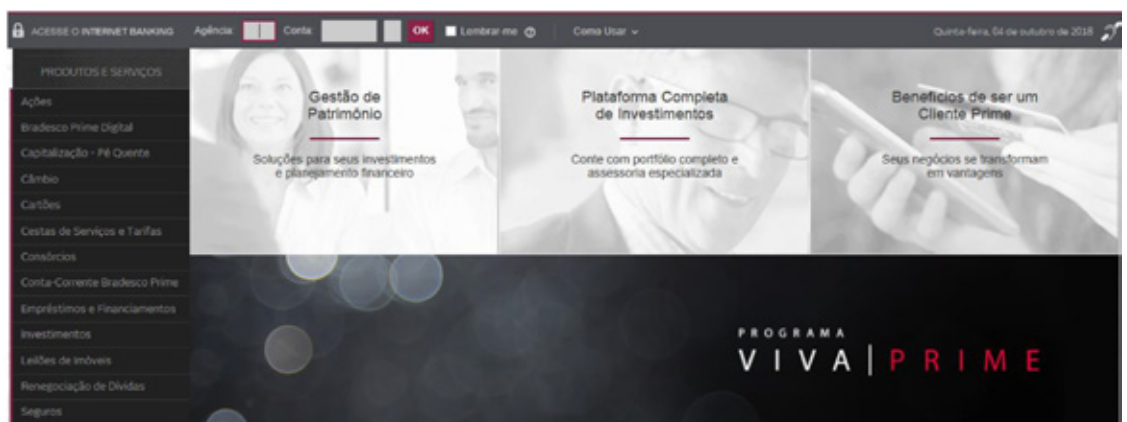
6

- **Ambientes de Acesso Específicos por Perfis:** No Bradesco, as informações e oferta de produtos são realizadas e acessadas de acordo com os diferentes perfis, nichos e segmentos de clientes, tornando a linguagem e a apresentação das características, condições de produtos e serviços mais adequadas e familiares a cada um deles. Além disso as restrições e exceções podem ser consultadas nestes ambientes e, caso o cliente tenha a necessidade de esclarecimentos, pode contar com diversos canais de apoio como Centrais de Atendimento, Chats, Redes Sociais e Inteligência Artificial.

Bradesco - Next



Bradesco Prime



Bradesco Aposentados



Exemplos de sites Bradesco com ambientes, informações e linguagem adequadas a diferentes públicos.



Quais os benefícios para o consumidor?



Por meio desses mecanismos, os clientes percebem a transparência nas relações com o Bradesco e se familiarizam com as informações, que são desenvolvidas e pensadas para aproximar cada vez mais o cliente. Por meio de ambientes específicos e traduções para linguagens mais simplificadas e de fácil acesso, torna-se mais fácil e assertivo o processo de decisão pela aquisição do produto ou serviço.

Como eles foram mensurados?



Pode ser realizada a mensuração a partir das manifestações dos clientes nos canais disponíveis para esclarecimentos. Um exemplo para mensuração dos resultados é o monitoramento de redes sociais, realizado 7 dias por semana e 24 horas por dia e que permite interações personalizadas com os clientes. O acompanhamento dessas manifestações é realizado constantemente também em outros canais ou até presencialmente por meio de pesquisa NPS na rede de agências.

Quais os mecanismos utilizados para assegurar a informação e a linguagem adequada na oferta de produtos e serviços em relação às condições, exceções ou restrições contratuais?



Os mecanismos utilizados são:

- Monitoramento das gravações por amostragem das operações contratados pelo call center;
- Revisão dos contratos com o consumidor pela área de produtos, visando transpor uma linguagem simples e de fácil entendimento preservando a compreensão das principais cláusulas que regem a relação contratual;
- Disponibilidade no site da relação dos correspondentes credenciados a Instituição para acesso pelo consumidor;
- É disponibilizado no site da Financeira, um FAC com os principais termos utilizados no consignado para oferecer segurança ao consumidor;

Nos correspondentes, disponibilizamos em local visível uma placa de identificação de que aquele correspondente é um agente credenciado da instituição.

Por tratar-se de produto específico, o conglomerado oferece um resumo do que foi acordado com o consumidor, quanto ao prazo, taxa, juros e etc.

Figura 17. Cláusula do Contrato com os Direitos e Deveres do Cliente

3 – PRINCIPAIS DIREITOS E DEVERES: Sem prejuízo do previsto nas Condições Gerais, são direitos e deveres básicos do EMITENTE, dentre outros: DIREITOS: I. ter ciência prévia das tarifas e serviços de terceiros incluídos no financiamento a seu pedido e que integram o seu Custo Efetivo Total (CET); II. manifestar-se sobre a opção de contratação do serviço remunerado pela Tarifa de Cadastro, bem como seu pagamento à vista e/ou financiado; III. portar ou liquidar antecipadamente seu débito, total ou parcialmente, se desejar, com desconto proporcional dos juros remuneratórios incidentes; IV. o EMITENTE poderá comunicar o Credor

sobre questões de alteração relevante de capacidade de pagamento, por meio dos canais de Atendimento disponibilizados pelo CREDOR. V. Ter ciência que ainda em decorrência de margem consignável disponível, poderei exercer o direito de desistência no prazo de 07 (sete) dias, contado do momento em que foram contratados os valores, devendo restitui-los ao CREDOR acrescidos de eventuais tributos e juros incidentes até a data da efetiva devolução. DEVERES: I. pagar pontualmente todas as parcelas, por qualquer forma disponível; II. providenciar, às suas expensas, a documentação necessária para comprovação de sua regularidade cadastral, caso não opte pela contratação do serviço remunerado pela Tarifa de Cadastro; III. se ocorrer atraso no pagamento, pagar juros remuneratórios, acrescidos de juros moratórios de 1% ao mês, todos capitalizados diariamente, e multa de 2% do valor do débito.

4 – SISTEMA de Pagamento: O EMITENTE deverá incluir, com o Banco Central do Brasil, o Serviço de Pagamento em Nome de Terceiros (SNT) para a contratação do serviço remunerado pela Tarifa de Cadastro.

5 – FORNECIMENTO DE SERVIÇOS: O EMITENTE deverá prestar o serviço remunerado pela Tarifa de Cadastro, desde já, autônomo e independente de qualquer outro serviço de prestação de serviços financeiros oferecido pelo Banco Central do Brasil.

6 – COMUNICAÇÃO: O EMITENTE deverá comunicar o CREDOR sobre questões referentes ao cumprimento das obrigações por ele assumidas, inclusive, quanto a eventual alteração relevante de capacidade de pagamento, por meio dos canais de Atendimento disponibilizados pelo CREDOR.

7 – DA ENTENDIMENTO: O EMITENTE declara conhecer e aceitar, restando todas claras e compreensivas.

3 – PRINCIPAIS DIREITOS E DEVERES: Sem prejuízo do previsto nas Condições Gerais, são direitos e deveres básicos do EMITENTE, dentre outros: DIREITOS: I. ter ciência prévia das tarifas e serviços de terceiros incluídos no financiamento a seu pedido e que integram o seu Custo Efetivo Total (CET); II. manifestar-se sobre a opção de contratação do serviço remunerado pela Tarifa de Cadastro, bem como seu pagamento à vista e/ou financiado; III. portar ou liquidar antecipadamente seu débito, total ou parcialmente, se desejar, com desconto proporcional dos juros remuneratórios incidentes; IV. o EMITENTE poderá comunicar o Credor sobre questões referentes ao cumprimento das obrigações por ele assumidas, inclusive, quanto a eventual alteração relevante de capacidade de pagamento, por meio dos canais de Atendimento disponibilizados pelo CREDOR. V. Ter ciência que ainda em decorrência de margem consignável disponível, poderei exercer o direito de desistência no prazo de 07 (sete) dias, contado do momento em que foram contratados os valores, devendo restitui-los ao CREDOR acrescidos de eventuais tributos e juros incidentes até a data da efetiva devolução. DEVERES: I. pagar pontualmente todas as parcelas, por qualquer forma disponível; II. providenciar, às suas expensas, a documentação necessária para comprovação de sua regularidade cadastral, caso não opte pela contratação do serviço remunerado pela Tarifa de Cadastro; III. se ocorrer atraso no pagamento, pagar juros remuneratórios, acrescidos de juros moratórios de 1% ao mês, todos capitalizados diariamente, e multa de 2% do valor do débito.

Acima demonstramos a cláusula específica, que dispõe de forma clara os principais direitos e deveres do cliente.

Figura 18. Guia de esclarecimento das Condições Contratadas

CREDOR				
<input type="checkbox"/> CCB Brasil S/A. Crédito, Financiamento e Investimentos, instituição financeira, com sede em São Paulo, SP, à Av. Paulista, 283 – 15ª andar, inscrita no CNPJ sob o nº 92.764.489/0001-96.				
<input type="checkbox"/> China Construction Bank (Brasil) Banco Múltiplo S/A, com sede social, na Av. da Brigadeiro Faria Lima, nº. 4.440 1º ao 5º andar – Itaim Bibi – CEP 04538-132 – São Paulo – SP, inscrito no CNPJ sob o nº. 07.450.604/0001-89				
Nº da Cédula	Local de Emissão	Data de Emissão	Praça de Pagamento	Modalidade
A) Dados do EMITENTE e assim doravante denominado				
Nome EMITENTE		CPF	RG	
Endereço Residencial			Nº	Complemento
Bairro	Cidade		UF	Estado Civil
E-mail				
Empregador / Fonte pagadora do EMITENTE				Nº do benefício / matrícula
B) Pagamentos autorizados e encargos financeiros / Custo Efetivo Total – CET				
Total Financiado	Total a Pagar	Liberado ao Cliente	IOF	Quitacoes para refin.
Quitacoes – outras instituições	Despesas de Registro	Despesas de serviços de terceiros		Seguro
Tarifa confecção de cadastro	Tributos	Taxa de Juros Contratada		Venc. Primeira Parcela
Venc. Última Parcela	CET (% mês)	CET (% ano)	Nº Parcelas	Valor Parcela
C) Tipo de Liberação ao EMITENTE				
Tipo de liberação	Banco	Agência	Conta Corrente	

Os Correspondentes Bancários são treinados, para utilizarem como guia de esclarecimento ao cliente no ato da contratação, as informações constantes acima, para que o consumidor tenha acesso as condições contratadas.

Quais os benefícios para o consumidor?



Os benefícios para os consumidores se baseiam na oferta de produtos adequados às necessidades, interesses e objetivos. Abarca, também, a apresentação das tarifas e prestações de informações a respeito do produto ou serviço de maneira clara, precisa e adequada, inclusive quanto aos seus direitos e deveres, responsabilidades, custos ou ônus, penalidades e eventuais riscos existentes, possibilitando a livre escolha e tomada de decisão, subsidiando-se de roteiros e *scripts* para este atendimento, contemplando todas as informações necessárias para amparar a decisão do consumidor.

Como eles foram mensurados?



Atualmente a carteira de consignado apresenta índice baixo de atendimento, segundo as pesquisas de comunicação externa que temos acesso, por motivo de enquadramento errôneo, taxas abusivas e demais assuntos relacionados a oferta de produtos e serviços.



Quais os mecanismos utilizados para assegurar a informação e a linguagem adequada na oferta de produtos e serviços em relação às condições, exceções ou restrições contratuais?



Todas as informações disponíveis aos consumidores são elaboradas com o envolvimento de diversas áreas da Instituição Financeira como, por exemplo, Produto, Marketing, Central de Atendimento, Ouvidoria, Sustentabilidade, franquias de atendimento e Jurídico. O objetivo é garantir a transparência e simplicidade dos textos e conteúdos disponibilizados.

As áreas envolvidas trazem diferentes visões, conforme exemplificado abaixo:

- Marketing (visão institucional e visão cliente)
- Central de Atendimento (visão cliente – histórico de reclamações e voz do cliente)
- Ouvidoria (visão cliente – histórico de reclamações, voz do cliente e considerações de órgãos reguladores como Procon e Bacen)
- Produtos (visão produto)
- Jurídico (visão legal, regulatória e considerações do Poder Judiciário) (Anexo 38)

Além disso, a linguagem simples, clara e com ausência de utilização excessiva de termos técnicos também é empregada às informações que possam apresentar ônus ao cliente, bem como às exceções ou condições para o cliente auferir benefícios, conforme exemplos abaixo:

Exemplo *Warning* no canal Internet

✕ Fechar

O período de isenção **chegou ao fim**. A partir do próximo mês, o valor da mensalidade do Pacote de Serviços que você utiliza será debitado da sua conta.

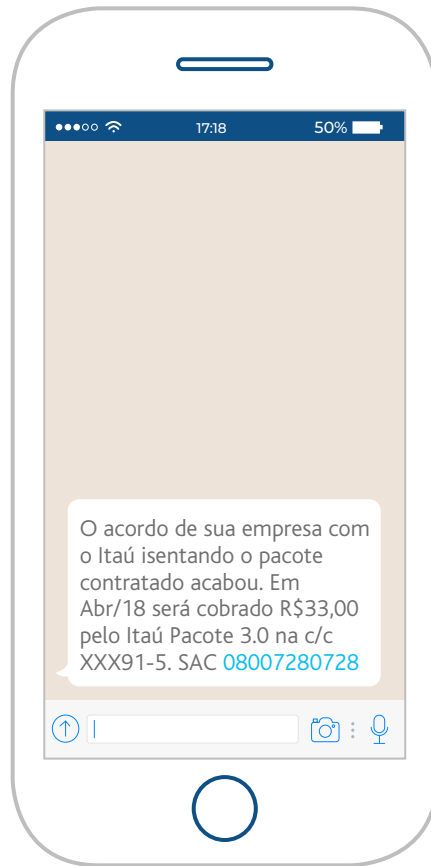
Você tem à sua disposição uma série de serviços do pacote e vai continuar aproveitando todos eles:

✓ Saques ✓ Transferências ✓ Extratos ✓ E muito mais ;)

[Clique aqui](#) e saiba mais sobre o Pacote de Serviços.

Em caso de dúvidas, ligue para o SAC: 0800 728 0728.

Exemplo SMS (enviado em Mar/18)



Anexo 38: Melhoria no regulamento do NDIAS – Simples e objetivo

Após retorno das nossas Centrais de Atendimento sobre a dificuldade de entendimento do Regulamento, fizemos melhorias e simplificamos a linguagem:

Isenção de Juros no LIS - Cheque Especial Itaú

1. Como funciona

A isenção de juros no **Cheque Especial Itaú** é concedida por até dez dias, **corridos ou alternados, úteis ou não**, a cada período de vigência* do seu contrato.

Caso você use o Cheque Especial por mais de dez dias, os juros sobre todo o período utilizado serão cobrados e debitados da sua conta no final da apuração dos encargos.

O benefício de isenção de juros **não se aplica ao IOF** (Imposto sobre Operações Financeiras), que será cobrado desde o primeiro dia de uso do limite, incluindo o período de dez dias em que não há incidência de juros.

Se o 10º dia de utilização for sábado, domingo, feriado ou dia não útil, os recursos para cobrir o saldo devedor deverão estar disponíveis na conta corrente no dia útil anterior, para que não exista cobrança de juros.

Para entender como funciona a utilização dos 10 dias sem juros, confira abaixo os exemplos, considerando a data de renovação do cheque especial todo dia 9 de cada mês.

Exemplo com 3 dias de utilização do Cheque Especial

Outubro							Novembro								
D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	DIAS UTILIZADOS	
				1	2	3					1	2	3	5 dias	
4	5	6	7	8	9	10	4	5	6	7	8	9	10	JUROS	Sem cobrança
11	12	13	14	15	16	17	11	12	13	14	15	16	17	IOF	Recolhimento referente a 5 dias
18	19	20	21	22	23	24	18	19	20	21	22	23	24		
25	26	27	28	29	30	31	25	26	27	28	29	30	31		

Exemplo com 11 dias de utilização do Cheque Especial



Note que o período de vigência do Cheque Especial, neste exemplo, é do dia 09 a 08 de cada mês. **Consulte a data de renovação do seu Cheque Especial e o período de vigência** acessando a sua conta na internet, menu Crédito > Cheque Especial (LIS) > Consultar as condições do contrato atual.

2. Informações gerais e alterações nos benefícios

Este regulamento tem prazo indeterminado. Os benefícios aqui previstos podem ser alterados, com aviso de quinze dias de antecedência. Se preferir, você pode soliditar ao seu gerente o cancelamento desse benefício.

Importante

O Itaú poderá suspender os benefícios previstos neste regulamento, sem a necessidade de prévio aviso, nos seguintes casos: suspensão ou cancelamento de limite do Cheque Especial; encerramento do contrato de Cheque Especial; restrição legal ou regulamentar; determinação de órgãos governamentais; ou descumprimento de qualquer obrigação prevista no contrato de Cheque Especial.

*Para consultar o período de vigência do seu contrato, fale com o seu gerente ou acesse sua conta, clicando em Crédito > Cheque Especial (LIS) > Consultar as condições do contrato atual.



Quais os benefícios para o consumidor?



Comunicação clara, de fácil entendimento e transparente.
Entendimento sobre as regras e condições de cada produto para a tomada de decisão.

Como eles foram mensurados?



Acompanhamento do índice de solicitação de Cancelamento dos produtos pelo cliente;
Acompanhamento dos índices de inadimplência. A redução nos índices de inadimplência nos mostra que os produtos estão adequados a necessidade do cliente e que a aquisição foi realizada com consciência;
Acompanhamento do Ranking BACEN de satisfação dos clientes;
Pesquisas internas de satisfação com os clientes.

Quais os mecanismos utilizados para assegurar a informação e a linguagem adequada na oferta de produtos e serviços em relação às condições, exceções ou restrições contratuais?



No Banco Mercantil, a adequação da comunicação na oferta de produtos e serviços ao seu público-alvo é garantida por meio de processo de governança estabelecida com definição de fluxo operacional e envolvimento de várias áreas no processo de aprovação dos materiais endereçados a cliente e usuários. Por meio de tal processo estabelecido, todas as informações relevantes ao consumidor, inclusive o ônus contratual, exceções ou condições para alcançar os benefícios são avaliadas considerando se os princípios de conformidade e legitimidade, transparência e ética estão sendo aplicados conforme determina a regulação.

São diretrizes gerais para todas as comunicações que divulgam ou prestam informações a respeito de produtos e serviços a clientes e usuários, independentemente do canal utilizado:

- Utilizar **linguagem simples, clara e sem o uso excessivo de termos técnicos ou jurídicos**;
- **Prestar informações com clareza e precisão**, de forma a garantir a compreensão do consumidor sobre o produto ou serviço; e
- Informar sobre a disponibilidade dos canais de alteração ou cancelamento da adesão.

A Gerência de Marketing Corporativo submete via ferramenta de gestão, para a avaliação da Ouvidoria, área gestora do produto e Gerência de Desenvolvimento de Negócios, **as peças propostas para as comunicações. Somente após a avaliação e a concordância de todas as áreas envolvidas é que a peça é liberada para impressão ou publicação.**

Quais os benefícios para o consumidor?



O benefício para o consumidor é o acesso às informações a respeito de produtos e serviços de forma clara, precisa e **tempestiva**. O objetivo é dar a ele condições de analisar com clareza para que as suas contratações sejam realizadas de forma transparente, de acordo com as suas necessidades e condições.

Abaixo, segue descrição das **ações que demonstram a diligência da instituição em municiar seus clientes e usuários com informações de qualidade**, fortalecendo o seu atendimento pautado no binômio Transparência e Respeito:

- Ação informativa e demonstrativo de consumo sobre o pacote de serviços e seu histórico de utilização para melhor avaliação pelo cliente;
- Divulgação intensificada da possibilidade de cancelamento de produtos e serviços em sete dias de acordo com o Código de Defesa do Consumidor;
- Solicitação de adesão do cliente ao produto Adiantamento a Depositante; e
- Programa de Educação Financeira constante.

Exemplo de uma ação comunicativa realizada no autoatendimento para adesão ao produto Adiantamento a Depositante

MERCANTIL
DO BRASIL

Marcelo,



ADIANTAMENTO A DEPOSITANTE

Serviço emergencial para quando o saldo em conta for insuficiente para cobrir eventual transação.

Deseja contratar?

Sim

Não

*Sujeito à análise e aprovação do Banco.
Este serviço é cobrado conforme tabela de tarifas.*

Como eles foram mensurados?



Por meio do histórico de permanência no produto e avaliação da desistência ou cancelamento após contratação.

Exemplo: Ação para adequação de clientes com utilização de serviços inferior ao contratado – pacote de serviços

Dos clientes que decidiram pela contratação de alguma modalidade de Pacote de Serviço e que não utilizam toda a franquia de serviços desta modalidade, apenas 1% decide pelo cancelamento do pacote após comunicarmos sobre esta condição.

Vale ressaltar, também, que o Comitê de Condutas Éticas monitora as ocorrências de suspeita e/ou eventual indício de desvios de conduta.

Quais os mecanismos utilizados para assegurar a informação e a linguagem adequada na oferta de produtos e serviços em relação às condições, exceções ou restrições contratuais?



Temos um time de UX (user experience) dedicado a estruturar a oferta de Produtos/ serviços, assegurando a linguagem mais simples e transparente, garantindo a máxima compreensão, além de permear os diversos perfis de nossos clientes. Importante ressaltar, ainda, que o teor das ofertas de produtos e serviços é geralmente analisado por diversas áreas internas, incluindo Jurídico, Marketing e Ouvidoria, sempre com foco na transparência e clareza das informações. Esse foco também é observado na elaboração dos instrumentos contratuais.

Quais os benefícios para o consumidor?



Informação clara garantindo a ele o conhecimento necessário para optar pela oferta mais adequada às suas necessidades e apoio na construção da confiança de que o banco busca o melhor atendimento aos interesses dele, com a disponibilidade de serviços adequados à sua utilização regular, visando o melhor custo benefício para o cliente.

Como eles foram mensurados?



A prática de “Dever Geral de Adequação de Pacotes de serviços” descrita em questão anterior, servirá como critério de mensuração para garantir a devida aplicação desta conduta.



Qual a prática adotada pela IF para assegurar que a oferta seja de fácil leitura, seja pessoalmente, nos meios eletrônicos ou por voz?



Elaboração e disponibilização no Portal da CABB de scripts para abordagem remota abrangendo as características do produto ofertado e com explicações detalhadas para esclarecimento de dúvidas.

Nas ofertas realizadas pela CABB, há monitoria da qualidade do atendimento por meio de amostragem mensal dos atendimentos realizados.

Nas ofertas pessoais, há disponibilização/Impressão de material para utilização pelas dependências durante o atendimento presencial com o público-alvo específico: folder, filipeta, cartaz, catálogos, portfólios.

Quais os benefícios para o consumidor?



O pleno entendimento das características e encargos do produto ou serviço adquirido.

Como eles foram mensurados?



A clareza da oferta e das informações disponibilizadas são mensuradas pela quantidade de dúvidas/reclamações registradas no SAC/Ouvidoria.

Periodicamente o SAC e a Ouvidoria BB elaboram relatórios sobre as dúvidas e reclamações registradas pelos clientes e usuários e encaminham para os gestores de produtos e serviços para a melhoria contínua/correção de seus processos.

Qual a prática adotada pela IF para assegurar que a oferta seja de fácil leitura, seja pessoalmente, nos meios eletrônicos ou por voz?



Meio eletrônico - utilização de texto com informações gerais sobre os produtos e serviços, bem como sua utilização.

Pessoalmente ou por voz: **Treinamento** de funcionários.

Quais os benefícios para o consumidor?




Através da melhor informação prestada, o consumidor passa a ter maior segurança para a tomada de decisão.

Como eles foram mensurados?



Pesquisa de satisfação do cliente, demandas SAC/Ouvidoria.



Qual a prática adotada pela IF para assegurar que a oferta seja de fácil leitura, seja pessoalmente, nos meios eletrônicos ou por voz? 

As reuniões, palestras informativas e eventos, realizados nas comunidades, urbana ou rural, adotam linguagem coloquial. Nos impressos e meios eletrônicos, há uma preocupação em disponibilizar informações que possam ser facilmente compreendidas pelo público, composto por agricultores familiares e microempreendedores urbanos.

Exemplos: Informações de fácil compreensão pelo público



Quais os benefícios para o consumidor? 

Compreensão de todas as informações necessárias, previamente à formalização contratual.

Como eles foram mensurados? 

Sem resposta.

Qual a prática adotada pela IF para assegurar que a oferta seja de fácil leitura, seja pessoalmente, nos meios eletrônicos ou por voz?



O Bradesco disponibiliza aos clientes, serviços e transações financeiras suportadas por alta tecnologia e excelência no atendimento seja fisicamente no ambiente de agências ou por meio de Canais Digitais, assim valoriza a experiência do cliente e transforma contato em uma oportunidade. Os prestadores de atendimento são capacitados para atuarem como especialistas financeiros e agentes de convergência digital para a Organização.

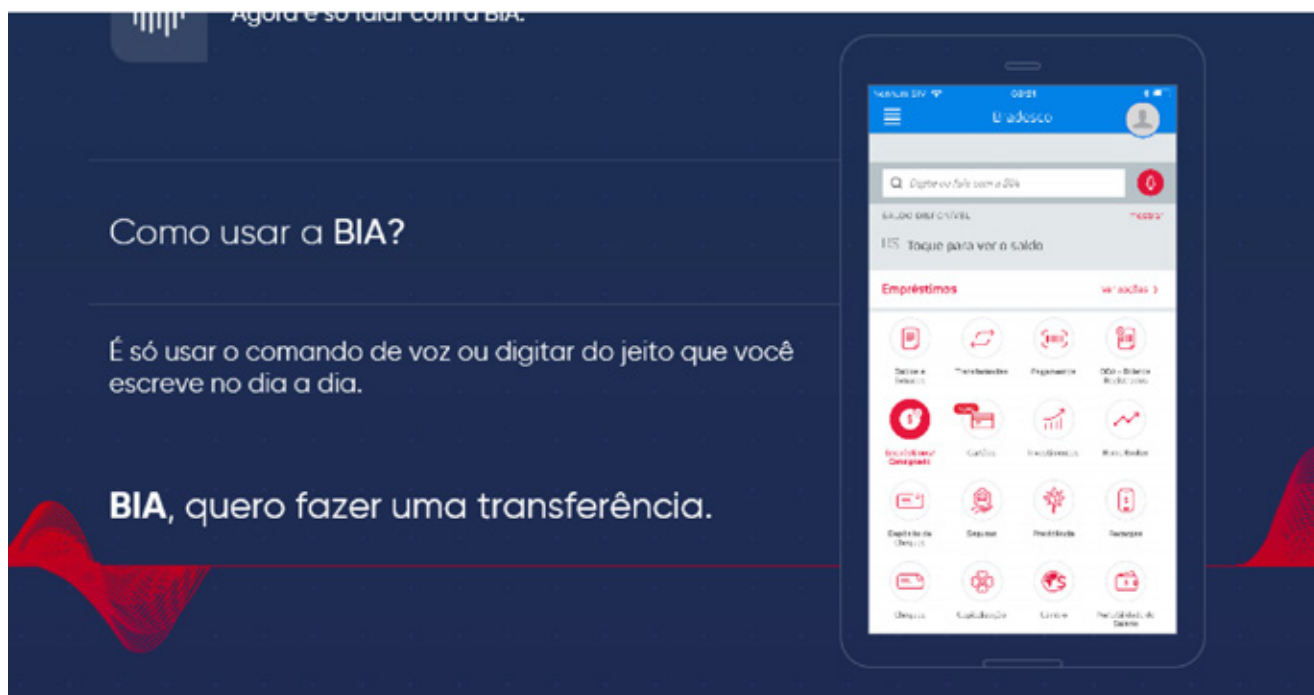
- **Ofertas Realizadas Pessoalmente:** Além de profissionais qualificados para o devido atendimento e esclarecimento de dúvidas, que contam com vasto material normativo para seu subsídio, além de “scripts” completos para auxiliá-los na prestação de atendimento, a IF disponibiliza informações em ambiente virtual, bem como na Central de Atendimento exclusiva, de todos os produtos distribuídos, tais como manuais de procedimentos, dúvidas mais frequentes, disponibilidade de regras através do regulamento, além da carta de boas-vindas.
- **Ofertas por Meio Eletrônico ou de Voz:** Esses canais possibilitam a análise de perfil, estilo e momento de vida dos clientes, a fim de propor melhorias na experiência e jornada e ofertar e converter vendas dos produtos e serviços mais adequados a cada público. De forma estruturada, o público em geral tem à disposição conteúdo de fácil acesso e localização, por meio dos quais podem esclarecer dúvidas e conhecer mais sobre todos os produtos e serviços. Estão disponíveis, ainda, plataformas de vídeos tutoriais que facilitam a compreensão sobre informações financeiras e uma ferramenta de busca que agiliza o acesso às informações.

Prática em Destaque:

BIA – Bradesco Inteligência Artificial é um chat interativo que funciona a partir da tecnologia cognitiva IBM Watson e traz mais agilidade para o dia a dia dos clientes. Esta inovação de alta eficiência é capaz de esclarecer dúvidas sobre produtos e serviços do banco, de forma rápida e confiável. É só escrever a pergunta para que o cliente receba a resposta em linguagem natural.



Exemplo da funcionalidade do BIA – Bradesco Inteligência Artificial.



Exemplo da funcionalidade do BIA - Bradesco Inteligência Artificial

Quais os benefícios para o consumidor?



A partir do fácil acesso, entendimento e leitura, as decisões são direcionadas às contratações mais conscientes. Os conteúdos são apresentados de maneira simplificada, com linguagem objetiva e fácil de entender, tanto para clientes como para não clientes. Estão disponíveis, ainda, plataformas de vídeos tutoriais que facilitam a compreensão sobre informações financeiras e uma ferramenta de busca que agiliza o acesso às informações.

Como eles foram mensurados?



Tomando como base o forte aumento de transações via celular e convergência digital e quantidade de usuários ativos por canais digitais. Além desse crescente, é possível monitorar e verificar os conteúdos mais buscados a fim de se aprimorar o nível de informações disponíveis e utilizá-las para reflexão das informações passadas também presencialmente. Os volumes de capacitação dos nossos funcionários quanto aos produtos e serviços e os de reclamações relacionadas a atendimento são também formas de mensuração dos benefícios percebidos pelos clientes.

Qual a prática adotada pela IF para assegurar que a oferta seja de fácil leitura, seja pessoalmente, nos meios eletrônicos ou por voz?



Todas as contratações são realizadas através do Correspondente Bancário. Eles são orientados a esclarecer todas as possíveis dúvidas do cliente, bem como realizar a leitura prévia do contrato e esclarecimento das condições de contratação.

- A) Presencial: O correspondente aborda o cliente ou o cliente vai até o estabelecimento do correspondente e lá são discutidas as condições do empréstimo, bem como, esclarecidas as dúvidas que ocorrerem.
- B) Call Center: o correspondente faz contato com o cliente e se apresenta como representante da Instituição. A partir deste momento, são discutidas as condições do empréstimo.

Na oferta de todos produtos, o consumidor consegue acessar o site da CCB Financeira e pesquisar sobre os produtos ofertados. Abaixo relacionamos a lista disponível no site, que possibilita de forma clara e transparente, área para consulta do cliente.

Figura 19. Produtos Disponíveis no site CCB Financeira



Quais os benefícios para o consumidor?



Maior clareza ao consumidor das condições contratadas em sua operação.

Como eles foram mensurados?



Nos trabalhos realizados pela área de Compliance, no processo de atendimento ao cliente, assim como aqueles através do monitoramento dos índices divulgados por Órgãos Externos, observou-se baixo índice de reclamação referente operações em desacordo com o perfil do cliente na contratação.



Qual a prática adotada pela IF para assegurar que a oferta seja de fácil leitura, seja pessoalmente, nos meios eletrônicos ou por voz?



Além do que já foi citado no Art. 7º, inc. I, é válido compartilhar que a instituição financeira conta com um processo de governança para a criação de novos produtos/serviços e canais de comercialização.

Ou seja, o projeto é submetido à **governança de aprovação, onde as áreas pareceristas avaliam todo o conteúdo da demanda e auxiliam na elaboração das telas, textos, documentos e contratos, scripts, entre outros.** Um dos integrantes deste comitê é a área responsável pela oferta ao cliente, o que garante portanto a comunicação mais eficiente para o entendimento do cliente. É válido ressaltar que se alguma área parecerista não estiver de acordo com o projeto, o mesmo não pode ser implantado.

Exemplos de áreas avaliadoras no processo de governança de novos produtos, serviços e processos: Central de Atendimento, Ouvidoria, Qualidade, Sustentabilidade, Franquias de Atendimento, Jurídico, Controles Internos, Compliance, Segurança da Informação, entre outros. (Anexo 39)

O Itaú também preza pela acessibilidade, pensando constantemente em como melhorar a qualidade de vida de todos os clientes e para que haja transparência na oferta e contratação de seus produtos (ex.: disponibilização de contratos em braile e atendimento exclusivo para deficientes auditivos (Anexo 40).

*Anexo 39: Desenvolvimento de Produtos
AGR – Portal de Avaliação e Gestão de Riscos
Sistema:*

Portal Produtos - Windows Internet Explorer
 https://fluir.itaubr.com/v9ptprod/Mar2Login.aspx
 Favoritos | Visão Geral - Governança ... | Governança de Aprovaçã... | Portal AGR | Categorias de conta | Sites Sugerid
 Conectando... | Portal Produtos

Itaú Digital Portal AGR

Em caso de problemas com seu usuário e/ou senha GSI, envie uma mensagem para [SIGCA](#).

Funcional:
 Senha:

(c) 2009 Banco Itaú SA. Todos os direitos reservados.

Parecer de áreas envolvidas:

Serviço	Situação	Decisão	Em Avaliação	Responsável
AO - Infra e URA Centrais Internas	Devolutiva Concluído	Aprovado com condicionante ou restrição	06d.u.	
AO - Infra e URA Centrais Terceiras	Concluído	Dispensado da avaliação	01d.u.	
AO - Processos Atendimento Cobrança	Concluído	Aprovado	36d.u.	
AO - Processos PF, Ger. e Esp.	Devolutiva Concluído	Aprovado com condicionante ou restrição	30d.u.	
AO - Projetos Digitais	Devolutiva Concluído	Aprovado com condicionante ou restrição	10d.u.	
AO - Qualidade - Política de Atendimento AT-1				

Anexo 40: Acessibilidade - Atendimento exclusivo ao deficiente auditivo

Declino

Declino que é em **Condições Gerais** do Crédito Consignado Itaú e não tenho dúvidas sobre qualquer uma de suas cláusulas.

Não concordo Concordo

Precisa de ajuda?

- O que acontece ao cancelar o Itaú Crédito Sob Medida?
- O que acontece ao cancelar o Crédito Consignado Itaú?
- Qual é o prazo para regularização da minha dívida?

Declino que é em Condições Gerais do Crédito Consignado Itaú e não tenho dúvidas sobre qualquer uma de suas cláusulas.

- Sempre que necessário, consulte os Canais de Atendimento do Itaú: Agências; SAC - Itaú (0800 728 0728), SAC - Itaú exclusivo ao deficiente auditivo (0800 722 1722), Ouvidoria Corporativa Itaú (0800 570 0011) e Fale Conosco (www.itaunet.com.br), em dias úteis das 9h às 18h.

Quais os benefícios para o consumidor?



O consumidor consegue ter fácil entendimento do produto a ser contratado e dessa forma, efetua uma escolha consciente.

Como eles foram mensurados?



Acompanhamento do índice de solicitação de Cancelamento dos produtos pelo cliente;
Acompanhamento dos índices de inadimplência. A redução nos índices de inadimplência nos mostra que os produtos estão adequados a necessidade do cliente e que a aquisição foi realizada com consciência;
Acompanhamento do Ranking BACEN de satisfação dos clientes;
Pesquisas internas de satisfação com os clientes;
Auditoria interna para garantir aderência ao processo de governança de projetos, após a implantação.

Qual a prática adotada pela IF para assegurar que a oferta seja de fácil leitura, seja pessoalmente, nos meios eletrônicos ou por voz?



A Instituição garante por meio de normas internas, manuais de procedimentos e capacitação dos profissionais a leitura de todas as condições em linguagem clara e transparente. Nos demais canais, a Instituição define, com a **participação das áreas de Comunicação, Ouvidoria e Produtos todo o processo visual, conteúdo e regras para garantir a leitura fácil e transparente.**

Exemplo de oferta de crédito

Home • Beneficiário do INSS • Empréstimos • Empréstimo 13º salário INSS

TUDO SOBRE EMPRÉSTIMOS

- Empréstimo Consignado
- Empréstimo Pessoal
- Empréstimo 13º salário INSS**
- Portabilidade de Crédito
- Financiamento de Veículos

Empréstimo do 13º Salário INSS

Que tal antecipar parte do seu 13º salário? Você recebe agora o dinheiro e só paga quando receber as parcelas do 13º.

Perguntas Frequentes

- 01 Quem pode contratar?**
Se você é aposentado ou pensionista do INSS e recebe o benefício no Mercantil, pode contratar o Empréstimo 13º Salário INSS. E não precisa ser correntista! Basta ter limite pré-aprovado.
- 02 Qual é o valor para a contratação?**
- 03 Como faço para contratar?**

Quais os benefícios para o consumidor?



Transparência nas condições da operação, buscando garantir os interesses do cliente e resguardar a voluntariedade de contratação da operação.

Como eles foram mensurados?



São mensurados por meio da efetividade dos processos operacionais que envolvem a aprovação dos produtos, das peças de comunicação e dos treinamentos e a conformidade.



Qual a prática adotada pela IF para assegurar que a oferta seja de fácil leitura, seja pessoalmente, nos meios eletrônicos ou por voz? ?

Além do time de UX (*user experience*) dedicado a estruturar a oferta de Produtos/ serviços, assegurando a linguagem mais simples e transparente permeando os diversos perfis de nossos clientes, por meio de feedback deles a cada atualização e análise do fluxo com o intuito de manter ativa a melhora contínua da experiência do cliente.

Uma das boas práticas adotadas neste quesito foi o **processo simplificado de abertura de Conta por meio digital via Mobile e Desktop**, mantendo a experiência semelhante, mas com a possibilidade de o cliente escolher qual mais lhe agrada ou mesmo a possibilidade da migração entre os dispositivos de forma simples, prática e segura.

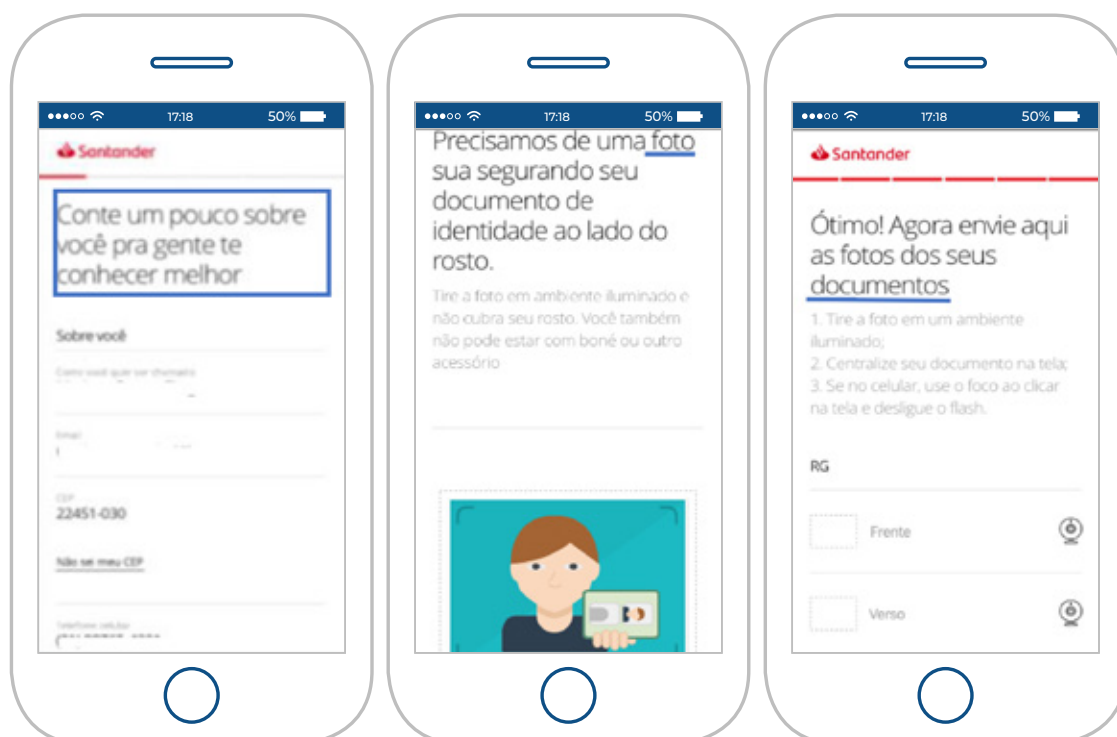
Neste novo fluxo o cliente não precisa apresentar comprovante de renda nem de residência, pois estes foram substituídos respectivamente por análise de critérios internos e ferramentas de geolocalização. Com o simples preenchimento de dados cadastrais, e envio de uma foto dele e de seus documentos de identificação, ele opta pela contratação ou não de Pacotes de Serviços, Limite de Conta e cartão de crédito, mediante a apresentação detalhada de custos e benefícios das opções disponíveis de cada produto (figs. 10) e prossegue com a solicitação de abertura de conta.

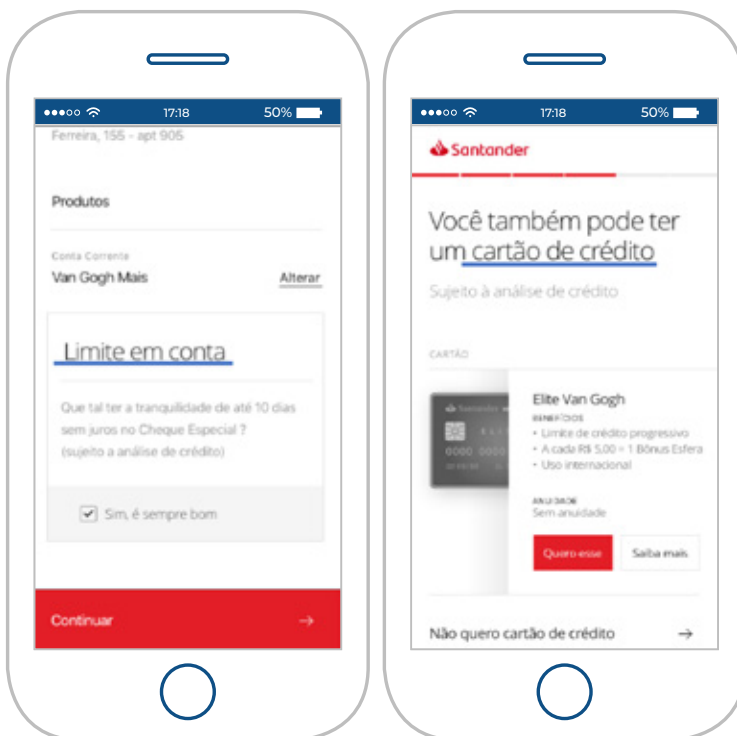
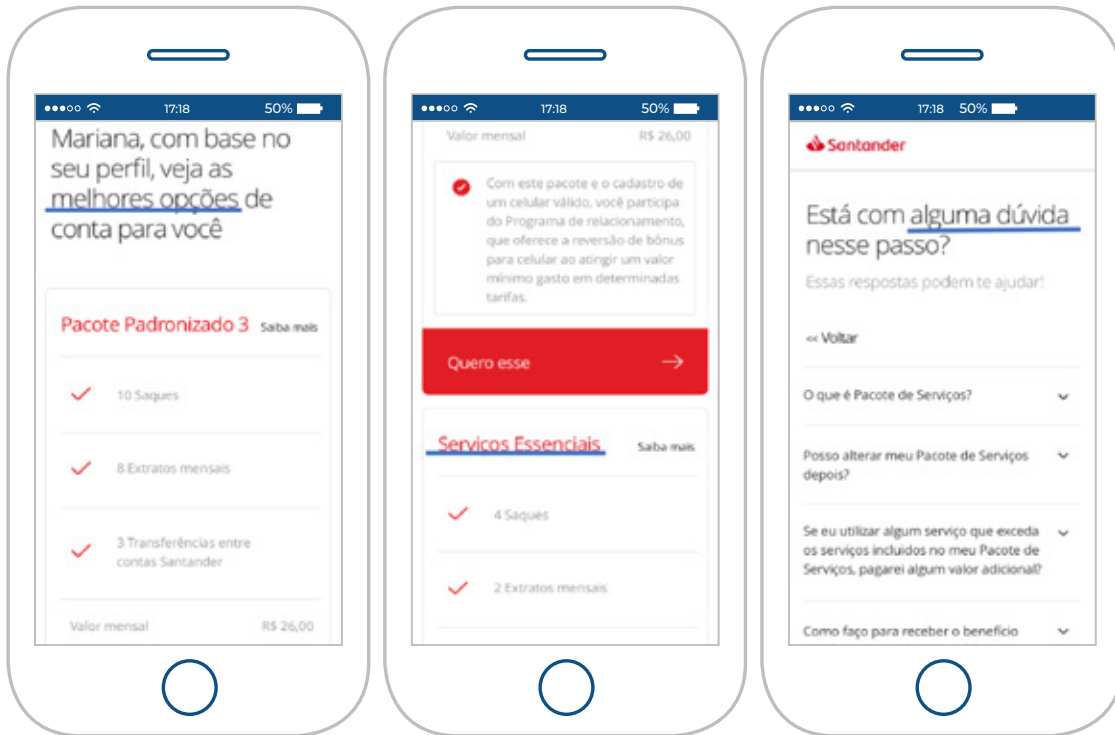
Há uma tela final de confirmação de dados e resumo dos produtos escolhidos (Pacote de serviços, Limite de conta e Cartão de crédito), com a prévia dos gastos mensais (figs. 11) para que o cliente tenha maior esclarecimento sobre o que ele está contratando.

Disponibilizamos os termos e condições gerais para leitura e posterior aceitação do cliente e **em até 72 horas retornamos com e-mail e SMS confirmando a abertura da conta** ou informando se houver alguma pendência de dados ou documentos.

Além disso o cliente **recebe por meio eletrônico** toda comunicação referente ao status do processo de abertura desta conta (fig. 12).

Figs. 10





Figs. 11

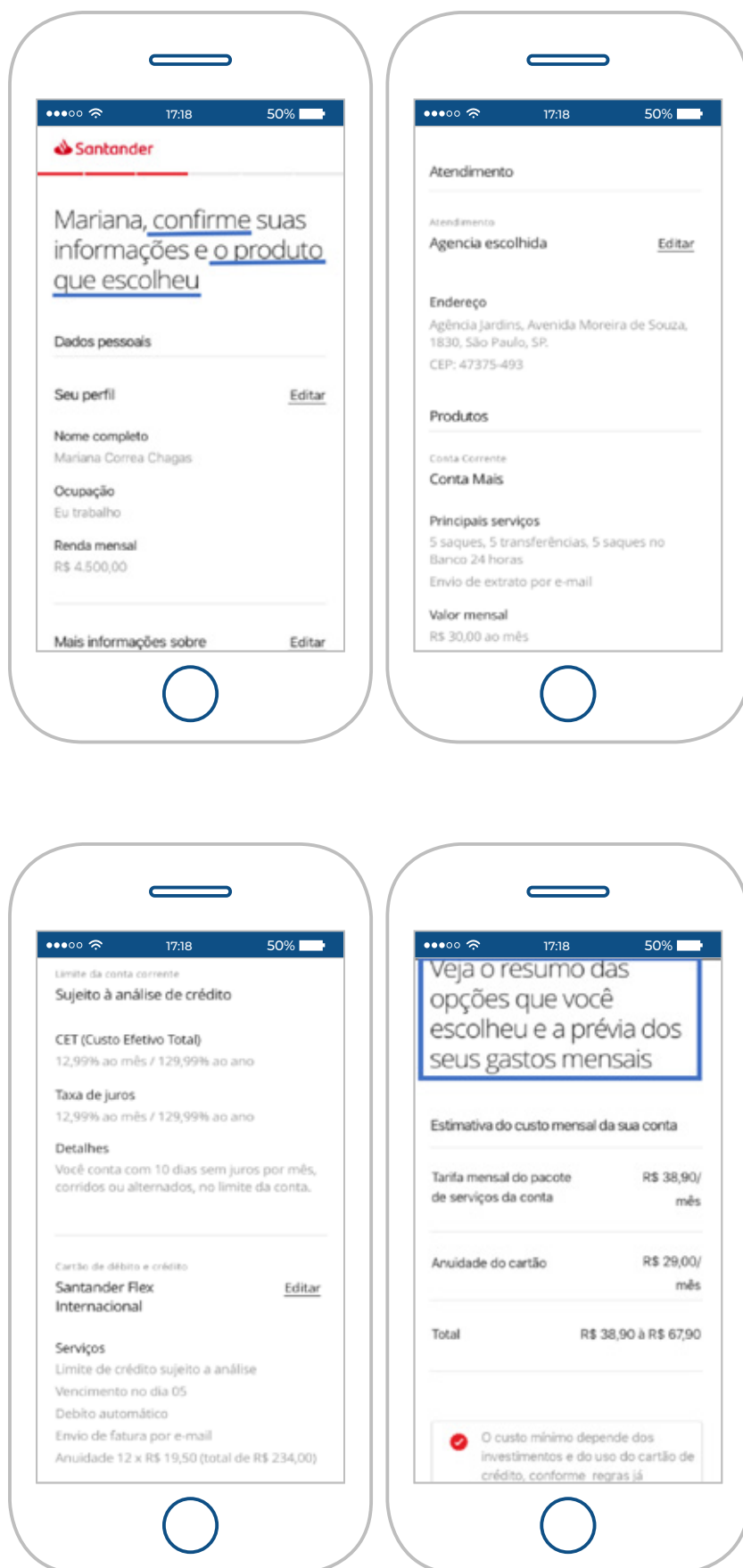


Fig. 12

Baixar o App Santander acessando a loja do seu celular ou celular



 **Pronto! Agora você já pode começar a usar a sua conta.**

Olá, #NOME CLIENTE#.

Seja bem-vindo(a) ao Santander. A sua solicitação de abertura de conta foi aprovada com sucesso, e os Contratos e Condições dos Produtos e Serviços escolhidos por você estão anexos neste e-mail.

A partir de agora, você conta com a praticidade que os nossos canais digitais oferecem, e pode realizar consultas e transações, sem precisar ir até uma agência.

Produtos escolhidos:
Pacote de serviços

Santander Van Gogh

Principais serviços incluídos

- Saques ilimitados.
- Transferências ilimitadas entre contas Santander.
- 4 DOC ou TED no autoatendimento e outros meios eletrônicos.

Limite da conta corrente

Limite de R\$ X00,00

Valor do CET X,XX% a.m/ XX,XX% a.a.

Valor da taxa X,XX % a.m/ XX,XX % a.a.

Dia de débito de juros 10 de cada mês*

*Se quiser alterar essa data, entre em contato com a Central de Atendimento.

Cartão Múltiplo

Santander 1, 2, 3



Limite de crédito de R\$ X.000,00

Vencimento no dia 11

Débito automático não contratado.

Envio de fatura por e-mail.

3 formas para você acumular mais Bônus Esfera.

Além de ter preço diferenciado na anuidade (parcela mensal 50% menor) por ser cliente Van Gogh, você ainda pode ter mais 50% de redução ao gastar, no mínimo, R\$ X.000,00 em compras no crédito a cada fatura mensal. Dessa forma você não paga a anuidade do cartão

Anuidade do titular: 12x R\$ XX,00 (total de R\$ XXX,00 já com 50% de economia)





Valor mensal: R\$ XX,00


Atendimento


Agência escolhida: 0001 - CENTRAL

RUA BOA VISTA, 263, CENTRO, SAO PAULO-SP, CEP: 01014-001


Veja o que você pode fazer pelo Internet Banking e APP Santander:


-  Consultas de saldo e extrato.
-  Pagamento de contas e faturas.
-  Transferências para qualquer banco.
-  Simulação e aplicação de investimentos.
-  E muito mais, que você pode conferir no Guia anexo a este e-mail.


 Para mais informações, consulte os nossos canais de relacionamento ou vá até uma de nossas agências.



ESTAMOS CONECTADOS 24 HORAS, 7 DIAS POR SEMANA

 APLICATIVO SANTANDER

 SANTANDER .COM.BR

 @SANTANDER_BR

 SANTANDER BRASIL

<p>Central de Atendimento Consultas, informações e transações. 4004 3535 (CAPMEX e regiões metropolitanas) 0800 702 3535 (DEMÁS LOCALIDADES) 0800 723 5007 (Pessoas com deficiência auditiva e de fala.)</p>	<p>SAC Reclamações, cancelamentos e informações: 0800 762 7777. Atende pessoas com deficiência auditiva e de fala no 0800 771 0401.</p>	<p>OUIDORIA Se não ficar satisfeito com a solução apresentada: 0800 726 0322. Disponível de segunda a sexta-feira, das 08 às 18h, exceto feriados. Atende pessoas com deficiência auditiva e de fala no 0800 771 0301.</p>
---	--	---

 **Segurança**

O Santander não envia e-mails solicitando o preenchimento de senhas. Caso você receba algo duvidoso, encaminhe para experiencias@santander.com.br.

Quais os benefícios para o consumidor?



Redução da burocracia e ganho em agilidade e flexibilidade no processo de abertura de contas que passa a ser muito mais simples, de fácil entendimento, garantindo ao consumidor informações claras sobre os produtos contratado e o custo total destes por mês além da possibilidade de abrir a conta a qualquer hora e em qualquer lugar.

Como eles foram mensurados?



Com a análise do volume de Abertura de Contas por meio Digital, que aumentou mais de 78% após a implantação deste novo fluxo.



Qual a prática adotada pela IF para direcionar a oferta ao perfil de consumidor estabelecido no público-alvo do produto ou serviço?



A oferta de produtos/serviços realizada pelo Banco do Brasil já é, por si só, direcionada ao perfil compatível, pois desde a concepção do produto/serviço é definido o público a que se destina, não sendo disponibilizado para os demais segmentos/nichos de clientes.

A seleção do melhor produto ao cliente é disponibilizada pela ferramenta CRM – Customer Relationship Management no sistema corporativo, para as ofertas ativas (presenciais ou por canais remotos). Como a oferta é realizada com base no perfil do cliente, o sistema não disponibiliza a contratação do produto ou serviço não aderente.

Como tem sido o direcionamento aos consumidores nos canais presenciais e remotos? Explicitar as diferenças entre os canais.



A oferta ativa (presencial ou por meios eletrônicos) é disponibilizada pela ferramenta CRM – Customer Relationship Management, com base nas características do produto e perfil do cliente.

Além disso, se o cliente não é público-alvo do produto ou serviço, o sistema não permite a contratação, seja no canal presencial ou remoto.

Quais os benefícios para o consumidor?



O principal benefício é a adequabilidade do produto ou serviço ao perfil e a necessidade do cliente.

Como eles foram mensurados?



A mensuração é realizada pelo acompanhamento dos atendimentos registrados no SAC/Ouvidoria.

V – Canais Presenciais e Remotos



Qual a prática adotada pela IF para direcionar a oferta ao perfil de consumidor estabelecido no público-alvo do produto ou serviço?



REDE DE AGÊNCIAS - A oferta e contratação de produtos e serviços é realizada nas agências e o direcionamento é realizado no ato do atendimento.

SERVIÇOS - As informações acerca dos serviços são disponibilizadas nas tabelas de forma a minimizar a utilização das notas de rodapé.

FOMENTO - Quando da captação e visita aos clientes, os funcionários do Banco, possuem as informações a respeito das linhas de financiamento disponíveis para cada público-alvo, direcionando-o para atendimento das suas necessidades.

CÂMBIO - O cliente de câmbio é mapeado previamente e a oferta de produtos é realizada através de visitas estratégicas aos clientes e, também, nas agências para posterior atendimento pela mesa de câmbio.

O mapeamento é realizado tendo por base a lista de empresas exportadoras e importadoras atualizadas mensalmente e divulgadas no site institucional do Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços (MDIC), na qual os clientes em potenciais são localizados, analisados, segmentados e distribuídos para prospecção.

Como tem sido o direcionamento aos consumidores nos canais presenciais e remotos? Explicitar as diferenças entre os canais.



REDE DE AGÊNCIAS - Através de informações obtidas no momento do cadastro do cliente, o atendente analisa o perfil e informa quais os produtos e serviços adequados ao cliente. Após a adesão ao produto na agência, o cliente estará habilitado para realizar a contratação através dos meios eletrônicos, de acordo com o produto.

FOMENTO - As operações de Fomento são realizadas apenas nos canais presenciais.

The screenshot displays the Banpará website interface. At the top, there are navigation links: 'Acesse Sua Conta', 'Mapa do Site', and 'Fale Conosco'. Below this is a main navigation bar with categories: 'BANPARÁ', 'PRODUTOS', 'SERVIÇOS', 'INVESTIMENTOS', 'GOVERNO', and 'SOCIOAMBIENTAL'. The main content area features several promotional banners and service cards:

- Banparacard, faça logo o seu!**: Promoting the use of the Banparacard for purchases.
- Consignado**: A personal credit line with quick approval and no bureaucracy.
- CDB**: A financial application where investors know the redemption value.
- BCard**: A card service for consulting accredited establishments.
- Pesquisa de Satisfação**: An online satisfaction survey.

At the bottom, there are quick access buttons: 'ENCONTRE seu Banpará' (location), 'VÍDEOS em destaque' (video), 'FALE COM o Presidente' (email), and 'SIC.PA Informação' (star icon).

Quais os benefícios para o consumidor?



REDE DE AGÊNCIAS - No atendimento presencial, o cliente conhece todas as informações pertinentes aos produtos para realizar a contratação nos meios eletrônicos conforme lhe convier. Conforme disponibilidade do produto para essa contratação.

SERVIÇOS - Como benefício, o consumidor possui uma transparência entre os serviços contratados e os utilizados.

FOMENTO - Enquadramento correto nas linhas de financiamento disponibilizadas pelo Banco.

Como eles foram mensurados?



REDE DE AGÊNCIAS - Pesquisa de satisfação do cliente, demandas SAC/Ouvidoria.

FOMENTO - Por meio do acompanhamento das propostas recebidas e verificação do enquadramento.



Qual a prática adotada pela IF para direcionar a oferta ao perfil de consumidor estabelecido no público-alvo do produto ou serviço?



O direcionamento é feito por Agentes de Microcrédito, em palestras informativas e atendimento aos clientes em seus empreendimentos.

Exemplo: Agente de Microcrédito realizando atendimento a cliente em seu empreendimento



Como tem sido o direcionamento aos consumidores nos canais presenciais e remotos? Explicitar as diferenças entre os canais.



Presencialmente, por meio do Agente de Crédito, responsáveis pelo devido enquadramento e análise do crédito. Os atendimentos remotos são realizados pela Central de Relacionamento com o Cliente, com a função de esclarecer dúvidas, encaminhar atendimentos e registrar reclamações.

Quais os benefícios para o consumidor?



Receber orientação adequada em relação aos produtos e serviços que atendam às suas necessidades e objetivos.

Como eles foram mensurados?



Central de Relacionamento com o Cliente, do Banco do Nordeste, possui relatórios que quantificam e qualificam os contatos recebidos.

Qual a prática adotada pela IF para direcionar a oferta ao perfil de consumidor estabelecido no público-alvo do produto ou serviço?

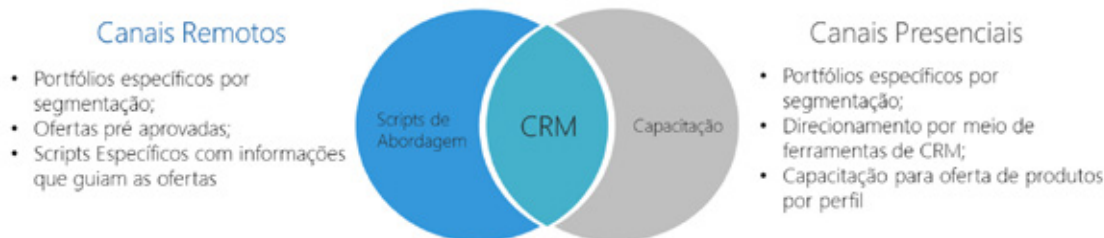


Existem práticas de gestão que direcionam as ofertas de acordo com o perfil dos consumidores. Com relação aos canais presenciais, a Organização Bradesco preza pelo preparo dos profissionais que atendem os clientes e usuários, para o correto direcionamento e suporte necessário, investe constantemente em capacitação profissional, por meio de treinamentos, endomarketing, incentivo à certificações e estudos acadêmicos.

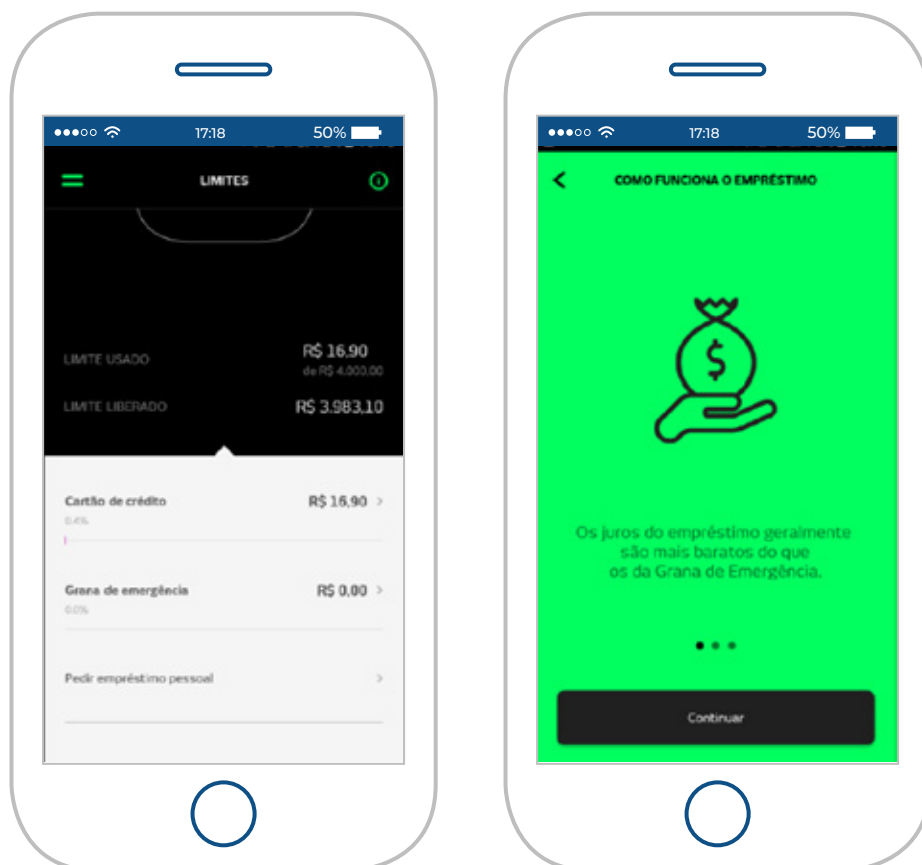
Nos canais digitais (Mobile, Internet Banking e ATM) são disponibilizadas diversas opções de simulações das condições de produtos e serviços.

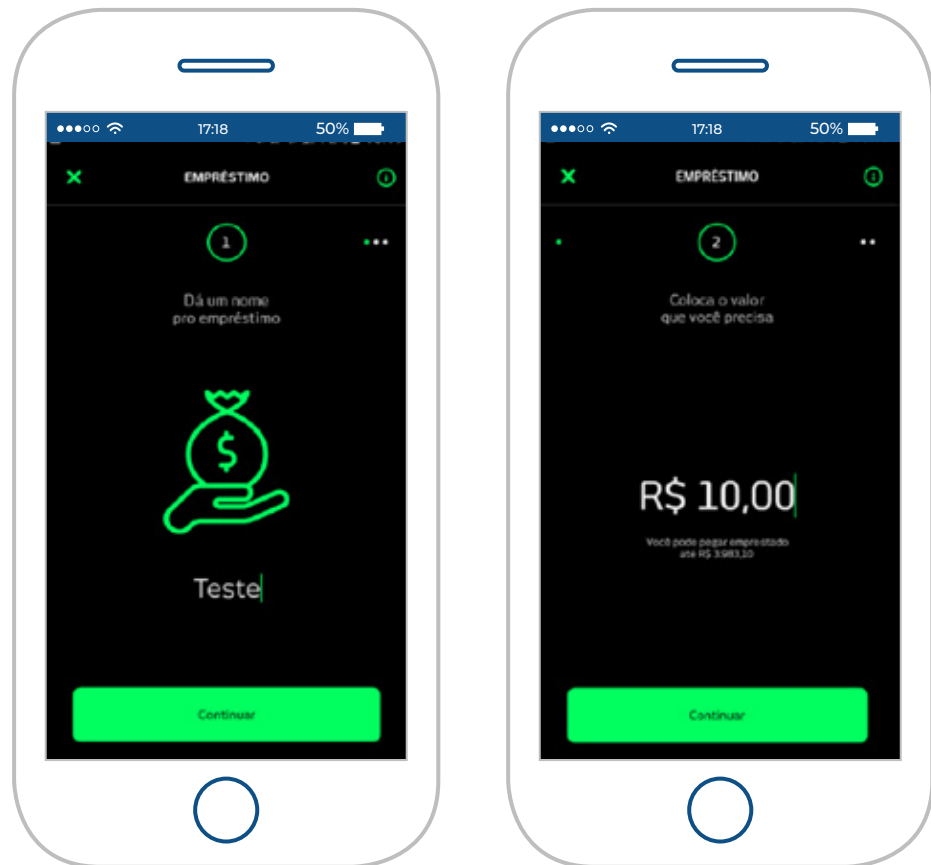
Prática em Destaque:

Direcionamento de oferta por perfil de consumidor

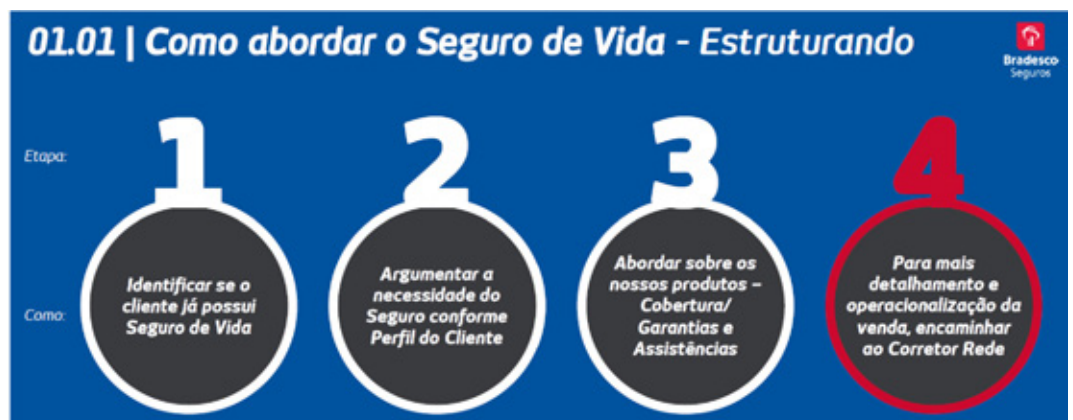


Exemplo de direcionamento de oferta NEXT.





Exemplo de Script de Abordagem de Oferta de Seguros



D

02.04 | Perfis de Clientes

Perfil financeiro

- é **isento de tributação**, não paga Imposto de Renda, ou seja, a indenização é líquida, não sofre qualquer tributação, ao contrário de outros investimentos que são tributados – exceto para seguros que contemplem a garantia de Sobrevivência (resgatáveis);

- é um ativo de **sucessão patrimonial**, pois a indenização será paga ao beneficiário indicado sem possibilidade de contestação;

- é um ativo para **blindagem patrimonial**, significa que a indenização serve para alavancagem e proteção de patrimônio devido sua elevada garantia e liquidez. Isso faz do seguro de vida uma ótima opção para preservação do patrimônio, criando liberdade de escolha financeira, na medida que a família não precisa abrir mão dos bens em caso de imprevistos



Exemplo de Treinets – Treinamento à Distância - Seguros

Treinet - Área de Seguros e Previdência

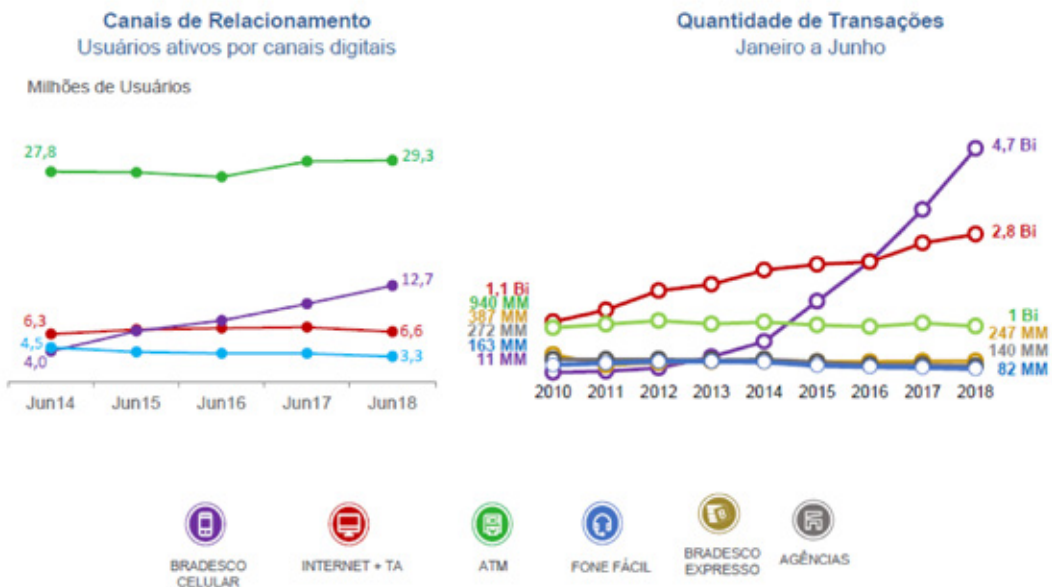
Curso	Objetivo	Prazo
BRADESCO SAÚDE	Ampliar comercialização dos produtos Bradesco Saúde, a partir de informações sobre perfis de clientes, planos, rede de atendimento, regras de aceitação e seus benefícios.	20 DIAS CORRIDOS
COMERCIALIZAÇÃO DE SEGUROS I - PLANEJAMENTO	Ampliar comercialização dos Seguros Bradesco, por meio de técnicas de planejamento das ações comerciais, marketing de serviços e venda consultiva, aperfeiçoando atuação do Corretor como representante da Seguradora.	20 DIAS CORRIDOS
COMERCIALIZAÇÃO DE SEGUROS II - ABORDAGEM E RELACIONAMENTO	Ampliar a comercialização dos Seguros Bradesco, por meio da aplicação de técnicas de negociação, abordagem eficiente, controle de objeções e pós-venda.	20 DIAS CORRIDOS
CONHECENDO A PREVIDÊNCIA PRIVADA E BENEFÍCIOS COMPLEMENTARES	Conhecer o funcionamento da Previdência Privada, suas características, benefícios e produtos para a adequada comercialização.	20 DIAS CORRIDOS
CONHECENDO A PREVIDÊNCIA SOCIAL	Obter informações sobre a Previdência Social, para argumentar, com mais propriedade, no momento da oferta da Previdência Privada ao cliente.	20 DIAS CORRIDOS
INTRODUÇÃO AO SEGURO MULTIRISCO	Ampliar comercialização dos Seguros Multirrisco Bradesco, a partir do conhecimento de suas coberturas, perfil dos clientes e rotinas operacionais.	30 DIAS CORRIDOS
MULTIPROTEÇÃO BRADESCO E SEGURANÇA EM DOBRO	Comercializar os produtos Multiproteção e Segurança em dobro (aspectos comerciais e operacionais).	10 DIAS CORRIDOS
MULTIRISCO PESSOA FÍSICA	Ampliar a comercialização dos Seguros Residenciais Bradesco, direcionados aos clientes Pessoa Física.	20 DIAS CORRIDOS

Como tem sido o direcionamento aos consumidores nos canais presenciais e remotos? Explicitar as diferenças entre os canais.



Cada vez mais, clientes demonstram propensão ao autoatendimento e opção por plataformas de atendimento digital. Os produtos são distribuídos nos canais presenciais e digitais e são disponibilizados para os clientes de acordo com a opção de maior conveniência, de acordo com seu perfil. Os direcionamentos das ofertas, em geral, são feitos de forma semelhantes, sempre tratando com transparência prezando a clareza.

FORTE AUMENTO DE TRANSAÇÕES VIA CELULAR



- **Internet Banking:** São mais de 600 produtos e serviços on-line, sempre que o cliente quiser, em qualquer lugar do mundo com agilidade e segurança.


Principais Serviços
Toda a comodidade da Internet em sua vida financeira. Saiba o que você pode fazer on-line, de qualquer lugar.

<p>Saldos e extratos</p> <p>Consulte com rapidez, quando precisar.</p> <p>Saiba mais ></p>	<p>Pagamentos</p> <p>Pagamento de contas, boletos e tributos com comodidade.</p> <p>Saiba mais ></p>	<p>Transferências</p> <p>Movimente seu dinheiro com rapidez.</p> <p>Saiba mais ></p>	<p>Cartão de crédito</p> <p>Adquira, desbloqueie e movimente sem sair de casa!</p> <p>Saiba mais ></p>
<p>Empréstimos</p> <p>Contrate e consulte seu empréstimo ou antecipe o pagamento de parcelas.</p>	<p>Cheques</p> <p>Comodidade ao pedir, desbloquear e consultar seus cheques.</p>	<p>Home Broker</p> <p>Compra e venda de ações de um jeito simples e seguro.</p>	<p>Fundos de Investimentos, CDB e Poupança</p> <p>Aplique e faça resgates com facilidade.</p>

Conheça também

- FONE FÁCIL:** Soluções de onde você estiver.
- AUTOATENDIMENTO:** O Bradesco sempre perto de você!
- APLICATIVOS PARA TV:** Finanças no conforto da SUA CASA.

- **Autoatendimento:** Canal Autoatendimento consolida-se como um canal de negócios que contribui com a migração dos clientes e usuários da Agência, ampliando sempre a oferta de seu portfólio de transações na Rede Própria. Presente nas cinco regiões do Brasil, sempre buscando melhorias contínuas e inovações tecnológicas que o diferencie no mercado e contribua com o atendimento aos clientes.



Conveniência em se autoatender

Em nossas máquinas de autoatendimento você pode fazer diversas transações, como:

- ✓ Sacar sem cartão, com a Biometria ou com a tecnologia NFC* de seu celular
- ✓ Depositar em dinheiro com crédito imediato na conta de favorecido**
- ✓ Comprar dólar e euro**
- ✓ Pagar contas (água, gás, luz, telefone, boletos de cobrança e tributos) com cartões de outros bancos
- ✓ Cadastrar Token no celular
- ✓ Recebíveis semia de 0 dígitos
- ✓ Transferir entre Contas Bradesco
- ✓ TED e DOC
- ✓ Licenciar veículos de SP, MG e BA
- ✓ Pagar IPVA de SP e MG
- ✓ Solicitar talão de cheques
- ✓ Reserva de celular
- ✓ Consultar, solicitar recibos e fazer renúncias

* Consulte a seleção de Aplicações participadas!

Conheça também

- Internet Banking**
Sua vida financeira on-line
- Fone Fácil**
Soluções de onde você estiver
- Aplicativos para TV**
Finanças no conforto da sua casa

- **Fone Fácil:** Pelo Fone Fácil, o cliente acessa a conta para adquirir produtos ou fazer transações de qualquer lugar e em qualquer hora. No atendimento eletrônico, é possível consulta de saldos e extratos, pagamentos de contas, liberação de empréstimos pré-aprovados e muitos outros serviços.

Fone Fácil



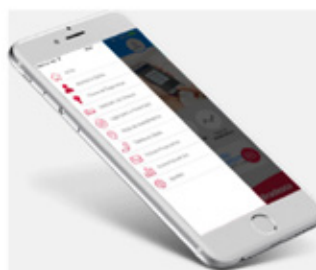
RESOLVA SUA VIDA FINANCEIRA COM APENAS UMA LIGAÇÃO

Pelo Fone Fácil, você acessa sua conta para adquirir produtos ou fazer transações de qualquer lugar e em qualquer hora.

No atendimento eletrônico, você faz consulta de saldos e extratos, pagamentos de contas, liberação de empréstimos pré-aprovados e muitos outros serviços. No atendimento personalizado, conte com um especialista financeiro para fechar negócio, esclarecer dúvidas e, também, fazer transações.

- **Bradesco Celular:** Na busca constante por soluções que fazem sentido e agregam valor ao dia a dia de, por meio do Bradesco Celular o cliente pode acessar a conta de onde estiver e sem utilizar seu pacote de dados.

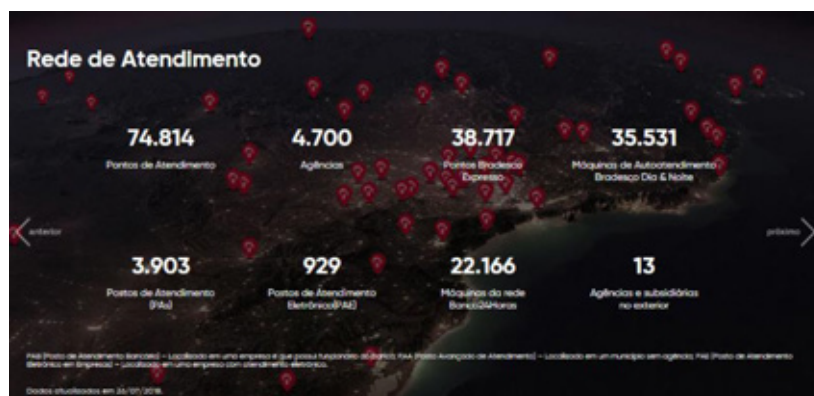
Bradesco Celular
Acesse sua conta sem gastar a Internet do celular!



Serviços Bradesco Celular
Aprenda a usar todos os serviços disponíveis no Bradesco celular

[CONFIRA AQUI >](#)

- **Rede de Agências:** São 4700 agências preparadas para o atendimento presencial dos clientes e usuário proporcionando contato humano e gestão de produtos financeiros.



- **Bradesco Expresso:** Ampliação dos pontos de atendimento, com presença em todo o território nacional. Contribui na universalização dos serviços financeiros, atendendo a todas as classes sociais

Quais os benefícios para o consumidor?



Por meio dos diversos canais de atendimento, o cliente poderá consultar e contratar os diversos produtos e serviços da forma que lhe for mais conveniente, contando com atendimento presencial, telefônico ou por meio dos canais digitais da Organização Bradesco e contará também com o recebimento de alertas de comunicação e ofertas da maneira que lhe for mais conveniente.

Como eles foram mensurados?



Observando o monitoramento usuários ativos por canais digitais e presenciais, pela quantidade de contratações realizadas em cada um dos meios incluindo transações e acesso. A forte tendência de aumento possibilita verificar que os clientes passam por uma forte migração digital na busca de maiores opções e de autonomia em suas escolhas e relações.

Qual a prática adotada pela IF para direcionar a oferta ao perfil de consumidor estabelecido no público-alvo do produto ou serviço?



O Cartão de Crédito, assim como outros tipos de empréstimos, créditos e financiamentos CAIXA somente são ofertados se a avaliação de risco aprovar a contratação conforme informações, comprovações de residência e renda e outras documentações apresentadas pelos clientes, sendo que as agências são medidas diariamente pelas vendas qualificadas que realizam, ou seja, pelas contratações de produtos/serviços dentro dos perfis dos clientes.

Como tem sido o direcionamento aos consumidores nos canais presenciais e remotos? Explicitar as diferenças entre os canais.



A CAIXA, por atender variados tipos de públicos, desde clientes sociais até grandes empresas, oferece diversos canais de atendimento conforme a conveniência dos seus clientes que fazem suas escolhas de acordo com cada interação necessária:

- Canal Físico: a interação com o cliente ocorre por meio de contato presencial, podendo ser um canal próprio, parceiro, compartilhado ou móvel;
- Canal Próprio: composto por Agências, Postos de Atendimento Eletrônico, Autoatendimento e canal Móvel;
- Canal Móvel: canal físico próprio cuja atuação ocorre de forma itinerante, de acordo com a demanda, sendo composto por Barco e Caminhão;
- Canal Parceiro: canal físico cuja atuação ocorre por meio de pessoas jurídicas parceiras, sendo composto por Unidades Lotéricas e Correspondente CAIXA AQUÍ;
- Canal Compartilhado: cuja atuação ocorre a partir de parcerias com outras Instituições Financeiras, sendo composto por Banco24Horas e Terminais de autoatendimento compartilhado;
- Canal Remoto: cuja interação com o cliente ocorre sem contato presencial por meio do Teleserviços, SMS, Mídias Sociais e Agência Digital;
- Canal Digital: cuja interação com o cliente ocorre sem contato presencial por meio do Internet Banking e Mobile;

Para a prestação de serviços pelos diversos canais, a Política Interna de Relacionamento da CAIXA prevê inclusive que as ofertas de atendimento devem ser adequadas à comodidade do cliente e usuário, prestando as orientações solicitadas e sempre respeitando a opção de escolha de canal pelo cliente.

Ressaltamos que todos os canais de atendimento devem seguir as normas internas de atendimento e ofertas para evitar contratações não compatíveis com os perfis dos consumidores.

Como exemplos mais expressivos dos canais de atendimento CAIXA temos:

- O Programa Habitação na Mão do Cliente, ampliando o atendimento do pós-venda e privilegiando rotinas de autoatendimento
- O trabalho das Agências Barco que atendem as populações ribeirinhas do norte do Brasil e as comunidades no entorno do Lago de Sobradinho, na Bahia

O Projeto "Agência Barco" contempla a necessidade de inclusão bancária e social em locais de difícil acesso, diminuindo as grandes disparidades inter-regionais do nosso país. A CAIXA tem 3 unidades itinerantes que fazem uma viagem por mês cada uma ficando em média dois dias em cada localidade. Elas possuem o mesmo horário de funcionamento de uma agência convencional e oferecem os seguintes serviços:

- Abertura de contas
- Atendimentos de benefícios sociais (PIS, FGTS, CPF, ...)
- Cadastramento e desbloqueio do Cartão Cidadão e Bolsa-Família
- Concessões de Microcrédito
- Emissão de Cartões de Crédito
- Emissão de Carteira de Trabalho



Além dos serviços bancários, as Agências Barco executam ações de promoção à saúde, à educação, à proteção ambiental e à cidadania, levam à população ribeirinha o acesso à justiça, através de convênios com o judiciário, e fazem o atendimento aos cidadãos por meio de parceria com Ministério do Trabalho e Emprego, emitindo Carteiras de Trabalho e tirando dúvidas sobre direito trabalhista, ou seja, a atuação da CAIXA contribui para o desenvolvimento socioeconômico da região e reforça o papel do banco como empresa socialmente responsável.

A ideia do Programa Habitação na Mão do Cliente surgiu em função da grande quantidade de demandas habitacionais, em torno de 1 milhão e 300 mil/mês, que sobrecarregava o trabalho das agências, gerando reclamações no SAC e na Ouvidoria.

Como solução, vislumbrou-se a necessidade de disponibilizar canais alternativos para soluções no ato da solicitação dos clientes, com finalização operacional simultânea ou posterior em um ambiente centralizado específico, gerando protocolo e atualização da solicitação do mutuário via SMS.

Para fins de escolha dos serviços que seriam primeiramente disponibilizados na Habitação na Mão do Cliente pelos telefones 3004 1105 (capitais) e 0800 726 0505 (demais cidades), opção 7, de segunda até sexta das 08h às 20h, foram consideradas as reclamações dos clientes e os serviços que historicamente apresentavam maior volume de solicitações.

Inicialmente a estratégia de implementação foi a disponibilização dos serviços de pós-venda habitacional através do Telesserviço, sendo que posteriormente foi disponibilizado no APP Habitação e, mais recentemente, no Internet Banking Caixa.

Exemplos de serviços disponíveis aos clientes:

- Débito automático
- 2ª via de boleto Habitacional
- Pausa estendida
- Amortização
- Liquidação
- Negociação de dívidas

Com essa implementação o cliente passou a ter diversas opções de canais para a manutenção do seu financiamento habitacional, sem a obrigatoriedade de se deslocar até uma agência para dar encaminhamento as suas solicitações, como por exemplo, os serviços prestados pelo o APP da Habitação*:




*Todos os Aplicativos da CAIXA podem ser baixados nos celulares através do Google Play ou App Store

Todos os serviços habitacionais disponíveis através da internet podem ser acessados pelos clientes CAIXA a partir do endereço: <http://www.caixa.gov.br/voce/habitacao/servicos/Paginas/default.aspx>

Início > Produtos para você > Financiamento Habitacional > Serviços Habitação

Serviços para habitação

Conheça os serviços disponíveis em cada um dos canais da Caixa



[Visão Geral](#) [2ª via de Boleto Habitacional](#) [Acompanhe sua proposta](#) [Alteração de Dados do contato](#)
[Amortização do financiamento habitacional](#) [Data de vencimento](#) [Débito automático](#)
[Declaração de quitação anual de débitos](#) [Demonstrativo de Valores Pagos](#)
[Extrato para Imposto de Renda Habitacional](#) [Financiamento e Simulação Habitacional](#) [Imóveis à venda](#)
[Liquidação antecipada](#) [Negociação de dívidas](#) [Pagamento de Parte da Prestação](#) [Pausa Estendida](#)
[Simulação habitacional](#)

[Acesse seu contrato](#)

Quais os benefícios para o consumidor?



Os consumidores são beneficiados com a garantia de oferta de produtos e serviços adequados ao seu perfil e com a maior disponibilidade de solução para as suas necessidades em qualquer canal de atendimento, sendo que o foco da CAIXA é a conveniência e comodidade dos clientes, seguida da contratação adequada e dos atendimentos pós-venda.

Como eles foram mensurados?



A Caixa identificou diminuição dos atendimentos presenciais e aumento nos acessos digitais através do seu site e dos aplicativos já que oferecem maior agilidade, segurança, acessibilidade e praticidade evitando, assim, a necessidade de deslocamentos dos clientes até as agências e o tempo de espera nas filas de atendimento.

Mensalmente a CAIXA recebe cerca de 1 milhão e 400 mil acessos dos clientes habitacionais no Aplicativo da habitação e através do IBC (Internet Banking).

O trabalho das Agências Barco são mensurados anualmente pelas quantidades de viagens, de contas abertas, de operações de crédito Pessoa Física e Pessoa Jurídica, de emissão de Cartões de Crédito e de cadastramento e desbloqueio de senhas do Cartão Cidadão e Bolsa Família, desde a implantação do primeiro barco, o "Chico Mendes", inaugurado em 2010 e que atua no Rio Solimões, no trecho Manaus/Coari, no estado do Amazonas.

Fontes: <http://www.caixa.gov.br/sustentabilidade/responsabilidade-social/agencia-barco/Paginas/default.aspx#viagens>

http://www.caixa.gov.br/Downloads/sustentabilidade-planeta-sustentavel/Fasc%C3%AD-culo_CAIXA_NATGEO_BRASIL%20-%20MAIO%202014.pdf

Qual a prática adotada pela IF para direcionar a oferta ao perfil de consumidor estabelecido no público-alvo do produto ou serviço?



A oferta de produtos/serviços realizada pelo CCB Brasil é direcionada ao perfil compatível, pois desde a concepção do produto/serviço é definido o público a que se destina, não sendo disponibilizado para os demais segmentos/nichos de clientes.

Cada convênio estabelece um perfil a ser ofertado aos seus clientes e os correspondentes já são direcionados pelo convênio, pois possuem o perfil do cliente que será atendido, de acordo com o previsto em cada roteiro operacional.

Figura 20. Modelo dos Roteiros Operacionais por Convênio

CCB 中国建设银行 China Construction Bank		Roteiro Operacional
Produto: Crédito Consignado	Emissão: 23/01/2018	
Convênio: Governo do Maranhão	Versão: 4.2	
1. PÚBLICO ALVO		
Ativo, Aposentados e Pensionistas		
2. Servidores que "NÃO" iremos realizar consignações		
Secretaria EMARHP, Temporários, Comissionado.		
3. CÁLCULO DA MARGEM CONSIGNÁVEL DISPONÍVEL		
<p>Segue abaixo a remuneração ou proventos dos Servidores Público, os descontos compulsórios e facultativos que são consideradas para cálculo da margem (ou seja, devem ser ou descontadas antes do cálculo dos 30% observado § 3º do Art. 5º da Portaria Nº 70/26/05/2015).</p> <p>VENCIMENTOS FIXOS</p> <ul style="list-style-type: none"> Salário, Proventos ou Pensão; Gratificação; <p>OBS.: Não poderão ser consideradas na remuneração bruta as seguintes pecuniárias:</p>		
		<p>Cálculo da Margem Consignável para servidores ativos:</p> <p>Facultativos Base de Cal. IRPF (X) 30% (-) Descontos Facultativos (=) VALOR</p> <hr/> <p>Compulsórios Base de Cal. IRPF (X) 40% (-) Descontos compulsórios (=) VALOR</p>

<p>Cartão Base de Cal. IRPF (X) 10% (-) Descontos cartão (=) VALOR</p> <hr/> <p>Base de Cal. IRPF (X) 80% (=) VALOR DA MARGEM CONSIGNÁVEL DISPONÍVEL</p>

As figuras demonstram modelos de roteiros operacionais, que norteiam aos Correspondentes a forma de atuação para oferta de produtos aos consumidores.

Como tem sido o direcionamento aos consumidores nos canais presenciais e remotos? Explicitar as diferenças entre os canais.



- Presencial: O correspondente aborda o cliente ou o cliente vai até o estabelecimento do correspondente e lá são discutidas as condições do empréstimo, bem como, esclarecidas as dúvidas que ocorrerem.
- Call Center: o correspondente faz contato com o cliente e se apresenta como representante da Instituição. A partir deste momento, são discutidas as funções do empréstimo.

Quais os benefícios para o consumidor?



É proporcionada maior clareza ao consumidor sobre as condições do produto ou serviço contratado, com direcionamento específico, o que permite que a oferta seja assertiva.

Como eles foram mensurados?



Hoje a Instituição tem um índice quase nulo de reclamações sobre cobrança de taxa excessiva ou em razão de problemas quanto ao prazo acordado com o cliente.

Atualmente a carteira de consignado apresenta índice baixo de atendimento, segundo as pesquisas de comunicação externa que temos acesso, por motivo de enquadramento errôneo, taxas abusivas e demais assuntos relacionados a oferta de produtos e serviços.



Qual a prática adotada pela IF para direcionar a oferta ao perfil de consumidor estabelecido no público-alvo do produto ou serviço?



A fim de direcionar a oferta ao perfil do consumidor estabelecido no público-alvo, o Itaú tem por prática, por exemplo, a realização de ofertas prioritariamente a clientes potenciais, embasadas em estudos e métodos que permitem a identificação dos clientes e dos produtos adequados às suas necessidades (Anexos 41 e 42).

Anexo 41: Oferta mais adequada

The screenshot shows the Itaú Uniclass website interface. At the top, there is a navigation bar with the Itaú logo, a search bar, and user account options. Below the navigation bar, the main content area is titled "Crédito" and features a prominent banner: "Crédito com juros menores disponível na sua conta." Below this banner, there are several columns of credit-related services and offers, each with a list of options and a "consultar" button. The services include: "Orientador de crédito Itaú Uniclass", "Posição consolidada", "LIS - Cheque especial", "Empréstimo em parcelas fixas", "Empréstimo pessoal com proteção", "Credenciário com garantia de investimento", "Renegociação de empréstimos e saldo devedor", "2ª via de contratos", "Conveniências", and "Extrato anual de despesas com operações de crédito". A blue arrow points to the "Crédito com juros menores" banner, and a red arrow points to the "fale com a gente" button at the bottom right of the page.

Anexo 42: Oferta de Consignado para clientes utilizando cheque especial

The screenshot shows the Itaú Uniclass website interface. At the top, there is a navigation bar with the Itaú logo, a search bar, and user account options. Below the navigation bar, the main content area is titled "Fique mais perto de seus objetivos de vida." Below this, there is a section for "Saldo e Extrato da Conta" which includes a table of transactions and a "ver extrato" button. A blue arrow points to the "ver extrato" button. Below the account section, there is a "Crédito consignado disponível na sua conta." banner. A blue arrow points to the "consultar" button on this banner. Below the banner, there is a section for "Crédito Consignado Itaú" with a "consultar" button. A blue arrow points to the "consultar" button. Below this, there is a section for "Conheça os benefícios de contratar um Crédito Consignado" with four columns of benefits and a "consultar" button. A blue arrow points to the "consultar" button. A red arrow points to the "consultar" button on the "Crédito Consignado Itaú" banner. A blue arrow points to the "consultar" button on the "Conheça os benefícios" section.

data	descrição	valor (R\$)
24/06	S A L D O	-2.817,38
24/06	RSHOP-INDIGO-24/06	-8,99
22/06	S A L D O	-2.888,39
22/06	RSHOP-ITAL M S IND-22/06	-282,16
21/06	SALDO ANTERIOR	-2.526,14

Como tem sido o direcionamento aos consumidores nos canais presenciais e remotos? Explicitar as diferenças entre os canais.



O cliente escolhe qual canal quer utilizar. Nos canais presenciais os clientes interagem com os representantes do Itaú (que são treinados para prestar o melhor atendimento ao cliente) e recebem os detalhes do produto ou serviço que desejam contratar, inclusive, podendo esclarecer eventuais dúvidas que possuam. Nos canais remotos há possibilidade de pesquisa e simulação dos produtos antes da efetiva contratação, conforme as necessidades dos clientes. Após a contratação, o cliente pode, no mesmo canal, consultar a sua utilização.

Quais os benefícios para o consumidor?



O cliente recebe oferta de produtos e serviços adequados ao seu ciclo de vida, suas necessidades, interesses e objetivos.

Como eles foram mensurados?



Acompanhamento do índice de solicitação de Cancelamento dos produtos pelo cliente;
Acompanhamento dos índices de inadimplência. A redução nos índices de inadimplência nos mostra que os produtos estão adequados a necessidade do cliente e que a aquisição foi realizada com consciência;
Acompanhamento do Ranking BACEN de satisfação dos clientes;
Pesquisas internas de satisfação com os clientes.

Qual a prática adotada pela IF para direcionar a oferta ao perfil de consumidor estabelecido no público-alvo do produto ou serviço?



A oferta do produto e serviço é restrita ao público-alvo, considerando ainda os estudos estatísticos de propensão à adesão de produtos e serviços, permitindo a indicação para abordagem direcionada ao seu perfil.

Como tem sido o direcionamento aos consumidores nos canais presenciais e remotos? Explicitar as diferenças entre os canais.



A abordagem nos canais de relacionamento com os consumidores possui a mesma identidade e condições comerciais, independente do canal preferencial do cliente.

Quais os benefícios para o consumidor?



Uniformidade no padrão de comunicação.

Como eles foram mensurados?



São mensurados pela aceitação do cliente e utilização dos canais.

Exemplo de ação comunicativa ocorrida nos terminais de autoatendimento e internet banking, comprovando a utilização da mesma linguagem para abordagem ao cliente

MERCANTIL DO BRASIL

Marcelo,

Pacote de Serviços

Agora você pode avaliar se o seu pacote atual está adequado aos serviços que você utiliza.

Deseja avaliar agora?

Sim

Não

Para informações ou cancelamento, ligue no Atê, Mercantil: 0800 70 70 398 SAC

Pacote de Serviços

Agora você pode avaliar se o seu pacote atual está adequado aos serviços que você utiliza.

Clique aqui para avaliar.



Qual a prática adotada pela IF para direcionar a oferta ao perfil de consumidor estabelecido no público-alvo do produto ou serviço?



Atuamos em duas frentes principais:

- Intensa orientação aos colaboradores que prestam atendimento ao cliente;
- Disponibilização de informação simples e de fácil acesso para apoiar o cliente na tomada de decisão.

Como tem sido o direcionamento aos consumidores nos canais presenciais e remotos? Explicitar as diferenças entre os canais.



Nos canais presenciais o gerente pode detalhar ao cliente de forma comparativa, os benefícios de todos os pacotes disponíveis para comercialização e apoiar-lo na tomada de decisão.

Na abertura de Conta por meio digital, conforme evidências acima (figs. 8 e 9 acima) o cliente pode verificar e comparar todos os benefícios e custos entre os produtos disponíveis, além de poder interagir conosco via Chat se precisar de mais informações, ou esclarecimento de outras dúvidas.

Quais os benefícios para o consumidor?



Recebimento de uma oferta aderente às suas necessidades presentes, com a disponibilidade de serviços adequados à sua utilização regular, visando o melhor custo benefício para o cliente. Além de transparência e abundância de informação para que tenha o discernimento necessário para decidir o que é melhor para ele.

Como eles foram mensurados?



A prática de “Dever Geral de Adequação de Pacotes de serviços” descrita em questões anteriores, servirá como critério de mensuração para garantir a devida aplicação destas condutas, pois descreve a prática utilizada para identificar clientes com utilização desenquadrada de produtos e comunicação direcionando-o à produtos mais adequados à sua utilização.



Qual a prática adotada pela IF para destacar a possibilidade de contratação separada para produtos e serviços ofertados conjuntamente?



O **BB incentiva o empoderamento do cliente**. A oferta de produtos agregados ocorre em momentos separados, sendo claro ao cliente que há a possibilidade de contratação individual ou agrupada de produtos, ficando a decisão a critério do consumidor.

Por exemplo, na contratação de CDC – Crédito Direto ao Consumidor, o sistema disponibiliza a simulação com e sem seguro, para comparação de valores.

Houve alguma inovação na oferta? Qual?



Não. É prática na instituição a separação de ofertas.

Quais os benefícios para o consumidor?



Como benefício, há transparência no relacionamento e satisfação do cliente.

Como eles foram mensurados?



A mensuração é realizada pelo acompanhamento dos atendimentos efetuados pelo SAC/Ouvidoria.

VI – Liberdade de Contratação



Qual a prática adotada pela IF para destacar a possibilidade de contratação separada para produtos e serviços ofertados conjuntamente?



Todos os produtos do banco contam com **manuals de operação**, afim de fornecer aos funcionários o suporte e conhecimento necessários para ofertar os produtos aos clientes. Todos os produtos contam ainda com **contratos específicos**, com **objetos bem definidos e linguagem acessível**, a fim de garantir o melhor entendimento de suas cláusulas pelos clientes do banco. Dessa forma, através da **informação clara**, o cliente tem a liberdade de optar pelo produto ou serviço que lhe seja conveniente e para os quais faz parte do público-alvo. O Banpará, através da superintendência de rede de agências realiza acompanhamento constante da abordagem realizada pelos funcionários das agências aos clientes, afim de garantir a transparência nas informações prestadas sobre os produtos, bem como os cumprimentos aos normativos ao qual a IF se submete.

Houve alguma inovação na oferta? Qual?



Não houve inovação na oferta.

Quais os benefícios para o consumidor?



Como benefício, o consumidor possui ferramentas para compreender a natureza de cada produto ou serviço e contratar o que melhor se adequa a suas necessidades.

Como eles foram mensurados?



A mensuração é feita a partir da identificação do **retorno do cliente** através da rede de agências e canais de atendimento do banco.

Qual a prática adotada pela IF para destacar a possibilidade de contratação separada para produtos e serviços ofertados conjuntamente?



As informações sobre os produtos e serviços são **esclarecidas pelo Agente de Crédito, que é orientado a ofertá-los distintamente.**

Exemplo: Agente de Microcrédito elaborando proposta com o cliente em seu empreendimento



Houve alguma inovação na oferta? Qual?



Sim. No caso do Agroamigo, a utilização de dispositivo móvel (tablet) pelo Agente de Crédito nas comunidades rurais para agilizar a oferta de financiamento. No Crediamigo, a implantação da mesma ferramenta está prevista para o segundo semestre de 2018. Por meio desta ferramenta, o cliente tem a possibilidade de elaborar a proposta de crédito junto ao Agente de Microcrédito, podendo declinar em qualquer tempo.

Quais os benefícios para o consumidor?



Agilidade na concessão.

Como eles foram mensurados?



Por meio de indicador de desempenho que mensura a antecipação das contratações.



Qual a prática adotada pela IF para destacar a possibilidade de contratação separada para produtos e serviços ofertados conjuntamente?



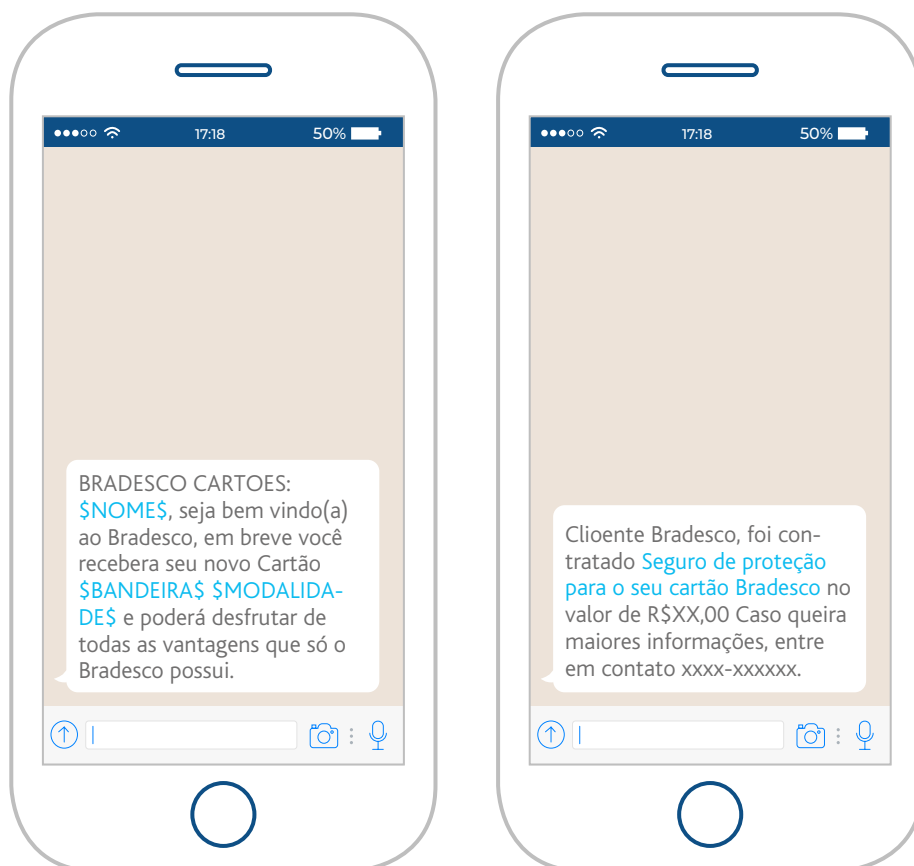
Os produtos e serviços são **oferecidos separadamente**, informando quanto a produtos complementares que possam ser contratados conjuntamente, porém sempre com clareza quanto a natureza complementar dos demais produtos, prestando informações sobre as características e condições particulares. As informações sobre as vantagens e seus custos podem ser acessadas realizando simulações dos produtos isoladamente ou em conjunto, apresentando as melhores opções de contratação e a possibilidade do cliente seleciona-las conforme suas necessidades.

Durante o processo de oferta presencial, os funcionários estão capacitados para a informação dos benefícios e custos dos produtos complementares, disseminados através dos canais disponíveis como: e-mail, intranet e treinamentos à distância. Todos os procedimentos e políticas internas têm a preocupação de ofertar produtos e serviços de acordo com a necessidade dos clientes, promovendo um relacionamento sustentável.

Prática em Destaque

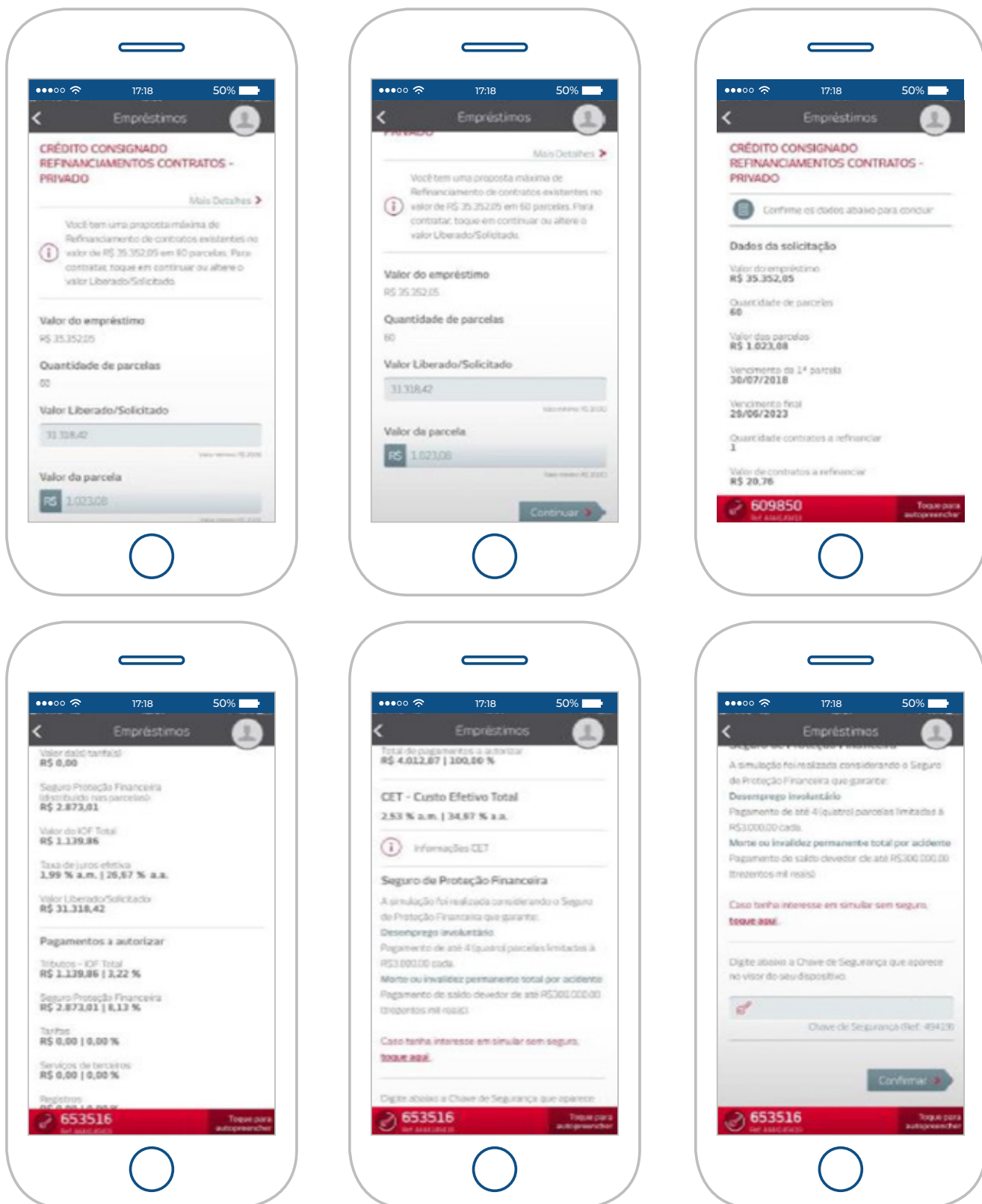
- **Venda Transparente:** Envio de SMS informativo aos clientes que contratam cartões de crédito Bradesco, contendo as especificações de valores, vigência e condições do produto. Caso o cliente, no momento da aquisição, opte por aceitar um produto de Seguro vinculado a esse cartão, um segundo SMS é enviado a fim de manter a separação dos benefícios e serviços, mesmo que ofertados conjuntamente.

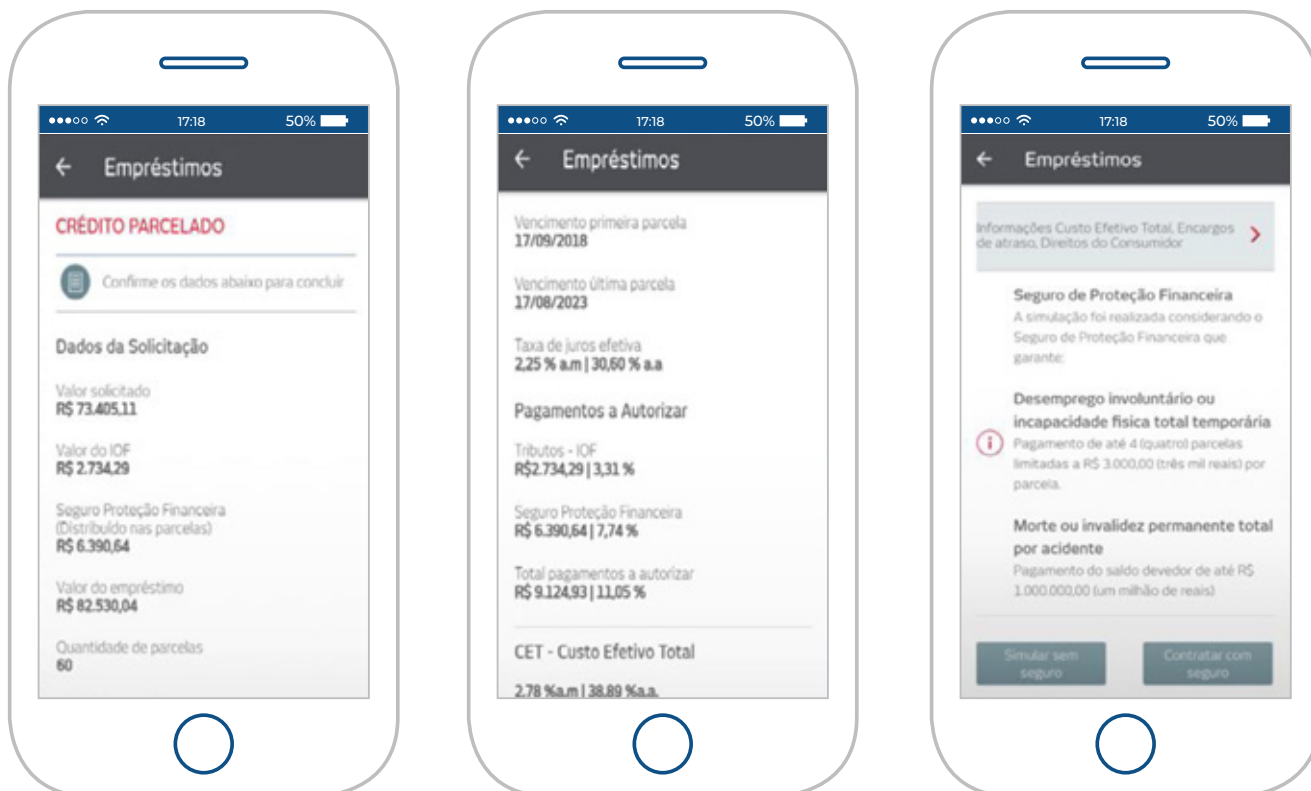
Exemplo de envio de SMS Cartão de Crédito e Seguro Vinculado ao Cartão.



- Seguro Proteção Financeira- Crédito Consignado:** Sempre que houver a oferta e contratação do Crédito consignado Bradesco, as simulações habilitam a opção de contratação com ou sem o Seguro Proteção Financeira, esclarecendo o cliente os efeitos da adesão ou da não adesão. As contratações são realizadas em telas e com autenticações diferentes.

Exemplo de Contratação de Crédito com oferta de Seguro Proteção Financeira.





Houve alguma inovação na oferta? Qual?



O Banco tem a preocupação em inovar e estabelecer uma melhor comunicação com o cliente. O Projeto Venda Transparente foi implementado para envio de SMS, Push e alertas nos diversos meios e canais de atendimento com mensagens informativas. Além disso, em todos os canais de atendimento, os alertas de contratação são realizados por meio de entretelas e pop ups.

Quais os benefícios para o consumidor?



A apresentação e prestações de informações a respeito do produto ou serviço de maneira clara, precisa e adequada, mesmo em caráter informativo possibilita ao cliente a oportunidade de buscar informações e se manifestar antecipadamente caso não esteja de acordo ou não reconheça alguma característica apresentada. Possibilita também a livre escolha e tomada de decisão, contemplando todas as informações necessárias para amparar o cliente.

Como eles foram mensurados?



É realizado o monitoramento de contratações, envios de mensagens informativas e sua assertividade no recebimento por parte do cliente. Após essa análise é possível verificar o índice de cancelamentos realizados após o recebimento além de acompanhamento das reclamações sobre o mesmo assunto no pós contratação.

Qual a prática adotada pela IF para destacar a possibilidade de contratação separada para produtos e serviços ofertados conjuntamente?



O CCB Brasil oferta um único produto, não possuindo oferta conjunta.

Houve alguma inovação na oferta? Qual?



Não se aplica.

Quais os benefícios para o consumidor?



Não se aplica.

Como eles foram mensurados?



Não se aplica.



Qual a prática adotada pela IF para destacar a possibilidade de contratação separada para produtos e serviços ofertados conjuntamente?



O Itaú tem por prática separar as propostas de adesão dos produtos (Anexo 43), sendo que todas as contratações ocorrem após a efetiva ciência e aceite do cliente. Além disso, a instituição possui como prática, posteriormente à contratação, **disponibilização de comunicação via SMS/e-mail para reforçar a ciência do cliente ao produto ou serviço escolhido (Anexo 44).**

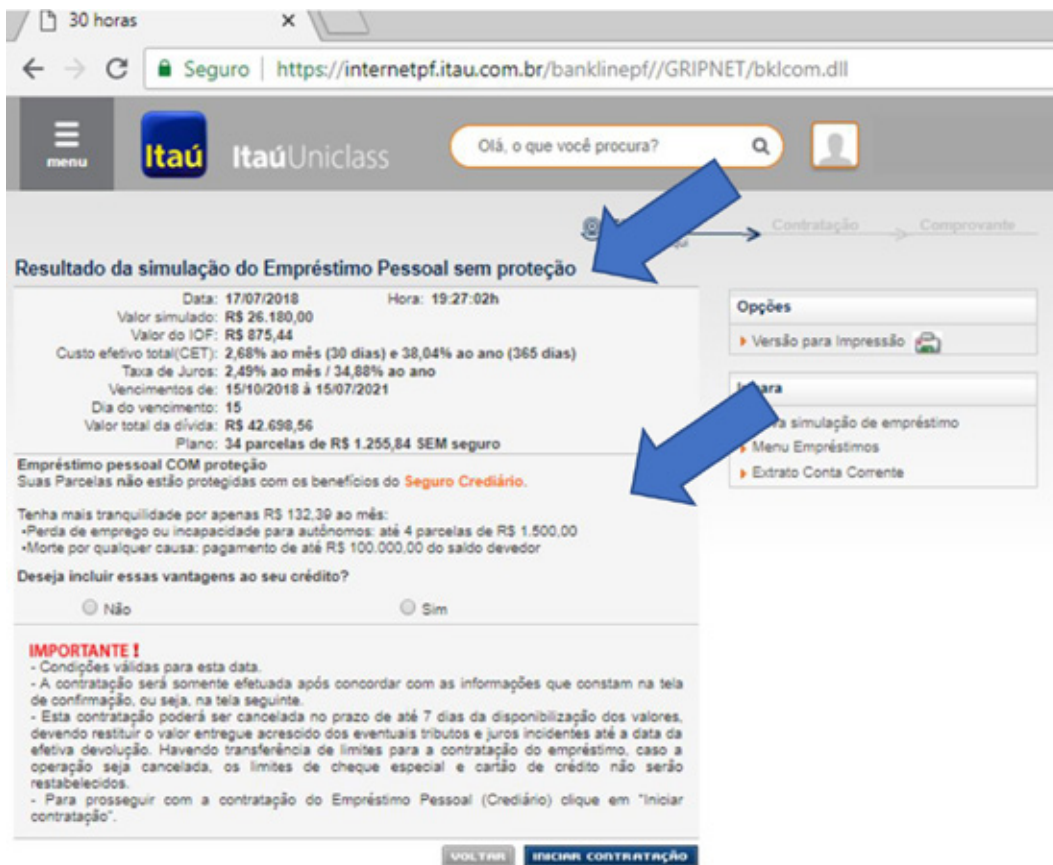
No Crédito Imobiliário, por exemplo, não há oferta de produtos e serviços de forma conjunta, com exceção da oferta do Seguro Habitacional que é obrigatória, conforme legislação vigente. Ainda assim, há disponibilização da oferta de duas seguradoras para escolha do cliente (Anexo 45).

Anexo 43: Opção apartada para Contratação de Credidiário com ou sem seguro

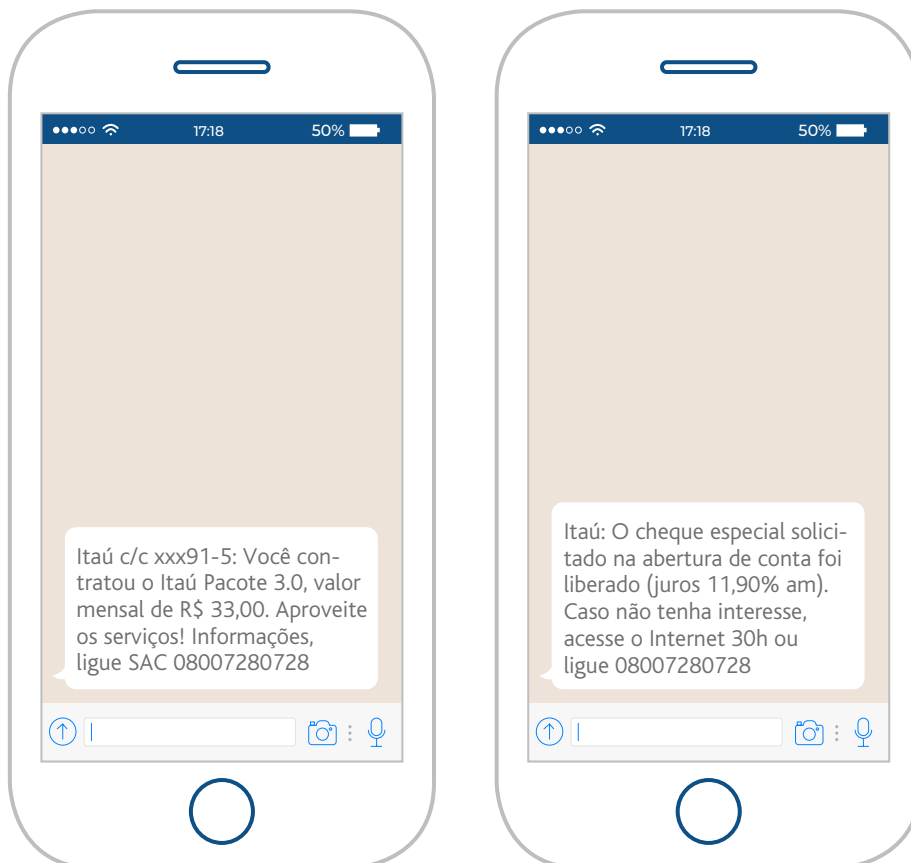
The screenshot shows the Itaú Uniclass website interface. The header includes the Itaú logo, 'Itaú Uniclass', a search bar, and a user profile icon. The main content area is a grid of product categories, each with a list of options:

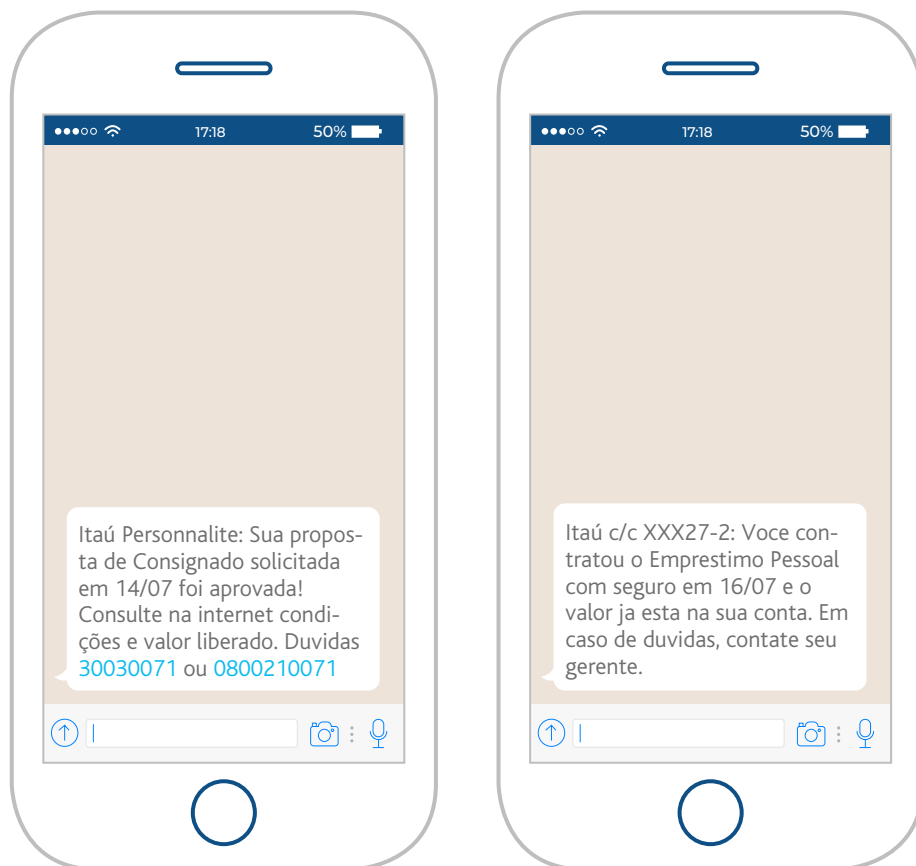
- Orientador de crédito Itaú Uniclass**
 - O que é?
 - Consultar solução ideal
- Posição consolidada**
 - Meus limites de crédito
 - Meus empréstimos contratados
 - Transferência de limites
- LIS - Cheque especial**
 - O que é LIS?
 - O que é LIS adicional?
 - Contrate aqui
 - Trocar a modalidade do seu LIS ou LIS adicional
 - Alterar o valor do limite
 - Consultar as informações do seu LIS ou LIS adicional
 - Cancelar LIS/LIS Adicional
- Seguro LIS Itaú**
 - O que é?
 - Contratar
 - Cancelar
- Financiamento e leasing de veículos**
 - Visitar o site iCarros
 - Simular financiamento ou leasing
 - Anunciar carro
 - Visitar o site
- Financiamento e leasing contratados**
- Empréstimo em parcelas fixas**
 - Crédito consignado Itaú
 - O que é?
 - Simular e contratar
 - Consultar limites e taxas
 - Trocar meus empréstimos pelo consignado
 - Cancelar
- Empréstimo pessoal com proteção**
 - O que é?
 - Simular e contratar
 - Consulta a limites e taxas
 - Consulta às próximas prestações
 - Cancelar
- Credidiário com garantia de investimento**
 - O que é?
 - Simular e contratar
 - Consultar limites e taxas
 - Cancelar
- Crédito consignado para aposentados do INSS**
 - O que é?
 - Simular e contratar
 - Consultar limites e taxas
 - Cancelar
- Empréstimo pessoal sem proteção**
 - O que é?
 - Simular e contratar
 - Consulta a limites e taxas
 - Consulta às próximas prestações
- Renegociação de empréstimo devedor**
 - O que é?
 - Simular e contratar
 - Cancelar
- 2ª via de contratos**
 - Consultar
- Conveniências**
 - Comprovantes
 - Como funciona o agendamento
- Extrato anual de despesas operações de crédito**
 - O que é?
 - Solicitar extrato

Two blue arrows point to the 'Empréstimo em parcelas fixas' and 'Empréstimo pessoal sem proteção' sections, highlighting the separate listing of these products.



Anexo 44: SMS na contratação





Anexo 45: Opções de Seguro Habitacional

30 horas

Seguro <https://internetpf.itaunet.com.br/banklinepf//GRIPNET/bklcom.dll>

Itaú ItaúUniclass Olá, o que você procura?

Simule o seu financiamento

Simule seu Crédito Imobiliário. Aproveite e faça agora a simulação do seu crédito para a compra do seu imóvel comercial ou residencial.

dados do imóvel		primeira parcela (R\$)	última parcela (R\$)
tipo do imóvel	Selecione	0,00	0,00
natureza do imóvel	Selecione		
em qual Estado o imóvel está localizado?	Selecione		
seguradora	Selecione Itaú Seguros Tokio Marine		
valor do imóvel (R\$)	0,00		
valor da entrada (R\$)	0,00		
prazo do financiamento (meses)			

Seguradora

No financiamento de um imóvel é obrigatória a contratação de um seguro com duas coberturas:
 Uma que quite o saldo proporcional à participação do comprador no financiamento, caso ele venha a falecer ou ficar incapacitado de exercer a sua profissão, MIP (Morte e Invalidez Permanente).
 E outra que cobre eventuais danos estruturais que possam ocorrer ao imóvel no período que estiver financiado, exceto problemas naturais da sua construção, DFI (Danos Físicos do Imóvel).
 Na contratação do seu financiamento você pode escolher entre duas seguradoras, Itaú Seguros ou Tóquio Marine, ou ainda sugerir uma terceira atuante no mercado.

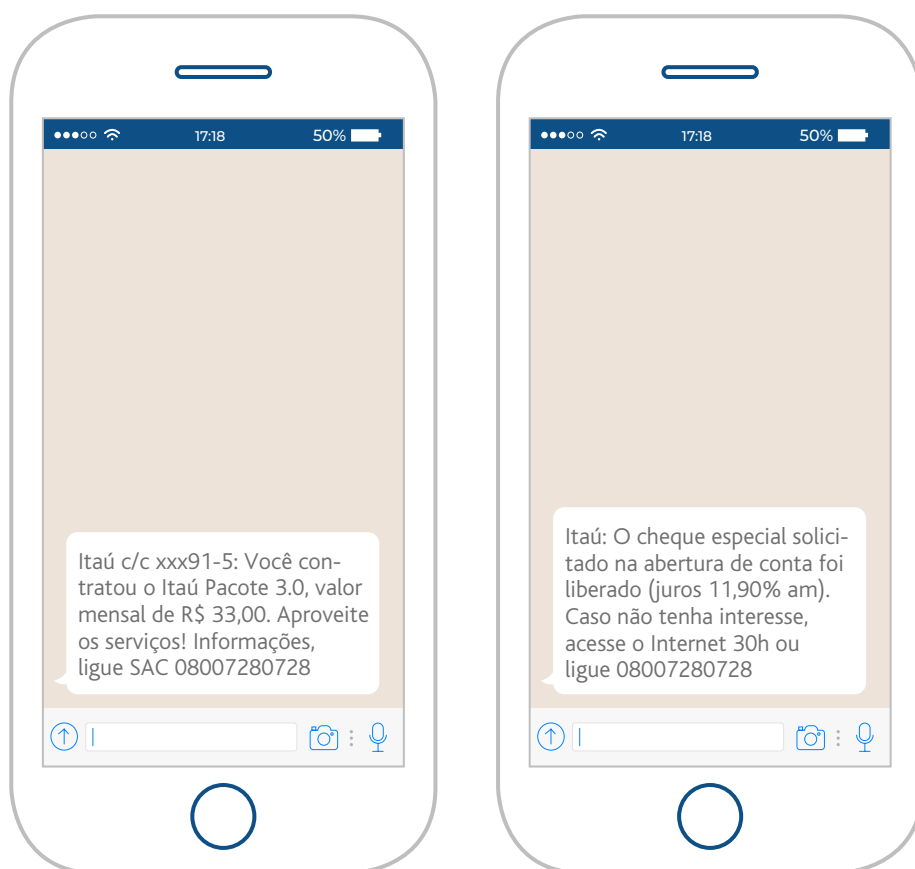
fale com a gente

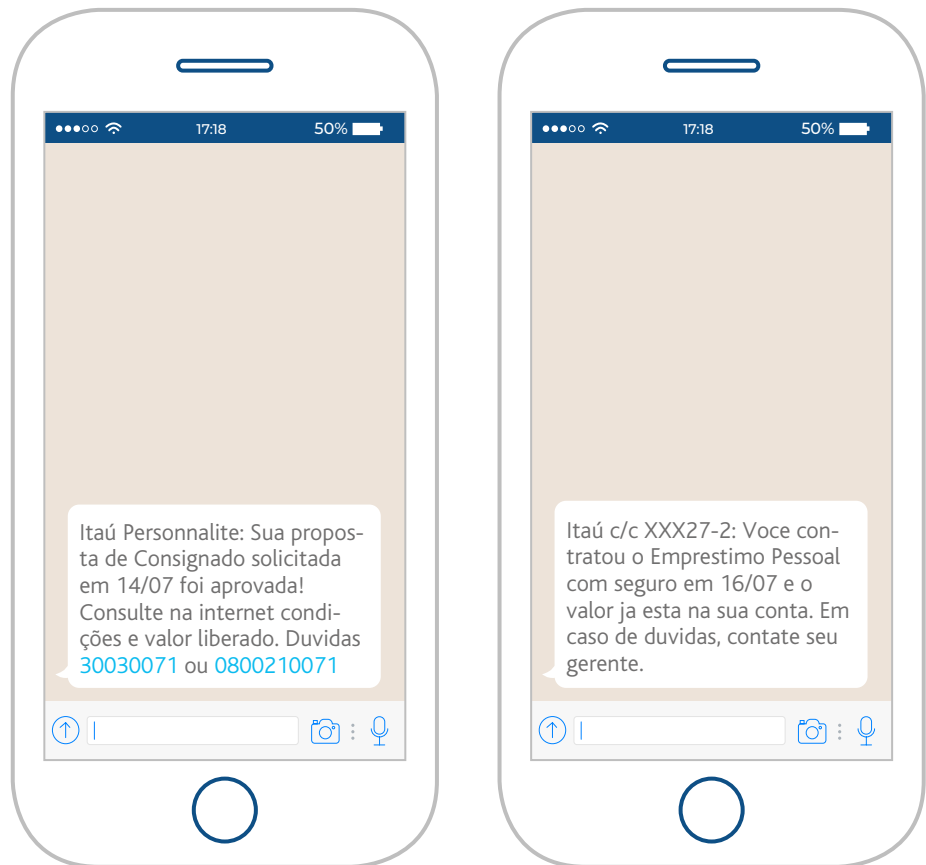
Houve alguma inovação na oferta? Qual?



A instituição possui como prática, posteriormente à contratação, disponibilização de comunicação via SMS/e-mail para reforçar a ciência do cliente ao produto ou serviço escolhido (Anexo 46).

Anexo 46: SMS na contratação





Quais os benefícios para o consumidor?



O cliente recebe as informações necessárias para aquisição do produto e tem liberdade para fazer a sua escolha.

Como eles foram mensurados?



Acompanhamento do índice de solicitação de Cancelamento dos produtos pelo cliente;
Acompanhamento dos índices de inadimplência. A redução nos índices de inadimplência nos mostra que os produtos estão adequados a necessidade do cliente e que a aquisição foi realizada com consciência;

Acompanhamento do Ranking BACEN de satisfação dos clientes;
Pesquisas internas de satisfação com os clientes.

Qual a prática adotada pela IF para destacar a possibilidade de contratação separada para produtos e serviços ofertados conjuntamente?



A oferta dos produtos e serviços é individualizada, de acordo com o perfil do cliente, cabendo a ele a decisão pela adesão.

Houve alguma inovação na oferta? Qual?



Sim. No ato da abertura da conta corrente é entregue ao cliente documento que demonstra todos os produtos/serviços contratados e suas principais características e valores, conforme exemplo abaixo.

MERCANTIL DO BRASIL		DEMONSTRATIVO DE PRODUTOS E SERVIÇOS CONTRATADOS NA ABERTURA DA CONTA	
		AGÊNCIA	CONTA
Prezado(a) Senhor(a) _____			
O MERCANTIL DO BRASIL tem o prazer de lhe dar as boas-vindas como nosso cliente.			
Destacamos a seguir, os produtos e serviços contratados por você:			
Crédito do Benefício do INSS na conta corrente		SIM <input type="checkbox"/>	NÃO <input type="checkbox"/>
Serviço SMS		SIM <input type="checkbox"/>	NÃO <input type="checkbox"/>
Cartão de Crédito Consignado – Reserva de Margem		SIM <input type="checkbox"/>	NÃO <input type="checkbox"/>
Limite de Crédito Rotativo		SIM <input type="checkbox"/>	NÃO <input type="checkbox"/>
Taxa de juros(%) _____ ao mês. _____ ao ano. Limite Máximo de Crédito Rotativo _____ / _____ %			
Dia de Pagamento dos Encargos: _____ . Custo efetivo total – CET (%) _____ ao mês.			
ao ano.			
Adiantamento a Depositante		SIM <input type="checkbox"/>	NÃO <input type="checkbox"/>
Taxa de juros(%) _____ ao mês. Valor da tarifa R\$ _____.			
A adesão a este serviço solicita que o Banco Mercantil do Brasil S.A avalie e analise, em caráter emergencial, a possibilidade de conceder um limite emergencial para acolher débitos que ultrapassem o saldo disponível em conta. Apenas nas situações em que for concedida a utilização desse serviço serão cobrados juros, tarifa e IOF.			
CDB Ganhe Todo Dia		SIM <input type="checkbox"/>	NÃO <input type="checkbox"/>
Cartão Múltiplo Mercantil do Brasil		SIM <input type="checkbox"/>	NÃO <input type="checkbox"/>
Tipo: <input type="checkbox"/> MB Visa Pleno (Diferenciado) <input type="checkbox"/> MB Visa Credit (Básico)			
Pagamento da Fatura: <input type="checkbox"/> Débito em Conta Corrente <input type="checkbox"/> Fatura do Cartão			
Pagamento da Anuidade: <input type="checkbox"/> Débito em Conta Corrente <input type="checkbox"/> Fatura do Cartão			
A anuidade no valor de R\$ _____ será parcelada em _____ vezes. Taxa de juros (%) _____ ao mês. _____ ao ano.			
A adesão ao Cartão Múltiplo Mercantil do Brasil estará sujeita à aprovação da análise de crédito. O valor da anuidade poderá ser reajustado mediante publicação na Tabela de Tarifas afixada nos Pontos de Atendimento e no site www.mercantildobrasil.com.br . A taxa de juros poderá ser alterada mediante comunicação na fatura.			
Cartão Débito Mercantil do Brasil		SIM <input type="checkbox"/>	NÃO <input type="checkbox"/>
Seguro Proteção Melhor Idade		SIM <input type="checkbox"/>	NÃO <input type="checkbox"/>
Plano 1: <input type="checkbox"/> R\$ _____			
Plano 2: <input type="checkbox"/> R\$ _____			
O custo mensal do plano escolhido será debitado mensalmente em conta corrente.			
Seguro Prestamista – Crédito Rotativo		SIM <input type="checkbox"/>	NÃO <input type="checkbox"/>
Seguro Cartão Protegido (Múltiplo ou Débito)		SIM <input type="checkbox"/>	NÃO <input type="checkbox"/>
O custo mensal do seguro é de R\$ _____, a ser debitado mensalmente em conta corrente.			
Pacote de Serviços		SIM <input type="checkbox"/>	NÃO <input type="checkbox"/>
Tipo: _____ - _____ com mensalidade de R\$ _____.			
<input type="checkbox"/> _____ meses de isenção total no pacote de serviço contratado e após esse período, _____ % de desconto pelo período de 6 meses, prorrogável a critério do MB. O desconto será concedido apenas para contas correntes com recebimento do crédito do benefício, no mês anterior à cobrança da mensalidade. Para conhecer os serviços incluídos nos pacotes de serviços, consulte a Tabela de Tarifas do MB afixada nos Pontos de Atendimento ou no site www.mercantildobrasil.com.br .			
<input type="checkbox"/> _____ meses de isenção total no pacote de serviço contratado. Para conhecer os serviços incluídos nos pacotes de serviços, consulte a Tabela de Tarifas do MB afixada nos Pontos de Atendimento ou no site www.mercantildobrasil.com.br .			

<p>IMPORTANTE: A qualquer momento você poderá cancelar os produtos e serviços contratados na sua agência de vínculo, no autoatendimento, no internet banking ou via SAC. Consultas, informações e transações, acesse www.mercantildobrasil.com.br ou ligue 4004-1044 (Capitais e Regiões Metropolitanas) ou 0800 70 70 389 (Demais Localidades), 0800 70 70 398 (SAC), 0800 70 70 391 (Deficientes auditivos ou de fala), todos os dias, 24 horas. 0800 70 70 384 (Ouvidoria - Solicitações não solucionadas pelo atendimento convencional), em dias úteis, das 8h às 18h, exceto feriados.</p>
<p>Gerente Responsável</p> <p>_____ - _____</p>

Quais os benefícios para o consumidor?



Transparência nas condições da operação, buscando garantir os interesses do cliente e resguardar a voluntariedade de contratação da operação.

Como eles foram mensurados?



Nosso processo permite claramente a voluntariedade do nosso cliente, conforme descrito acima.

Qual a prática adotada pela IF para destacar a possibilidade de contratação separada para produtos e serviços ofertados conjuntamente?



Desde o início do relacionamento os clientes são claramente informados sobre as **opções disponíveis** para movimentação de sua conta, inclusive no que se refere à existência de serviços essenciais gratuitos e à possibilidade de que a conta corrente seja mantida sem a contratação de um pacote de serviços com contabilização de Tarifas avulsas por usos pontuais de serviços que excedam a franquia dos Essenciais, além da opção de contratar ou não junto ao processo de abertura de Conta corrente, outros produtos como Cartão de crédito e Limite de conta.

Houve alguma inovação na oferta? Qual?



Não houve.

Quais os benefícios para o consumidor?



Garantia de poder contratar os Produtos e serviços do tamanho da sua necessidade, com o conforto de confiar que o banco busca o melhor atendimento aos interesses dele, com a disponibilidade de serviços adequados à sua utilização regular, visando o melhor custo benefício para o cliente.

Como eles foram mensurados?



A prática de "Dever Geral de Adequação de Pacotes de serviços" descrita em questões anteriores, servirá como critério de mensuração para garantir a devida aplicação destas condutas, pois descreve a prática utilizada para identificar clientes com utilização desenquadrada de produtos e comunicação direcionando-o à produtos mais adequados à sua utilização.



Como se dá o alerta da concessão/cessação do benefício ou promoção para o consumidor?



O BB disponibiliza todas as informações nos canais físicos ou remotos (site, APP, materiais impressos, etc.), previamente à vigência do benefício/promoção/ação promocional. Também comunica a seus clientes sobre o encerramento ou cancelamento de benefícios utilizando o canal mais adequado de acordo com cada caso (carta, SMS, canais de autoatendimento, etc.).

Recentemente o BB enviou, por meio da Caixa Postal Privativa Segura (CPPS) – ambiente público, aviso de que os limites do autoatendimento foram revisados, disponibilizando o “Fale com seu gerente” e o telefone da Central de Atendimento para o caso de dúvidas.

Quais os benefícios para o consumidor?



O cliente tem disponibilizadas as informações dos benefícios/promoções por diversos meios (eletrônicos, presencial ou impresso), acessando a forma que melhor se adequa ao seu perfil.

Como eles foram mensurados?



A mensuração é realizada pelo acompanhamento dos atendimentos efetuados pelo SAC/Ouvidoria.

Como se dá o alerta da concessão/cessação do benefício ou promoção para o consumidor?



REDE DE AGÊNCIAS - Há **divulgação nos canais de comunicação**, com **antecedência mínima de 30 dias**.

SERVIÇOS - Atualmente, não se aplica, visto que os pacotes de serviços ofertados pelo banco são os padronizados pelo BACEN.

FOMENTO - Não se aplica ao Fomento.

Quais os benefícios para o consumidor?



Através da divulgação o consumidor tem conhecimento prévio do término de possíveis benefícios.

Como eles foram mensurados?



A mensuração é feita a partir da identificação da necessidade do conhecimento prévio do cliente de aspectos que influenciam nas condições dos produtos.

Como se dá o alerta da concessão/cessação do benefício ou promoção para o consumidor?



No caso do Crediamigo, não há benefício de preço. As tarifas de Produtos e Serviços, quando modificadas, seguem as orientações das Res. do BACEN. O Agroamigo oferece bônus de adimplência, de acordo com a linha de crédito e região atendida (semiárido ou fora do semiárido). **As condições de cessão e promoção deste benefício são apresentadas antes da formalização do contrato, durante palestra informativa, realizada pelo Agente de Crédito.**

Exemplo: Material expositivo com simulação de crédito e esclarecimento sobre concessão de benefício

VANTAGENS DE PAGAR EM DIA



O agricultor que aplica corretamente o crédito e paga em dia, pode receber um bônus que possibilita investir ainda mais na atividade!

Pagando em dia seu financiamento, o agricultor também mantém o nome limpo, pode comprar a prazo no comércio, não paga juros por atraso e tem acesso a novo financiamento no Agroamigo!



PAGAMENTO EM DIA AGROAMIGO CRESCER

Forma de pagamento de um crédito no valor de R\$ 5.000,00 em 2 anos, com 2 prestações anuais, sem carência, com direito a bônus e cliente adimplente:

PRONAF B PLANO SAFRA / SEMIÁRIDO (BÔNUS DE 40%)*

1ª PRESTAÇÃO

PRINCIPAL: R\$ 2.500,00
JUROS: R\$ 25,00
BÔNUS (principal e juros): R\$ 1.010,00
PRESTAÇÃO: R\$ 1.515,00

2ª PRESTAÇÃO

PRINCIPAL: R\$ 2.500,00
JUROS: R\$ 12,50
BÔNUS (principal e juros): R\$ 1.005,00
PRESTAÇÃO: R\$ 1.507,50

BÔNUS TOTAL: R\$ 2.015,00

PRONAF B FORA DO SEMIÁRIDO (BÔNUS DE 25%)*

1ª PRESTAÇÃO

PRINCIPAL: R\$ 2.500,00
JUROS: R\$ 25,00
BÔNUS (principal e juros): R\$ 631,00
PRESTAÇÃO: R\$ 1.894,00

2ª PRESTAÇÃO

PRINCIPAL: R\$ 2.500,00
JUROS: R\$ 12,50
BÔNUS (principal e juros): R\$ 628,00
PRESTAÇÃO: R\$ 1.884,50

BÔNUS TOTAL: R\$ 1.259,00

* válido para operações com direito a bônus, limitado ao valor máximo permitido pelo Programa, caso o cliente esteja adimplente.

Quais os benefícios para o consumidor?



Prévio esclarecimento quanto à concessão ou perda do bônus de adimplência.

Como eles foram mensurados?



Acompanhamento do indicador Reembolso.

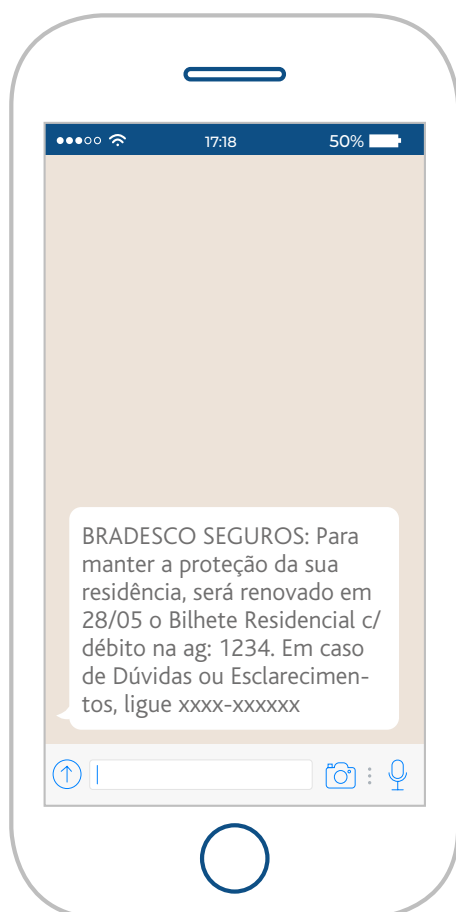


A comercialização de produtos e serviços do Banco Bradesco deve ser revestida de critérios que resguardem as políticas internas, visando uma conduta ética que preza pela excelência no atendimento e satisfação de nossos clientes. Para alertar os clientes sobre as contratações e manutenções de produtos e serviços é realizado o envio de alertas de Venda Transparente. Esse mecanismo melhora o processo de clareza nas informações relacionadas a venda já que os clientes recebem SMS em seus celulares, reforçando as informações do produto ou serviço contratado e colocando-se à disposição para maiores esclarecimentos via canais de atendimento. Tanto o envio quanto o recebimento da mensagem de texto ficarão registradas em sistemas, servindo de comprovação e possibilitando a geração de estatísticas para verificação da assertividade.

Prática em Destaque:

- **Envio de SMS Informativo nas Renovações Automáticas de Seguros:** Quando da renovação de seguros residenciais, o cliente recebe um SMS informativo no mês anterior à data final da vigência do período do ciclo presente informando sobre a concessão da renovação do próximo ciclo e disponibilizando canais de contato para a sua cessão, caso não seja interesse do cliente.

Exemplo de envio de SMS informativo sobre a renovação do benefício de Seguro Residencial.



Quais os benefícios para o consumidor?



Além de alertar para possível concessão e cessação de benefícios ou características sobre o produto ou serviço já em vigência, o envio de SMS Informativo possibilita o recebimento da mensagem de maneira ágil, em tempo e oportunamente oferece ao cliente as opções de manutenção ou até de cancelamento de alguma condição, caso seja o seu interesse. Como um grande impacto positivo, os clientes conseguem relacionar-se com a Instituição antecipadamente e proativamente, mesmo sem haver débitos ou alterações nos padrões do produto ou serviço contratado.

Como eles foram mensurados?



Os benefícios neste caso podem ser mensurados por meio do monitoramento de envios e recebimentos de SMS, além da diminuição de reclamações relacionadas a manutenção, contratação ou renovação automática de produtos.

Como se dá o alerta da concessão/cessação do benefício ou promoção para o consumidor?



Não se aplica.

Quais os benefícios para o consumidor?



Não se aplica.

Como eles foram mensurados?



Não se aplica.



Como se dá o alerta da concessão/cessação do benefício ou promoção para o consumidor?



O Itaú disponibiliza as informações sobre a cessão do benefício ou promoção para o consumidor por diversos meios, entre eles, comunicados em meios eletrônicos (Anexo 47). Além disso, no momento da concessão do benefício/promoção a instituição disponibiliza para o cliente as regras em seus canais.

*Anexo 47: Comunicações sobre o fim da isenção do valor do pacote
Exemplo Warning no canal Internet*

Fechar

O período de isenção **chegou ao fim**. A partir do próximo mês, o valor da mensalidade do Pacote de Serviços que você utiliza será debitado da sua conta.

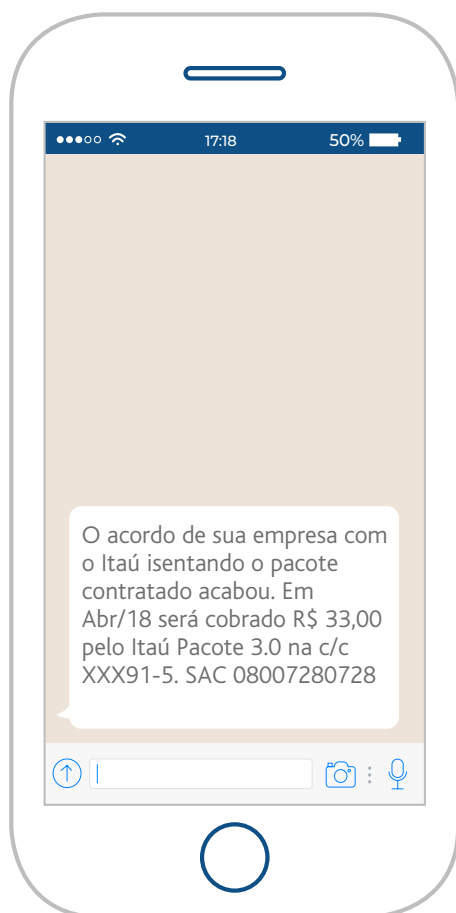
Você tem à sua disposição uma série de serviços do pacote e vai continuar aproveitando todos eles:

- ✓ Saques
- ✓ Transferências
- ✓ Extratos
- ✓ E muito mais ;)

[Clique aqui](#) e saiba mais sobre o Pacote de Serviços.

Em caso de dúvidas, ligue para o SAC: 0800 728 0728.

Exemplo SMS (enviado em Mar/18)



Quais os benefícios para o consumidor?



Transparência na relação com o cliente, garantindo a ciência sobre a vigência de benefícios e promoções e possibilitando a adequação do seu planejamento financeiro.

Como eles foram mensurados?

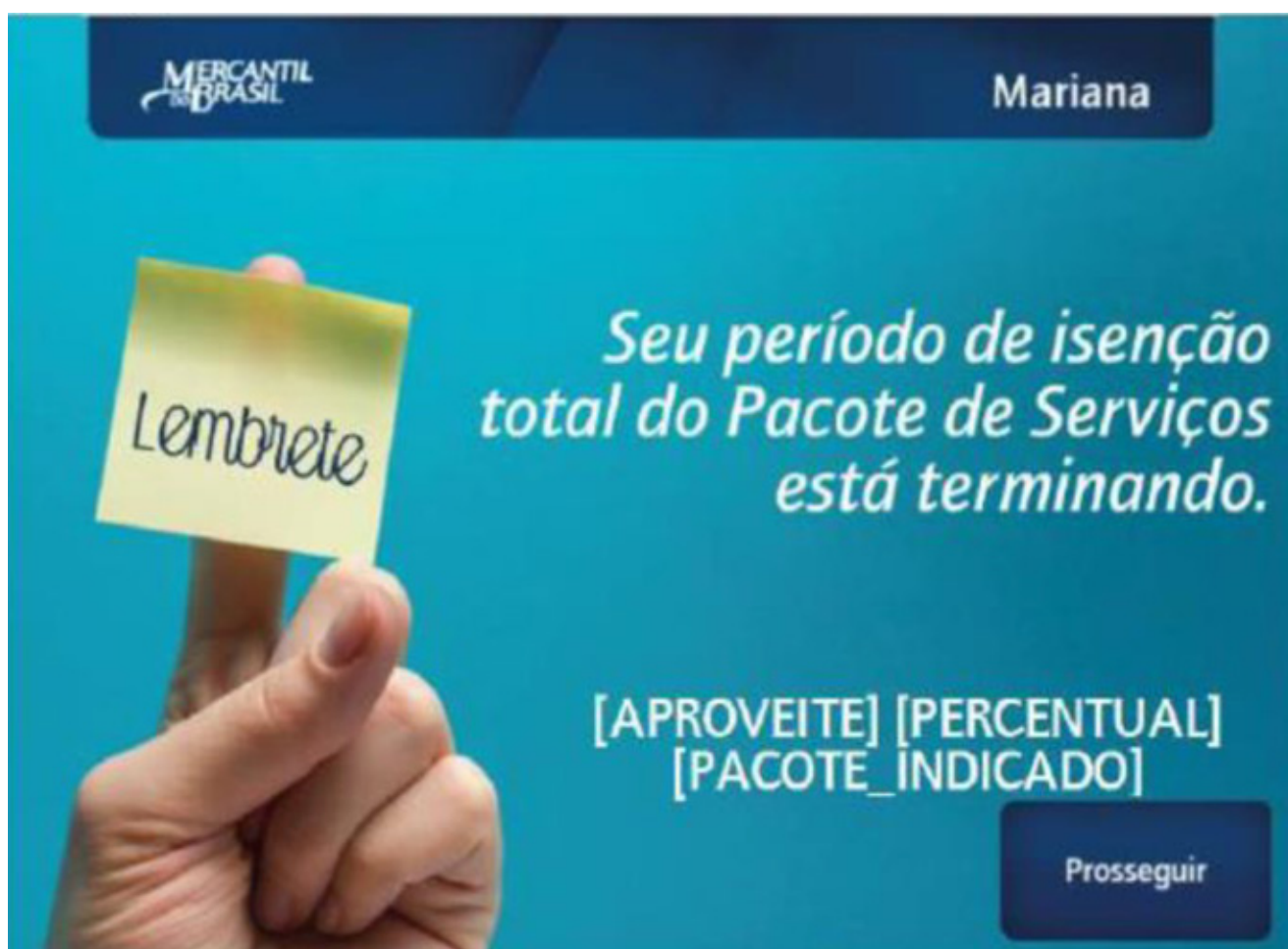


Acompanhamento do índice de solicitação de Cancelamento dos produtos pelo cliente;
Acompanhamento dos índices de inadimplência. A redução nos índices de inadimplência nos mostra que os produtos estão adequados a necessidade do cliente e que a aquisição foi realizada com consciência;
Acompanhamento do Ranking BACEN de satisfação dos clientes;
Pesquisas internas de satisfação com os clientes.

Como se dá o alerta da concessão/cessação do benefício ou promoção para o consumidor? 

Abordagem informativa pelos canais de relacionamento com o cliente sobre o fim do benefício antecipadamente à alteração.

Exemplo de ação de comunicação feita no Autoatendimento



Quais os benefícios para o consumidor? 

Transparência nas condições da operação, buscando garantir os interesses do cliente e resguardar a voluntariedade de contratação da operação.

Como eles foram mensurados? 

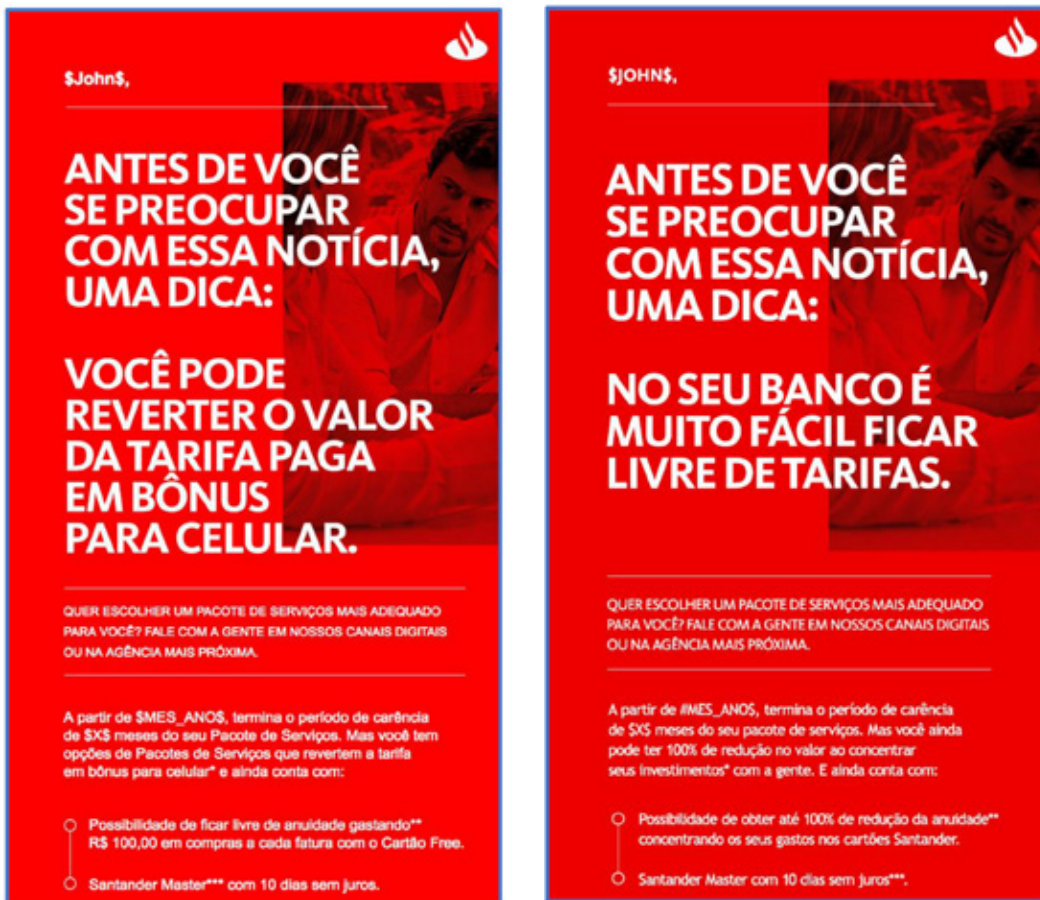
Os resultados são mensurados a partir do monitoramento do comportamento do cliente em cada produto /serviço por ele contratado através da análise da base de clientes e como exemplo podemos citar a ação de comunicação ao cliente sobre o fim do período de isenção do pacote de serviços, sendo **analisado o percentual de permanência**.

Como se dá o alerta da concessão/cessação do benefício ou promoção para o consumidor?



Todos os benefícios de preço são acordados com o cliente no momento da concessão ou contratação do produto, e **eventuais alterações nesses benefícios são comunicados ao cliente**, por meio dos canais digitais do Banco, com antecedência mínima de 30 dias.

Fig. 13



Quais os benefícios para o consumidor?



Transparência no que tange a cobrança do Pacote de serviços, garantindo ao cliente a informação necessária para continuar com o Pacote ou optar pela troca por outro que ele entenda ser mais adequado.

Como eles foram mensurados?



Com base em manifestações de clientes sobre o tema recebidas em nossos canais de atendimento.

2.3 Desenvolvimento de produtos financeiros

Regra do Normativo SARB nº 017/2016:

Art. 9º A comunicação com o consumidor deve ser considerada desde o processo de desenvolvimento dos produtos e serviços e deverá atender aos requisitos de “adequação de produtos e serviços” previstos nesse Normativo.



DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS FINANCEIROS



Há alguma prática que considere a comunicação com o consumidor no desenvolvimento dos produtos e serviços financeiros adequados a necessidade, interesses e objetivos dos consumidores?



No processo de desenvolvimento de produtos, uma das primeiras etapas adotadas é o teste de conceito e aderência do produto ao perfil de cliente destinado. Adotamos políticas de testes e entrevistas sobre as melhores características e interesse dos clientes no produto em desenvolvimento.

Realizamos também pesquisas remotas no internet e mobile banking. São pesquisas quantitativas lançadas com o objetivo de coletar dados para a construção de solução no BB. Na área de UX – User eXperience são elaborados questionários para coletar a percepção e necessidades dos clientes. Após todo o planejamento da pesquisa esses questionários são disponibilizados no internet e mobile banking do BB onde podemos incluir regras de visualização como um período de idade dos clientes, região, tipo de conta etc. Os dados coletados são consolidados e os resultados servem para tomada de decisões e direcionamentos na estruturação das soluções do BB.

Temos ainda o Programa Beta do Banco do Brasil (<https://beta.labbs.com.br/>), que é o programa oficial para testadores do Banco do Brasil. Trata-se de uma solução onde são disponibilizados experimentos de serviços financeiros digitais, antes deles estarem disponíveis para os demais usuários. O direcionamento é que as soluções sejam do tamanho das necessidades dos clientes. O objetivo dessas soluções é melhorar a experiência de quem usa os produtos e serviços do BB.

O Banco do Brasil adotou, há alguns anos, a abordagem Design Centrado na Visão das Pessoas para o desenvolvimento de soluções e melhoria de processos e tem aplicado as abordagens do Design Thinking, utilizando técnicas de imersão para aferir as intenções por trás das necessidades dos clientes e, prototipação e testes de usabilidade alinhados aos conceitos de UX – User eXperience e EX – Employee eXperience por entender que manter o foco na visão do cliente tende a geração de maior percepção de valor e, conseqüentemente, produz melhores resultados financeiros.

As abordagens se orientam pela pesquisa e entendimento decorrentes das necessidades dos clientes, do seu momento de vida e de sua jornada de uso. Isso permitiu gerar iniciativas inovadoras e oferecer ainda mais benefícios, valorizando o tempo do cliente e promovendo simplicidade e engajamento, especialmente no uso dos serviços digitais.

O investimento tem gerado resultados positivos, como a elevação de contratação de produtos, maior engajamento dos clientes e melhor avaliação das soluções, justificando o esforço do BB em promover uma cultura forte de adoção do Design, evoluindo o nível de maturidade no uso das abordagens e fortalecendo a estrutura para tornar a sua capacidade de atuação cada vez mais abrangente.

Além disso, o BB se utiliza de mecanismos internos de comunicação que auxiliam o desenvolvimento de produtos e serviços e a melhoria dos processos:

- **Agência de Notícias:** veículo de informação em tempo real, de informações de amplo interesse, cobrindo todas as áreas do BB e que propicia a interação entre as áreas estratégicas e os funcionários das demais áreas.



NOTÍCIAS NACIONAIS

NOTÍCIAS REGIONAIS

Q Pesquisar na Agência de Notícias...

Título Conteúdo Mais Filtros



Ser BB: Liderança
Transformações culturais moldam o estilo de liderança
03/10/2018

53

73



Estratégia
A insurgência do dono
03/10/2018

88

99



Sustentabilidade
BB anuncia usina de energia solar para abastecer agências
03/10/2018

225

153



Agronegócios
Produtor rural tem novas funcionalidades no celular
03/10/2018

16

25



Governo
Investindo em amor
03/10/2018

LIDERANÇA



"Ou você é, de fato, um líder colaborativo ou não é"

BOLSA



Banco do Brasil abre oferta de bolsas de pós lato sensu

CRÉDITO



- BB Resolve: é um canal de comunicação onde os funcionários podem esclarecer dúvidas sobre instruções normativas e procedimentos relacionados aos diversos produtos, serviços e processos internos do BB.

```

ATDM3201      SISBB - Sistema de Informacoes Banco do Brasil      04/10/2018
                BB Resolve - Atendimento à Rede                    11:17:50
----- Acompanhamento de ocorrencias -----
Nr.Ocorr.: 5585133      Dep. cadas: 3793 S.PUBLICO CURITIBA(PR)
Tipo      : ATENDIMENTO A REDE      Gestor      : 9572 DICOI-CONTR.INTERNOS(DF)
Motivo    : DUVIDA                  Dep. resp.: 9572 DICOI-CONTR.INTERNOS(DF)
Título    : IMPACTO CLIENTES CARTEIRA CONSULTORIA
IN        : 00000412 - Gerenciamento de Controles Internos
                Disposição normativa
X Data      Andamento      Efetuado por      Enviado para      Qtde
-----
- 27/09/2018 REGISTRO      3793 S.PUBLICO CURITIBA 8488 SUPER VAR E GOV PR 0
- 27/09/2018 ATRIBUI RESP 8488 SUPER VAR E GOV PR 8488 governo 0
- 27/09/2018 REPASSE      8488 SUPER VAR E GOV PR 9572 DICOI-CONTR.INTERN 1
- 28/09/2018 ATRIBUI RESP 9572 DICOI-CONTR.INTERN 9572 DGER 0
- 28/09/2018 ATRIBUI RESP 9572 DICOI-CONTR.INTERN 9572 dinev 0
- 28/09/2018 SOLUCAO      9572 DICOI-CONTR.INTERN
- 01/10/2018 CIENTE      3793 S.PUBLICO CURITIBA
Grau de satisfacao Satisfacao parcial OPERACIONALIZACAO 1
-----
F1 Ajuda F3 Sai F5 Encerra F6 Imprime F7 Pag.Ant F8 Prox.Pag F10 Menu

```

- **Fórum BB:** ferramenta de comunicação com o objetivo de promover a interação entre os funcionários, estimulando a troca de informações, dúvidas e sugestões sobre os principais assuntos relacionados ao trabalho no BB.

Tópico	Categoria	Usuários	Respostas	Visualizações	Atividade
Dificuldades com DJO e trabalho em PABs	Atendimento		276	2,9k	1m
☑️ SUGESTAO - PLT - busca por SOBRENOME	Plataforma		22	164	1m
Agência de Relacionamento #tecnologia, #sugestão	Atendimento		6	133	1m
Vamos falar sobre o assunto? Vendas na SAA - UNV e Você: O futuro Chegou! #sugestão, #segurança, #atendimento	Atendimento		183	769	2m

- **Fale com o Presidente:** canal de comunicação direta entre os funcionários e o presidente da instituição. Todas as sugestões/reclamações dos funcionários são registradas no portal e tratadas pelas áreas responsáveis.

12455	63	831	10572
Total de Sugestões	Em Tratamento	Na Prata	Concluídas

Para cadastrar uma nova sugestão clique em ou utilize o filtro para consultar as sugestões já apresentadas!

- **Pensa BB:** é um programa de incentivo à inovação, que visa mobilizar os funcionários e disseminar a cultura de inovação no âmbito do Banco e estimular a geração de ideias para contribuir na superação de alguns dos desafios da empresa.





Exemplo

Na criação dos produtos de seguridade, são realizados testes de conceito com a participação do cliente, em que são colhidas percepções de suas necessidades, podendo, assim, criar produtos adequados ao seu perfil.

No caso da Gestão Financeira PF, foi realizada abordagem Design de Negócios, para compreender como os clientes fazem a gestão financeira. Ouvimos clientes de diversas regiões do Brasil, conversamos com especialista em Gestão Financeira Pessoal para compreender melhor o assunto. Por fim, em conjunto com clientes fizemos workshop de ideação e cocriação do produto.

Ela é inovadora?



Sim, pois no processo de construção um dos primeiros a serem ouvidos é o cliente e seu real interesse no produto em desenvolvimento. No caso das pesquisas remotas no internet e mobile banking, são inovadoras pelo fato de que em menos de 30 minutos conseguimos resultados com relevância estatística para um público de até 60 milhões de clientes (95% de confiabilidade e 2,5% de margem de erro, para cima ou para baixo).

Quais os benefícios para o consumidor?



O processo de comercialização é transparente para o cliente e o contato com a instituição está disponível nos vários canais do Banco do Brasil, e permitem aos clientes conhecerem os produtos e suas alterações. As chances de implantação de uma solução que atenda às necessidades do cliente também são muito maiores. As soluções são estruturadas ouvindo o cliente. Assim ele participa já na concepção do produto ou serviço. No caso do Programa Beta, o cliente pode antecipar os lançamentos do BB e opinar sobre a solução. É possível medir a aceitação do público numa escala pequena. Assim as soluções são ajustadas com a participação do usuário final. Com isso, o produto final será muito mais aderente ao cliente.

Como eles foram mensurados?



Com o objetivo de conhecer o comportamento financeiro do cliente, gerar educação financeira e possibilitar a oferta de produtos, a mensuração do grau de satisfação dos clientes que utilizam o produto, é realizada mensalmente, por meio de pesquisa eletrônica por empresa contratada pelo banco.

Há alguma prática que considere a comunicação com o consumidor no desenvolvimento dos produtos e serviços financeiros adequados a necessidade, interesses e objetivos dos consumidores?



A comunicação com o consumidor no processo de desenvolvimento de produtos e serviços é pensada quando o consumidor tem a oportunidade de escolha de acordo com o seu interesse e objetivo. A exemplo podemos citar 2 produtos: CDB Programado e In Mais Cartão de Crédito.

Adesão da Programação no ATM

Acessar Investimentos-> CDB/RDB-> Aderir Programação

Ao clicar na opção "Aderir Programação", o usuário deverá selecionar o tipo de papel CDB:



Após escolher o tipo de papel o cliente deve escolher o tipo de programação:



Período Consecutivo

Banpará AUTOATENDIMENTO
CDB PREM Aplicar

Agência: 0015/01 AG.SENADOR LEMOS
Conta: 00210534-9 TEREZA CRUZ CHAGAS

Valor mínimo para primeira aplicação.....:	R\$	10.000,00
Valor mínimo para nova aplicação.....:	R\$	500,00
Valor mínimo para resgate de aplicação..:	R\$	500,00
Valor mínimo de permanência aplicação..:	R\$	500,00
Preço unitário para emissão de papel.....:	R\$	100,00
Disponível para aplicação.....:	R\$	740.046.931,64

Agendar p/ dia:

Período: Início Fim (mes/ano)

Digite o Valor:

ANULA Para Cancelar Para Confirmar **ENTRA**

Corrigir **Sair**

Período Indeterminado

Banpará AUTOATENDIMENTO
CDB PREM Aplicar

Agência: 0015/01 AG.SENADOR LEMOS
Conta: 00210534-9 TEREZA CRUZ CHAGAS

Valor mínimo para primeira aplicação.....:	R\$	10.000,00
Valor mínimo para nova aplicação.....:	R\$	500,00
Valor mínimo para resgate de aplicação..:	R\$	500,00
Valor mínimo de permanência aplicação..:	R\$	500,00
Preço unitário para emissão de papel.....:	R\$	100,00
Disponível para aplicação.....:	R\$	740.046.931,64

Agendar p/ dia:

Período: Início (mes/ano)

Digite o Valor:

ANULA Para Cancelar Para Confirmar **ENTRA**

Corrigir **Sair**

Agendar Aplicação

Banpará AUTOATENDIMENTO
CDB PREM Aplicar

Agência: 0015/01 AG.SENADOR LEMOS
Conta: 00210534-9 TEREZA CRUZ CHAGAS

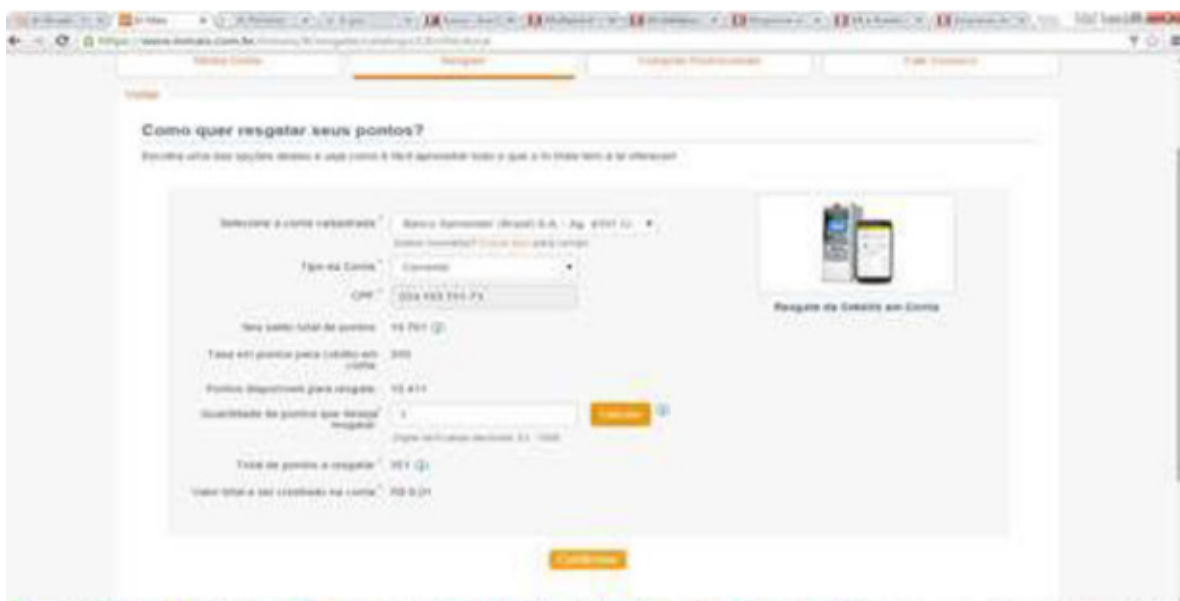
Valor mínimo para primeira aplicação.....:	R\$	10.000,00
Valor mínimo para nova aplicação.....:	R\$	500,00
Valor mínimo para resgate de aplicação..:	R\$	500,00
Valor mínimo de permanência aplicação..:	R\$	500,00
Preço unitário para emissão de papel.....:	R\$	100,00
Disponível para aplicação.....:	R\$	740.046.931,64

Agendar p/ dia: (dd/mm/aaaa)

Digite o Valor:

ANULA Para Cancelar Para Confirmar **ENTRA**

Corrigir **Sair**



Ela é inovadora?



Não. A prática em questão é utilizada por outras IF`s.

Quais os benefícios para o consumidor?



Poder escolher a opção que melhor atenda a necessidade do consumidor.
Permitir que o consumidor faça escolhas mais assertivas ao seu perfil.

Como eles foram mensurados?



Não houve mensuração.

Há alguma prática que considere a comunicação com o consumidor no desenvolvimento dos produtos e serviços financeiros adequados a necessidade, interesses e objetivos dos consumidores?



Grande parte do relacionamento com o cliente é via Agente de Microcrédito em suas visitas às comunidades urbanas e rurais, ocasião em que se obtém as informações das reais necessidades dos clientes, bem como são ofertados os produtos e serviços com melhor aderência ao público. Além disso, o Banco do Nordeste utiliza-se de sua Central de Relacionamento com o Cliente para realizar pesquisas de aceitação e desenvolvimento de produtos e serviços.

Ela é inovadora?



Em relação à intermediação do Agente de Microcrédito, sim. As políticas, processos e procedimentos adotados pelos Programas Crediamigo e Agroamigo foram fruto de consultoria internacional, adaptada à nossa realidade ao longo de 20 anos. Quanto às pesquisas, trata-se de uma prática comum no mercado.

Quais os benefícios para o consumidor?



Desenvolvimento de produtos e serviços adequados às necessidades do cliente, devido à presença constante do Agente de Microcrédito nas comunidades atendidas.

Como eles foram mensurados?



Através de índices de renovação do crédito, reembolso e adimplência, em comparação com a média do mercado de microfinanças.

Há alguma prática que considere a comunicação com o consumidor no desenvolvimento dos produtos e serviços financeiros adequados a necessidade, interesses e objetivos dos consumidores?



Desde a sua concepção, o produto conta com o estabelecimento de plano de comunicação/publicidade e canais de distribuição. As peças publicitárias levam em conta o perfil do cliente, por exemplo segmento versus idade versus perfil financeiro. São realizadas pesquisas de pré-lançamento de produtos/serviço sempre que demandado pelos Gestores.

Há interlocução entre os segmentos, que atuam em contato direto com os clientes e usuários, e as áreas responsáveis pelo seu desenvolvimento. Notadamente, produtos e serviços são criados ou alterados sob demanda dos segmentos. As interações que os clientes fazem com a IF em busca de informações ou solicitações são importante ferramenta para a melhoria contínua dos instrumentos dos produtos, peças de comunicação, site e treinamento dos colaboradores.

Prática em Destaque:

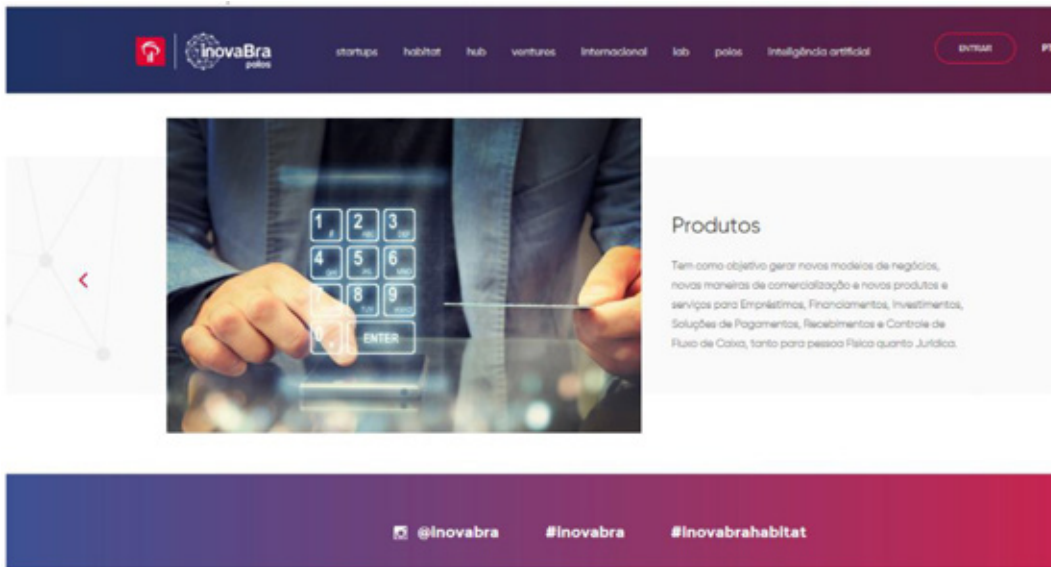
- **Next:** O Next é um banco digital pensado e concebido para o oferecimento de produtos e serviços para atender às necessidade de clientes com o perfil 100% digital. Além de todos os diferenciais "mimos", que são benefícios como descontos e parcerias firmadas para satisfazer as demandas dos clientes. Utilizando uma linguagem própria, o Next se aproxima da realidade dos clientes oferecendo conviniência e experiências diferentes do tradicional.

Exemplo de parcerias firmadas de acordo com a necessidade do cliente NEXT.



- **Ecossistema InovaBra:** O InovaBra Polos é um Programa de inovação interna, que conta com mais de 100 funcionários dedicados nas áreas de negócios. São pessoas capacitadas a partir de trilhas de treinamentos específicos, que interagem por meio de diversas metodologias, sendo a principal o design thinking na concepção de novos produtos para pensar e gerar soluções inovadoras para os desafios de negócios e atendimento às necessidades dos clientes.

Exemplo de divulgação do Programa de inovação interna voltada a produtos.



Ela é inovadora?



As soluções de novos produtos por meio dos Polos são capazes de gerar soluções inovadoras para os desafios de negócios e atendimento às necessidades dos clientes incluindo a criação de novos produtos e serviços, com o apoio de Startups e conceitos de usabilidade dos próprios clientes e usuários.

Quais os benefícios para o consumidor?



A geração de novos produtos e sua adaptação à necessidade dos clientes e para os desafios de negócios. O portfólio de produtos cada vez mais adaptável, colaborativo e diversificado, as opções de personalização e assertividade na oferta aumentam e o cliente é o maior beneficiado deste processo.

Como eles foram mensurados?



Por meio de pesquisas com os usuários, aderência e crescimento de carteiras de produtos específicos e principalmente através de testes de usabilidade e experiência do cliente com os novos produtos e serviços ainda na fase de sua concepção, possibilitando os ajustes necessários para atendimento de expectativas.

Há alguma prática que considere a comunicação com o consumidor no desenvolvimento dos produtos e serviços financeiros adequados a necessidade, interesses e objetivos dos consumidores?



Todos os produtos desenvolvidos pela CAIXA exigem prévio estudo da sua aderência ao mercado pretendido e ao perfil dos clientes, além da definição de estratégias de comunicação e ofertas adequadas.

Diversas unidades da empresa fazem parte do trabalho de criação, lançamento ou melhoria de um produto ou serviço através de análises técnicas que envolvem, inclusive, a aderência ao Código de Defesa do Consumidor e outras normas e leis municipais, estaduais e federais.

Periodicamente o Feedback do Clientes, ou seja, as sugestões e reclamações registradas no SAC e na Ouvidoria, também servem de subsídio para as adequações e ajustes necessários de produtos e serviços oferecidos pela CAIXA.

Procedimento	Prazo (*)	Liberação (**)
Avalia a aderência ao CDC e informa as ocorrências de sugestões ou reclamações de clientes relacionadas ao assunto, se houver.	05/10/2018 (F)	03/10/2018

O aplicativo “APP Cartões Caixa” - do produto Cartão de Crédito - por exemplo, foi criado a partir da interação com os consumidores que testaram as suas funcionalidades e contribuíram com a sua construção.

As informações dos serviços disponíveis no APP estão na internet no endereço (<http://www.caixa.gov.br/appcartoes/Paginas/default.aspx>)

Os clientes de Cartão de Crédito Caixa têm acesso, por exemplo, entre diversas funcionalidades, a:

- ver em tempo real o histórico de transações
- contestar compras não reconhecidas
- bloquear e desbloquear temporariamente o cartão (função Liga/Desliga)
- consultar e resgatar pontos do Programa Pontos Caixa para os sites dos parceiros
- alterar a data de vencimento do cartão
- aderir à fatura digital, enviada para o e-mail cadastrado
- ter informação dos limites (total, utilizado, disponível), melhor data de compra e cotação do dólar para transações internacionais (podendo optar pela cotação do dia da compra ou da data de pagamento da fatura)

O principal exemplo é o Programa De Olho na Qualidade, criado para garantir o padrão das construções dos imóveis do - Minha Casa, Minha Vida - onde a CAIXA é a interlocutora entre os beneficiários e as construtoras no processo de garantia dos imóveis financiados. Sendo assim, a CAIXA oferece aos clientes o telefone gratuito 0800 721 6268 (das 8h às 21h de segunda até sexta e aos sábados de 10h às 16h), como um suporte no acionamento das construtoras e no acompanhamento dos reparos de vícios construtivos, uma vez que se não executados ou se executados de forma inadequada, o construtor é inscrito em cadastro negativo interno da CAIXA e fica impossibilitado de realizar novos negócios com o banco até que cumpra com suas obrigações na resolução das reclamações.

A CAIXA disponibiliza também na internet informações sobre o Programa De Olho na Qualidade, inclusive com dicas para que os mutuários observem itens do imóvel na vistoria de entrega e que mantenham os cuidados necessários para a preservação dos imóveis:

<http://www.caixa.gov.br/voce/habitacao/minha-casa-minha-vida/de-olho-naqualidade/Paginas/default.aspx>

http://www.caixa.gov.br/Downloads/habitacao-minha-casa-minha-vida/Guia_do_proprietario.pdf

Ela é inovadora?



O APP Cartões CAIXA é uma criação inovadora porque investiu na opinião dos consumidores para as implantações de melhorias, e principalmente na oferta ágil de informações e serviços, simplificando a sua utilização e permitindo aos clientes acessos que antes só podiam ser realizados ou nas agências CAIXA ou através do contato telefônico.

O Programa De Olho na Qualidade, criado em março/2013, é uma inovação já que a CAIXA amplia a sua atuação bancária e atua como mediadora de conflitos entre os mutuários e as construtoras, dando o suporte necessário à parte hipossuficiente da relação comercial, de acordo com o que está previsto no Código de Defesa do Consumidor.

Quais os benefícios para o consumidor?



A agilidade de informações, de acesso a autosserviços e de ações de correção de possíveis falhas garantem a confiabilidade dos produtos e representam os principais ganhos para os clientes.

Como eles foram mensurados?



O Feedback dos Clientes CAIXA é o principal termômetro de medição de que a prestação de serviços e os produtos tiveram uma melhora significativa com as contribuições das críticas, sugestões e elogios dos consumidores através dos registros no SAC e na Ouvidoria da empresa ao longo dos últimos anos e que foram utilizadas para a implantação de ações corretivas em produtos e serviços e de adequação ao perfil negocial dos consumidores.

No Programa "De Olho na Qualidade", estruturado para atender principalmente os casos de danos físicos, a conquista da satisfação dos mutuários do Minha Casa, Minha Vida foi mensurada positivamente já que em 58% dos acionamentos os clientes tiveram os seus problemas solucionados pelos construtores logo após o contato de mediação realizado pela CAIXA. Até 2018 apenas 5% dos imóveis entregues pelo MCMV tiveram reclamações envolvendo vício construtivo que foram tratadas pelo Programa "De Olho na Qualidade".

Há alguma prática que considere a comunicação com o consumidor no desenvolvimento dos produtos e serviços financeiros adequados a necessidade, interesses e objetivos dos consumidores?



- A) Visitas periódicas pela área de produtos, aos correspondentes bancários, identificando oportunidades de melhorias nos processos para proporcionar melhor atendimento ao consumidor.
- B) Acompanhamento dos indicadores internos de reclamações dos consumidores.
- C) Adequação dos produtos e serviços, sempre de acordo com as regulamentações e autorregulamentações.

Figura 21. Relatório de Visitas aos Correspondentes

CCB Brasil Financeira relatório de visitas comerciais

Produto
 CRÉDITO CONSIGNADO CARTÃO DE CRÉDITO
 FINAN. DE VEÍCULOS E CF AUTO CRÉDITO

UNIDADE

Razão Social do Correspondente: _____ CNPJ: _____ Código: _____
 Nome Gerente Comercial: _____ Nome Supervisor Comercial: _____
 Praça: _____ DDD: _____ Telefone: _____ E-mail: _____

VEÍCULOS

Volume de Negócios

Produto	Volume Mensal de Vendas (R\$)	Ticket Médio (R\$)	Quantidade
<input type="checkbox"/> Consignado			
<input checked="" type="checkbox"/> FINAN. de Veículos e CF Auto Crédito			
<input type="checkbox"/> Cartão de Crédito			

Somente para Revenda / Lajes - Veículos

Tipos de Veículos que trabalha:

<input type="checkbox"/> Leves	<input type="checkbox"/> Médios	<input type="checkbox"/> Pesados	<input type="checkbox"/> URBANOS
--------------------------------	---------------------------------	----------------------------------	----------------------------------

Classificação por faixa de preço:

<input type="checkbox"/> Pequena de 0 a 5	<input type="checkbox"/> Média de 6 a 45	<input type="checkbox"/> Grande acima de 45
---	--	---

Classificação por valor:

<input type="checkbox"/> Até R\$ 50	<input type="checkbox"/> Acima de 50	<input type="checkbox"/> Abaixo de 50
-------------------------------------	--------------------------------------	---------------------------------------

Volume de Operações Mês:

<input type="checkbox"/> Volume Veículos Vendidos Mês	<input type="checkbox"/> Volume Veículos Financiados Mês	<input type="checkbox"/> Valor de Financiamentos Mês
---	--	--

CONVENIADO

Somente para Crédito Consignado

CONVÊNIO

CONVÊNIO	BANCOS COM QUE O REPRESENTANTE OPERA		
<input checked="" type="checkbox"/> INSS	Banco	Banco	Banco
<input checked="" type="checkbox"/> SIAPE	Banco	Banco	Banco
<input type="checkbox"/> Governos (QuasiF)	Banco	Banco	Banco
* Banco	Banco	Banco	Banco
* Banco	Banco	Banco	Banco
* Banco	Banco	Banco	Banco
<input type="checkbox"/> Prefeitura (QuasiF)	Banco	Banco	Banco
* Banco	Banco	Banco	Banco
* Banco	Banco	Banco	Banco
* Banco	Banco	Banco	Banco
<input type="checkbox"/> Outras (QuasiF)	Banco	Banco	Banco
* Banco	Banco	Banco	Banco
* Banco	Banco	Banco	Banco
* Banco	Banco	Banco	Banco
* Banco	Banco	Banco	Banco

COMENTÁRIOS

Observações

O Superintendente Comercial e sua equipe, realizam visitas periódicas utilizando um guia de perguntas e respostas com intuito de aferir a adequação do produto e serviço aos clientes. Além disso, considera o relato dos Correspondentes Bancários. Acima temos o exemplo do relatório utilizado nestas visitas.

Ela é inovadora?



Não.

Quais os benefícios para o consumidor?



O constante monitoramento proporciona a melhoria contínua dos produtos em favorecimento da melhor oferta ao cliente.

Como eles foram mensurados?



Para aprimoramento das ofertas, taxas e prazos oferecidos aos consumidores, periodicamente são discutidos com a área de produtos os relatórios coletados.

Temos também percebido um índice quase nulo de reclamações do consumidor referente a oferta inadequada de produtos e serviços.



Há alguma prática que considere a comunicação com o consumidor no desenvolvimento dos produtos e serviços financeiros adequados a necessidade, interesses e objetivos dos consumidores?



O Itaú tem práticas que consideram a comunicação com o consumidor no desenvolvimento de produtos, tais quais, a realização de pesquisas de pré-desenvolvimento e Focus Group direcionadas aos clientes potenciais, além de **testes de usabilidade** para facilitar a identificação dos pontos fortes e fracos de alguma interface e garantir a eficiência do produto (Anexo 48).

Além disso, no desenvolvimento de produtos e serviços há um processo de aprovação por alçada colegiada, conforme detalhado na resposta do Art. 7º, inc. II (Anexo 49).

Anexo 48: Teste de usabilidade



Anexo 49: Desenvolvimento de Produtos
AGR – Portal de Avaliação e Gestão de Riscos

Sistema:

Itaú Digital Portal AGR

Em caso de problemas com seu usuário e/ou senha (SI), envie uma mensagem para [SIOCA](#).

Funcional:

Senha:

[Troca de Senha](#)

Parecer de áreas envolvidas:

Gerenciamento de Projetos

The screenshot displays a web interface for project management. At the top, there are sections for 'Informações do Projeto' and 'Informações do Catálogo'. Below this is a table with columns: 'Item do Catálogo de Produtos', 'Descrição', 'Tipo de Avaliação', and 'Tipo de Item'. The table contains one row with the following data: 'CREDIARIO', 'CREDITO PESSOAL EM PARCELAS FIXAS, MENSAIS E', 'Alteração', and 'Produto'. Below the table is a section for 'Especificação do Projeto' with tabs for 'Serviços do projeto', 'Tarefas do projeto', 'Mensagens do projeto', and 'Comentários relacionados'. The 'Serviços do projeto' tab is active, showing a table with columns: 'Serviço', 'Situação', 'Decisão', 'Em Avaliação', and 'Responsável'. The table lists several services with their respective statuses and decisions.

Serviço	Situação	Decisão	Em Avaliação	Responsável
AO - Infra e URA Centrais Internas	Devolutiva Concluído	Aprovado com condicionante ou restrição	06d.u.	
AO - Infra e URA Centrais Terceiras	Concluído	Dispensado da avaliação	01d.u.	
AO - Processos Atendimento Cobrança	Concluído	Aprovado	36d.u.	
AO - Processos PF, Ger. e Esp.	Devolutiva Concluído	Aprovado com condicionante ou restrição	30d.u.	
AO - Projetos Digitais	Devolutiva Concluído	Aprovado com condicionante ou restrição	10d.u.	
AO - Qualidade - Política de Atendimento AT-1				

Ela é inovadora?



Sim.

Quais os benefícios para o consumidor?



Ter acesso a produtos e serviços adequados a sua necessidade, interesses e objetivos.

Como eles foram mensurados?



Acompanhamento do Ranking BACEN de satisfação dos clientes.

Há alguma prática que considere a comunicação com o consumidor no desenvolvimento dos produtos e serviços financeiros adequados a necessidade, interesses e objetivos dos consumidores?



No Banco Mercantil o Processo de **formatação de produtos e serviços** é definido conforme o **Fluxo de Desenvolvimento de Produtos e Serviços**, instituído por normativo interno. As áreas gestoras dos produtos e serviços, quando da criação, alteração de suas características ou revisão de sua estratégia devem obrigatoriamente, seguir este fluxo.

Na fase de desenho ou projeto do produto em que são definidas as suas principais características, público-alvo, necessidades dos clientes, os canais de contratação e a formalística da contratação, -existe a participação das Gerências de Ouvidoria e de Canais de Atendimento Eletrônico responsáveis pela recepção e tratamento de demandas dos clientes e usuários recebidas por todos os canais de atendimento, inclusive por canais externos como PROCON e RDR. Essa participação, visa considerar no processo de idealização dos produtos e serviços, a comunicação de retorno dos clientes e usuários em relação aos nossos produtos e serviços existentes, visando sempre melhoria do portfólio, como também, melhoria operacional e efetividade.

Concluído o processo do desenvolvimento do produto, mas antes de iniciar a sua comercialização, a adequação da comunicação do produto e serviço ao seu público-alvo é garantida por meio do processo de governança estabelecida com definição de fluxo operacional e envolvimento de várias áreas no processo de aprovação dos materiais endereçados aos clientes e usuários. A Gerência de Marketing Corporativo submete via ferramenta de gestão, para a avaliação da Ouvidoria e demais áreas envolvidas, as comunicações que divulguem ou prestem informações a respeito de produtos e serviços a clientes e usuários, independentemente do canal utilizado.

Ela é inovadora?



Sim o processo inicial de concepção dos projetos é inovador, pois garante o envolvimento das áreas de Ouvidoria, Capital Humano (treinamento), Marketing e Canais de Atendimento Eletrônico entre outras.

Quais os benefícios para o consumidor?



O benefício para o consumidor é garantir o acesso às informações a respeito de produtos e serviços de forma clara, precisa e tempestiva. O objetivo é dar a ele condições de analisar com clareza para que as suas contratações sejam realizadas de forma transparente, de acordo com as suas necessidades e condições.

Como eles foram mensurados?



Por meio do histórico de permanência no produto e avaliação da desistência ou cancelamento após contratação.

Exemplo: Ação para adequação de clientes com utilização de serviços inferior ao contratado – pacote de serviços

MERCANTIL do BRASIL Mariana

Você tem o **Pacote Completo MB**, no valor de R\$90. Pelo seu perfil, o **Pacote Simples MB**, de R\$48, é o mais adequado.

Para cancelar a adesão ao Pacote de Serviços, entre em contato com o Gente Fone: 4004 1044 (capitais e regiões metropolitanas) 0800 70 70 389 (demais localidades)

Mais informações, consulte a Tabela de Tarifas em uma agência MB.

Prosseguir

MERCANTIL do BRASIL Mariana

Você tem um **Pacote de Serviços** contratado no MB. Pelo seu perfil de utilização da conta corrente os **Serviços Essenciais** atendem a sua necessidade e são **gratuitos**.

Para **cancelar** a adesão ao Pacote de Serviços acesse o menu Outras Opções.

Dúvidas ou sugestões entre em contato com o Gente Fone: 4004 1044 (capitais e regiões metropolitanas) ou 0800 70 70 389 (demais localidades).

Prosseguir

Dos clientes que decidiram pela contratação de alguma modalidade de Pacote de Serviço e que não utilizam toda a franquia de serviços desta modalidade, apenas 1% decide pelo cancelamento do pacote após comunicarmos sobre esta condição.

Vale ressaltar, também, que o Comitê de Condutas Éticas monitora as ocorrências de suspeita e/ou eventual indício de desvios de conduta.

Há alguma prática que considere a comunicação com o consumidor no desenvolvimento dos produtos e serviços financeiros adequados a necessidade, interesses e objetivos dos consumidores?



A fim de garantir a devida comercialização de novos ou alteração de produtos/ serviços, asseguramos que toda proposta seja validada por um Comitê multidisciplinar composto pela área gestora do Produto, todas as áreas técnicas envolvidas no processo, além de Compliance e Riscos, para garantir a devida adequação às políticas de comercialização “Simples, Pessoal e Justo”, além de levar a conhecimento da alta administração do Banco eventuais problemas observados ao longo da vida dos produtos e serviços.

Este comitê avalia, entre outras questões:

- A adaptação ao regulamento local dos manuais e procedimentos de desenvolvimento das políticas corporativas de comercialização;
- O nível geral de conhecimento, experiência e qualificação do cliente a que será destinado o Produto/ Serviço;
- Se foi prevista na proposta de comercialização de cada produto, canais que garantam a todo momento que se cumpram os princípios de transparência informativa e que possuam mecanismos de proteção adequados.

Exigindo que o processo de venda, inclua a documentação comercial e contratual. Explicação detalhada sobre o funcionamento do produto, apresentando de maneira objetiva seu custo, seus riscos e, se for o caso, a rentabilidade frente a diferentes cenários, garantindo que não sejam geradas expectativas não razoáveis ou indução do cliente a erro e também responsabilizando a pessoa que realiza a venda a se assegurar de que o cliente tem o entendimento sobre o produto. Condicionando que, se houver dúvida razoável de que o cliente tenha entendido corretamente o produto, não se poderá proceder a venda.

Ela é inovadora?



Sim, por garantir em fórum único a discussão e viabilidade de aplicação das condições exigidas por cada um dos departamentos envolvidos, além de manter os interesses dos clientes no foco do processo.

Quais os benefícios para o consumidor?



Garantia de recebimento de uma oferta que equilibra os custos assumidos por ele e a utilidade ou expectativa de benefício que o produto oferece (valor econômico para o cliente).

Além de um processo desenvolvido *end to end* com todas as áreas envolvidas, garantindo a ele a melhor oferta e jornada.

Como eles foram mensurados?



Acompanhamento e confecção de reportes do Produto/ processo implementado durante toda a sua vida por meio de:

- Revisão do público-alvo, do tratamento comercial associado, dos canais de comercialização e

da documentação comercial ou contratual;

- Adoção de medidas preventivas ou corretivas (incluindo medidas comerciais de reestruturação ou a remoção de um produto do catálogo);
- Imposição de controles adicionais.



Regra do Normativo SARB nº 017/2016:

Art. 11. As Instituições Financeiras Signatárias deverão incluir critérios de adequação de produtos e serviços ao perfil do consumidor em suas políticas de incentivo.

§ 1º Para fins do cumprimento do disposto neste artigo, as políticas de incentivos, direcionadas aos funcionários da própria Instituição Financeira Signatária e aos correspondentes no país:

- (a) deverão considerar, para definição dos incentivos, critérios relacionados a cancelamentos de contratações logo após sua efetivação ou a reclamações de clientes relacionadas a vendas com vícios de comercialização;
- (b) deverão contemplar incentivos negativos para o caso de descumprimento das regras deste Normativo; e
- (c) no caso de funcionários da própria Instituição Financeira, não deverão prever remuneração variável baseada exclusivamente em comissão por vendas de produtos ou serviços por ele realizadas.

§2º O cumprimento da obrigação descrita neste artigo será avaliado periodicamente pela Instituição Financeira Signatária, por meio de seus mecanismos de avaliação e monitoramento do processo de oferta de produtos e serviços.



POLÍTICAS DE INCENTIVOS

I - Cancelamentos e Vícios de Comercialização



O cancelamento da contratação, conforme disposto no normativo, logo após a sua efetivação, está previsto na política de incentivos?



Não há política de incentivos vinculada ao produto diretamente.

Quais os benefícios para o consumidor?



Os produtos em comercialização atendem as legislações vigentes sobre os prazos de cancelamento e desistência da compra. **Caso o cliente efetive o cancelamento, a venda não é contabilizada para efeitos de programa de avaliação de desempenho. Ressaltamos que não há incentivo financeiro por vendas de produtos do BB.**

Como eles foram mensurados?



São mensurados pela quantidade de reclamações registradas no SAC/Ouvidoria.

O cancelamento da contratação, conforme disposto no normativo, logo após a sua efetivação, está previsto na política de incentivos?



REDE DE AGÊNCIAS - Sim, nas ações de promoção de vendas de produtos os clientes são orientados sobre os mesmos, no entanto se ainda assim realizar a contratação, o **cancelamento poderá ser realizado, observando o saldo devedor, se houver, para que somente as contratações legítimas sejam afetivamente contabilizadas.**

Quais os benefícios para o consumidor?



REDE DE AGÊNCIAS - O **consumidor pagará somente pelo que for contratado legitimamente**, não havendo o desejo de novas contratações e manifestando a vontade pelo cancelamento, sua solicitação será atendida.

PESSOAL - O atendimento de qualidade pautado na proposta suprir a demanda apontada pelo cliente, dentro de elevados padrões éticos.

Como eles foram mensurados?



Acompanhamento realizado através de controles sistêmicos.

O cancelamento da contratação, conforme disposto no normativo, logo após a sua efetivação, está previsto na política de incentivos?



A política de incentivos prevê que somente operações efetivamente realizadas são consideradas. A remuneração variável do Agente de Microcrédito contempla alguns indicadores, entre eles a contratação. Como a apuração de desempenho leva em consideração os resultados acumulados, não apenas do último mês, as contratações canceladas saem deste acumulado, não havendo portanto remuneração nestes casos. **Quando é identificado um aumento do volume de cancelamentos, os agentes de microcrédito são monitorados.**

O cancelamento da operação está previsto de acordo com a legislação vigente: incentivo positivo para estimular as contratações e negativo para evitar contratações que venham a ser canceladas.

Quais os benefícios para o consumidor?



Conhecer adequadamente os produtos e serviços ofertados, com a possibilidade de desistência ou cancelamento, caso não estejam de acordo com a proposta.

Como eles foram mensurados?



Sem resposta.

O cancelamento da contratação, conforme disposto no normativo, logo após a sua efetivação, está previsto na política de incentivos?



Para situações de cancelamentos de contratações logo após sua efetivação ou a reclamações de clientes relacionadas a vendas com vícios de comercialização, **o funcionário responsável pela venda é penalizado em indicadores comerciais podendo ser inclusive desclassificado de campanhas vigentes.**

Conforme políticas de incentivo são definidos os Indicadores e Pesos de incentivos, com intuito de melhorar a qualidade na prestação do serviço, com previsão de incentivos negativos em caso de venda inadequada de produtos ou serviços.

Os ônus são aplicados aos Gerentes de Área, Coordenação e Supervisão do Bradesco, inclusive em relação aos correspondentes bancários, com o propósito de sinalizar o não atingimento de determinado indicador e com intuito de melhorar a qualidade na prestação do serviço, ocasionando na perda de pontos no programa POBJ.

Os objetivos relacionados à produtos e serviços são representados nas políticas por temas quantitativos e qualitativos, conforme classificação de famílias de produtos e indicadores. As regras são revisadas periodicamente, e ao longo do ano, diante de uma demanda interna.

Quais os benefícios para o consumidor?



Os benefícios para os clientes e usuários se baseiam, preponderantemente, na oferta de produtos e serviços adequada às suas necessidades, interesses e objetivos. Abarca, também, a apresentação das tarifas e prestações de informações a respeito do produto ou serviço de maneira clara, precisa e adequada, inclusive quanto aos seus direitos e deveres, responsabilidades, custos ou ônus, penalidades e eventuais riscos existentes, possibilitando a livre escolha e tomada de decisão, subsidiando-se de roteiros e scripts para este atendimento, contemplando todas as informações necessárias para amparar a decisão do cliente.

Aderência da oferta às necessidades do consumidor. Garantir que receba ofertas transparentes e com todas as informações essenciais ao cliente. Qualidade no atendimento e oferta da solução mais apropriada de acordo com seu perfil e necessidade. Incentivo a oferta apropriada ao cliente e ao relacionamento sustentável.

Como eles foram mensurados?



A mensuração dos benefícios aos consumidores se dá por meio do acompanhamento de métricas que propiciam a identificação de possíveis desvios ou apontamentos para imediata correção e eliminação de pontos que possam lesar, de alguma forma, o cliente, de análise de indicadores da ouvidoria, acompanhamento dos indicadores de inadimplência e por meio de relatórios de acompanhamento. A satisfação do cliente é medida pelo monitoramento das manifestações recebidas nos diversos canais de atendimento.

É realizado acompanhamento do volume de atendimento ao cliente. Podemos mensurar a assertividade pela quantidade de interações recebidas sobre empréstimos/investimentos. Indicadores de aprovação/recusa de crédito. Pesquisas de satisfação; Contratações por canais de autoatendimento; Conversão de ofertas; Recontratações e renovações de consumo, dentre outros.

A Organização está com o programa de monitoramento quanto ao relacionamento com clientes e usuários que abrange áreas de suporte e controle, produtos e serviços e atendimento ao cliente para implementação de métricas e indicadores que se fazem necessários mediante levantamento realizado para compor quadro de controle corporativo sobre o tema.

O cancelamento da contratação, conforme disposto no normativo, logo após a sua efetivação, está previsto na política de incentivos?



Sim está previsto. A apuração da comissão de correspondentes prevê o estorno em caso de cancelamento da operação logo após a sua efetivação.

Conforme abaixo, há previsão no contrato com o Correspondente Bancário de cláusula que determina o desconto em caso de fraude e cancelamento.

Figura 22. Cláusula de Cancelamento

10.4.	O pagamento da remuneração devida pela CCB BRASIL somente será realizado com a entrega da Nota Fiscal ou do Recibo pelo CORRESPONDENTE à CCB BRASIL, de acordo com a forma de quitação ajustada entre as partes.
10.5.	Fica acordado entres as partes que, nos pedidos de portabilidade, conforme Resolução n.º 4292/2013 do Banco Central do Brasil, o CORRESPONDENTE será responsável pelo pagamento do RCO (Ressarcimento de Custos Operacionais), tanto nas operações efetivadas e quanto nas operações que não foram efetivadas por qualquer motivo. <ul style="list-style-type: none"> a) O valor do RCO será calculado de forma proporcional ao prazo a decorrer da OPERAÇÃO de Crédito a ser portada; b) O RCO não poderá, de qualquer forma ou a qualquer título, ser cobrado ou repassado ao MUTUÁRIO, sob pena do CORRESPONDENTE responder pelos eventuais prejuízos causados a CCB BRASIL e ao MUTUÁRIO. c) Os custos inerentes às tarifas sobre as solicitações de Portabilidade – "CTC", junto ao Banco Credor Originário, serão reembolsados pelo CORRESPONDENTE quando evidenciado a falta de atuação deste na finalização das operações; bem como após a terceira tentativa de portar a mesma operação sem o efetivo êxito.
10.6.	A remuneração que trata o "caput" estará obrigatoriamente de acordo com a Resolução n.º 4.294, de 20 de dezembro de 2013, e será feita da seguinte forma: <ul style="list-style-type: none"> a) Pagamento à vista, quando relativo aos esforços desempenhados na captação do cliente no momento da originação da OPERAÇÃO, sendo o máximo de 6% (seis por cento) do valor de OPERAÇÃO de crédito encaminhada, repactuada ou renovada; ou o máximo de 3% (três por cento) do valor de OPERAÇÃO objeto de portabilidade; b) O Pagamento pro rata temporis ao longo do prazo do contrato, relativo a outros serviços prestados após a originação, a ser feito da seguinte maneira: <ul style="list-style-type: none"> (i) O Correspondente Bancário receberá de acordo com o pagamento da PMT do contrato celebrado entre a CCB BRASIL e o cliente, recebido via consignação, em até 60 dias do vencimento. Expirado este prazo, o correspondente não mais terá direito a esta remuneração. (ii) O Correspondente Bancário não fará jus ao pagamento quando este for feito sobre o recebimento realizado via cobrança – boleto ou débito em conta. (iii) Em se tratando de baixa parcial, o Correspondente Bancário só receberá a comissão depois da liquidação integral da parcela, desde que esta ocorra em até 60 dias do vencimento.
10.7.	Parágrafo Quinto – Quando da indicação de seguros aos clientes da CCB BRASIL ("SEGUROS"), o CORRESPONDENTE fará jus a uma remuneração equivalente a um percentual previamente divulgado pela CCB BRASIL e aplicado sob o valor do prêmio do SEGURO contratado.
10.8.	Fica ajustado que os tributos e encargos incidentes sobre a remuneração prevista nesta Cláusula são de responsabilidade única e exclusiva do CORRESPONDENTE.
10.9.	Somente serão remuneradas as OPERAÇÕES que: <ul style="list-style-type: none"> a) Tenham sido originadas com observância integral do disposto neste Contrato, Políticas Internas e demais documentos integrantes; b) Tenham sido objeto de efetiva concessão do crédito pela CCB BRASIL ao cliente; c) Tenha ocorrido o cancelamento por parte dos clientes em até 7 (sete) dias, contados da data assinatura da proposta de OPERAÇÃO/SEGURO; d) Não tenham sido objeto de cancelamento por parte dos clientes em até 7 (sete) dias, contados da data assinatura da proposta de OPERAÇÃO/SEGURO; e) No caso de cancelamento por parte dos clientes em até 7 (sete) dias, contados da data assinatura da proposta de OPERAÇÃO/SEGURO, não tenha ocorrido o pagamento ao pagador, e; f) Tenham sido recepcionadas pela CCB BRASIL devidamente formalizadas e acompanhadas dos documentos exigidos, no prazo estabelecido nas Políticas Internas. g) Não tenham sido objeto de liquidação em menos de 180 (cento e oitenta) dias contados da formalização do contrato; h) Não seja operação liberada mediante pagamento via ORDEM DE PAGAMENTO permanecida sem saque pelo MUTUÁRIO por mais de 15 (quinze) dias; i) Não tenha ocorrido atraso no envio de contratos por mais de 15 (quinze) dias.

Demonstramos o contrato firmado com o Correspondente Bancário, que define o não pagamento de remuneração em caso de cancelamento.

Quais os benefícios para o consumidor?



Os benefícios para o consumidor se baseiam na oferta de produtos e serviços adequados às necessidades, interesses e objetivos. Abarca, também, a apresentação das tarifas e prestações de informações a respeito do produto ou serviço de maneira clara, precisa e adequada, inclusive

quanto aos seus direitos e deveres, responsabilidades, custos ou ônus, penalidades e eventuais riscos existentes.

Como eles foram mensurados?



Funcionário: Ao final de cada bimestre, são apurados os cancelamentos de contratação e deduzidos da remuneração variável.

Correspondente: Os cancelamentos efetuados em até 30 dias após sua efetivação, são estornados na comissão do correspondente no próximo período de pagamento, que pode ser semanal, quinzenal ou mensal.



O cancelamento da contratação, conforme disposto no normativo, logo após a sua efetivação, está previsto na política de incentivos?

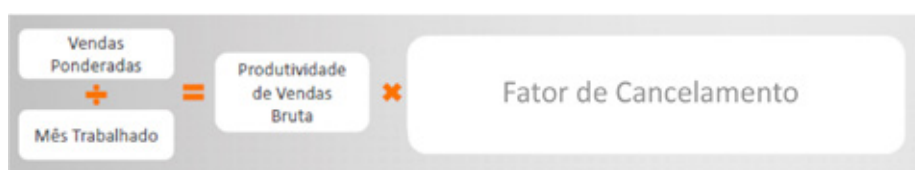


Os cancelamentos após as contratações estão contidos dentro dos **programas de incentivo e contra incentivo** do banco (Anexo 50).

Anexo 50: Extrato resumido dos programas de incentivo
Remuneração Semestral

Itens de Avaliação	Agências
FINANCEIRO	450
NEGÓCIO	300
AGIR MENSAL	50
ATENDIMENTO	200
Total	1000
BÔNUS: Cancelamento	50

Remuneração Mensal



Quais os benefícios para o consumidor?



Garantia de uma venda clara e transparente por parte dos colaboradores do banco. Sempre alinhada com as necessidades, objetivos e capacidade de pagamento do cliente.

Como eles foram mensurados?



O Itaú-Unibanco monitora os processos de oferta de produtos e serviços, a qualidade de vendas e os índices de reclamação e cancelamento mensalmente. Todas as agências e seus colaboradores passam por estas avaliações periódicas de maneira a garantir o controle das métricas de qualidade.

O cancelamento da contratação, conforme disposto no normativo, logo após a sua efetivação, está previsto na política de incentivos?



Sim. A desistência ou cancelamento do produto e serviço é desconsiderado da produtividade da equipe comercial e hierarquias superiores.

Exemplo do quadro do Índice de Adequação de um Gerente

Tipo de Ocorrência	% Redutor PLR por Ocorrência	Quantidade de Ocorrências	% Redutor
RECLAMAÇÕES SAC/OUVIDORIA/ÓRGÃOS DE FISCALIZAÇÃO	-1,00	0,00	0,00
CANCELAMENTO DE ABERTURA DE CONTA OU DE CONTRATAÇÃO DE PRODUTOS/SERVIÇOS	-1,00	8,00	-8,00
VENDA DE PRODUTO FORA DO PERFIL DO CLIENTE (SUITABILITY)	-1,00	3,00	-3,00
RECLAMAÇÃO SOBRE ATENDIMENTO PRESTADO	-1,00	3,00	-3,00
ADVERTÊNCIA VERBAL	-10,00	0,00	0,00
ADVERTÊNCIA ESCRITA	-30,00	0,00	0,00
SUSPENSÃO	-50,00	0,00	0,00
% Redutor Total			-14,00
% Fator de Ajuste da PLR			86,00

Quais os benefícios para o consumidor?



Maior segurança para o cliente e garantia de confiança, isenção e transparência do profissional de venda.

Como eles foram mensurados?



Por meio do histórico de permanência no produto e avaliação da desistência ou cancelamento após contratação.

Exemplo: Ação para adequação de clientes com utilização de serviços inferior ao contratado – pacote de serviços

The image displays two screenshots of a mobile application interface for Mercantil do Brasil. Both screenshots feature a dark blue header with the Mercantil do Brasil logo on the left and the name 'Mariana' on the right. The main content area is framed by a yellow and black diagonal striped border, resembling a warning sign. The top screenshot contains the following text: 'Você tem o **Pacote Completo MB**, no valor de R\$90. Pelo seu perfil, o **Pacote Simples MB**, de R\$48, é o mais adequado.' Below this, it says 'Para cancelar a adesão ao Pacote de Serviços, entre em contato com o Gente Fone: 4004 1044 (capitais e regiões metropolitanas) 0800 70 70 389 (demais localidades)' and 'Mais informações, consulte a Tabela de Tarifas em uma agência MB.' A blue button labeled 'Prosseguir' is located at the bottom right. The bottom screenshot contains the text: 'Você tem um **Pacote de Serviços** contratado no MB. Pelo seu perfil de utilização da conta corrente os **Serviços Essenciais** atendem a sua necessidade e são **gratuitos**.' Below this, it says 'Para **cancelar** a adesão ao Pacote de Serviços acesse o menu Outras Opções.' and 'Dúvidas ou sugestões entre em contato com o Gente Fone: 4004 1044 (capitais e regiões metropolitanas) ou 0800 70 70 389 (demais localidades).' A blue button labeled 'Prosseguir' is also present at the bottom right.

Dos clientes que decidiram pela contratação de alguma modalidade de Pacote de Serviço e que não utilizam toda a franquia de serviços desta modalidade, apenas 1% decide pelo cancelamento do pacote após comunicarmos sobre esta condição.

Vale ressaltar, também, que o Comitê de Condutas Éticas monitora as ocorrências de suspeita e/ou eventual indício de desvios de conduta.



O cancelamento da contratação, conforme disposto no normativo, logo após a sua efetivação, está previsto na política de incentivos?

Quais os benefícios para o consumidor?

Como eles foram mensurados?



O sistema de incentivos do Banco Santander se baseia na avaliação de desempenho através de um *balanced scorecard*, em que também são consideradas vendas de produtos, crescimentos na base de clientes, resultado e qualidade. Em casos de cancelamentos de contratação dentro do próprio mês, a produção não é contabilizada para os gerentes e agências envolvidas. Mais que isto, caso estes cancelamentos se configurem como uma venda não solicitada pelo cliente, internamente conhecida como comportamento não tolerado (dentre outros), o gerente envolvido sofre penalização em sua remuneração variável, dado que os comportamentos não tolerados, assim como cancelamentos dos produtos com maiores incidências, compõem o Índice da Experiência do Cliente (IEX), que é utilizado como redutor de RV. Para casos de encerramento de contas, o desempenho dos gerentes é medido pelo crescimento de base, não apenas pela abertura de novas contas. Sendo assim, os gerentes não são estimulados a abrir contas sem que o cliente assim deseje, dado que o encerramento pode penalizá-lo neste indicador.

O benefício destas práticas para o consumidor é maior qualidade no atendimento prestado, com oferta dos produtos e serviços mais adequados às suas necessidades, resultando em maior satisfação. A satisfação dos clientes é apurada pelo NPS (net promoter score), que passou a ser apurado em 2017, e apresenta importante evolução desde a implantação do modelo comercial.



Quais são os incentivos negativos utilizados?



O BB possui **soluções disciplinares** em que é assegurada a ampla defesa do funcionário para as ocorrências confirmadas de negócios não sustentáveis.

Quais os benefícios para o consumidor?



Entende-se que o caráter educativo que a ferramenta de monitoramento de transações de negócios (MTN) proporciona para os funcionários da rede do Banco do Brasil tem reflexo direto no **aumento da satisfação dos clientes** na aquisição de produtos e serviços.

Como eles foram mensurados?



São mensurados pela quantidade de **dúvidas/reclamações registradas no SAC/Ouvidoria**.

II - Incentivos Negativos nos Casos de Inadequação de Produtos e Serviços



Quais são os incentivos negativos utilizados?



Sanções administrativas.

Quais os benefícios para o consumidor?



Garantia de um ambiente respeitoso na relação com a IF.

Como eles foram mensurados?



Pesquisa de satisfação do cliente, demandas SAC/Ouvidoria.

Quais são os incentivos negativos utilizados?



Todo reconhecimento ou premiação pelos resultados alcançados estão vinculados ao risco e a conformidade dos processos. Os Programas de Microfinanças do Banco do Nordeste são operacionalizados por parceiro privado, que se responsabiliza pelo acompanhamento da política de incentivos. Nesse contexto, utiliza-se a monitoração como mecanismo de validação dos negócios, buscando-se bom nível de qualidade dos processos. **Funcionários identificados negativamente na monitoração sofrem sanções, que vão desde advertências até o desligamento.**

Quais os benefícios para o consumidor?



Evitar contratações indevidas.

Como eles foram mensurados?



Sem resposta.

Exemplo: Trecho da política interna do parceiro privado (INEC) sobre sanções disciplinares

MANUAL DE MONITORAÇÃO PRESENCIAL DAS UNIDADES - AGROAMIGO	
	Versão 007 – 28/03/2017
TÍTULO 05 – ATIVIDADES APÓS A MONITORAÇÃO	
CAPÍTULO 04 – Sanções Disciplinares	

1. O INEC definirá quais sanções disciplinares serão aplicadas aos seus empregados, tendo por base as ocorrências verificadas em Monitoração e os normativos vigentes, ressaltando que as sinalizadas pela Gerência de Monitoração devem ser submetidas para aprovação da Diretoria Executiva.

Quais são os incentivos negativos utilizados?



O Bradesco possui Programa de Objetivos anual, que prevê inúmeras métricas, inclusive com penalizações em caso de reclamações de clientes ou na identificação de vícios na comercialização. Para situações de cancelamentos de contratações logo após sua efetivação ou a reclamações de clientes relacionadas a vendas com vícios, **o funcionário responsável pela venda é penalizado em indicadores comerciais podendo ser inclusive desclassificado de campanhas vigentes.**

Conforme políticas de incentivo são definidos os Indicadores e Pesos com intuito de melhorar a qualidade na prestação do serviço, com previsão de incentivos negativos em caso de venda inadequada de produtos ou serviços.

Os ônus são aplicados aos Gerentes de Área, Coordenação e Supervisão do Bradesco, inclusive em relação aos correspondentes bancários, com o propósito de sinalizar o não atingimento de determinado indicador e com intuito de melhorar a qualidade na prestação do serviço, ocasionando na perda de pontos no Programa de Objetivos.

Os objetivos relacionados à produtos e serviços são representados nas políticas por temas quantitativos e qualitativos, conforme classificação de famílias de produtos e indicadores.

Quais os benefícios para o consumidor?



Os benefícios para os clientes e usuários se baseiam, preponderantemente, na oferta de produtos e serviços adequada às suas necessidades, interesses e objetivos. Abarca, também, a apresentação de informações a respeito do produto ou serviço de maneira clara, precisa e adequada, inclusive quanto aos seus direitos e deveres, responsabilidades, custos ou ônus, penalidades e eventuais riscos existentes, possibilitando a livre escolha e tomada de decisão, subsidiando-se de roteiros e scripts para este atendimento, contemplando todas as informações necessárias para amparar a decisão do cliente.

Aderência da oferta às necessidades do consumidor. Garantir que receba ofertas transparentes e com todas as informações essenciais ao cliente. Qualidade no atendimento e oferta da solução mais apropriada de acordo com seu perfil e necessidade. Incentivo a oferta apropriada ao cliente e ao relacionamento sustentável.

Como eles foram mensurados?



A mensuração dos benefícios aos consumidores se dá por meio do acompanhamento de métricas que propiciam a identificação de possíveis desvios ou apontamentos para imediata correção e eliminação de pontos que possam lesar, de alguma forma, o cliente. Este acompanhamento ocorre através de indicadores de inadimplência e reclamações e por meio de relatórios de acompanhamento. A satisfação do cliente é medida pelo monitoramento das manifestações recebidas nos diversos canais de atendimento.

É realizado acompanhamento do volume de atendimento ao cliente. Podemos mensurar a **assertividade** pela quantidade de interações recebidas sobre empréstimos/investimentos. Indicadores de aprovação/recusa de crédito. Pesquisas de satisfação; Contratações por canais de autoatendimento; Conversão de ofertas; Recontratações e renovações de consumo, dentre outros.

A Organização está com o programa de monitoramento quanto ao relacionamento com clientes e usuários que abrange áreas de suporte e controle, produtos e serviços e atendimento ao cliente para implementação de métricas e indicadores que se fazem necessários mediante levantamento realizado para compor quadro de controle corporativo sobre o tema.

Quais são os incentivos negativos utilizados?



Todo reconhecimento ou premiação pelos resultados alcançados estão vinculados ao risco e a conformidade dos processos. Em caso de pendências de contratos e fraudes sentenciadas, são descontados da comissão dos correspondentes.

Figura 23. Clausula de não Remuneração do Correspondente

<p>10.4. O pagamento da remuneração devida pela CCB BRASIL somente será realizado com a entrega da Nota Fiscal ou do Recibo pelo CORRESPONDENTE à CCB BRASIL, de acordo com a forma de quitação ajustada entre as partes.</p> <p>10.5. Fica acordado entre as partes que, nos pedidos de portabilidade, conforme Resolução nº 4292/2013 do Banco Central do Brasil, o CORRESPONDENTE será responsável pelo pagamento do RCO (Resarcimento de Custos Operacionais), tanto nas operações efetivadas e quanto nas operações que não foram efetivadas por qualquer motivo.</p> <p>a) O valor do RCO será calculado de forma proporcional ao prazo a decorrer da OPERAÇÃO de Crédito a ser portada;</p> <p>b) O RCO não poderá, de qualquer forma ou a qualquer título, ser cobrado ou repassado ao MUTUÁRIO, sob pena do CORRESPONDENTE responder pelos eventuais prejuízos causados a CCB BRASIL e ao MUTUÁRIO.</p> <p>c) Os custos inerentes às tarifas sobre as solicitações de Portabilidade - "CTC", junto ao Banco Credor Originário, serão reembolsados pelo CORRESPONDENTE quando evidenciado a falta de atuação deste na finalização das operações; bem como após a terceira tentativa de portar a mesma operação sem o efetivo êxito.</p> <p>10.6. A remuneração que trata o "caput" estará obrigatoriamente de acordo com a Resolução n.º 4.294, de 20 de dezembro de 2013, e será feita da seguinte forma:</p> <p>a) Pagamento à vista, quando relativo aos esforços desempenhados na captação do cliente no momento da originção da OPERAÇÃO, sendo o máximo de 6% (seis por cento) do valor de OPERAÇÃO de crédito encaminhada, repactuada ou renovada; ou o máximo de 3% (três por cento) do valor de OPERAÇÃO objeto de portabilidade;</p> <p>b) O Pagamento pro rata temporis ao longo do prazo do contrato, relativo a outros serviços prestados após a originção, a ser feito da seguinte maneira:</p> <p>(i) O Correspondente Bancário receberá de acordo com o pagamento da PMT do contrato celebrado entre a CCB BRASIL e o cliente, recebido via consignação, em até 60 dias do vencimento. Expirado este prazo, o correspondente não mais terá direito a esta remuneração.</p> <p>(ii) O Correspondente Bancário não fará jus ao pagamento quando este for feito sobre o recebimento realizado via cobrança - boleto ou débito em conta.</p> <p>(iii) Em se tratando de baixa parcial, o Correspondente Bancário só receberá a comissão depois da liquidação integral da parcela, desde que esta ocorra em até 60 dias do vencimento.</p> <p>10.7. Parágrafo Quinto - Quando da indicação de seguros aos clientes da CCB BRASIL ("SEGUROS"), o CORRESPONDENTE fará jus a uma remuneração equivalente a um percentual previamente divulgado pela CCB BRASIL e aplicado sob o valor do prêmio do SEGURO contratado.</p> <p>10.8. Fica ajustado que os tributos e encargos incidentes sobre a remuneração prevista nesta Clausula são de responsabilidade única e exclusiva do CORRESPONDENTE.</p> <p>10.9. Somente serão remuneradas as OPERAÇÕES que:</p>	<p>10.9. Somente serão remuneradas as OPERAÇÕES que:</p> <p>a) Tenham sido originadas com observância integral do disposto neste Contrato, Políticas Internas e demais documentos integrantes;</p> <p>b) Tenham sido objeto de efetiva concessão do crédito pela CCB BRASIL ao cliente;</p> <p>c) Tenha ocorrido a efetiva averbação da OPERAÇÃO em folha de pagamento do pagador;</p> <p>d) Não tenham sido objeto de cancelamento por parte dos clientes em até 7 (sete) dias, contados da data assinatura da proposta de OPERAÇÃO/SEGURO;</p> <p>e) No caso de portabilidade, que esta tenha sido efetivada, com liberação da margem consignável e averbação da OPERAÇÃO em folha de pagamento do pagador; e,</p> <p>f) Tenham sido recepcionadas pela CCB BRASIL devidamente formalizadas e acompanhadas dos documentos exigidos, no prazo estabelecido nas Políticas Internas.</p> <p>g) Não tenham sido objeto de liquidação em menos de 180 (cento e oitenta) dias contados da formalização do contrato;</p> <p>h) Não seja operação liberada mediante pagamento via ORDEM DE PAGAMENTO permanecida sem saque pelo MUTUÁRIO por mais de 15 (quinze) dias;</p> <p>i) Não tenha ocorrido atraso no envio de contratos por mais de 15 (quinze) dias.</p>
--	--

Figura 24. Clausula de Fraudes

<p>CLÁUSULA 15ª - DA APURAÇÃO E RESPONSABILIDADE NAS FRAUDES</p> <p>15.1. Caso a qualquer tempo, houver a constatação da existência de indícios de fraudes nos documentos encaminhados pelo CORRESPONDENTE, relativos às OPERAÇÕES/SEGUROS, oriunda da consecução dos serviços objeto deste Contrato, ficará o CORRESPONDENTE obrigado a pagar, de forma imediata, à CCB BRASIL, o valor integral da OPERAÇÃO/CONTRATO, considerando o crédito disponibilizado ao cliente final, quitações efetuadas em outras instituições, comissão da OPERAÇÃO, corrigidos com base na taxa de juros das referidas OPERAÇÕES/SEGUROS, desde a data da liberação dos recursos ao tomador do crédito ou à fornecedora do bem ou serviço financiado, até a data do efetivo reembolso pelo CORRESPONDENTE.</p> <p>15.2. O CORRESPONDENTE declara e aceita como verdadeira todas as apurações de fraudes realizadas pela equipe interna da CCB BRASIL ou por empresa terceirizada contratada por esta.</p>

Quais os benefícios para o consumidor?



Funcionário: A adoção destas penalidades na comissão fortalece a gestão/monitoramento dos Correspondentes credenciados, contribuindo para que haja maior qualidade na contratação e no pagamento das operações aos clientes, e, por consequência, melhoria na prestação de serviços ao consumidor.

Dentro da Instituição Financeira, cada Correspondente Bancário é ligado a um comercial responsável pela sua atuação. Esta ligação faz com que o funcionário monitore e oriente o correspondente a ofertar de forma transparente e ética os produtos ao cliente.

Correspondente: A adoção de penalidades ajuda ainda a regular a atuação do Correspondente na originação da operação, zelando pela qualidade da operação bem como pela proteção do consumidor.

Como eles foram mensurados?



Na apuração da comissão a ser paga ao Correspondente, são analisados a quantidade de contratos pendentes, reclamados e/ou que sofreram oposição por parte dos clientes, sendo que as comissões ao Correspondente Bancário referentes a estes contratos ficam bloqueadas. Quanto às Fraudes Sentenciadas, existe o processo de estorno da comissão bem como a quitação da operação por parte do Correspondente.

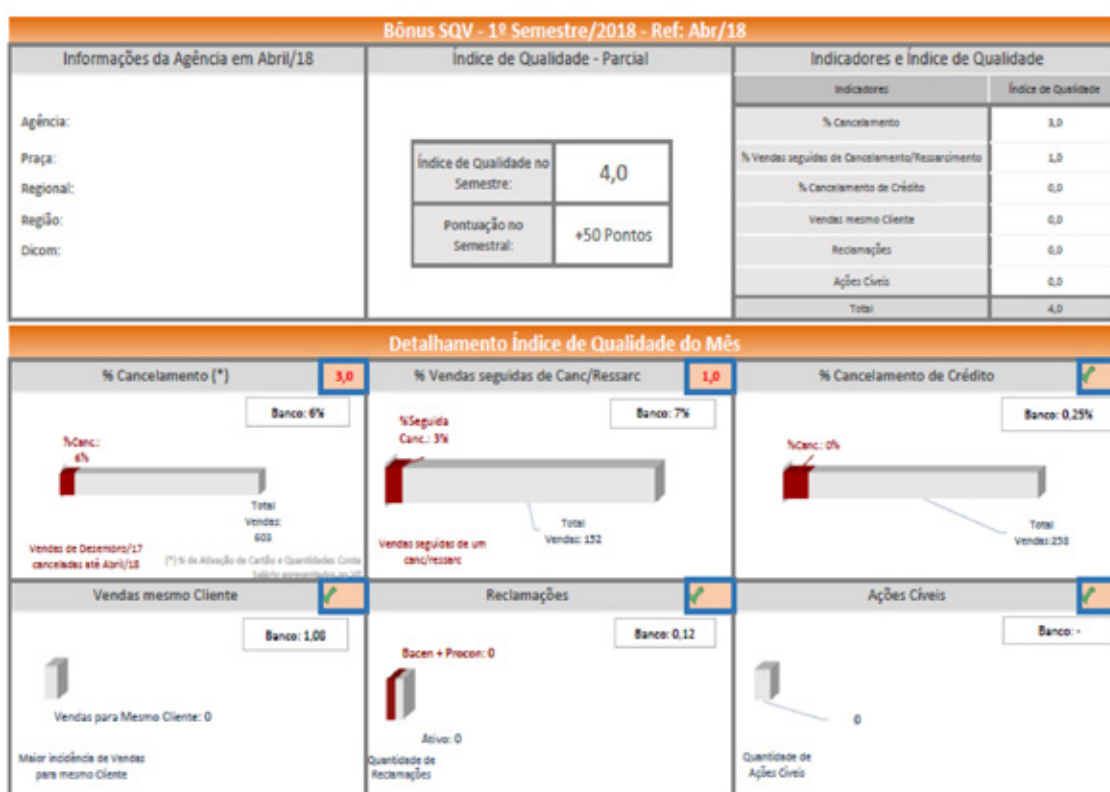


Quais são os incentivos negativos utilizados?



O programa de **Score de Qualidade de Vendas (SQV)** contempla incentivos negativos para comportamentos inadequados das equipes comerciais das agências. Dentro deste programa são consideradas contratações e reclamações de maneira a sensibilizar a remuneração variável e/ou plano de carreira dos colaboradores (Anexo 51).

Anexo 51: Extrato do SQV – Score de Qualidade de Vendas



Quais os benefícios para o consumidor?



Garantia de uma venda clara e transparente por parte dos colaboradores do banco. Sempre alinhada com as necessidades, objetivos e capacidade de pagamento do cliente.

Como eles foram mensurados?



O Itaú Unibanco monitora os processos de oferta de produtos e serviços, a qualidade de vendas e os índices de reclamação e cancelamento mensalmente. Todas as agências e seus colaboradores passam por estas avaliações periódicas de maneira a garantir o controle das métricas de qualidade.

Quais são os incentivos negativos utilizados?



Em dezembro de 2017 foi implementada a **Política de Gestão de Consequências** e o **Manual de Conduta**, que estão **relacionados** diretamente a **Política Institucional de Relacionamento com Clientes**. As principais lideranças da Empresa foram envolvidas para alinhamentos e participaram de uma reunião estratégica com o Comitê de Condutas Éticas do Banco.

Nessa reunião com as principais lideranças do Banco foi apresentada a Política de Gestão de Consequências e o Manual de Conduta. Esse **Manual define claramente as responsabilidades de cada um nesse contexto, em como avaliar a conduta no dia a dia, quais as condutas estão sujeitas a medidas disciplinares seja na relação com o ambiente de trabalho, nas atividades funcionais ou com o cliente e também quando uma conduta inadequada é identificada, ou seja, as medidas disciplinares aplicadas como advertências, suspensões e demissões com ou sem justa causa**. O Manual de Conduta faz parte da Trilha de Ambientação do funcionário e estagiário, na Estação do Conhecimento, e é obrigatório para todo novo colaborador do Mercantil do Brasil.

O Comitê de Condutas Éticas tem caráter permanente e objetivo de manter o zelo pelo bom cumprimento do Código de Ética, a partir da avaliação e deliberação sobre os casos de suspeitas e/ou indícios de eventuais desvios de condutas, bem como análise e decisão dos casos de denúncias sobre a ação de colaboradores, através dos diversos canais disponibilizados. Esses canais são o Canal de Denúncias, o SAC, a Ouvidoria, os líderes e as Auditorias Internas. Para todos os canais existem relatórios ou informações consolidadas que chegam ao conhecimento do Comitê de Condutas Éticas.

Exemplo de incentivos negativos utilizados em uma campanha.

CAMPANHA: 0316 - CAMPANHA EMPRESTIMOS INSS - ABRIL A JUNHO 2018						Próximo Nível Hierárquico
Data de Início: 01/04/2018		Data de Fim: 07/06/2018		Situação: EM APURACAO		
APURAÇÃO DE RESULTADOS						
Perfil:						
Prêmio:						
Data da Última Apuração: 25/07/2018						
Novo: Consig e Saq CC	Novo: Imed e Rápido	Novo: CP Antecip 13	Nova Venda: Consig	Nova Venda: Demais	Renovacao	
Valor Total da Premiação:						
Perfil:						
Prêmio:						
Data da Última Apuração: 25/07/2018						
Qtd Total Vendas	Meta Qtd Operacoes	% Realiz Meta	Inadeq: Reclamacao	Inadeq: Cancelamento	Inadeq: Liq Antecip	Inadeq: Suitability
		80,67	7,00	343,00	66,00	20,00
Valor Total da Premiação:						

Quais os benefícios para o consumidor?



O benefício percebido pelo consumidor é **receber de nossos colaboradores, um atendimento de qualidade, eficiência, proximidade, transparente** e na medida certa para atender as suas necessidades.

Como eles foram mensurados?



É possível avaliar a partir dos **indicadores das áreas de Negócios** como o “índice de reclamação de clientes” e “indicadores de gerenciamento de conduta” que tem seus índices cada vez melhores em relação a conduta adequada na oferta ou recomendação dos produtos e serviços.



Quais são os incentivos negativos utilizados?
Quais os benefícios para o consumidor?
Como eles foram mensurados?



O sistema de incentivos do Banco Santander prevê incentivos negativos, a fim de mitigar vícios de comercialização e más práticas de vendas. Neste sentido, é utilizado o Índice da Experiência do Cliente (IEX), que é composto por ponderação sobre a existência de comportamentos não tolerados, total de reclamações, e cancelamento de produtos, para avaliar o nível de enquadramento da experiência do cliente aos padrões definidos. Com base neste indicador, aplica-se penalizações na forma de reduções na remuneração variável dos gerentes que apresentem baixo enquadramento. Além disto, a recorrência de ações consideradas como não toleradas levam a uma escala de medidas disciplinares, que passam por aplicação de advertências e reduções na remuneração variável, podendo culminar no desligamento do gerente.

O benefício destas práticas para o consumidor é maior qualidade no atendimento prestado, com oferta dos produtos e serviços mais adequados às suas necessidades, resultando em maior satisfação. A satisfação dos clientes é apurada pelo NPS (net promoter score), que passou a ser apurado em 2017, e apresenta importante evolução desde a implantação do modelo comercial.

III - Proibição de Remuneração Variável Exclusivamente Vinculada a Venda



Como é aplicada a limitação?

Quais os benefícios para o consumidor?

Como eles foram mensurados?



Não se aplica ao BB, pois não há comissão por vendas.

Como é aplicada a limitação?



A IF não adota padrão de remuneração baseado exclusivamente em comissões por vendas. A IF segue os padrões remuneratórios estabelecidos por acordo coletivo da categoria.

Quais os benefícios para o consumidor? Como eles foram mensurados?



A oferta de produtos e serviços são realizadas conforme a necessidade e perfil do cliente, não baseadas em ganhos adicionais por meta alcançada.

Como é aplicada a limitação?



Não há remuneração variável na política de remuneração aos funcionários do Banco do Nordeste. Este mecanismo é aplicado pelo parceiro privado (INEC), considerando outros fatores de desempenho, que vão além da venda, como Renovação, Reembolso, Recuperação de Crédito e Acompanhamento.

Quais os benefícios para o consumidor? Como eles foram mensurados?



Sem respostas.

Exemplo: Trecho de política interna do parceiro privado (INEC), evidenciado que a remuneração variável considera outros fatores, além da venda

1.2. Remuneração Variável

Para todos os cargos com direito à Remuneração Variável (RV), será considerada a seguinte base de cálculo:

Variável	Peso
Contratação Crescer	15,0%
Contratação Mais	15,0%
Renovação	15,0%
Recuperação de Crédito	20,0%

Reembolso Efetivo	25,0%
Acompanhamento	10,0%
Total	100,0%

Como é aplicada a limitação?



Via de Regra o Bradesco não adota a sistemática de renda variável. Esta sistemática é utilizada em algumas das áreas do Bradesco, variando suas regras conforme as características do segmento, porém, **todas possuem em suas regras de aplicação a utilização de parâmetros qualitativos**, não levando em consideração apenas o valor de venda bruto. São compostas de uma avaliação 360° entre funcionários de todos os níveis hierárquicos, somado a desempenho individual durante o ano e desempenho da IF/área. Remunera de maneira coesa, com meritocracia, alcançando o rendimento do funcionário individualmente e perante o time.

Quais os benefícios para o consumidor?

Como eles foram mensurados?



Os benefícios para os clientes e usuários se baseiam, preponderantemente, na oferta de produtos e serviços adequada às suas necessidades, interesses e objetivos. Abarca, também, a apresentação das tarifas e prestações de informações a respeito do produto ou serviço de maneira clara, precisa e adequada, inclusive quanto aos seus direitos e deveres, responsabilidades, custos ou ônus, penalidades e eventuais riscos existentes, possibilitando a livre escolha e tomada de decisão, subsidiando-se de roteiros e scripts para este atendimento, contemplando todas as informações necessárias para amparar a decisão do cliente.

Aderência da oferta às necessidades do consumidor. Garantir que receba ofertas transparentes e com todas as informações essenciais ao cliente. Qualidade no atendimento e oferta da solução mais apropriada de acordo com seu perfil e necessidade. Incentivo a oferta apropriada ao cliente e ao relacionamento sustentável.

A mensuração dos benefícios aos consumidores se dá por meio do acompanhamento de métricas que propiciam a identificação de possíveis desvios ou apontamentos para imediata correção e eliminação de pontos que possam lesar, de alguma forma, o cliente, de análise de indicadores da ouvidoria, acompanhamento dos indicadores de inadimplência e reclamações e por meio de relatórios de acompanhamento. A satisfação do cliente é medida pelo monitoramento das manifestações recepcionadas nos diversos canais de atendimento.

É realizado acompanhamento do volume de atendimento ao cliente. Podemos mensurar a assertividade pela quantidade de interações recebidas sobre empréstimos/investimentos. Indicadores de aprovação/recusa de crédito. Pesquisas de satisfação; Contratações por canais de autoatendimento; Conversão de ofertas; Recontratações e renovações de consumo, dentre outros.

A Organização está com o programa de monitoramento quanto ao relacionamento com clientes e usuários que abrange áreas de suporte e controle, produtos e serviços e atendimento ao cliente para implementação de métricas e indicadores que se fazem necessários mediante levantamento realizado para compor quadro de controle corporativo sobre o tema.

Como é aplicada a limitação?



No produto consignado a remuneração do Correspondente Bancário é baseada em três critérios: na venda, no monitoramento da carteira e na contestação e qualidade no atendimento.

Abaixo demonstramos a cláusula do contrato com o Correspondente Bancário, que demonstra a apuração da remuneração.

Figura 25. Cláusulas Contrato com Correspondente

10.9.	Somente serão remuneradas as OPERAÇÕES que: a) Tenham sido originadas com observância integral do disposto neste Contrato, Políticas Internas e demais documentos integrantes; b) Tenham sido objeto de efetiva concessão do crédito pela CCB BRASIL ao cliente; c) Tenha ocorrido a efetiva averbação da OPERAÇÃO em folha de pagamento do pagador; d) Não tenham sido objeto de cancelamento por parte dos clientes em até 7 (sete) dias, contados da data assinatura da proposta de OPERAÇÃO/SEGURO; e) No caso de portabilidade, que esta tenha sido efetivada, com liberação da margem consignável e averbação da OPERAÇÃO em folha de pagamento do pagador; e, f) Tenham sido recepcionadas pela CCB BRASIL devidamente formalizadas e acompanhadas dos documentos exigidos, no prazo estabelecido nas Políticas Internas. g) Não tenham sido objeto de liquidação em menos de 180 (cento e oitenta) dias contados da formalização do contrato; h) Não seja operação liberada mediante pagamento via ORDEM DE PAGAMENTO permanecida sem saque pelo MUTUÁRIO por mais de 15 (quinze) dias; i) Não tenha ocorrido atraso no envio de contratos por mais de 15 (quinze) dias.
CLÁUSULA 15ª – DA APURAÇÃO E RESPONSABILIDADE NAS FRAUDES	
15.1.	Caso a qualquer tempo, houver a constatação da existência de indícios de fraudes nos documentos encaminhados pelo CORRESPONDENTE, relativos às OPERAÇÕES/SEGUROS, oriunda da consecução dos serviços objeto deste Contrato, ficará o CORRESPONDENTE obrigado a pagar, de forma imediata, à CCB BRASIL, o valor integral da OPERAÇÃO/CONTRATO, considerando o crédito disponibilizado ao cliente final, quitações efetuadas em outras instituições, comissão da OPERAÇÃO, corrigidos com base na taxa de juros das referidas OPERAÇÕES/SEGUROS, desde a data da liberação dos recursos ao tomador do crédito ou à fornecedora do bem ou serviço financiado, até a data do efetivo reembolso pelo CORRESPONDENTE.
15.2.	O CORRESPONDENTE declara e aceita como verdadeira todas as apurações de fraudes realizadas pela equipe interna da CCB BRASIL ou por empresa terceirizada contratada por esta.

Quais os benefícios para o consumidor?



A adoção desta limitação de comissão do Correspondente Bancário, fortalece o monitoramento dos Correspondentes credenciados, contribuindo para que haja maior qualidade na seleção e no credenciamento destes e por consequência a melhoria na prestação de serviços ao consumidor.

Como eles foram mensurados?



Trimestralmente ocorrem a apuração dos funcionários elegíveis e são aplicadas as limitações deduzindo estes indicadores, da variável final do funcionário.

Para os Correspondentes Bancários, mensalmente são apurados os resultados de acordo com os três fatores mencionados anteriormente.



Como é aplicada a limitação?



Através das remunerações semestrais e mensais dos colaboradores.

Quais os benefícios para o consumidor?



Garantia de uma **venda clara e transparente** por parte dos colaboradores do banco, sempre alinhada com as necessidades, objetivos e capacidade de pagamento do cliente.

Como eles foram mensurados?



O Itaú Unibanco monitora os processos de oferta de produtos e serviços, a qualidade de vendas e os índices de reclamação e cancelamento mensalmente. Todas as agências e seus colaboradores passam por estas avaliações periódicas de maneira a garantir o controle das métricas de qualidade.

Como é aplicada a limitação?



Na política de incentivo **estão previstos outros critérios não pautados exclusivamente na produção por venda** de produtos e serviços, conforme reportado no item supracitado.

O Índice de Adequação do regulamento da PLR, Política de Incentivo, define todos os critérios que são avaliados para apuração dos resultados, conforme tabela abaixo.

Tipo Ocorrência	Redutor PLR por Ocorrência	Indicador Ocorrência	Nível Avaliação	Cargos
Reclamação procedente registrada no SAC, Ouvidoria, Órgãos de Fiscalização ou Órgãos de Defesa do Consumidor sobre abertura de conta corrente e produtos/serviços	-1%	Por ocorrências verificadas via Demanda SAC/Ouvidoria, Procon, Demanda do Cidadão Bacen (RDR) etc	Individual, quando identificado na ocorrência, ou Gerentes do Segmento do cliente e demais hierarquias superiores	Todos os funcionários do Ponto de Atendimento e respectivos gestores Comerciais e Administrativos
Cancelamento de abertura de conta ou de contratação de produtos/serviços	-1%	Por ocorrências de cancelamento em até 3 meses após a adesão	Individual, quando identificado na ocorrência, ou Gerentes do Segmento do cliente e demais hierarquias superiores	Gerentes dos Segmentos Comerciais e respectivos gestores Comerciais
Venda de produto fora do perfil do cliente (Suitability)	-1%	Por ocorrências verificadas e registradas via CRM e Ações Integradas	Individual, quando identificado na ocorrência, ou Gerentes do Segmento do cliente e demais hierarquias superiores	Gerentes dos Segmentos Comerciais e respectivos gestores Comerciais
Reclamação sobre atendimento prestado	-1%	Por ocorrências verificadas via Demanda sobre reclamações de atendimento prestado	Individual, quando identificado na ocorrência, ou de toda equipe do Ponto de Atendimento e demais hierarquias superiores	Todos os funcionários do Ponto de Atendimento e respectivos gestores Comerciais e Administrativos
Advertência verbal	-10%	Por registro formalizado pelo gestor no formulário Institucional	Individual	Todos os funcionários do MB
Advertência escrita	-30%	Por registro formalizado pelo gestor no formulário Institucional	Individual	Todos os funcionários do MB
Suspensão	-50%	Por registro formalizado pelo gestor no formulário Institucional	Individual	Todos os funcionários do MB

Quais os benefícios para o consumidor?



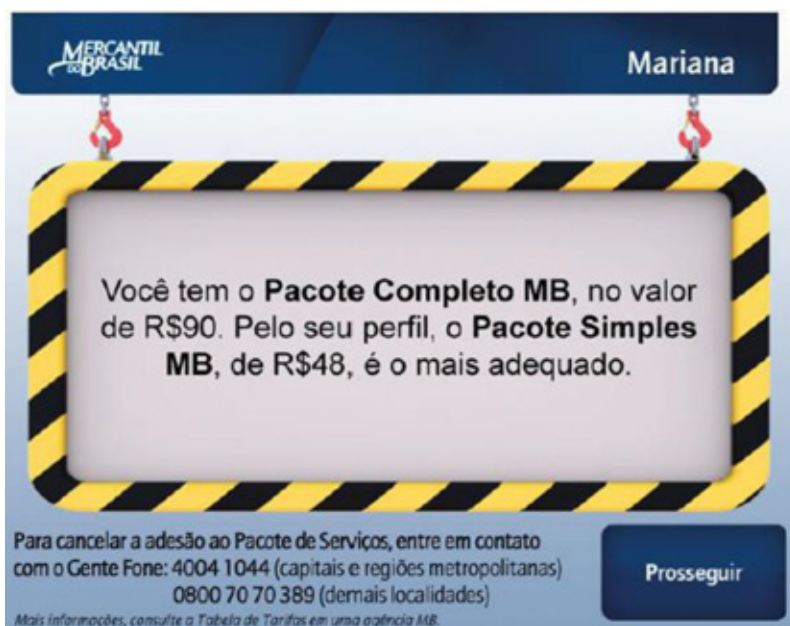
Maior segurança para o cliente e garantia de confiança, isenção e transparência do profissional de venda.

Como eles foram mensurados?



Por meio do histórico de permanência no produto e avaliação da desistência ou cancelamento após contratação.

Exemplo: Ação para adequação de clientes com utilização de serviços inferior ao contratado – pacote de serviços



MERCANTIL do BRASIL Mariana

Você tem o **Pacote Completo MB**, no valor de R\$90. Pelo seu perfil, o **Pacote Simples MB**, de R\$48, é o mais adequado.

Para cancelar a adesão ao Pacote de Serviços, entre em contato com o Gente Fone: 4004 1044 (capitais e regiões metropolitanas) 0800 70 70 389 (demais localidades)

Mais informações, consulte a Tabela de Tarifos em uma agência MB.

Proseguir



MERCANTIL do BRASIL Mariana

Você tem um **Pacote de Serviços** contratado no MB. Pelo seu perfil de utilização da conta corrente os **Serviços Essenciais** atendem a sua necessidade e são **gratuitos**.

Para **cancelar** a adesão ao Pacote de Serviços acesse o menu Outras Opções.

Dúvidas ou sugestões entre em contato com o Gente Fone: 4004 1044 (capitais e regiões metropolitanas) ou 0800 70 70 389 (demais localidades).

Proseguir

Dos clientes que decidiram pela contratação de alguma modalidade de Pacote de Serviço e que não utilizam toda a franquia de serviços desta modalidade, apenas 1% decide pelo cancelamento do pacote após comunicarmos sobre esta condição.

Vale ressaltar, também, que o Comitê de Condutas Éticas monitora as ocorrências de suspeita e/ou eventual indício de desvios de conduta.



Como é aplicada a limitação?
Quais os benefícios para o consumidor?
Como eles foram mensurados?



O Banco Santander possui um sistema de incentivos voltado a reconhecer o desempenho de funcionários de forma alinhada ao modelo de governança comercial, que prevê a oferta de produtos de acordo com o perfil do cliente e metodologias de metas ajustadas e priorizadas visando à adequação dos produtos e serviços comercializados às efetivas necessidades dos consumidores.

O modelo de incentivos prioriza a performance balanceada considerando a consecução dos principais pilares: vendas, construção de negócio, resultados e qualidade.

Ficam elegíveis ao pagamento de remuneração variável somente os funcionários que atingirem os critérios de qualidade, formalização, cumprimento de itens regulatórios e satisfação do cliente.

Além disso, temos programas de reconhecimento não financeiro baseado no mesmo modelo de incentivos e premissas do negócio que visam valorizar as melhores performances.

Importante esclarecer, por fim, que as regras de incentivo buscam sempre a convergência entre os interesses da instituição e as necessidades dos clientes, com foco na ética e transparência.

O benefício destas práticas para o consumidor é maior qualidade no atendimento prestado, com oferta dos produtos e serviços mais adequados às suas necessidades, resultando em maior satisfação. A satisfação dos clientes é apurada pelo NPS (net promoter score), que passou a ser apurado em 2017, e apresenta importante evolução desde a implantação do modelo comercial.



Qual o monitoramento utilizado? Quais os critérios utilizados para avaliação de adequação da obrigação prevista neste artigo?



Sistema corporativo denominado MTN – Monitoramento de Transações de Negócios, cuja finalidade é auxiliar a rede de agências na sustentabilidade dos negócios e na conformidade às normas e padrões éticos admitidos pelo BB.

Quais os benefícios para o consumidor?



Entende-se que o caráter educativo que a ferramenta MTN proporciona para a Empresa junto ao corpo funcional, tem reflexo direto no **aumento da satisfação dos clientes** na aquisição de produtos e serviços.

Como eles foram mensurados?



São mensurados pela quantidade de **dúvidas/reclamações** registradas no SAC/Ouvidoria.

IV- Avaliação Periódica das Políticas de Incentivos



Qual o monitoramento utilizado? Quais os critérios utilizados para avaliação de adequação da obrigação prevista neste artigo?



O Banpará, através da superintendência de rede de agências realiza acompanhamento constante da abordagem realizada pelos funcionários das agências aos clientes, afim de garantir a transparência nas informações prestadas sobre os produtos, bem como o cumprimento aos normativos ao qual a IF se submete. A instituição mantém avaliação de desempenho periódica de todos os funcionários, avaliação esta que abrange a manutenção de valores e comportamentos éticos na relação com o cliente.

Quais os benefícios para o consumidor?



O atendimento de qualidade pautado na proposta suprir a demanda apontada pelo cliente, dentro de elevados padrões éticos.

Como eles foram mensurados?



A mensuração é feita a partir da identificação do retorno do cliente através da rede de agências e canais de atendimento do banco.

Qual o monitoramento utilizado? Quais os critérios utilizados para avaliação de adequação da obrigação prevista neste artigo?



É realizado monitoramento mensal através da análise dos indicadores de desempenho dos colaboradores.

Além disso, por meio das monitorações: presencial, à distância e de conformidade, quando identificadas ocorrências não aderentes aos dispositivos legais, a Gestão do produto analisa os fatos e adota as medidas necessárias para corrigir e prevenir novas ocorrências.

Dessa forma, prezamos pela oferta qualitativa dos nossos produtos, corrigindo qualquer desvio identificado.

Quais os benefícios para o consumidor?



A IF transmite credibilidade ao realizar controle interno sobre as contratações realizadas, visando resguardar os direitos e deveres de ambas as partes.

Como eles foram mensurados?



Sem resposta.



Qual o monitoramento utilizado? Quais os critérios utilizados para avaliação de adequação da obrigação prevista neste artigo?



Os objetivos relacionados à produtos e serviços são representados nas políticas por temas quantitativos e qualitativos, conforme classificação de famílias e indicadores. **As regras são revisadas periodicamente, e ao longo do ano, diante de uma demanda interna ou decorrente de eventuais alterações do cenário econômico brasileiro e mundial poderão ocorrer ajustes nos programas para atender as estratégias do Banco.** Desta forma, poderão ocorrer inclusão de novos indicadores, alteração nos critérios de apuração ou alteração do peso que gera a pontuação, bem como inclusão e exclusão de bonificações. Para distribuição adequada das metas e apuração do realizado, é considerada a estrutura comercial da Organização. Considerando que o Programa engloba perfis distintos, os indicadores são mensurados para atender à necessidade de cada entidade.

A Organização está com o programa de monitoramento quanto ao relacionamento com clientes e usuários que abrange áreas de suporte e controle, produtos e serviços e atendimento ao cliente para implementação de métricas e indicadores que se fazem necessários mediante levantamento realizado para compor quadro de controle corporativo sobre o tema.

Quais os benefícios para o consumidor?



Os benefícios para os clientes e usuários se baseiam, preponderantemente, na oferta de produtos e serviços adequada às suas necessidades, interesses e objetivos. Abarca, também, a apresentação das tarifas e prestações de informações a respeito do produto ou serviço de maneira clara, precisa e adequada, inclusive quanto aos seus direitos e deveres, responsabilidades, custos ou ônus, penalidades e eventuais riscos existentes, possibilitando a livre escolha e tomada de decisão, subsidiando-se de roteiros e *scripts* para este atendimento, contemplando todas as informações necessárias para amparar a decisão do cliente.

Aderência da oferta às necessidades do consumidor. Garantir que receba ofertas transparentes e com todas as informações essenciais ao cliente. Qualidade no atendimento e oferta da solução mais apropriada de acordo com seu perfil e necessidade. Incentivo a oferta apropriada ao cliente e ao relacionamento sustentável.

Como eles foram mensurados?



A mensuração dos benefícios aos consumidores se dá por meio do acompanhamento de métricas que propiciam a identificação de possíveis desvios ou apontamentos para imediata correção e eliminação de pontos que possam lesar, de alguma forma, o cliente, de análise de indicadores da ouvidoria, acompanhamento dos indicadores de inadimplência e reclamações e por meio de relatórios de acompanhamento. A satisfação do cliente é medida pelo monitoramento das manifestações recepcionadas nos diversos canais de atendimento.

É realizado acompanhamento do volume de atendimento ao cliente. Podemos mensurar a assertividade pela quantidade de interações recebidas sobre empréstimos/investimentos. Indicadores de aprovação/recusa de crédito. Pesquisas de satisfação; Contratações por canais de autoatendimento; Conversão de ofertas; Recontratações e renovações de consumo, dentre outros.

A Organização está com o programa de monitoramento quanto ao relacionamento com clientes e usuários que abrange áreas de suporte e controle, produtos e serviços e atendimento ao cliente para implementação de métricas e indicadores que se fazem necessários mediante levantamento realizado para compor quadro de controle corporativo sobre o tema.



Qual o monitoramento utilizado? Quais os critérios utilizados para avaliação de adequação da obrigação prevista neste artigo?



São realizados acompanhamentos constantes nos correspondentes, na abordagem realizadas aos clientes, afim de garantir a transparência nas informações prestadas sobre os produtos, bem como o cumprimento aos normativos ao qual a CCB Financeira se submete. A instituição mantém **avaliação de desempenho** periódica dos correspondentes. Outro monitoramento utilizado é o acompanhamento do índice de reclamações, pendência de contrato e fraudes sentenciadas.

Mensalmente os Correspondentes Bancários são avaliados pelos três critérios já mencionados anteriormente. Nas visitas realizadas são verificados também a forma de oferta dos produtos e serviços, devendo estar adequada ao descrito no roteiro operacional.

Quais os benefícios para o consumidor?



A adoção desta limitação de comissão do Correspondente Bancário, fortalece o monitoramento dos Correspondentes credenciados, contribuindo para que haja maior qualidade na seleção e no credenciamento destes e por consequência a melhoria na prestação de serviços ao consumidor.

Como eles foram mensurados?



Trimestralmente é apurado a remuneração variável dos gestores responsáveis pelo Correspondente Bancário, aplicando os critérios de incentivos positivos quanto critérios negativos.

Mensalmente são apurados os resultados dos Correspondentes Bancários, de acordo com os três fatores mencionados anteriormente.



Qual o monitoramento utilizado? Quais os critérios utilizados para avaliação de adequação da obrigação prevista neste artigo?



Os **relatórios mensais e semestrais** dos programas de incentivo e de contra incentivo. Os critérios envolvem a quantidade de produtos cancelados e o cancelamento dos produtos após alguma venda.

Quais os benefícios para o consumidor?



Garantia de uma venda clara e transparente por parte dos colaboradores do banco, sempre alinhada com as necessidades, objetivos e capacidade de pagamento do cliente.

Como eles foram mensurados?



O Itaú Unibanco monitora os processos de oferta de produtos e serviços, a qualidade de vendas e os índices de reclamação e cancelamento mensalmente. Todas as agências e seus colaboradores passam por estas avaliações periódicas de maneira a garantir o controle das métricas de qualidade.

Qual o monitoramento utilizado? Quais os critérios utilizados para avaliação de adequação da obrigação prevista neste artigo?



Faz parte da **rotina da Auditoria Interna** a avaliação do processo de oferta e divulgação de produtos e serviços, desde a publicação de atos normativos e manuais de procedimentos, até as ferramentas e orientações para o adequado atendimento a clientes e usuários.

Os **critérios são avaliados por meio dos controles adicionais implantados para atender à Resolução 4539/16 e também os já existentes, por *follow up*, seguindo as etapas** tradicionalmente estabelecidas para o **processo de Auditoria interna**, quais sejam:

- levantamento ou obtenção do mapeamento de processos e entendimento dos controles existentes;
- avaliação dos controles quanto a sua efetividade;
- reporte dos resultados de cada trabalho;
- resumo dos resultados, anualmente, sobre todos os trabalhos desse segmento; e
- acompanhamento dos planos de ações decorrentes de trabalhos da auditoria interna para melhoria dos controles avaliados.

Quais os benefícios para o consumidor?



A área de auditoria interna além da rotina de visitas programadas aos Pontos de Atendimento, prioriza as visitas aos Pontos de Atendimento onde é percebido ou apontado qualquer inadequação. A área de **compliance** realiza acompanhamento também dos principais indicadores através da ferramenta ACL/AX/Results. Os clientes são beneficiados na medida em que **eventual indício e/ou concentração de práticas não condizentes são prontamente apontadas para tratamento**, além disso esse processo promove maior segurança para o cliente, garantindo confiança, isenção e transparência do profissional de venda.

Como eles foram mensurados?



A partir da **constatação da diminuição da quantidade de reclamações** de cliente referentes a produtos e serviços.



Qual o monitoramento utilizado? Quais os critérios utilizados para avaliação de adequação da obrigação prevista neste artigo?

Quais os benefícios para o consumidor?

Como eles foram mensurados?



O sistema de incentivos do Banco Santander é monitorado segundo governança estabelecida entre as diversas áreas, como RH, CFO e Segmentos, na forma de comitês. Bimestralmente, são realizados comitês seniores, com os principais executivos do Varejo, VP de RH, VP de Meios, VP de Finanças e Diretor de Compliance, para a definição das estratégias para o próximo ciclo. Neste fórum é acompanhado a evolução de indicadores como a produtividade, atingimento das metas das linhas, nível de qualidade e satisfação dos clientes, e nível de ganhos de RV por gerente.

Além disto, mensalmente, ocorrem comitês diretivos de alinhamentos estratégicos, assim como comitês operacionais para alinhamento técnico e operacional das definições estratégicas, que visam operacionalizar as estratégias e correções apontadas no comitê sênior.

Também são realizados controles internos diários para garantir a integridade das informações e identificação de possíveis desvios, bem como são realizadas avaliações frequentes de riscos operacionais e avaliações consultivas de auditoria interna.

O benefício destas práticas para o consumidor é maior qualidade no atendimento prestado, com oferta dos produtos e serviços mais adequados às suas necessidades, resultando em maior satisfação. A satisfação dos clientes é apurada pelo NPS (net promoter score), que passou a ser apurado em 2017, e apresenta importante evolução desde a implantação do modelo comercial.

2.5 Treinamento e capacitação

Regra do Normativo SARB nº 017/2016:

Art. 12. Será desenvolvido e implementado módulo específico de ensino eletrônico à distância sobre “adequação de produtos e serviços”, em consonância com o disposto neste Normativo e no Normativo SARB 008/2011, voltado aos colaboradores das Instituições Financeiras Signatárias que estejam diretamente envolvidos na criação, oferta e venda de produtos e serviços ao consumidor.



TREINAMENTO E CAPACITAÇÃO



Além do EAD previsto neste artigo, há alguma inovação na capacitação dos colaboradores sobre as obrigações previstas neste normativo?



Desde o lançamento da SARB 017/2016, o Banco do Brasil tem investido na capacitação de seus colaboradores, em relação às obrigações previstas neste normativo, disponibilizando outros cursos cujos objetivos de aprendizagem e conteúdos estejam de alguma forma relacionados com normativo, como por Modelo de Atendimento Varejo, Sinapse Segmentação e Proposta de Valor, Política de Relacionamento com Clientes e Usuários, Sinapse Programa de Gestão da Ética no BB e Sinapse Tarifas e Negócios Sustentáveis.

O BB também incentiva a certificação interna de conhecimentos em Atendimento Bancário PF e Atendimento Bancário PJ.



"O cliente é a nossa razão de existir".

Paulo Cafarelli

Brasília, 04/07/2018

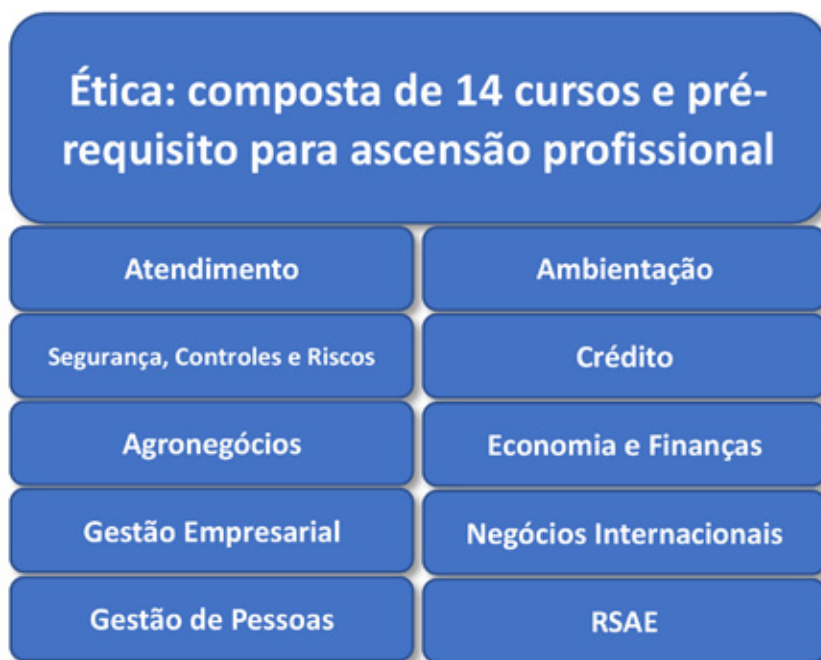
O LIDERA é um evento de inovação e disseminação dos valores e estratégia da instituição que reúne e mobiliza as lideranças da instituição no Brasil inteiro.

Dentre os princípios que guiam a instituição, destaca-se o **Foco no Cliente**, o que foi consolidado pelas palavras do Presidente do BB e convidados (inclusive clientes).

Como forma de disseminar os conteúdos tratados no evento a todos os funcionários, o BB disponibilizou no portal UNIBB todas as palestras realizadas no LIDERA.



A Trilha conta com 19 palestras, somando cerca de 20 horas de treinamento. E mais...



Houve uma mudança na cultura da Instituição? Qual? Como ela foi mensurada?



A mudança de cultura obtida principalmente pelos treinamentos, vem sendo percebida principalmente pela redução de reclamações de clientes.

Além do EAD previsto neste artigo, há alguma inovação na capacitação dos colaboradores sobre as obrigações previstas neste normativo?



Os treinamentos ofertados pela Instituição são definidos também em formato EAD, porém o Banco inovou com a criação da Universidade Corporativa Banpará – UniBanp, que tem por objetivo disseminar conhecimentos em todas as unidades do Banco, bem como, promover o autodesenvolvimento profissional e pessoal dos empregados, através da capacitação e da valorização do capital intelectual com vários programas de treinamento focados no desenvolvimento funcional, nas trilhas do conhecimentos: básicos, específicos e de liderança, já implementados como, por exemplo: Análise de crédito, Produtos e Serviços, Crédito e Venda, Investimento e Venda, liderança e etc. Com esta boa prática de treinamento, conseguimos capacitar, aproximadamente, 1.150 empregados, principalmente, os lotados nas agências. Treinamentos como PLD, Produtos e Serviços Bancários, Crédito e Venda, tornando os empregados capacitados para a prática das vendas nas agências com transparência e segurança para ofertar aos consumidores os produtos ou serviços de acordo com sua necessidade.

Houve uma mudança na cultura da Instituição? Qual?



É perceptível a mudança cultural gradativa, com melhoria nas orientações aos clientes, no conhecimento técnico do corpo funcional e nas entregas necessárias para cada área, de acordo com o planejamento estratégico do Banco, com foco no resultado.

Como ela foi mensurada?



A mensuração foi feita através **de relatórios de feedback entre as unidades, com diagnóstico dos gestores referente as necessidades de cada colaborador, bem como a alavancagem do resultado do Banco.**

Além do EAD previsto neste artigo, há alguma inovação na capacitação dos colaboradores sobre as obrigações previstas neste normativo



Em 2017 foi elaborada nova grade de treinamentos visando atender às estratégias do Banco do Nordeste. A proposta contempla uma gama de eventos específicos que visam abordar a adequação de produtos e serviços ao perfil do consumidor, em observação ao Normativo SARB 017/2016. Além do EAD, haverá formação presencial incluindo conhecimentos gerais de micro-crédito, público-alvo e metodologia específica para atendimento ao segmento.

Houve uma mudança na cultura da Instituição? Qual?



Sim. Maior preocupação com a adequação dos produtos e serviços ofertados, evitando descumprimento normativo que desrespeite as relações com os consumidores.

Como ela foi mensurada?



Pelo acompanhamento das reclamações apresentadas nos canais receptivos internos e pela manutenção em posição satisfatória no ranking de Ouvidorias - BACEN.



Em sintonia com a Resolução 4.539/16, do Conselho Monetário Nacional, e alinhado aos princípios da Autorregulação Bancária, houve revisão de todos os programas de treinamento voltados para o atendimento e relacionamento com o cliente, observando-se todos os aspectos da adequação para a oferta de produtos e serviços aos clientes, desde a concepção até o pós-venda.

Em março de 2017 foi criado o DCCE, Departamento de Compliance, Conduta e Ética, que dispensa esforços para a disseminação da cultura ética, da conduta apropriada e da conformidade da atuação da Organização Bradesco em todos os seus negócios.

A Organização Bradesco investe constantemente em capacitação profissional, por meio de treinamentos, endomarketing, incentivo à certificações e estudos acadêmicos, destacando-se a UniBrad, a Universidade Corporativa Bradesco, **eleita em 2017 a melhor universidade corporativa do mundo pela "The GlobalCCU Awards"**. Além disso, ocupa posição de destaque a UNIVERSEG, Universidade do Conhecimento do Seguro, e dedica-se à gestão do conhecimento com vistas a capacitar funcionários e corretores com ações e iniciativas para aprimorar o conhecimento técnico e pessoal; ao mesmo tempo, promove um ambiente propício à cultura do seguro.

Existe atualmente uma complexa estrutura de treinamentos específicos via Treinet (plataforma de treinamento a distância) e UniBrad (Parcerias Educacionais, Cartilhas, Finanças Pessoais, Certificações, b.quest, Cursos Obrigatórios, Agenda Trimestral de Cursos, Biblioteca Virtual - Getabstract, cursos residenciais) para assegurar que os profissionais possuam todas as competências necessárias para o adequado atendimento do cliente nos mais variados nichos de mercado.

A Organização faz um intenso movimento para revisão de políticas e normas internas, revisão de processos, verificação da adequação de produtos e serviços, disseminação dos princípios da Resolução 4539 em toda a Organização, por meio da Política e da Norma Institucional de Relacionamento com Clientes e Usuários, palestras, reuniões e outras formas de comunicação com Administradores e Funcionários para, cada vez mais, a cultura que sempre norteou a Organização, pautada pela ética, transparência e respeito ao cliente, seja praticada e percebida. O nosso Regulamento Interno e o nosso Código de Conduta Ética atestam a preocupação com esses temas desde a fundação de nossa instituição.

Práticas em Destaque

- **Infográfico Relacionamento com Clientes e Usuários Bradesco:** De maneira lúdica, o infográfico está disponível em todas as agências e departamentos da Organização, divulgado nos canais de acesso de informação reforçando todos os conceitos de ética e transparência nas relações com os clientes.

Exemplo de divulgação do infográfico de Relacionamento com Clientes e Usuários



- **Plataforma de Treinamento a Distância – Treinet:** O TreiNet é uma importante ferramenta de aprendizagem oferecida pelo Bradesco em benefício de seus funcionários, permitindo-lhes ampliar seus conhecimentos e administrar livremente o seu próprio plano de crescimento pessoal. O catálogo Comportamental é composto por conteúdos que atendem a políticas e normas internas e externas, além de boas práticas de governança e principalmente confiabilidade nas relações com os clientes.

Exemplo de Treinamento a Distância – Treinet- Excelência no Atendimento



- **Plano de Comunicação Interno Relacionamento com o Cliente:** Utilizando-se de e-mail marketing, publicações no Portal Corporativo e divulgação física, o plano de comunicação Relacionamento com o Cliente aborda, de maneira prática e no formato de pílulas, conceitos relacionados às diretrizes da Política de Relacionamento com Clientes.

Exemplo de Divulgação – Pílulas Relacionamento com o Cliente



- **Workshops e Treinamentos Presenciais:** Programas presenciais que abordam o tema “relacionamento com clientes e usuários” e orientam para a correta comercialização dos produtos e serviços da Organização são realizados periodicamente e com forte apelo aos funcionários que tratam no seu dia-a-dia diretamente com os clientes.

Exemplo Workshop Gerentes 2018 – Palestras e Discussões sobre Relacionamento com o Cliente



Exemplo Evento Pensar e Agir – O Diferencial Sou Eu – Palestras Temáticas sobre a construção de relações mais empáticas e humanas. Houve três eventos no ano de 2018, com as participações do Prof. Leandro Karnal, Marcos Piangers e Regina Casé.



Houve uma mudança na cultura da Instituição? Qual?



A Organização sempre esteve atenta a amplitude das mudanças em curso na sociedade, bem como, aos avanços nos diversos segmentos em que atua, e, para adequar-se a este cenário, promove, constantemente, ações e procedimentos que comprovam que cada vez mais, sua cultura está pautada na ética, transparência e respeito ao cliente. Os aspectos da cultura organizacional estabelecidos pela Política são consolidados pela Organização de acordo com Políticas e Normas pré-existentes à Resolução 4539. Os planos de comunicação, treinamento e capacitação reforçam a cultura existente e estabelecida como missão da Instituição.

Como ela foi mensurada?



É realizado acompanhamento do volume de participação nas plataformas voltadas a capacitação dos profissionais do Bradesco e a denotada divulgação e preocupação com a abordagem do assunto. Podemos mensurar a assertividade pela quantidade de interações recebidas também.

A Organização está com o programa de monitoramento quanto ao relacionamento com clientes e usuários que abrange áreas de suporte e controle, produtos e serviços e atendimento ao cliente para implementação de métricas e indicadores que se fazem necessários mediante levantamento realizado para compor quadro de controle corporativo sobre o tema.

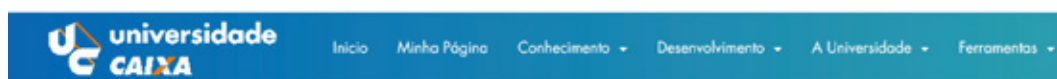
Quanto melhor o resultado de satisfação do cliente com sua experiência com o banco, mais assertiva a capacitação aplicada e oferecida ao seu quadro de profissionais.

Além do EAD previsto neste artigo, há alguma inovação na capacitação dos colaboradores sobre as obrigações previstas neste normativo?



A CAIXA disponibiliza um Portal para os Empregados onde está inserida a Universidade CAIXA que oferece Escola de Negócios e cursos online e presenciais que após a sua conclusão são lançados no currículo do funcionário.

Além do cursos obrigatórios no ano de 2018 (Transformação Digital, Código de Ética, Código de Conduta, Práticas de Prevenção à Corrupção, Linhas de Defesa e Compliance CAIXA), os empregados tem a sua disposição mais de 350 cursos, entre eles todas as Autorregulações Bancárias da FEBRABAN como a SARB 1 - Relacionamento com o Consumidor PF, SARB 4 - Atendimento em Agências, SARB 10 - Crédito Responsável e SARB 17 – Suitability.



Programa Qualidade no Atendimento

Minha Página / Meus cursos / Programa Qualidade no Atendimento

APRESENTAÇÃO

CURSOS

AGENDA

Vamos começar!

<p>SARB 017/2016 SUITABILITY</p> <p>SUITABILITY</p> <p>Aborda a importância da boa qualidade do atendimento prestado para o consumidor, adequando os produtos e serviços conforme seu perfil.</p> <p>Sua nota atual: 100,00</p>	<p>SARB 016/2015 CONTA SALÁRIO</p> <p>CONTA SALÁRIO</p> <p>Aborda as formas de aperfeiçoar a qualidade e assegurar a transparência por meio de diretrizes mínimas para abertura, movimentação e encerramento de conta-salário.</p> <p>Sua nota atual: 100,00</p>	<p>SARB 015/2014 CRÉDITO CONSIGNADO</p> <p>CRÉDITO CONSIGNADO</p> <p>Aborda as operações de crédito consignado na prevenção de conflitos e segurança na relação de consumo.</p> <p>Sua nota atual: 100,00</p>
<p>SARB 013/2014 CONTRATAÇÃO DE CRÉDITOS POR MEIO REMOTOS</p> <p>CONTRATAÇÕES DE CRÉDITO POR MEIO REMOTOS</p>	<p>SARB 012/2008 RESUMO CONTRATUAL DE OPERAÇÕES DE CRÉDITO</p> <p>RESUMO CONTRATUAL DE OPERAÇÕES DE CRÉDITO</p>	<p>SARB 010/2013 CRÉDITO RESPONSÁVEL</p> <p>CRÉDITO RESPONSÁVEL</p> <p>Aborda a importância da melhoria da</p>

A Universidade CAIXA é feita por empregados CAIXA para empregados CAIXA e é o resultado de um trabalho focado no desenvolvimento integral das pessoas e equipes que foi iniciado em 1996 com o Programa Crescer com a CAIXA.

Em 2018 foi lançado o novo Portal da Universidade, adequado à modernidade, velocidade e dinâmica de nossos dias com conteúdos de qualidade, comunidades para o compartilhamento de conhecimento, Trilhas de Aprendizagem e muitas outras ações para aprimorar o processo de capacitação e desempenho profissional dos empregados com foco na satisfação dos clientes.

Entre os treinamentos disponíveis, que contribuem para a capacitação dos colaboradores, estão por exemplo:

- Adequação de Investimentos ao Perfil do Investidor, que capacita o empregado a aplicar, na rotina diária da Agência, as normas que determinam a adequação dos produtos de Investimentos ao perfil dos clientes;
- Oferta Qualificada, que capacita o empregado a planejar e executar a oferta qualificada e a correta venda de produtos e serviços CAIXA com foco na necessidade do cliente e na criação de vínculos éticos, sustentáveis e permanentes;
- Roda de Diálogo, que busca conscientizar os empregados que trabalham com atendimento ao público a realizarem a oferta de produtos e serviços, para que estejam atentos às normas e legislação, a fim de atender às necessidades dos clientes;
- Game Venda Qualificada, onde o empregado realiza simulações de oferta de produtos e serviços conforme o perfil e necessidade dos clientes e vai avançando no curso de acordo com os seus acertos.

É importante destacar que os gestores dos produtos e serviços da CAIXA também oferecem treinamentos de atendimento, contratação, lançamentos de novos produtos, campanhas e promoções, além de conteúdos em vídeos tutoriais e cursos específicos para a capacitação de todos os colaboradores.

Houve uma mudança na cultura da Instituição? Qual?



A disponibilização de cursos direcionados aos negócios, às normas e aos comportamentos esperados pela CAIXA possibilitaram um aprendizado de fácil acesso, rápido e eficaz, resultando na qualificação dos empregados no atendimento aos clientes de todo o país de uma maneira mais uniforme.

Como ela foi mensurada?



Toda a capacitação realizada pelos empregados através da Universidade CAIXA é lançada no currículo dos colaboradores e acompanhada pelas unidades através de relatórios. Além disso os cursos obrigatórios fazem parte das notas de desempenho atribuídas a cada área da CAIXA para que todos realizem a capacitação mínima necessária a cada ano.

Além disso, todos os treinamentos citados possuem monitoramento constante quanto ao índice de empregados que já concluíram as ações de capacitação dentre aqueles que são público-alvo. Este monitoramento permite ações pontuais para comunicação e sensibilização dos empregados para realização dos treinamentos.

Além do EAD previsto neste artigo, há alguma inovação na capacitação dos colaboradores sobre as obrigações previstas neste normativo?



A cultura de gestão de autorregulação também é disseminada pelo processo e comunicação via acesso a portal da autorregulação divulgada na intranet do CCB Brasil. E também são elaboradas cartas contendo orientações sobre o atendimento a autorregulação.

De acordo com a Resolução do Banco Central nº 3.954, todos os Correspondentes credenciados com a CCB Financeira, devem ser certificados pelo FEBRABAN. Os treinamentos incluem os temas Crédito Consignado, Crédito Direto ao Consumidor e Financiamento de Veículos.

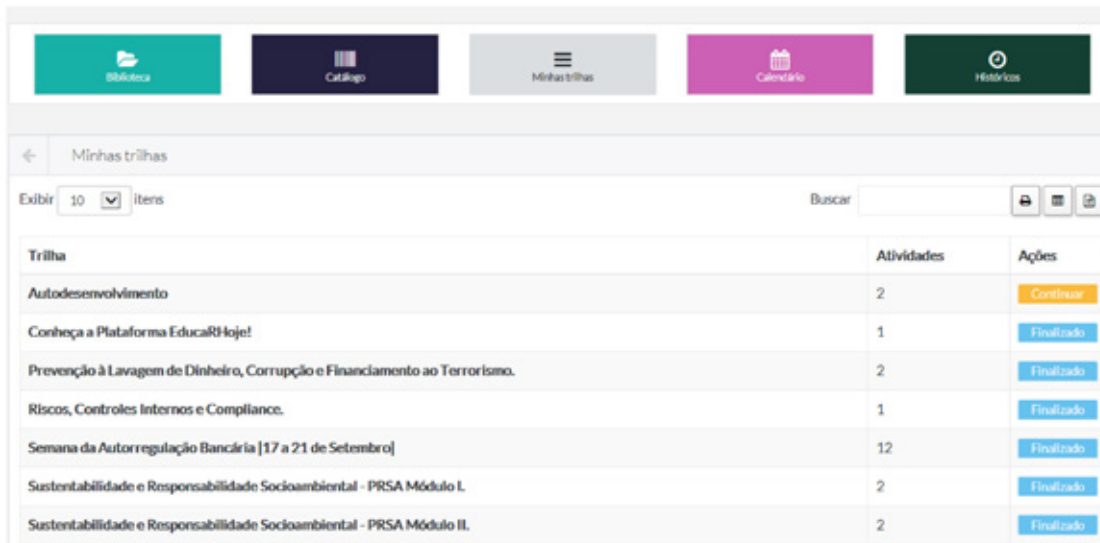
Figura 27. Certificação dos Correspondentes



Os empregados do CCB Brasil e CCB Financeira participam da integração com as principais áreas, onde são apresentados além dos valores da empresa, a importância de cada assunto tratado internamente.

São disponibilizados também, cursos na plataforma e-learning, sobre autorregulação, PLD, Segurança da informação, Controles Internos, Sustentabilidade, entre outros.

Figura 26. Plataforma de Treinamento



Além disso, são disponibilizados na Intranet do Banco, banners sobre os assuntos citados acima, onde o funcionário pode a qualquer momento esclarecer suas dúvidas.

Figura 27. Intranet com os Banners disponíveis



A figura mostra banner na intranet, sobre autorregulação, disponível a o funcionário para pesquisa e informação rápida e claro.

Houve uma mudança na cultura da Instituição? Qual?



Houve um acultramento dos funcionários quanto a adoção de oferta de crédito consciente e procedimentos adequados para portabilidade.

Como ela foi mensurada?



Nos trabalhos realizados pela área de Compliance, no processo de atendimento ao cliente, assim como aqueles através do monitoramento dos índices divulgados por Órgãos Externos, observou-se baixo índice de reclamação referente a operações em desacordo com o perfil do cliente na contratação.



Além do EAD previsto neste artigo, há alguma inovação na capacitação dos colaboradores sobre as obrigações previstas neste normativo?



Lançamos por intermédio da Escola de Negócios, o e-learning sobre a Política de Relacionamento com Clientes e Usuários (HF-52). Nele é possível conhecer as boas práticas e regras que adotamos para a evolução perene da experiência dos nossos clientes, sempre pautadas na boa conduta, no relacionamento equilibrado e sustentável.

Houve uma mudança na cultura da Instituição? Qual?



Houve uma evolução na cultura da Instituição com diretrizes e ações assertivas visando a sustentabilidade:

- i. Visão e valores estabelecendo os propósitos do banco "Somos gente que move gente", "Ser o banco líder em performance sustentável e em satisfação dos clientes", "Só é bom para a gente se for bom para o cliente";
- ii. Monitoramento da qualidade de vendas e gestão de consequências para colaboradores e gestores em casos de desvios de conduta;
- iii. Política institucional com viés de conduta e suitability;
- iv. Workshops baseados em cases internacionais;
- v. Investimentos importantes em ações de suitability.

Como ela foi mensurada?



Resultados mensurados pelo Regulador (BACEN) mostram uma evolução significativa da Instituição no quesito reclamação, caindo para a 6ª posição em 2017.

Além do EAD previsto neste artigo, há alguma inovação na capacitação dos colaboradores sobre as obrigações previstas neste normativo?



Sim. Os treinamentos disponibilizados na plataforma de ensino à distância (Estação do Conhecimento), estão em constante revisão, desde 2016, para melhor adequação dos conteúdos às políticas e diretrizes da Política Institucional de Relacionamento com os Clientes. Foi revisado o Código de Ética e implementado o Manual de Conduta, que fazem parte da “Trilha de Ambientação” do novo funcionário e estagiário. Novos cursos sobre o Sistema de Autorregulação Bancária (SARB) disponibilizados pela FEBRABAN também foram implementados em agosto de 2017. **Foi lançado em janeiro de 2017 para a equipe de atendimento das agências, o assessment “Game de Atendimento”, que tem como objetivo mapear a prontidão para o atendimento ao cliente, a partir de situações do dia a dia que envolvem a oferta e recomendação de produtos e serviços aos clientes.** Em 2018, foram lançados novos treinamentos sobre os produtos de Seguros e Empréstimos. E em abril de 2018, serão o de CDB e Cartões.

Em formatos de vídeo, esses treinamentos trazem as principais características e benefícios dos produtos, para qual perfil de cliente eles são indicados e uma abordagem consultiva para entender as necessidades de cada cliente, bem como o item **“Dicas de Ouro”, que detalha com clareza as orientações sobre a conduta adequada na oferta e recomendação dos produtos.** Mudanças também no **treinamento presencial de “Eficiência no Atendimento ao Cliente – Escriturários de Agência (Ambientação)” com conteúdo sobre os aspectos importantes para identificação das necessidades dos clientes;** a utilização dos canais de comunicação que auxiliam no desenvolvimento de uma linguagem adequada, simples e clara; técnicas de rapport e o papel de apoio ao cliente. Além de apresentação institucional, posicionamento estratégico, cultura, apresentação das características dos produtos, serviços e processos organizacionais disponíveis no Autoatendimento, Conduta e Postura profissional. **Em cada treinamento, são reforçados os aspectos da conduta adequada na oferta ou recomendação dos produtos e serviços disponíveis no autoatendimento ao perfil de cada cliente, para que estejam alinhadas as suas necessidades, interesses e objetivos.**

Houve uma mudança na cultura da Instituição? Qual?



Os conceitos de Missão, Visão e Valores são bastante consolidados na cultura do Mercantil do Brasil. Eles traduzem de forma transparente a razão de ser da Instituição. A Missão, Visão e Valores são divulgados a toda a organização por meio dos Canais de Comunicação Interna, estando afixados em todas as áreas de atendimento e andares do prédio da administração central, além da intranet. São também foco dos treinamentos presenciais e à distância, como no processo de integração dos novos funcionários na Instituição.

Seus conceitos resumem de forma bastante clara o “Jeito Mercantil do Brasil de Ser” e norteiam a estratégia de atuação da organização. Para melhor entendimento e vínculo prático, são divulgadas também as atitudes esperadas dos funcionários, o que chamamos de **Atitudes-Chave**, no que se refere à qualidade no atendimento, ou seja, no “Compromisso com Você”, slogan do Banco.

No Alinhamento Estratégico de 2017, o Banco levou ao conhecimento de seus colaboradores os objetivos definidos para o ano e reafirmou valores que acompanham a Instituição em toda a sua trajetória histórica de mais de sete décadas, como a simplicidade, a eficiência, a proximidade, a qualidade e a ética no relacionamento com os clientes. Em julho, foi lançada, uma campanha interna para reforço dos padrões de conduta corporativos no relacionamento com clientes e entre colaboradores e na preservação das informações, do patrimônio e da imagem da Empresa: Conduta MB. **Podemos dizer dessa forma, que a cultura está sendo fortalecida a cada dia, desde o ano de 2017, os conceitos relacionados de eficiência, simplicidade, proximidade, qualidade e ética no relacionamento com os clientes e usuários têm sido fortemente disseminados e absorvidos por todos os colaboradores, principalmente aqueles que estão focados no atendimento ao cliente.**

Como ela foi mensurada?



É possível avaliar a partir dos indicadores das áreas de Negócios como o “índice de reclamação de clientes” e “indicadores de gerenciamento de conduta” que tem seus índices cada vez melhores em relação a conduta adequada na oferta ou recomendação dos produtos e serviços.

Além do EAD previsto neste artigo, há alguma inovação na capacitação dos colaboradores sobre as obrigações previstas neste normativo?



Disponibilizamos uma nova ferramenta de capacitação no aplicativo da Academia Santander, seguindo a tendência de *gamefication*, em formato de Quiz (figs. 15). Ela tem o intuito principal de fixação de conteúdo, de forma lúdica e divertida.

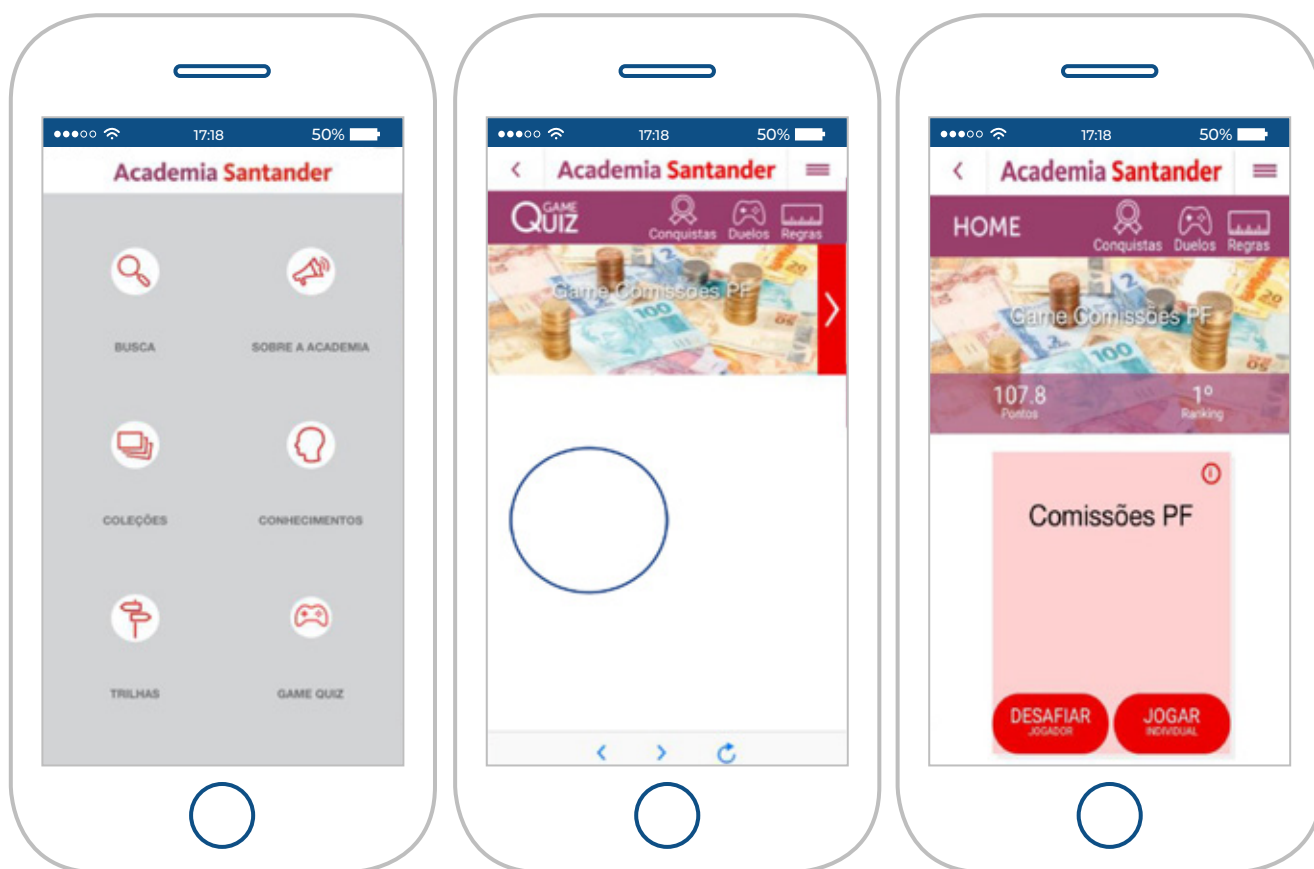
Nesta ferramenta os colaboradores podem jogar respondendo perguntas individualmente e aumentando sua pontuação no ranking geral ou desafiando outro jogador para um duelo. Respostas corretas garantem a pontuação principal e respostas rápidas garantem pontos Extra na disputa.

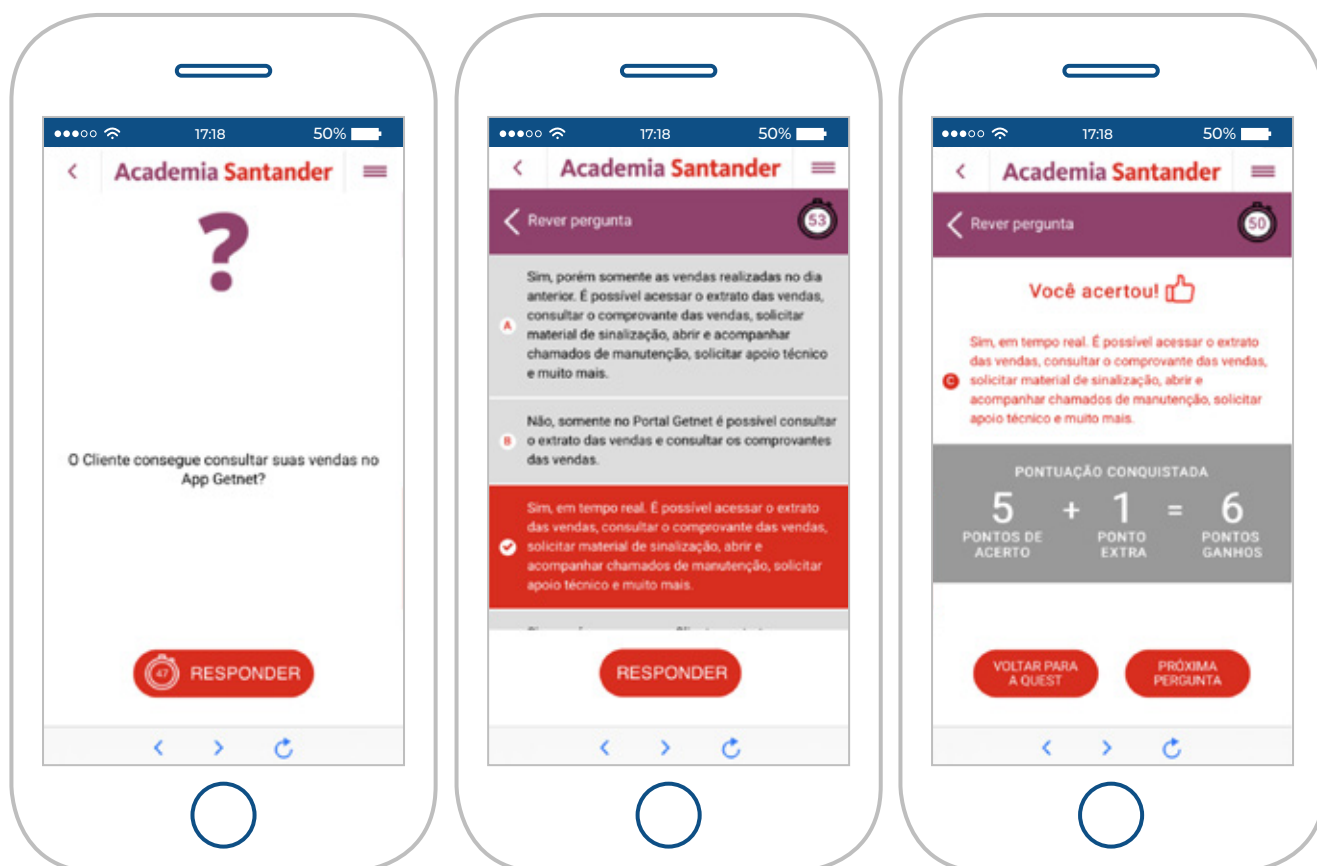
Os games são separados por produtos. Ao final do período de disponibilização de um game é feita a mensuração e reconhecimento dos melhores colaboradores por Regional.

Figs. 15



Baixar ou
Atualizar o App





Houve uma mudança na cultura da Instituição? Qual?



Houve reforço na cultura de servir ao buscar nos próprios colaboradores a disponibilidade para se tornarem multiplicadores do conhecimento adquirido e atuassem na capacitação de outros colegas.

Como ela foi mensurada?



Pela quantidade de Funcionários capacitados pela Academia Santander por ano, em média **41 mil por ano**.

Formação de 311 multiplicadores certificados até hoje e disseminando os conhecimentos adquiridos.

Conclusão

Um Guia de Boas Práticas é mais um processo do que um produto pronto e acabado da Autorregulação. É assim porque seu propósito é desdobrar-se em vários outros guias, escritos ou mesmo idealizados por seus leitores.

É um processo porque representa fluxo, movimento e sobretudo ação. Seu objeto expressa uma etapa ou momento precioso da autorregulação. Ele materializa fatos que antes eram apenas abstratos e hipotéticos. Torna concretas as disposições normativas da Autorregulação.

Trata-se do resultado de inúmeros esforços de gestores, colaboradores e dirigentes. Representa, em boa medida, a concretização de políticas públicas instituídas pelos reguladores, órgãos de proteção, cidadãos e consumidores.

Este trabalho, embora extenso, não representa o fim. Mas, apenas, parte de um longo processo que reflete um permanente compromisso com o País e a construção de valores comuns.

Equipe responsável

Diretoria de Autorregulação Bancária e Relações com Clientes

Créditos

Consultoria – Ricardo Morishita Wada
Comissão Executiva de
Autorregulação, especialmente
Banco Bradesco S.A.
Banco do Brasil S.A.
Banco do Estado do Pará S.A.
Banco do Nordeste do Brasil S.A.
Banco Mercantil do Brasil S.A.
Banco Santander Brasil S.A.
Caixa Econômica Federal
China Construction Bank Banco Múltiplo S.A.
Itaú Unibanco S.A.

Projeto Gráfico

M Veras Design

Agradecimentos

Conselho de Autorregulação
Roseli Raposo do Amaral – Analista de Marketing
Ana Claudia Rodrigues Pereira – Estagiária de Marketing



FEBRABAN
Federação Brasileira de Bancos