

# **Guia de Boas Práticas de Relacionamento com os Vulneráveis**

2023

**Realização Febraban:**

Amaury Martins Oliva  
Alessandra de Almeida Camargos  
Carolina Fuster Bassi  
Beatriz Ramos Nerger

**Responsável pelo estudo:**

Ricardo Morishita Wada



# /Agradecimentos | Indicações das Equipes /

## **Banco Bmg S.A.:**

- Ana Carolina Caetano Muzzi
- Eliane Ferreira de Oliveira
- Luiz Gustavo Silva Oliveira

## **Banco Bradesco S.A.:**

Ouvidoria:

- Nairo Vidal
- Rosana Aparecida Fernandes
- Michele Costa
- Raphael Felipe Vasconcelos de Almeida
- Vitor Gaspar Dias da Silva
- Rafael Carvalho Gonçalves

Departamento de Compliance, Conduta e Ética:

- Camila Marzura Adolfo
- Bianca Tessari Traldi Carneiro
- Marcio Roberto dos Santos
- Antonio Timoteo de Carvalho Neto
- Fernando Bezerra Lima
- Erika Patrícia de Negreiros Campos
- Vitor Stevam Seriacopi Otoni
- Kamilla Sharon Candido Oliveira
- Guilherme Cruz Soares da Silva
- Alberlei Aparecido de Oliveira
- Alessandra Cesario da Silva Carvalho

- Elvis de Melo Campos
- Elizabeth Cristina de Carvalho
- Maurilio da Silva Sampaio
- Donizetti Kurtz Von Ende Peçanha
- Marcio Roberto dos Santos
- Raimundo Barbosa Ribeiro Junior

## **Banco Daycoval S.A.:**

- Thais Aguiar
- Cristiane Izzo Reimão da Cunha
- Felipe Alves Vicencio
- Cristiane Maria Barbosa dos Santos
- Caio Cesar Afonso
- Henrique Calidonna Stabelin

## **Banco do Brasil S.A.:**

Diretoria de Controles Internos:

- Michele Alencar Teixeira
- Charlene Soares da Silva Fiusa
- Alex José de Souza
- Fabiano de Assis Ribeiro

Diretoria de Clientes:

- David Cassio Laviola
- Daniela Aparecida dos Santos

Ouvidoria Externa:

- Marcio Chiumento
- Joice Folgati Bertoldo de Figueiredo
- Bruna Louise Takaki

**Banco do Estado do Rio Grande do Sul SA:**

Ouvidoria:

- Beatriz Santos Padilha
- Rafael Souza
- Carlos Valmórbida
- Laura Kronbauer

Unidade de Relacionamento com o Cliente:

- Janaina Brilhante
- Lorete Kemper
- Denise Ramos
- Claudia Moraes Rodrigues

Unidade de Controle e Compliance:

- André Silveira
- Rodrigo Zanetti

**Banco Mercantil SA:**

- Patricia Coutinho
- Isolda Lacerda

**Banco Santander (Brasil) S.A.:**

- Alexandre Lotrario Porto
- Gabrielle Azevedo de Oliveira Hekli
- Alvaro Loureiro

**Caixa Econômica Federal:**

- Anamaria Miranda Balbino
- Andressa Pessoa Lodi
- Nathalia Perona Silva Sarmiento
- Samantha Rodrigues Barbosa Grossi
- Sara Vieira Martins
- Paulo Roberto dos Santos
- Raphael Fernandes de Oliveira
- Marina Alencar Azevedo
- Gabriela Oliveira Sarmiento Pereira
- Flávia Sousa Ramalho Firmino
- Fernanda Carolina Moreira Carvalho Paiva
- Cláudia Rosane Ribas da Rocha Piva

**Itaú Unibanco S.A.:**

- Juliana Pereira
- Daniela Gaion
- Caroline Colombo
- Samilly Ravana
- Rogério Taltassori

# / Prefácio /

Há mais de cinco décadas, a Federação Brasileira de Bancos (Febraban), ao representar seus associados, atua no sentido de contribuir para o desenvolvimento econômico, social e sustentável do país, buscando a melhoria contínua do sistema financeiro e de suas relações com a sociedade.

Sendo ao mesmo tempo força de articulação e ferramenta de convergência do setor bancário com pessoas e instituições, busca, continuamente, a construção e o fortalecimento de um sistema financeiro saudável, ético, eficiente e sustentável.

O Guia de Boas Práticas de Relacionamento com os Vulneráveis, elaborado no âmbito da Autorregulação Bancária, reflete o compromisso dos bancos com a proteção do consumidor. Ele possibilita demonstrar o olhar e as ações das instituições financeiras às novas demandas e públicos que permeiam a sociedade e que exigem não só atendimento mais qualificado e atento às suas necessidades, como também tratamento inclusivo e solidário das instituições financeiras.

Trata-se de uma iniciativa liderada pela Febraban, de adesão voluntária das instituições financeiras signatárias da Autorregulação, cujos resultados, provenientes da coletânea e compartilhamento de modos próprios de atuação, colaborarão para o aprimoramento do atendimento às necessidades dos vulneráveis. Visa orientar posturas e ações direcionadas para o desenvolvimento de iniciativas mais úteis, produtos mais adequados, serviços mais eficientes e relacionamentos de maior equilíbrio, autonomia e suficiência.

Importante destacar o valioso apoio do Banco Central do Brasil durante o processo de discussão e elaboração do normativo de autorregulação que trata da proteção do público vulnerável, que inspirou a consolidação e publicação das boas práticas.

Temos a satisfação de disponibilizar as informações do Guia aos diversos setores da sociedade afetos às relações bancárias, sendo parte de nosso compromisso atual e futuro ampliar o diálogo com a sociedade, pautados pela ética e transparência, diversidade, eficiência ambiental, gestão sustentável, produção de conhecimento e protagonismo setorial ao fomentar as melhores práticas.

Agradecemos o empenho e a colaboração de todos os envolvidos nessa construção conjunta.

Acreditamos ser esse o caminho para o aprimoramento contínuo.

**Isaac Sidney**

Presidente da Federação  
Brasileira dos Bancos

É com satisfação que o Banco Central participa do lançamento deste Guia de Boas Práticas do Relacionamento com os Vulneráveis, organizado e desenvolvido pela Febraban.

O público vulnerável vem sendo nosso foco de atenção e preocupação há alguns anos. Por meio da Supervisão de Conduta, vimos incentivando as Instituições Financeiras a desenvolver modelos para identificar os seus públicos vulneráveis e ações para endereçar suas necessidades específicas.

Além disso, mais recentemente, nossa área de Cidadania Financeira vem incentivando as entidades reguladas a implementarem ações efetivas de Educação Financeira voltadas a todos os públicos-cliente, com especial atenção aos vulneráveis.

Definir a vulnerabilidade do consumidor financeiro é uma tarefa complexa, pois tal situação pode mudar ao longo do tempo ou ser potencializada por critérios ou contextos externos ao cidadão. Por isso é de fundamental importância que as Instituições Financeiras, que detêm relacionamento frequente e profundo com seus clientes e usuários, estejam atentas ao estado de vulnerabilidade e implementem ações capazes de proteger quem mais precisa, quando mais precisa.

Esperamos que as Instituições Financeiras avancem com rapidez e determinação em efetivas ações para proteger o público mais vulnerável. Identificar boas práticas e compartilhá-las é fundamental, bem como avançarmos para que essas práticas sejam efetivas na proteção do consumidor financeiro mais vulnerável.

Parabenizamos a Febraban por essa importante iniciativa e convidamos as demais Instituições Financeiras para que, inspiradas pelas boas práticas, também avancem no atendimento e na proteção do público vulnerável.

**Maurício Moura**

Diretor de Relacionamento, Cidadania  
e Supervisão de Conduta do  
Banco Central do Brasil

# /Apresentação/

Na visão da Febraban, compartilhar informações e práticas oportuniza troca, reflexão, aprendizado. Desperta curiosidades, oxigena, pontua afinidades e diferenças, dá fluência, gera ideias, promove inovações.

Às Instituições, voluntariar-se no desafio de colaborar para a realização de um Guia de Boas Práticas requer disposição em apresentar visões e políticas internas; empenho em ilustrar, na prática, processos e ações que conformam a razão de ser exclusiva de cada Instituição. Pressupõe confiança na prática do trabalho conjunto, vital para a evolução e o aprimoramento do sistema financeiro e da Febraban - Federação Brasileira de Bancos.

Aos representantes designados pelas Instituições, empreender-se em participar ativamente do processo de confecção deste Guia significa detalhar o conjunto de ações que perfaz a atenção da sua Instituição a determinado segmento consumidor; qualificar serviços e produtos. Envolve mobilização interna, reuniões com diferentes setores, ciência e apoio de diversas áreas e níveis hierárquicos. Exige conhecimento e dedicação.

Às Instituições e aos seus representantes, reconhecemos o valor primoroso das suas contribuições, fundamentais no processo e no resultado do Guia de Boas Práticas de Relacionamento com os Vulneráveis.

Agradecemos a parceria das Instituições Financeiras Signatárias da Autorregulação participantes deste projeto, sem as quais a existência deste Guia não seria possível.

**Amaury Martins de Oliva**

Diretor de Sustentabilidade, Cidadania Financeira,  
Relações com o Consumidor e Autorregulação,



Banco Daycoval



banrisul



bradesco



BANCO  
MERCANTIL



# Sumário

<b>1. Introdução</b>	<b>13</b>
<b>2. Metodologia</b>	<b>16</b>
<b>3. Boas Práticas</b>	<b>21</b>
<b>3.1 Definição e identificação dos públicos vulneráveis</b>	<b>21</b>
Banco do Brasil	23
Banco Daycoval	26
Banrisul	28
Bmg	29
Bradesco	30
Caixa	31
Itaú	33
Mercantil do Brasil	35
Santander	40
<b>3.2 Como se protege o consumidor vulnerável do superendividamento?</b>	<b>42</b>
Banco do Brasil	44
Banco Daycoval	45
Banrisul	46
Bmg	49
Bradesco	51
Caixa	52
Itaú	53
Mercantil do Brasil	54
Santander	56
<b>3.3 Programas de educação e inclusão financeira voltados aos públicos vulneráveis</b>	<b>60</b>
Banco do Brasil	63
Banco Daycoval	67
Banrisul	69
Bmg	72
Bradesco	74
Caixa	92
Itaú	97
Mercantil do Brasil	102
Santander	106



<b>3.4</b>	<b>Política de Relacionamento com Clientes e</b>	
	<b>Usuários e a proteção dos públicos vulneráveis</b>	<b>108</b>
	Banco do Brasil	111
	Banco Daycoval	113
	Banrisul	114
	Bmg	116
	Bradesco	118
	Caixa	120
	Itaú	123
	Mercantil do Brasil	126
	Santander	130
<b>3.5</b>	<b>Quais são os mecanismos de mitigação de risco voltados</b>	
	<b>ao consumidor vulnerável previstos na matriz de risco e</b>	
	<b>na Política de Relacionamento com Clientes?</b>	<b>132</b>
	Banco do Brasil	134
	Banco Daycoval	135
	Banrisul	136
	Bmg	138
	Bradesco	140
	Caixa	141
	Itaú	142
	Mercantil do Brasil	143
	Santander	146
<b>3.6</b>	<b>Quais são as garantias da prática do crédito responsável</b>	
	<b>para o consumidor vulnerável?</b>	<b>147</b>
	Banco do Brasil	150
	Banco Daycoval	151
	Banrisul	152
	Bmg	153
	Bradesco	154
	Caixa	156
	Itaú	157
	Mercantil do Brasil	160
	Santander	164
<b>3.7</b>	<b>Oferta e publicidade de produtos e serviços</b>	
	<b>adequadas ao perfil</b>	<b>165</b>
	Banco do Brasil	167
	Banco Daycoval	168
	Banrisul	169
	Bmg	171
	Bradesco	172
	Caixa	179
	Itaú	180
	Mercantil do Brasil	182
	Santander	184

<b>3.8 Como são informadas a natureza e a modalidade de crédito para o consumidor vulnerável?</b>	<b>185</b>
Banco do Brasil	187
Banco Daycoval	188
Banrisul	189
Bmg	191
Bradesco	192
Caixa	193
Itaú	194
Mercantil do Brasil	195
Santander	196
<b>3.9 Linguagem simples</b>	<b>197</b>
Banco do Brasil	200
Banco Daycoval	202
Banrisul	203
Bmg	204
Bradesco	206
Caixa	210
Itaú	211
Mercantil do Brasil	214
Santander	216
<b>3.10 Como é assegurada a prestação da informação clara e transparente aos consumidores vulneráveis? Em que ela difere da informação ao público em geral?</b>	<b>218</b>
Banco do Brasil	220
Banco Daycoval	222
Banrisul	223
Bmg	224
Bradesco	225
Caixa	226
Itaú	227
Mercantil do Brasil	230
Santander	232
<b>3.11 Atendimento equitativo</b>	<b>233</b>
Banco do Brasil	235
Banco Daycoval	239
Banrisul	240
Bmg	242
Bradesco	243
Caixa	252
Itaú	254
Mercantil do Brasil	258
Santander	260

<b>3.12 Engajamento e treinamento dos colaboradores. . . . .</b>	<b>262</b>
Banco do Brasil . . . . .	264
Banco Daycoval . . . . .	267
Banrisul. . . . .	268
Bmg . . . . .	270
Bradesco . . . . .	273
Caixa . . . . .	276
Itaú. . . . .	277
Mercantil do Brasil . . . . .	282
Santander . . . . .	285
<b>3.13 Como é realizada a ampla divulgação, aos colaboradores, dos mecanismos de proteção voltados ao consumidor vulnerável, de forma a sensibilizar tais colaboradores, promovendo o seu acultramento? . . . . .</b>	<b>288</b>
Banco do Brasil . . . . .	290
Banco Daycoval . . . . .	291
Banrisul. . . . .	292
Bmg . . . . .	293
Bradesco . . . . .	294
Caixa . . . . .	295
Itaú. . . . .	296
Mercantil do Brasil . . . . .	297
Santander . . . . .	300
<b>3.14 Concepção de produtos . . . . .</b>	<b>301</b>
Banco do Brasil . . . . .	303
Banco Daycoval . . . . .	305
Banrisul. . . . .	306
Bmg . . . . .	307
Bradesco . . . . .	309
Caixa . . . . .	311
Itaú. . . . .	312
Mercantil do Brasil . . . . .	313
Santander . . . . .	315
<b>3.15 Como os produtos ou serviços ofertados ou recomendados estão adequados às necessidades, aos interesses e aos objetivos dos consumidores vulneráveis? . . . . .</b>	<b>316</b>
Banco do Brasil . . . . .	318
Banco Daycoval . . . . .	319
Banrisul. . . . .	321
Bmg . . . . .	322
Bradesco . . . . .	323
Caixa . . . . .	324
Itaú . . . . .	325
Mercantil do Brasil . . . . .	326
Santander . . . . .	327

<b>3.16 Contratação</b>	<b>328</b>
Banco do Brasil	330
Banco Daycoval	331
Banrisul	332
Bmg	333
Bradesco	334
Caixa	336
Itaú	337
Mercantil do Brasil	338
Santander	339
<b>3.17 Como se evita o assédio de consumo aos vulneráveis?</b>	<b>341</b>
Banco do Brasil	343
Banco Daycoval	344
Banrisul	345
Bmg	346
Bradesco	348
Caixa	350
Itaú	351
Mercantil do Brasil	353
Santander	354
<b>3.18 Pós-contrato</b>	<b>357</b>
Banco do Brasil	359
Banco Daycoval	361
Banrisul	362
Bmg	363
Bradesco	365
Caixa	366
Itaú	367
Mercantil do Brasil	370
Santander	371

## **4. Considerações Finais . . . . .373**

# / 1. Introdução /

O Guia de Boas Práticas de Relacionamento com os Vulneráveis tem origem no art. 9º do Normativo SARB n. 24/2021. O seu objetivo é compartilhar experiências e medidas práticas adotadas pelas Instituições Financeiras Signatárias participantes e contribuir com a política de proteção dos consumidores vulneráveis.

## **Consumidores Vulneráveis**

O conceito de vulnerabilidade, para fins de elaboração deste Guia, considerou o disposto no art. 2º e o seu parágrafo primeiro, previstos no Normativo SARB n. 24/2021<sup>1</sup>.

Trata-se de conceituação exemplificativa que estabelece a vulnerabilidade como a menor capacidade de compreensão e discernimento do consumidor para análise e tomada de decisões ou mesmo para a representação dos seus interesses.

Foi apresentado, ainda, um rol de características que, isolada ou conjuntamente, são indicativas da vulnerabilidade. São elas: capacidade civil; deficiência física ou mental; acometimento de doença grave, conforme previsto na legislação; superendividamento; grau de escolaridade; habilidade ou maturidade digital; idade; e renda do consumidor.

## **O propósito do Guia de Boas Práticas**

Compartilhar experiências e conhecimentos é valioso<sup>2</sup> para o desenvolvimento do mercado. É, também, para toda a sociedade quando se destina ao bem-estar dos consumidores. Boas práticas podem impulsionar<sup>3</sup> e inspirar reflexões sobre as oportunidades de tratamento de vulnerabilidades, inclusive para outros setores da atividade econômica.

---

**1.** SARB n. 024/2021. “Art. 2º São considerados vulneráveis, para fins deste normativo, dentre outros, os consumidores que, devido a sua condição pessoal, demonstrem menor capacidade de compreensão e discernimento para análise e tomada de decisões ou de representar seus próprios interesses.

§1º Para fins do caput deste artigo, podem ser consideradas características dos públicos vulneráveis, isoladamente ou em conjunto, dentre outras:

I - capacidade civil;  
II - deficiência física ou mental;  
III - doença grave, nos termos da legislação;  
IV - superendividamento;  
V - grau de escolaridade;  
VI - habilidade e/ou maturidade digital;  
VII - idade; e  
VIII - renda.”

**2.** ARGOTE, Linda & MIRON-SPEKTOR, Ella. (2011). Organizational Learning: From Experience to Knowledge. Organization Science. 22. 10.2307/41303106. Disponível em: <https://pubsonline.informs.org/doi/abs/10.1287/orsc.1100.0621> Acesso em: Janeiro 2023.

**3.** SZULANSKI, G. (1996), Exploring internal stickiness: Impediments to the transfer of best practice within the firm. Strat. Mgmt. J., 17: 27-43. Disponível em: <https://doi.org/10.1002/smj.4250171105> Acesso em: Janeiro 2023

Na medida em que as vulnerabilidades são sobrepujadas com ações eficientes, é possível assegurar o equilíbrio e a harmonia nas relações com o consumidor. Trata-se da proteção da sua dignidade, da redução dos riscos e da promoção do desenvolvimento da sociedade.

### **A cultura de proteção dos vulneráveis**

A cultura é o espaço no qual o propósito se realiza. Podemos considerar cultura como normas, crenças e valores compartilhados que afetam o comportamento das pessoas.

### **A atitude de proteção das vulnerabilidades**

Acreditamos ser a cultura capaz de transformar medidas normativas em atitudes estruturais e efetivas de todo o corpo funcional das Instituições no relacionamento com os consumidores.

A promoção da cultura de proteção dos vulneráveis tem origem normativa, tanto pelo Código de Defesa do Consumidor como pelos atos e atividades da autoridade reguladora, o Banco Central do Brasil – BACEN.

No âmbito privado, o Sistema de Autorregulação Bancária da Federação Brasileira de Bancos – Febraban normatizou o relacionamento com os consumidores potencialmente vulneráveis.

Há vários dispositivos na Autorregulação que institucionalizam e estruturam a cultura de proteção das vulnerabilidades dos consumidores. São compromissos, diretrizes e incentivos para que valores e crenças possam resultar em atitudes de cuidado com as vulnerabilidades no relacionamento com os consumidores. São esforços necessários para assegurar relações justas, equilibradas e harmônicas.

## **As medidas estruturantes da cultura de proteção das vulnerabilidades**

Promover cultura implica institucionalizar normas, crenças e valores. Por isso, merece destaque a Política de Relacionamento com Clientes, que normatiza, no âmbito das Instituições Financeiras, o compromisso e o tratamento relativos às vulnerabilidades. Ela expressa o valor do tratamento equilibrado, harmônico e justo com os consumidores e a consideração das suas vulnerabilidades.

A identificação das vulnerabilidades e o encaminhamento de medidas de reequilíbrio são valores fortemente promovidos pelas Instituições Financeiras. No ecossistema das Instituições, a adoção de medidas práticas de reequilíbrio (mecanismos de proteção mitigatórios de riscos) vai além da promoção de valores, uma vez que a sua realização reiterada no dia a dia dos consumidores contribui para a formação de crenças sobre a importância e a necessidade de proteção das vulnerabilidades. Reforça atitudes positivas que convidam e incentivam os colaboradores a agir proativamente frente à proteção de vulnerabilidades, assim como repudia atitudes negativas, estabelecendo limites para determinadas ações dos colaboradores.

Em igual importância, as medidas englobam orientação e educação aos consumidores potencialmente vulneráveis, reforçando, assim, o compromisso com a expressão do valor de proteção e o cuidado no relacionamento.

Existem, ainda, medidas de treinamento e capacitação dos quadros funcionais. A cultura de proteção pressupõe a capacitação e o treinamento dos colaboradores. Trata-se de medida que reafirma a existência da política de proteção das vulnerabilidades dos consumidores, buscando apresentar ferramentas e mecanismos para a sua realização.

Em síntese, a promoção da cultura de proteção das vulnerabilidades dos consumidores conforma um conjunto de medidas que instituem um ecossistema de equilíbrio e harmonia nas relações de consumo bancárias e financeiras.

## / 2. Metodologia /

O Guia de Boas Práticas de Relacionamento com os Vulneráveis adotou a metodologia da pesquisa descritiva<sup>4,5</sup>, usualmente utilizada nas Ciências Sociais. O objetivo é a descrição do estado da arte do tratamento dos consumidores vulneráveis e das boas práticas realizadas pelas Instituições Financeiras participantes.

### **O processo de preparação e a participação voluntária**

O processo de preparação do material para compor este Guia envolveu, de maneira direta, as Instituições Financeiras Signatárias da Autorregulação. A adesão foi voluntária, por meio da indicação de representantes para participação em reuniões de grupo e individuais, contemplando as fases operacionais de apresentação do projeto; definição da estrutura do Guia; elaboração da pesquisa; e recebimento dos questionários preenchidos e sistematização das respostas obtidas.

### **O projeto**

O desenvolvimento do Guia foi motivado pelo desejo de mapear as práticas adotadas pela Instituição Financeira na lida com os desafios que cada tipo de vulnerabilidade impõe. Para tanto, a coleta de dados deu-se por meio de questionário estruturado com perguntas abertas que possibilitaram particularizar as respostas de cada Instituição, por meio da exemplificação das práticas adotadas e da apresentação dos recursos desenvolvidos para o atendimento aos vulneráveis.

As informações apresentadas neste Guia são de responsabilidade das Instituições Financeiras Signatárias da Autorregulação participantes voluntárias do projeto. Elas refletem o estado da arte dessas Instituições no período de execução do projeto e consequente coleta de dados e consolidação do Guia, ocorrida do segundo semestre de 2022 até o primeiro semestre de 2023.

---

4. COHEN, Louis; MANION, Lawrence; MORRISON, Keith. **Research Methods in Education**. 8.ed. Nova York: Routledge, 2018.

5. CRESWELL, John W.; CRESWELL, J. David. **Research Design. Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches**. Thousand Oaks, California: Sage Publications, 2018.



### **A preparação do questionário inicial**

A estruturação do questionário deu-se à luz da base normativa existente e aplicável do Código de Defesa do Consumidor, das normas e atividades desenvolvidas pelo regulador do setor, o Banco Central do Brasil, e a Norma de Autorregulação n. 24/2021 do Sistema de Autorregulação Bancária – SARB.

O questionário inicial espelhou-se nos temas apresentados na estrutura do Normativo SARB n. 24/2021, com perguntas relacionadas a: (I) boas práticas; (II) propósito da medida; (III) abrangência em relação às vulnerabilidades; (IV) vulnerabilidade tratada pela ação; (V) medidas de proteção das vulnerabilidades; e (VI) evidências da boa prática realizada.

A estrutura, os elementos e o formato do questionário de pesquisa foram validados pelos membros indicados pelas Instituições Financeiras Signatárias voluntárias com os representantes da Federação Brasileira de Bancos – Febraban.

### **O questionário final e a sua aplicação**

Durante o processo de elaboração do Guia de Boas Práticas, o Código de Defesa do Consumidor sofreu alterações que resultaram em novas disposições relacionadas ao tratamento do superendividamento dos consumidores.

A edição da Resolução CMN n. 4.949/2021 do Banco Central do Brasil, da mesma forma, oportunizou a revisão do material elaborado, enriquecido por novas reflexões e entendimentos.

Assim, o questionário inicialmente elaborado foi atualizado e ampliado por novas perguntas que abordaram as alterações ocorridas no Código de Defesa do Consumidor. Com o acréscimo das questões, o questionário final foi apresentado e validado pelos representantes das Instituições Financeiras participantes do Guia.

## **O processo de aplicação do questionário e a sistematização das respostas**

A dinâmica instaurada no processo de elaboração do Guia, *per se*, gerou maior aproximação e envolvimento com o tema, troca de experiências e, conseqüentemente, ativou o movimento de aculturação da proteção dos vulneráveis.

A etapa de aplicação da pesquisa foi encerrada com o recebimento dos questionários preenchidos, dando início ao processo de sistematização do conteúdo para a estruturação do Guia de Boas Práticas.

A sistematização respeitou as respostas dadas pelas Instituições Financeiras participantes e não houve alteração do seu conteúdo, preservando-se todo o material enviado, inclusive os anexos.

A proposta do projeto de realização do Guia foi inclusiva, permitindo a cada participante contribuir consoante à cultura, à *expertise* e às políticas internas da sua respectiva Instituição.

As Boas Práticas compartilhadas neste Guia são resultantes das informações enviadas pelas Instituições Financeiras participantes.


## **A sistematização e a estrutura das perguntas do questionário**

A estrutura do Guia de Boas Práticas é formada por temas e perguntas. As respostas recebidas expressam as atividades desenvolvidas pelas Instituições Financeiras signatárias no cumprimento das normas aplicáveis ao tratamento das vulnerabilidades dos consumidores no âmbito do sistema financeiro.

Foram considerados 18 temas cuja racionalidade está centrada na efetividade da proteção da vulnerabilidade dos consumidores.

Os temas elaborados reproduziram o eixo estrutural do Normativo SARB n. 24/2021, considerando os princípios e as diretrizes do Código de Defesa do Consumidor e as normas e recomendações aplicáveis do BACEN. São eles:

1. Definição e identificação dos públicos vulneráveis;
2. Política Institucional de Relacionamento com o consumidor e proteção dos públicos vulneráveis;
3. Oferta e publicidade de produtos e serviços adequadas ao perfil do consumidor;
4. Utilização da linguagem simples;
5. Atendimento equitativo;
6. Programas de educação e inclusão financeira dos vulneráveis;
7. Engajamento e treinamento dos colaboradores;
8. Concepção de produtos ao público vulnerável;
9. Contratação com o público vulnerável;

- 
10. Tratamento pós-contrato do público vulnerável;
  11. Proteção do consumidor vulnerável em relação ao superendividamento;
  12. Mecanismos de mitigação previstos na matriz de risco e na PCR;
  13. Garantias da prática responsável para o consumidor vulnerável;
  14. Informação sobre a natureza e a modalidade de crédito para o consumidor vulnerável;
  15. Prestação de informação clara e transparente aos consumidores vulneráveis;
  16. Ampla divulgação dirigida aos colaboradores sobre mecanismos de proteção aos consumidores vulneráveis, de modo a promover sensibilização e aculturação;
  17. Adequação dos produtos ou serviços ofertados ou recomendados às necessidades, aos interesses e aos objetivos dos consumidores vulneráveis; e
  18. Como evitar o assédio de consumo no caso de vulnerabilidades em relação à idade, ao grau de alfabetização, à doença grave, ao estado de vulnerabilidade agravada e aos prêmios para contratação.

Esse conjunto de temas, além do alinhamento ao Código de Defesa do Consumidor e às normas e às recomendações do Banco Central do Brasil, também encontra eco na experiência internacional como, por exemplo, a do Reino Unido<sup>6</sup>.

Para facilitar a compreensão da metodologia, os temas foram divididos em dois grandes grupos: o primeiro focaliza o tratamento das vulnerabilidades; e o segundo dedica-se, especialmente, à questão do superendividamento.

### **O primeiro grupo e a sua matriz de perguntas**

Os dez primeiros temas listados foram perpassados por uma matriz de seis questionamentos, com o objetivo de detalhar e qualificar o conteúdo das respostas. São eles:

- A. Qual é a boa prática?
- B. Qual é o propósito da medida?
- C. Qual é a sua abrangência?
- D. Qual é a vulnerabilidade endereçada?
- E. Quais são as facilidades para o consumidor vulnerável?
- F. Evidências da boa prática.

As perguntas realizadas tiveram por objetivo evidenciar as boas práticas e os seus efeitos na relação com o consumidor. Trata-se de uma construção transversal, com temas estruturantes e perguntas dirigidas à boa prática e aos seus respectivos resultados.

---

6. Disponível em: <https://www.fca.org.uk/publication/finalised-guidance/>. Acesso em: Janeiro 2023

## **O segundo grupo de temas e a sua matriz de qualificação**

O segundo grupo, referente aos últimos oito temas listados e adicionados para abarcar as alterações legislativas e regulatórias, trata de aspectos relacionados ao superendividamento. Foram elaboradas perguntas dirigidas à mitigação de riscos do consumidor vulnerável em relação ao processo de contratação de crédito e ao superendividamento.

Para qualificar as respostas obtidas, foram utilizados, como matriz transversal, dois questionamentos: (I) Qual é a boa prática implementada?; e (II) Quais são as recomendações no processo de implementação ou outros pontos de atenção que devam ser considerados ou evitados?

## **A apresentação dos resultados e o Guia de Boas Práticas**

Por fim, os resultados são apresentados na forma de respostas para as perguntas elaboradas. Para facilitar a leitura, os temas e as perguntas foram inseridos de modo linear. A divisão em grupos ocorreu apenas para tornar mais claro o método utilizado.

Como informado anteriormente, as respostas das Instituições Financeiras participantes não foram alteradas, preservando-se inclusive os anexos encaminhados. Eventuais adequações de forma foram aplicadas, sem qualquer alteração de conteúdo ou da semântica dos textos.

A sistematização obedece a estrutura elaborada de forma cooperativa com todos os participantes do Guia de Boas Práticas, com a apresentação das perguntas, seguida das respostas de cada Instituição Financeira em ordem alfabética.

Para cada tema, foi elaborada uma pequena introdução com a indicação dos seus objetivos e, quando necessário, a respectiva base normativa utilizada para a sua fundamentação.

# Boas Práticas

## 3.1

### **/ Definição e identificação dos públicos vulneráveis**

O art. 2º do Normativo SARB n. 24/2021 prevê a definição e a identificação do público vulnerável; caracteriza o rol de vulnerabilidades; e determina a utilização de toda a base de clientes da Instituição Signatária na consideração da análise das vulnerabilidades.

#### **Adoção de medidas para conceituação e identificação das vulnerabilidades**

Verificou-se que mecanismos de identificação desenhados por Instituição fazem o cruzamento de dados para a identificação e combinação de diferentes possibilidades de vulnerabilidades. Tal metodologia dá robustez ao resultado pretendido. Trata-se de atividade dinâmica, analítica e complexa, sob a qual se alicerça a atuação particular de cada Instituição.

#### **Ampliação do rol de vulnerabilidades e a gradação dos riscos**

As Instituições Financeiras Signatárias ampliaram o rol de vulnerabilidades previstas no Normativo SARB n. 24/2021, incluindo aspectos como localidade geográfica, condições ambientais e climáticas, entre outros.

Desenvolveram, adicionalmente, diferentes critérios para a gradação dos riscos diante das vulnerabilidades dos consumidores, possibilitando a caracterização de múltiplas vulnerabilidades (hipervulnerabilidades). Tal procedimento permite adequar as prioridades no tratamento e na adoção de medidas para a proteção e o cuidado dos consumidores.

#### **A base de clientes considerada para a identificação das vulnerabilidades e a periodicidade de revisão**

Foi constatada a utilização de toda a base de usuários e clientes da Instituição Signatária, assim como a adoção da medida de Autorregulação relativa à revisão periódica das metodologias ou matrizes de risco, o que caracteriza a sua natureza dinâmica e proporciona maior precisão no tratamento das vulnerabilidades dos consumidores.



## Definição e identificação dos públicos vulneráveis

---

### **Boa prática**

#### **Modelo para identificação de clientes vulneráveis**

Para identificação dos públicos vulneráveis, o Banco do Brasil desenvolveu modelo próprio que considera variáveis de natureza financeira, transacional e sociodemográfica para identificar os diferentes níveis de vulnerabilidade, desde os mais críticos aos iniciantes.

A informação sobre o grau de vulnerabilidade pode ser consultada por todos os funcionários nos diversos canais de atendimento, por meio da nossa Plataforma de Atendimento, permitindo assim um tratamento adequado às necessidades do cliente, especialmente aqueles mais vulneráveis (estágios “Críticos” e “Muito Alto”).

#### **Propósito**

O modelo de vulnerabilidade visa identificar adequadamente clientes potencialmente vulneráveis, permitindo o desenvolvimento de soluções mais adequadas ao perfil e às necessidades dos clientes.

#### **Abrangência**

O modelo do BB identifica o estágio de vulnerabilidade de todos os clientes Pessoa Física em diferentes níveis, que vão desde o iniciante até o mais crítico. Para cada um desses níveis, foi desenvolvido estudo de persona, de forma a detalhar as variáveis que caracterizam cada grau e permitir estratégias de atuação mais assertivas.

#### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**



Todos os clientes Pessoa Física possuem indicação do seu estágio de vulnerabilidade, permitindo o desenvolvimento de ações gerais aplicadas a todos os clientes e de ações específicas voltadas aos estágios mais elevados.

#### **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**



Clientes com estágios de vulnerabilidade mais elevado (Crítico e Muito Alto) dispõem de atendimento diferenciado nas agências e centrais de atendimento, bem como no tratamento

de demandas na Ouvidoria. Os atendimentos para esses clientes preveem o uso de linguagem simples e adequada, atenção redobrada à compreensão das informações prestadas e quanto ao melhor produto ou serviço a ser eventualmente ofertado.

É importante destacar que, para viabilizar essa estratégia de atendimento, primeiramente, foi realizada ampla capacitação do corpo funcional quanto ao tema, com diversas orientações para fortalecer a atuação adequada no momento do atendimento.

Também foram realizadas alterações das rotinas e *scripts* de atendimentos, de forma a viabilizar o uso de linguagem clara e adequada ao perfil do cliente e garantir a compreensão das informações prestadas.

### Quais são as evidências da boa prática?



Como exemplo de comunicação aos funcionários, apresentamos infográfico que reforça o cuidado dispensado aos clientes vulneráveis na Instituição.

**Você sabe o que é um cliente vulnerável?**

Cuidar do que é melhor para os clientes significa conhecer nossos clientes e suas necessidades.

Às vezes, algumas circunstâncias podem fazer com que uma pessoa esteja mais vulnerável a sofrer prejuízos, seja por uma condição temporária ou permanente. Por exemplo, um cliente que precisa de auxílio de terceiros, para estar mais atento e atento.

Não diversas as razões que podem tornar um cliente mais suscetível a cometer erros: idade avançada, menor familiaridade com serviços digitais, incapacidade de entendimento compreensiva, superendividamento.

O consumidor considerado vulnerável é aquele que pode ter menos acesso de momento aos próprios interesses e não consegue a sofrer danos do que os demais consumidores, por sua necessidade de atenção especial no seu relacionamento com o BB.

**Nós entendemos que se há risco para o cliente, o risco também é do Banco do Brasil!**

Por isso sempre estamos desenvolvendo novas iniciativas, como por exemplo, a comunicação específica para os títulos emitidos durante a pandemia.

A Política de Relacionamento com Clientes e Usuários do Banco do Brasil determina que devemos dispensar atenção especial no tratamento aos clientes considerados vulneráveis e como área de contato direto com os clientes, é essencial:

- Conhecer bem os clientes, buscando informações no cadastro e nas interações com eles;
- Disponer tratamento especial no atendimento a clientes que possam estar com sua capacidade de entendimento comprometida;
- Entender necessidades e expectativas do cliente;
- Garantir que as informações foram compreendidas pelo cliente nos canais e produtos.

**Dessa forma, cultivamos o relacionamento e fazemos negócios com ética, que agregam valor à vida de cada cliente que faz parte desse público!**



Elaboramos também uma “Cartilha de Atendimento”, contendo orientações para o atendimento ao público vulnerável.

**Na prática, o que é essencial para atender o público vulnerável?**

- I. Escutar e entender a demanda do cliente para definir a melhor forma de atendê-lo.
- II. Oferecer tratamento especial no atendimento, zelando pela oferta de produtos adequados às necessidades dos clientes.
- III. Garantir que as informações prestadas no atendimento, em especial aquelas relacionadas às negociações, foram compreendidas pelo cliente com clareza e precisão.



**Pratique a empatia!**

Coloque-se no lugar do cliente ao realizar o atendimento, tratando-o como você gostaria de ser tratado.

A empatia é a chave mestra para qualquer tipo de relação. Ao se colocar no lugar do outro, é possível compreender ainda mais as necessidades e os anseios dos clientes.

## Definição e identificação dos públicos vulneráveis

---

### Boa prática

Utilizamos as seguintes ferramentas para a identificação do público vulnerável:

▶ Identificação nas Centrais de Atendimento:

Foi implantada e já está em vigor a regra para identificar o consumidor idoso, utilizando o critério da data de nascimento/idade.

Após o cliente digitar o CPF na URA do CAC e SAC, o sistema realiza a leitura da informação da data de nascimento na base de dados e realiza a marcação no campo “preferencial” como “Idoso Identificado”, de forma automática. Desta forma também ocorre no Chat Institucional.

▶ Canais de atendimento primário:

Na URA do SAC ou Chat Institucional, o consumidor tem a opção de digitar o seu CPF. Se os seus dados pessoais estiverem disponíveis no banco de dados interno e se ele for da categoria de público idoso (após *match* da sua data de nascimento), o seu registro terá marcação para identificação e atendimento diferenciado de acordo com os procedimentos do Banco. Nesse mesmo processo, no menu da URA SAC, há a fraseologia que, antes de dar continuidade, questiona se a pessoa se considerada um consumidor vulnerável e, ele se optar pelo “SIM”, serão abertas as opções com o tipo:

1. Para idoso;
2. Baixa renda, caso você receba menos que o salário-mínimo;
3. Superendividado; e
4. Outros Motivos.

Após o atendimento, o protocolo é registrado com essa informação e gera uma agenda de tratamento em SLA diferente do habitual, dando priorização a este tipo de demanda.

▶ Atendimento presencial na Matriz Daycoval para atender todos os nossos clientes ou *prospects*, para dirimir dúvidas ou atender às suas solicitações.

## ► Ouvidoria

Na Ouvidoria do Conglomerado Prudencial Daycoval, é realizada a marcação sistêmica dos clientes de público vulnerável e hipervulneráveis, que, para ocorrer a sinalização, é realizada a busca nos sistemas legados da Instituição e, neste caso, busca-se o atendimento prioritário da demanda em uma SLA menor do que o prazo regulamentar. Também, há ações de mediação de conflitos que visam o esclarecimento das informações com uma linguagem mais clara e simples para evitar a exclusão do consumidor ou uma exposição dúbia dos fatos, trazendo clareza ao cliente sobre a resolução da sua insatisfação e/ou sobre o posicionamento do Banco.

- Com base na identificação do público vulnerável no sistema, as áreas de negócios, ao gerar a agenda com os prazos, darão prioridade ao atendimento dos clientes que fazem parte dessa classificação.
- O setor jurídico do Banco realiza a classificação dos clientes superendividados, conforme critérios estabelecidos no seu sistema.
- Na venda das operações, são considerados os clientes com características de vulnerabilidade como, por exemplo: a formalização de contratos apenas com atendimento pessoal para os clientes que não sabem ler ou escrever, para que ele obtenha todas as informações necessárias para o seu correto entendimento sobre a operação.
- Atendimento realizado em Libras para as pessoas com deficiência auditiva e surdos.
- O sítio eletrônico Daycoval possui uma página de acessibilidade (<https://daycoval.com.br/institucional/acessibilidade>) e em toda a disposição desse site está disponível, ao lado esquerdo da página, ícones com as nomenclaturas “LIBRAS”, “VOZ” e “+ACESSIBILIDADE”. Ao clicar na opção “LIBRAS”, é acionado um módulo de inteligência, e a assistente virtual “Rybená” realiza a tradução de texto selecionado do português para Libras. Ao clicar na opção “VOZ”, a assistente virtual “Rybená” realiza a conversão do texto selecionado do português em voz. E ao clicar na opção “+ ACESSIBILIDADE”, é disponibilizada a “caixa” com recursos de leitura que ajudarão na compreensão de textos para pessoas com dificuldades de leitura.

Nos contratos firmados com os correspondentes de países contratados para a disponibilização dos produtos aos clientes, estão previstas obrigações por parte desses prestadores no atendimento dispensado ao público vulnerável, conforme estabelecido pelas normas internas da Instituição.



## Definição e identificação dos públicos vulneráveis

---

### **Boa prática**

Definição do Modelo de Vulnerabilidade através da Regressão Analítica - metodologia que calcula o peso das diferentes variáveis utilizadas de forma a capturar, por meio de técnica estatística, as intersecções que melhor explicam a classificação dos clientes como vulneráveis. Essa metodologia está baseada na habilidade de compreensão, na exposição a golpes ou fraudes e na capacidade de os clientes honrarem os seus compromissos financeiros. Assim, para a definição do nível de vulnerabilidade, recorrem-se aos dados do Banco com o objetivo de encontrar informações que possam fornecer subsídios para explicar o quão propenso é o cliente, observam-se:

- ▶ Dados cadastrais: idade, escolaridade, estado civil, sexo, representações, renda, ocupação, deficiências, região geográfica;
- ▶ Comportamento financeiro: volume de aplicações financeiras, comprometimento financeiro, atrasos; e
- ▶ Acessibilidade digital: grau de maturidade digital.

### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**



Todos os públicos vulneráveis nos seus diferentes níveis de vulnerabilidade, identificados pelo modelo através de variáveis que possam indicar algum tipo de fragilidade destes clientes.

### **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**



Identificar os públicos vulneráveis para o atendimento direcionado, utilizando uma linguagem acessível, clara e transparente; desenvolver ações específicas voltadas a estes públicos; e definir ações mitigatórias, conforme os níveis de vulnerabilidade identificados neste modelo.

### **Quais são as evidências da boa prática?**



A definição e a identificação dos públicos vulneráveis, os quais possuem sinalização em sistema específico, englobando todos os clientes Pessoa Física do Banco, permitiram implementação de ações voltadas a esses consumidores.

## Definição e identificação dos públicos vulneráveis

---

### Boa prática

#### Modelo para identificação do público vulnerável

##### Propósito

Todos os clientes são especiais, mas, quando percebemos um público potencialmente vulnerável, redobramos a atenção para explicar de forma acessível e clara todos os nossos produtos e serviços. Com esse propósito, desenvolvemos um modelo para caracterizarmos esse público. A análise dos clientes qualificados como vulneráveis leva em consideração toda a base de clientes do Grupo Bmg.

#### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?** ?

---

Caracterizamos os públicos vulneráveis em seis personas, com o objetivo de personificar o público e garantir a classificação correta dos nossos clientes. São personas com: Baixíssima Vulnerabilidade, Baixa Vulnerabilidade, Média Vulnerabilidade, Alta Vulnerabilidade, Muito Alta Vulnerabilidade e Altíssima Vulnerabilidade.

Realizamos o monitoramento da distribuição das personas mensalmente, entretanto, independente do acompanhamento mensal, o modelo é revisado semestralmente.

#### **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?** ?

---

A criação desse modelo trouxe um novo olhar para os nossos produtos, serviços e atendimento aos nossos clientes, zelando pela qualidade, particularmente para os consumidores que enfrentam maior dificuldade de compreensão.

#### **Quais são as evidências da boa prática?** ?

---

Após a estruturação do modelo, estabelecemos métricas e metas claras para direcionar os nossos esforços de melhoria, com o objetivo de mensurarmos a efetividade das ações por intermédio dos indicadores relacionados abaixo:

- ▶ Redução das reclamações relacionadas ao desconhecimento de contratação;
- ▶ Pesquisa NPS nos atendimentos realizados ao público vulnerável;
- ▶ Análise da qualidade dos atendimentos por meio de inteligência artificial; e
- ▶ Acompanhamento do índice de acordos formalizados com indicador de vulnerabilidade.



## Definição e identificação dos públicos vulneráveis

---

### **/ Boa prática**

Uso de modelo para avaliação de toda a base de clientes com o objetivo de realizar agrupamento de acordo com o grau de vulnerabilidade.

#### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**

---



Toda a base de clientes Pessoa Física.

#### **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**

---



Identificação dos diferentes graus de vulnerabilidade das pessoas, considerando também indicadores geográficos, eventos externos, o endividamento, as vulnerabilidades temporais e permanentes e a maturidade digital, de forma a proporcionar um atendimento personalizado, bem como oferecer a contratação de produtos/serviços estritamente de acordo com o perfil e as necessidades do cliente, direcionada à mitigação dos riscos para o cliente e para o Banco.

#### **Quais são as evidências da boa prática?**

---



Com a identificação do grau de vulnerabilidade, é possível estabelecer o monitoramento através de indicadores como:

- ▶ Redução no tempo de atendimento das manifestações do público mais vulnerável.
- ▶ Pesquisas de avaliação da qualidade do atendimento, considerando a vulnerabilidade do cliente na avaliação dos resultados.
- ▶ Atendimento personalizado de acordo com a vulnerabilidade.

## Definição e identificação dos públicos vulneráveis

---

### Boa prática

A definição do público vulnerável considera variáveis econômicas e comportamentais que, após serem mensuradas e aplicadas, definem a faixa de vulnerabilidade dos clientes de toda a base da CAIXA, classificando-os entre: Baixa, Média Baixa, Média, Média Alta, Alta, Grave e Crítica, sendo as três últimas faixas consideradas prioritárias para a atuação.

A CAIXA mensura o público a partir de dois modelos:

- ▶ Modelo Comercial: Papel CAIXA como banco comercial, que abrange clientes com relacionamento bancário; e
- ▶ Modelo Social: Papel CAIXA como agente operador do Governo Federal, que abrange clientes que integram a base a partir de políticas públicas.

A partir da identificação dos clientes, ocorre a indicação do nível de vulnerabilidade em ferramenta de consumo para os empregados, lotados na rede de atendimento e atendentes da Ouvidoria, além da mensuração em Programa de Qualidade de Vendas de forma diferenciada.

A indicação visa possibilitar que o empregado identifique de forma rápida e intuitiva, durante o atendimento, se o cliente está inserido nos níveis mais altos de vulnerabilidade, oferecendo, assim, atendimento adequado.

A prática abrange os clientes dos níveis de vulnerabilidade Alto, Grave e Crítico.

### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**



A partir da identificação do cliente vulnerável, com um atendimento adequado, são mitigadas a dificuldade de acesso e a compreensão de produtos e serviços financeiros, proporcionando maior inclusão e segurança, uma vez que este público possui maior risco de divergência nas interpretações das informações e propensão a compras por impulso ou em desacordo com o seu perfil/necessidade.

Cabe ressaltar que a CAIXA atua na revisão dos critérios do modelo estabelecido para o atendimento aos vulneráveis, com a identificação de oportunidades de melhoria para aprimorar a experiência do cliente, em especial, aquele potencialmente vulnerável.

## **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**

---



A prática possibilita que, uma vez identificada a vulnerabilidade do cliente, o empregado possa realizar o atendimento com maior cautela e cuidado sobre a linguagem utilizada, que deve ser sempre simples e inclusiva, certificando-se de que o cliente compreendeu e está satisfeito com a solução apresentada para a sua demanda.





## Definição e identificação dos públicos vulneráveis

---

### **Boa prática**

A definição dos clientes vulneráveis e a identificação dos públicos vulneráveis acontecem a partir de modelagem institucional que avalia as informações individuais (sociodemográficas, financeiras e transacionais) e classifica todos os clientes Pessoa Física entre os graus de vulnerabilidade. Após a classificação de vulnerabilidade, os clientes com graus Muito Alto e Alto serão identificados nos sistemas internos de atendimento com marcação de “Cuidado Especial”, considerando tanto o atendimento presencial nas agências quanto o realizado nas Centrais e na Ouvidoria.

### **Propósito**

A ação visa assegurar aos clientes identificados como vulneráveis um atendimento mais direcionado e adequado às suas necessidades individuais.

### **Abrangência**

O público abrangido pela ação é aquele classificado como Muito Alto e Alto de vulnerabilidade, considerando a modelagem institucional aplicada.

### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**



A ação está relacionada à compreensão dos produtos e serviços contratados, assegurando maior adequação das ofertas aos perfis dos clientes, a partir da retirada do estímulo direto para ofertas que não convirjam com o momento de vida do cliente. Importante destacar que o modelo para identificação dos clientes vulneráveis considera fatores que podem potencializar as vulnerabilidades quando combinadas, como baixa escolaridade, idade avançada, deficiências física ou cognitiva e baixa habilidade digital.

### **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**



A identificação dos clientes vulneráveis assegura atendimento mais direcionado e adequado às suas respectivas necessidades.

## Quais são as evidências da boa prática?



Controle de Qualidade Cartões V2007

CPF / CNPJ

Nome: [REDACTED] | Chipras: [REDACTED] | idade: 49 anos | Produto: MBANK ITAUCARD MASTERCARD NAC | Cartão: [REDACTED]

CPF: [REDACTED] | Tempo de Conta: 10 anos e 7 meses | Relacionamento: [REDACTED] | Status da Conta: CONTA ATIVA | Status do Cartão: Desbloqueado | Portador: Titular

Rechamada Última 2 dias | NPS Sem Nota

Cliente não possui ou não utiliza o APP

Ver somente cards críticos

**CUIDADO ESPECIAL**  
Caso o cliente venha a precisar de algum tratamento diferenciado conduza o atendimento conforme a necessidade. Garanta o entendimento sobre as cobranças de tarifas e taxas, condições de pagamento, cobranças futuras e prazos.

HISTÓRICOS

Controle de Qualidade Cartões V2007

CPF / CNPJ

Nome: [REDACTED] | Chipras: [REDACTED] | idade: 64 anos | Produto: ITAUCARD VISA GOLD | Cartão: [REDACTED]

CPF: [REDACTED] | Tempo de Conta: 10 anos e 7 meses | Relacionamento: [REDACTED] | Status da Conta: CONTA CANCELADA DI | Status do Cartão: Bloqueado | Portador: Titular

Rechamada Última 2 dias | NPS Sem Nota

Cliente não possui ou não utiliza o APP

Ver somente cards críticos

**CUIDADO ESPECIAL**  
Garanta o entendimento sobre as cobranças de tarifas e taxas, condições de pagamento, cobranças futuras e prazos. Seja detalhista com as explicações, colha feedback se cliente compreendeu.

**STATUS DO CARTÃO**  
Atenção: Cartão Bloqueado!

HISTÓRICOS

## Definição e identificação dos públicos vulneráveis

---

### Boa prática

O Banco Mercantil adotou modelo de análise probabilística para a atribuição do escore de vulnerabilidade do cliente. A metodologia adotada utiliza a técnica de Machine Learning (Aprendizado de Máquina / Aprendizagem Automática - IA), denominada Random Forest (Método Florestas Aleatórias), que é um algoritmo de aprendizagem supervisionada. Por meio deste modelo, foi possível mapear, agrupar, quantificar e qualificar toda a base de clientes da Instituição, de acordo com os diferentes graus de vulnerabilidade e as suas intersecções.

Por meio de um esquema de pontuação, os clientes foram classificados, avaliando-se assim a probabilidade de ocorrência em relação à sua vulnerabilidade e aos graus de riscos na relação comercial entre cliente e Instituição. Quanto maior o grau de vulnerabilidade, maior será a sua propensão a falhas ou erros na compreensão, interação e jornada de utilização de produtos e/ou serviços. Por consequência, maior risco para o cliente e para a Instituição.

O modelo desenvolvido considera as informações cadastrais e de relacionamento já disponíveis nas bases corporativas e está em constante evolução, com avaliação de novas variáveis ou revisão de critérios nas variáveis atuais. Os escores são calculados em uma escala de 0% a 100%, na qual quanto mais próximo de 100% é o escore maior a vulnerabilidade do cliente.

Na aplicação da metodologia atual, são consideradas nove variáveis. São elas:

- ▶ Indicador de que o cliente possui ou não representante legal;
- ▶ Indicador de clientes que não assinam, por serem não alfabetizados ou deficientes visuais;
- ▶ Faixa etária;
- ▶ Faixa de renda;
- ▶ Grau de escolaridade;
- ▶ Indicador de utilização dos canais digitais (aplicativo e Internet Banking);
- ▶ Espécie do tipo de benefício (somente para os beneficiários do INSS);
- ▶ Indicador de endividamento; e
- ▶ Indicador de reclamações na Ouvidoria e Conduta.

Em cada uma das categorias das variáveis utilizadas, é definido um grau de vulnerabilidade, variando de 0% a 100%. O escore final do cliente é obtido a partir da média simples destas pontuações.

A partir da marcação dos clientes nas bases corporativas, foi implementada a identificação do perfil de vulnerabilidade de forma sistêmica em todas as plataformas e interfaces utilizadas para consulta de dados e atendimento aos clientes, seja nos pontos de atendimento, SAC, Ouvidoria e áreas internas, administrativas ou de negócios da Instituição.

Assim, os sistemas exibem automaticamente ícones de classificação de acordo com o grau de vulnerabilidade dos clientes, divididos em três grupos por simplificação: Baixo, Médio ou Alto.

Foram definidos três ícones de identificação, de acordo com o grau de vulnerabilidade:

- ▶ Ícone azul claro: clientes com classificação “Baixo” e “Muito Baixo”
- ▶ Ícone azul escuro: clientes com classificação “Médio” e “Médio Baixo”
- ▶ Ícone azul escuro +: clientes com classificação “Alto” e “Muito Alto”



Esses ícones indicativos de risco de vulnerabilidade são exibidos toda vez que o cliente se autentica no terminal de autoatendimento e também na interface de consulta e atendimento de clientes por funcionários.

A identificação do grau de vulnerabilidade também é exibida nas demandas de SAC e do segundo nível: Ouvidoria, BACEN e Órgãos de Defesa do Consumidor.

Todos os colaboradores recebem treinamento (que será detalhado em item específico) e orientações para que estejam ainda mais atentos à necessidade de adequar a abordagem e assistência ao perfil do cliente, conforme a sua indicação de risco de vulnerabilidade.

Em caso de desvio de conduta no atendimento aos clientes com alto grau de vulnerabilidade, haverá agravamento da medida disciplinar, conforme previsto em política interna (Política de Gestão de Consequências).

### **Propósito**

O escore de vulnerabilidade atribuído a cada cliente é utilizado por toda a Organização, para fomentar evolução constante na atuação com foco na diferenciação e personalização do modelo de atendimento e relacionamento, tanto presencial quanto eletrônico.

A partir da identificação clara dos clientes potencialmente vulneráveis, os colaboradores podem se antecipar às necessidades dos mesmos, prestando um atendimento ainda mais consultivo, atencioso e personalizado.

## Abrangência

O Banco Mercantil iniciou a aplicação de metodologia estatística para a classificação de vulnerabilidade dos clientes no final de 2020 que, desde então, atribui grau de vulnerabilidade para todos os clientes, ou seja, 100% da base de clientes.

A metodologia também atribui grau de vulnerabilidade aos novos clientes, sendo mensalmente realizado reprocessamento para a captura de eventuais mudanças no perfil e comportamento que possam impactar o resultado da classificação do escore do grau de vulnerabilidade.

## A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?



Conforme explicado no item 3.1.1, o modelo desenvolvido considera variáveis que são indicativas de vulnerabilidades, e as intersecções entre as mesmas é que determinam os graus de vulnerabilidade.

Visando melhor entendimento, descrevemos a seguir as variáveis e as respectivas vulnerabilidades indicadas por elas:

### ► Faixa etária do cliente:

O processo de envelhecimento, naturalmente, aumenta o risco de prejuízos às funções cognitivas.

### ► Faixa de renda do cliente:

A limitação de recursos financeiros pode aumentar os riscos de relacionamento.

### ► Grau de escolaridade:

As pessoas com maior grau de escolaridade tendem a possuir uma maior capacidade de discernimento e compreensão, diminuindo o risco de relacionamento.

### ► Indicador de utilização dos canais digitais (aplicativo e Internet Banking):

Clientes que utilizam canais digitais de autosserviço caracterizam espontaneidade e demonstram familiaridade com o uso de soluções financeiras e com evoluções tecnológicas.

### ► Espécie do benefício (somente para os beneficiários do INSS):

Algumas espécies de benefício do INSS se mostram mais sensíveis em relação ao risco de vulnerabilidade. Foram priorizados, em quatro grupos, espécies que apontam aumento do risco. São elas: Auxílio Reclusão, Amparo por Invalidez de Trabalhador Rural, Amparo Social a Pessoa Portadora de Deficiência, Amparo Social ao Idoso, Auxílio Doença e Aposentadoria por Invalidez.

### ► Indicador de endividamento:

A inadimplência é um indício de que o cliente pode não possuir um controle adequado, mesmo que momentaneamente, da sua situação financeira. Além disso, pode indicar maior suscetibilidade à contratação de produtos inadequados ao seu orçamento.

► **Indicador de que o cliente possui ou não representante legal:**

Representante legal é uma pessoa nomeada legalmente perante o INSS para movimentar o benefício em nome do segurado. Assim, considera-se que o risco de vulnerabilidade do beneficiário é mitigado com a presença de um terceiro que o representará no relacionamento com o Banco.

► **Indicador de clientes que não assinam, por serem não alfabetizados ou deficientes visuais:**

Devido a incapacidade de leitura e interpretação de contratos de produtos ou serviços ou outros documentos, além da necessidade de textos acessíveis, tais limitações são consideradas como alto risco de relacionamento, tanto para o cliente quanto para o Banco, seja no momento inicial quando estão expostos aos produtos ou ao decorrer do seu percurso.

► **Reclamações na Ouvidoria e Conduta:**

De maneira geral e conceitual, clientes registram reclamações na Ouvidoria para resolver as questões não solucionadas definitivamente nos atendimentos de primeiro nível. A recorrência a um canal de 2º nível pode indicar eventual fragilidade ou vulnerabilidade no entendimento dos produtos, serviços e procedimentos bancários.

As reclamações notificadas para Conduta se referem a suspeições de vendas inadequadas, sendo indicativo também de houve dificuldade de entendimento ou vulnerabilidade na contratação dos produtos ou serviços da Instituição.

## **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**



A identificação da classificação nas plataformas de atendimento tem como objetivo principal dar o direcionamento adequado do atendimento aos clientes vulneráveis. Com as ações de aculturação, reforço de orientações e treinamento, busca-se implementar ações protetivas, destacando-se a necessidade de adequar a abordagem e assistência ao perfil do cliente, conforme a sua indicação de risco de vulnerabilidade.

## **Quais são as evidências da boa prática?**



### **1. Vendas assistidas:**

O cliente classificado com grau de vulnerabilidade “Alto” e “Muito Alto” somente contrata produtos e serviços mediante a assistência pessoal de algum colaborador.

Ao acessar menus de compra no terminal de autoatendimento, o cliente identificado com risco de alta vulnerabilidade será direcionado para solicitar assistência de algum colaborador da unidade. A transação de compra somente será concluída após o colaborador registrar a sua matrícula no equipamento e adotar o protocolo de prestação de serviço adequado ao perfil do cliente com indicação de alta vulnerabilidade.

Cliente com indicador de nível de vulnerabilidade – “Alto” e “Muito Alto”. Ícone azul escuro, com um sinal de “+”, no alto à direita da tela:



## 2. Evidência de comunicações internas e ação de acultramento:

Fique atento a essas sinalizações!

👍 (33) 🔄 (0)

São três ícones. Cada um deles informa o **grau de vulnerabilidade** de cada um dos clientes e pode garantir um atendimento diferenciado, como a gente gosta de oferecer no Mercantil. Você os conhece?



Nos terminais, ao passar o mouse por cima dos ícones, também aparece a descrição da vulnerabilidade – que pode ter relação com escolaridade ou condições especiais.

Caso tenha dúvidas sobre como atuar em cada caso, acesse novamente o curso sobre Públicos Vulneráveis na **Academia Mercantil** e leia atentamente o ato normativo com as orientações.

## 3. Redução de casos relacionados a vendas inadequadas envolvendo clientes com alto grau de vulnerabilidade:

Constatada a redução de 36% no percentual de reclamações com suspeição de inadequação na venda a clientes de alto grau de vulnerabilidade na comparação do último quadrimestre de 2022 com o primeiro quadrimestre de 2023.

## Definição e identificação dos públicos vulneráveis

---

### **Boa prática**

#### **Score Model de Clientes Vulneráveis Santander**

##### **Propósito / Abrangência**

Permitir a identificação de clientes que são vulneráveis por conta de um conjunto de situações pessoais, temporárias e/ou definitivas. O Santander desenvolveu um modelo para identificar esses clientes, dado que entende que somente uma condição de vulnerabilidade de forma isolada não traduz uma vulnerabilidade. Por exemplo, uma pessoa idosa pode ou não ser vulnerável, assim, entendemos que o perfil de vulnerabilidade é gerado não por um fator isolado, mas, sim, por vários fatores associados como, por exemplo: idade, renda, nível de endividamento, dentre outros.

##### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**



A boa prática atinge todos os clientes ativos do Banco, que passam a receber uma classificação de vulnerabilidade. Assim, são considerados vulneráveis clientes que, devido à sua condição pessoal, demonstrem menor capacidade de compreensão e discernimento para análise e tomada de decisões ou de representar os seus próprios interesses. Clientes idosos, superendividados ou sem maturidade digital podem ser exemplos de clientes vulneráveis.

##### **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**



Os clientes vulneráveis Santander podem ter ofertas diferenciadas (como taxas, condições e/ou prazos diferenciados), bem como atendimento prioritário/especializado.

##### **Quais são as evidências da boa prática?**



Três métricas que acompanhamos e que refletem a boa prática são:

- ▶ NPS (Net Promoter Score) – Essa métrica verifica a satisfação/recomendação dos clientes. Atualmente, o NPS dos clientes Alto e Altíssimo vulneráveis é maior que o do cliente PF padrão;



- ▶ Reclamações – Essa métrica calcula a quantidade de reclamações nos canais do Banco. Atualmente, é possível observar que o índice de reclamação para clientes Alto e Altíssimo vulneráveis é menor que o do cliente padrão PF; e
- ▶ TMC (Tempo médio de conclusão de demandas) – Essa métrica avalia o tempo médio de conclusão das demandas e pedidos dos clientes nos canais. No canal da Ouvidoria, por exemplo, o TMC para Alto e Altíssimo vulnerável é menor que o do cliente PF padrão.

# Boas Práticas

## 3.2

**/ Como se protege o consumidor vulnerável do superendividamento?**

Os fundamentos normativos utilizados para a análise da pergunta foram: Normativo SARB n. 24/2021 – art. 2º, IV e art. 8º; CDC, art. 4º, X, Princípio da PNRC – “prevenção e tratamento do superendividamento como forma de evitar a exclusão social do consumidor”.

### **Medidas de prevenção do superendividamento**

As informações coletadas refletem o alinhamento das instituições à recente inclusão dos mecanismos de prevenção e tratamento do superendividamento no Código de Defesa do Consumidor.

Foi possível constatar a efetivação de medidas para a proteção dos consumidores diante dos desafios do superendividamento. Parte significativa das respostas foram centradas no estabelecimento de mecanismos de adequação de oferta, educação e orientação, entre outros. Notou-se a preocupação com a comunicação e a linguagem no relacionamento com os consumidores.

### **Células de atendimento especializado e o cuidado com o consumidor**

Destacam-se as medidas de criação de células especializadas de atendimento ao consumidor, que procuram atuar na prevenção ao superendividamento.

### **Parcerias com o Poder Judiciário no tratamento dos superendividados**

Parcerias com o Poder Judiciário e adoção de técnicas de conciliação e mediação evidenciam mecanismos estratégicos para o encaminhamento dos desafios do superendividamento dos consumidores.

### **Medidas para a renegociação de dívidas**

Medidas de renegociação, com taxas e prazos diferenciados, foram exemplos apresentados por Instituições Financeiras participantes deste Guia.



## Como se protege o consumidor vulnerável do superendividamento?

---

### Qual é a boa prática implementada?

---



#### Células de Atendimento Especializadas

O BB dispõe de células de atendimento especializadas, no âmbito da sua Central de Relacionamento, SAC e Ouvidoria, para assessoria de clientes com operações em atraso. Trata-se de condução preventiva que visa evitar o superendividamento e permitir a reorganização financeira do cliente.

Também são realizadas diversas ações de comunicação e de educação financeira com os clientes superendividados, a fim de evitar a contratação de produtos e serviços por impulso ou sem considerar o impacto dessas contratações no orçamento.

Somam-se às iniciativas, ações de acultramento que o BB disponibiliza nos seus diversos canais de comunicação (artigos no Blog BB, vídeos no YouTube e redes sociais), na App “Minhas Finanças” e no Portal de Negociação de Dívidas, detalhados na questão 3.3.

### Quais são as suas recomendações?

---



Para prevenir o superendividamento, é importante que as Instituições Financeiras invistam em ações de educação financeira que possam contribuir com o gerenciamento adequado dos recursos e que incentivem a poupança, a organização, o planejamento do orçamento familiar e a compreensão e uso consciente de produtos financeiros, bem como na atuação preventiva do endividamento, considerando a capacidade financeira do cliente e a adequada oferta de produtos e serviços.

## Como se protege o consumidor vulnerável do superendividamento?

---

A Instituição implementou procedimentos voltados ao atendimento ao cliente superendividado, descritos nas suas políticas e manuais. Além do conteúdo educativo disponível no sítio eletrônico da Instituição e do conteúdo extensivo de perguntas e respostas disponíveis nas páginas dos canais de atendimento, os roteiros operacionais das equipes comerciais e de cobrança apresentam as situações que necessitam de maior atenção no atendimento, incluindo regras de renegociação com condições especiais para esse público.

Existe formalizada a Política de Atendimento ao Público Superendividado, que possui procedimentos diferenciados para ele, especialmente os relacionados aos procedimentos de cobrança, como linguagem mais acessível e também a deliberação de condições especiais para tal público.



## Como se protege o consumidor vulnerável do superendividamento?

Com medidas que orientam o atendimento a ser realizado com este consumidor, que necessita de maior atenção e informações detalhadas, através de campanhas de conscientização dos clientes; com treinamento dos empregados que realizam atendimento a este público; além de proporcionar opções de negociações específicas para operações inadimplentes aos públicos vulneráveis.

### **Boa prática**

**Projeto Tratamento do Superendividado no Poder Judiciário** – o Banco, no Rio Grande do Sul e nos demais estados, participa do Projeto de Tratamento aos Superendividados, que ocorre no Poder Judiciário, através da conciliação/mediação, objetivando evitar a exclusão social desse público em condição de vulnerabilidade. A participação do Banco sempre se deu de forma voluntária e, atualmente, segue em continuidade ao cumprimento da Lei n. 14.181/2021, apresentando um representante com capacidade de transigir/negociar as dívidas (um empregado/preposto, que não precise ser advogado, mas que atue em conformidade com as políticas de crédito de negociação e renegociação). Na atualidade, são constantemente avaliadas as solicitações para se definir o destino do atendimento.

Outra frente de atendimento a meio autocompositivo (conciliação/mediação) é o engajamento do Banrisul nas solicitações oriundas da Câmara de Conciliação Cível da Defensoria Pública do Estado do Rio Grande do Sul, onde se busca conciliar os seus assistidos com as Instituições Financeiras, na tentativa de evitar a iniciação de ação judicial.

O cliente, na Câmara de Conciliação, é escutado e recebe esclarecimentos ou novas possibilidades de negociação, sem ter enquadramento ou ter evocado a Lei do Superendividamento, recebendo atendimento, presencial ou por videoconferência, por preposto determinado pelo Banrisul.

Outras solicitações, enquadradas ou que evoquem a Lei do Superendividamento, são recebidas por empregado do Banco; por segurança jurídica, embora extrajudiciais, redundou na sistemática de encaminhar à Assessoria Jurídica, do Banrisul, para tratamento e atendimento com o preposto indicado pela agência de relacionamento do cliente e com a assessoria jurídica qualificada.

A segurança jurídica referida contempla tratamento adequado diante das situações de clientes que se declaram superendividados e estão assim amparados pelos efeitos da Lei n. 14.181/2021 (Lei do Superendividamento).

### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**



As situações encontradas nos atendimentos permeiam cenários diversos, nos quais os endividados e/ou superendividados são encontrados nas diferentes classes socioeconômicas, não sendo a renda um definidor das inúmeras situações de superendividamento. As dificuldades observadas encontram registros nos noticiários sobre a situação das famílias brasileiras, atingidas por diversos tipos de desalentos: perda de emprego e renda, alterações das relações familiares, tratamento de saúde, entre outras situações não favoráveis que, em alguns casos, embora apresente renda mais elevada, o comprometimento econômico e financeiro impede a subsistência digna.

### **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**



O fundamento conciliação/mediação permanece por meio da técnica da escuta ativa para melhor gerar esclarecimentos, orientações e proceder negociações. Este momento de atendimento propicia adequar as diversas possibilidades fornecidas pelas políticas de negociação e renegociação de créditos, respeitada a legislação vigente, dentro da capacidade financeira do cliente/consumidor, com orientação de educação financeira fundamentada no crédito responsável, permitindo ao consumidor a decisão informada.

### **Quais são as evidências da boa prática?**



Monitoramento de abertura de processos judiciais.

### **Quais são as suas recomendações?**



Evitar a liberação de crédito sem considerar o comprometimento do cliente. Diante disso, foi realizada a criação de ocorrência em sistema interno de “Cliente com Vulnerabilidade Financeira”, que inclui clientes com idade igual ou superior a 85 anos ou com a classificação de vulnerabilidade altíssima e comprometimento de renda elevado no Sistema Financeiro Nacional ou a necessidade de tempo de pagamento elevada frente à capacidade de pagamento observada no Sistema Financeiro Nacional elevado. Clientes com essa sinalização não conseguem finalizar as contratações de crédito via aplicativo e necessitam comparecer na agência. A sua proposta é analisada por comitê superior, com o intuito de prestar maiores esclarecimentos, qualificando a concessão de crédito ao cliente, considerando as suas demais obrigações financeiras com os níveis saudáveis de comprometimento e evitando o aumento da exposição financeira.

## Qual é a boa prática implementada?



### Célula específica de renegociação para os clientes vulneráveis

Descrição: o atendimento realizado é diferenciado, visando proporcionar, aos públicos vulneráveis inadimplentes, opções de negociações específicas para operações em atraso, de forma a fornecer as orientações necessárias por meio de uma linguagem mais clara, acessível e de acordo com as vulnerabilidades identificadas, como forma de readequação dos fluxos de pagamentos.

## Quais são as suas recomendações?



- ▶ O contato deve ser realizado por equipe capacitada, utilizando um *script* elaborado especificamente para este público;
- ▶ Treinamento e capacitação contínua;
- ▶ Monitoramento do índice de contato com a pessoa certa; e
- ▶ Monitoramento do índice de recuperação de crédito.



## Como se protege o consumidor vulnerável do superendividamento?

---

### Qual é a boa prática implementada?

---



Periodicamente, é realizada a revisão dos critérios de concessão de crédito.

#### Propósito

Dentre os seus objetivos, o Banco Bmg busca assegurar a concessão responsável do crédito, mesmo antes da regulamentação da Lei do Superendividamento Lei n. 14.871/2021, a qual define o “mínimo existencial”.

#### Abrangência

Temos o cuidado de ofertar os produtos de acordo com as necessidades, os interesses e os objetivos do cliente, a partir da análise do perfil de crédito e com vistas à qualidade de venda, explicando de forma clara e objetiva os detalhes do produto contratado. As boas práticas implementadas abrangem as linhas de créditos que são disponibilizadas, de acordo com o grau de vulnerabilidade de cada consumidor.

### O que deve ser observado na implementação?

---



Em todo o processo, observamos questões de aderência, regulatória e revisão dos procedimentos como:

- ▶ Conteúdos e informações referentes aos produtos que são publicados, para garantir clareza na oferta responsável de crédito;
- ▶ Atualização das FAQs dos produtos;
- ▶ Atualização de materiais expostos em lojas franqueadas e agências;
- ▶ Atualização das políticas para atendimento ao cliente, contemplando superendividamento, avaliação de situações específicas e possibilidade de repactuação; e
- ▶ Adequação dos treinamentos para as redes de parceiros e franqueados, a fim de enfatizar a importância da oferta responsável de crédito.

### **Quais são os pontos de atenção?**

---



A saúde financeira do cliente é acompanhada e precedida de ações. Estamos atentos à faixa de inadimplência e aos pedidos de renegociações de dívidas e, havendo instabilidade nos pilares, ações são tomadas para a retomada do equilíbrio financeiro.

### **O que deve ser evitado?**

---



Liberação de crédito sem análise prévia do perfil e do grau de vulnerabilidade associado ao cliente.



## Como se protege o consumidor vulnerável do superendividamento?

---

O superendividamento não se limita ao público vulnerável, mas tal condição pode potencializar o consumo excessivo e sem planejamento adequado do crédito, reduzindo a capacidade do consumidor no alcance de objetivos de longo prazo. Desta forma, entendemos que estas avaliações devem ser conjuntas, direcionando abordagem preventiva como comunicações diretas e nos canais da Instituição. Além disso, quando da identificação de vulneráveis que combinam situações de superendividamento, dispor de produtos de reorganização financeira e orientações para auxiliar na retomada da saúde financeira.

### **Qual é a boa prática implementada?**

---



Os resultados da avaliação de vulnerabilidade estão integrados ao programa de monitoramento e acompanhamento da Cidadania Financeira, sendo insumo importante para acompanhamento de inclusão, educação, proteção e saúde financeira dos clientes.

### **Quais são as suas recomendações?**

---



No nosso modelo de avaliação de vulnerabilidade, o perfil de risco de crédito e o endividamento são variáveis de influência transitória para o aumento do grau de vulnerabilidade dos clientes, sendo importante que as Instituições que utilizem tais critérios possam compreender a relação entre estes fatores para a definição de estratégias isoladas ou conjunta direcionadas a este público.



## Como se protege o consumidor vulnerável do superendividamento?

---

### Qual é a boa prática implementada?



A marcação do cliente na ferramenta informada na boa prática anterior se traduz como medida de prevenção ao superendividamento, pois o vulnerável é identificado e a contratação é realizada mediante atendimento cauteloso. Para isso, utiliza-se de linguagem simples e inclusiva, o que tende a reduzir os riscos de uma contratação em desacordo com o seu perfil/necessidade e/ou sem o efetivo entendimento sobre as condições do produto.

Aliado a isso, a CAIXA realiza programas de educação financeira voltados ao público vulnerável, buscando capacitá-lo no entendimento e utilização de produtos e serviços financeiros.

Outra medida é a simplificação de contratos, substituindo, sempre que possível, os termos técnicos e de difícil entendimento por palavras similares que facilitem a compreensão do cliente.

### Quais são as suas recomendações?



É importante capacitar os empregados envolvidos no atendimento e adequar/simplificar a linguagem utilizada nos contratos e nos canais.

Devem ser evitados termos técnicos e os não usuais ao entendimento do cliente, explicitando as condições de contratação e as especificidades do produto/serviço.

Deve ser evitado, ainda, a oferta massificada de produtos e serviços para os clientes vulneráveis das faixas prioritárias, evitando que realizem compras por impulso ou sem o completo entendimento do funcionamento e do impacto no seu orçamento, priorizando, quando possível, o atendimento humano.



## Como se protege o consumidor vulnerável do superendividamento?

### Qual é a boa prática implementada?



Existem algumas ações adotadas pelo Itaú Unibanco para mitigação do superendividamento:

- a) avaliação da concessão de crédito, considerando fatores como renda, crédito contratado (dentro e fora do Itaú) e capacidade de pagamento;
- b) qualificação do comprometimento de renda dos clientes em situação de vulnerabilidade financeira ou com tendência de deterioração e definição de teto de endividamento de forma individualizada; e
- c) esteira específica para cadastro e tratamento de pedidos de repactuação de dívidas por clientes que se declaram em situação de superendividamento, nos termos da Lei n. 14.181/2021.

Essas medidas visam definir a capacidade de pagamento de cada cliente, mitigar o risco de endividamento com ofertas de crédito que ele não consiga suportar e oferecer alternativas de forma global para reestruturação financeira.

### Quais são as suas recomendações?



Para proteger o cliente do endividamento, é importante observar fatores financeiros e comportamentais ao longo do tempo, considerando a capacidade financeira dos clientes no momento da oferta de produtos e serviços, especialmente quando se tratar de produtos de crédito.

É de extrema relevância que as Instituições Financeiras atuem de modo preventivo, e até mesmo cultural, com disseminação de conteúdo para educação e reorganização financeira, estímulo de poupança e organização para cada etapa da vida. Quando identificado que o cliente se encontra numa situação de alto comprometimento de renda ou superendividamento, devem ser adotadas medidas que permitam a reorganização financeira, com condições que não sobrecarreguem ainda mais o consumidor.

## Como se protege o consumidor vulnerável do superendividamento?

### Qual é a boa prática implementada?



#### 1. Inclusão de indicador de endividamento no modelo de escore de graus de vulnerabilidade

A inadimplência é um indício de que o cliente pode não possuir um controle adequado, mesmo que momentaneamente, da sua situação financeira. Além disso, pode indicar maior suscetibilidade à contratação de produtos inadequados ao seu orçamento. O indicador de endividamento tem pontuação determinística, podendo atribuir o grau máximo de vulnerabilidade ao cliente.



# 03 ANÁLISE CONJUNTA

**Regra 1: Escore final do cliente:** caso o cliente possua algumas das características definidas como DETERMINÍSTIAS, receberá o escore 100%, grau muito alto de vulnerabilidade, e nenhuma outra informação é analisada.

**Regra 2: Escore final do cliente:** cálculo a média dos scores das variáveis INDICADORAS e analisadas pelo método RANDOM FOREST:

Análise das variáveis por *Random Forest*:

→ Resulta em escores de 0% a 100% conforme o perfil do cliente

Análise das variáveis *Indicadoras*:

→ Resulta em escore 0% ou 100%, por serem binárias.

	Variáveis	Metodologia
Regra 1:	Analfabeto	Determinísticas (D)
	Portador de deficiência	
	Inadimplente	
	Auxílio reclusão	
Regra 2:	Idade	Random Forest (RF)
	Escolaridade	
	Renda	
	Endividamento	
	Espécie do benefício*	
	Canais Digitais	Indicadoras (ID)
	Reclamações	
Canal de relacionamento		
Representante legal		
Escore final Regra 2 = Média das variáveis RF e ID		

\* Gênero apenas para beneficiários do INSS

## 2. Ações de monitoramento

Acompanhamento por meio de estudos realizados pela área de Risco de Crédito do grau de endividamento e inadimplência dos clientes com alto grau de vulnerabilidade (em andamento).

## 3. Classificação de Exposição Social parametrizada nos sistemas de avaliação de decisão de crédito

O Banco Mercantil atribui aos seus clientes Classificação de Exposição Social, Ambiental e Climática, que varia de “A” (maior risco) a “C” (menor risco), com a prevalência da pior classificação parcial entre categorias. Aqueles clientes que apresentam alta exposição, são tratados em alçada mínima do Comitê de Crédito, obedecendo os cortes de valores para atingir a alçada final no Comitê Superior de Crédito. Para realizar a Classificação de Exposição Social, todos os tomadores de crédito são avaliados de acordo com o seu respectivo grau de vulnerabilidade socioeconômica.

Clientes com grau de vulnerabilidade Alta e Muito Alta recebem a Classificação de Exposição Social A (alta). Essa classificação é parametrizada nos sistemas de avaliação de decisão de crédito da Instituição e os clientes passam a receber tratativas diferenciadas na concessão de recursos, conforme consta na PRSAC do Mercantil.

## Quais são as suas recomendações?



O público vulnerável necessita de atendimento especial e cuidadoso, que permita entendimento claro de todas as condições do produto que tem interesse em contratar, garantindo a voluntariedade consciente da compra.

Todas as ações apresentadas neste item, com as ações do item referente à identificação e à marcação dos graus de vulnerabilidade na base, ou seja treinamento, acultramento, aplicação de medidas disciplinares diferenciadas, visam, de forma direta ou indireta, a mitigação dos riscos associados às vulnerabilidades, dentre eles, o risco de superendividamento dos clientes.

## Como se protege o consumidor vulnerável do superendividamento?

---

### Qual é a boa prática implementada?



#### Política de Crédito Diferenciada

#### Propósito / Como / Abrangência

Política de Crédito Diferenciada para clientes com Altíssima vulnerabilidade, reforçando a prevenção ao superendividamento (Via Treinamento, ajuste de *scripts* de atendimento, ajuste na exposição de crédito e marcação sistêmica com a identificação dos clientes vulneráveis, bem como orientações de atendimento).

---

### Qual é a boa prática implementada?



#### Condições específicas para vulneráveis

#### Propósito / Como / Abrangência

Oferta de produtos com condições diferenciadas com a finalidade de apoiar o cliente e/ou facilitar o pagamento da sua dívida (seja através de taxas, condições e/ou prazos diferenciados). A abrangência da ação atinge clientes com Alta e/ou Altíssima vulnerabilidade.

---

### Qual é a boa prática implementada?



#### Treinamento / Guia de Boas Práticas / Comunicação

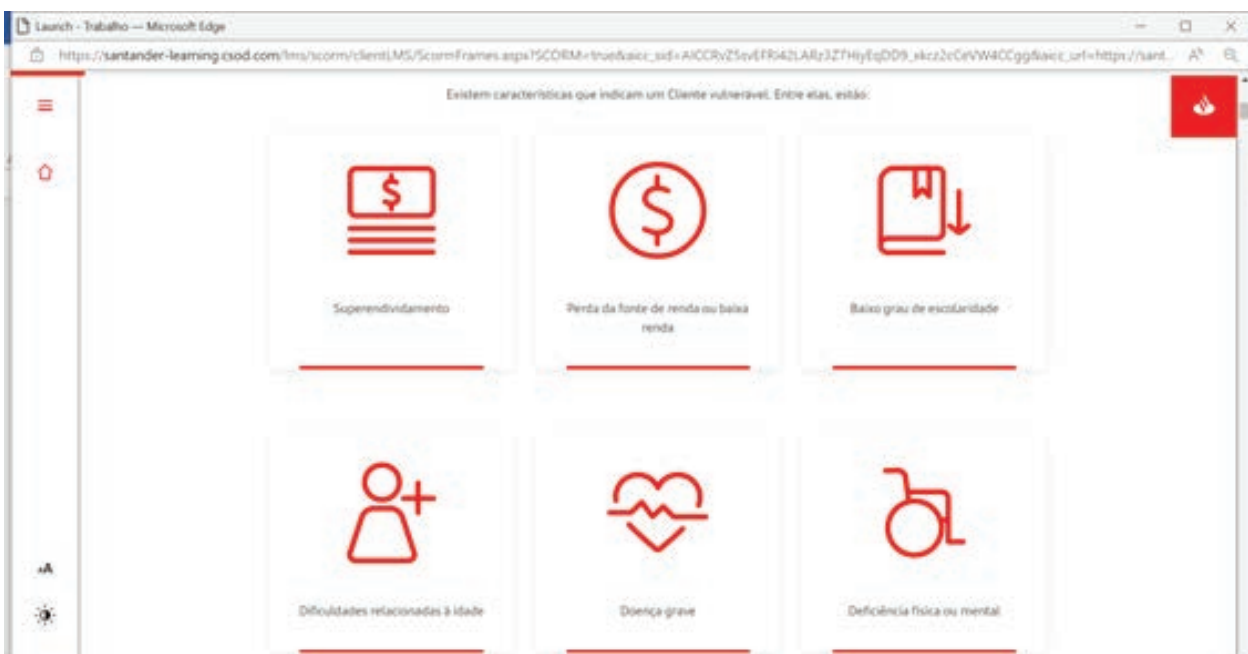
#### Propósito / Como / Abrangência

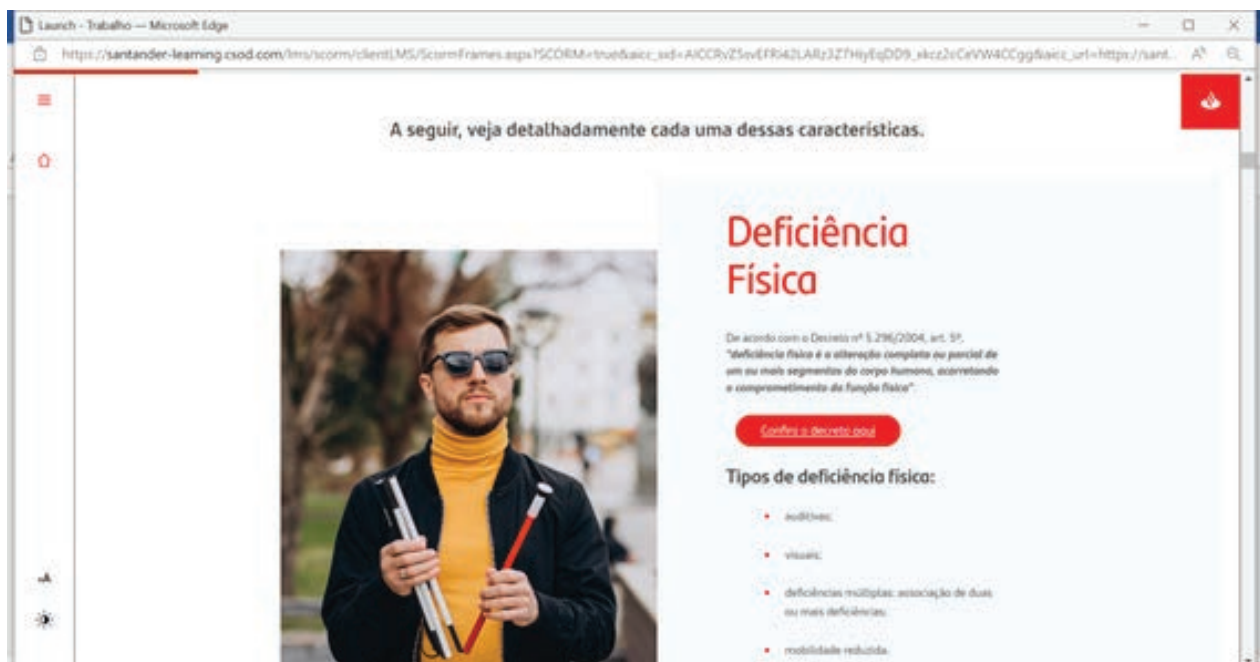
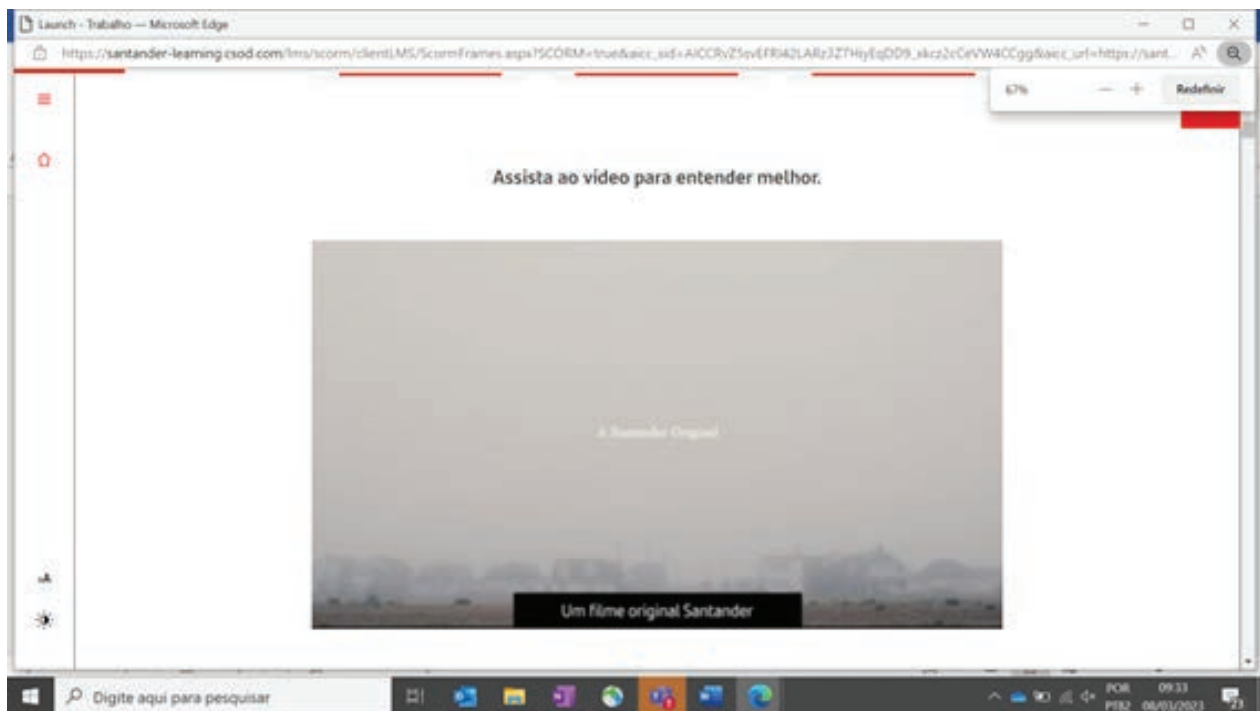
Orientação sobre vulneráveis e boas práticas de atendimento especializado para os canais do Banco. A abrangência da ação atinge todos os funcionários da Instituição.

A seguir, alguns *prints* do treinamento institucional sobre o tema que consta na “Academia Santander”, academia corporativa de cursos; além de mais informações para conhecerem um pouco do nosso curso:



- ▶ Treinamento aborda o conceito de cliente vulnerável, bem como dicas de atendimento, além de condutas não apropriadas (ex.: comunicação complexa e técnica, deixar de comunicar ao cliente sobre as condições do produto, não ofertar produtos e serviços que atendam à necessidade do cliente, etc.), dentre outros tópicos.





Launch - Trabalho — Microsoft Edge  
https://santander-learning.csod.com/ims/scorm/client/LMS/ScormFrames.aspx?SCORM=truf&acc\_sid=AICCRyZ5vEFR42LARI3Z7HyEqDD9\_vkrz2uCrVW40Cgg5aie&url=http://sant...

## Conduas inapropriadas

É compartilhada, as atitudes relacionadas ao lado são consideradas inapropriadas.

- 1 - Comunicação clara e técnica
- 2 - Deixar de comunicar o Cliente sobre as condições do produto
- 3 - Não oferecer produtos e serviços que atendam às necessidades do Cliente
- 4 - Evitar e formalizar a venda de produtos ou serviços sem autorização do cliente e adequação ao seu perfil
- 5 - Não direcionar os canais de comunicação direta com o Santander para realizar reclamações, esclarecer dúvidas e solicitar informações que julgar necessárias

### Caso prático

Adriaes tem 64 anos, é viúvo, tem dois filhos, e recentemente perdeu a visão. Ele precisa serviços como auxiliar, mas está desempregado no momento. Possui dois créditos pessoais e não conseguiu realizar o pagamento do último mês. Buscou a agência com o propósito de obter um novo financiamento.

### Quais são as suas recomendações?



Grande foco na mobilização cultural da Organização para ampla aderência e cumprimento do treinamento, bem como engajamento de todos para a construção de ações com foco em vulneráveis.

# Boas Práticas

## 3.3

### **/ Programas de educação e inclusão financeira voltados aos públicos vulneráveis**

As ações de orientação e de educação integram o compromisso previsto no Normativo de Autorregulação. Trata-se de medida estratégica fundamental para o tratamento das vulnerabilidades nas relações de consumo.

### **As decisões informadas e conscientes**

Foi consenso entre os respondentes o entendimento sobre a necessidade de se preparar os consumidores para a tomada de decisões informada e consciente em relação à gestão de recursos, economia e poupança, investimentos e, principalmente, sobre a utilização do crédito.

### **A relação comunicacional com os consumidores e usuários**

Nesse sentido, o cuidado com a relação comunicacional com os consumidores mostra-se imprescindível. É necessário que ela seja adequada e possa provê-los de informação, orientação financeira, comparabilidade e formas de acesso aos produtos e serviços financeiros.

### **Os amplos desafios da educação e inclusão financeira**

Investir na formação, no conhecimento de produtos e nos serviços financeiros possibilita aos consumidores e usuários a entender o que está sendo ofertado e como escolher e utilizar o que foi contratado de forma adequada, isto é, que atenda aos seus interesses, às suas necessidades e aos seus objetivos.

### **O reforço e o apoio da formação básica**

Muitas vezes, é necessário fundar alicerces e apoiar medidas de educação básica para, então, alcançar os temas de educação financeira e inclusão.

Nesse sentido, é possível apontar boas práticas desenvolvidas pelas Instituições Financeiras voluntárias, entre elas, as iniciativas que tratam da formação básica dos usuários e consumidores, cursos de formação e desenvolvimento pessoal e profissional, assim como cursos diretamente voltados aos produtos e serviços financeiros.

### **As boas práticas que asseguram o acesso**

Entre as várias iniciativas de educação, educação financeira e inclusão financeira, as quais representam volume expressivo das medidas apresentadas neste Guia, destacam-se as boas práticas sobre problemas de acesso geográfico ou barreiras culturais. No primeiro caso, foram mencionadas soluções de acesso para consumidores e usuários em situação de vulnerabilidade geográfica, a exemplo de lugares inacessíveis por transporte rodoviário ou, ainda, nos casos de populações, inclusive indígenas, que vivem à margens de grandes rios brasileiros.

A utilização de tecnologias da informação foi apresentada como importante estratégia para facilitar o acesso. Do mesmo modo, é possível notar o cuidado com a linguagem e as interfaces de interação dos sítios eletrônicos, aplicativos, redes sociais e mensagens que procuram aproximar e integrar usuários, consumidores e colaboradores aos sistemas de educação e inclusão financeira.

### **A educação dos colaboradores e parceiros**

Como será visto neste Guia de Boas Práticas de Relacionamento com os Vulneráveis, há uma especial preparação dos colaboradores, funcionários e empregados que compõem a cadeia de prestação de serviços das Instituições Financeiras participantes.

### **As mensagens de prudência**

Importante alertar o consumidor e recomendar de forma direta e clara as condutas que devem ser evitadas.

Em geral, a linguagem e a mensagem utilizadas reforçam aspectos positivos, porém, é necessário atuar para precaver os consumidores sobre determinadas ações que podem afetar os seus direitos e, por isso, devem ser evitadas.

### **Os desafios das fraudes e golpes**

Fraudes e golpes preocupam a sociedade como um todo. Eles machucam o consumidor e todo o ecossistema de serviços bancários e financeiros. Esses atos se valem das vulnerabilidades dos usuários e consumidores.

Constatou-se, por meio das respostas recebidas, iniciativas das Instituições Financeiras passíveis de compartilhamento com o consumidor. Alertar, informar e formar uma cultura de prevenção para proteção dos consumidores e usuários contribuem para mitigar o risco de lesão e prejuízos para todos os atores.

Verificou-se a implementação de sites com mensagens diretas de alertas, com orientações completas e com ênfase nas medidas e cautelas básicas para se evitar fraude ou golpe. No mesmo sentido, foram mencionadas ações de elaboração e utilização de mensagens diretas, curtas e rápidas para divulgação pelas mídias sociais, com o intuito de estimular o engajamento na postagem e no compartilhamento dessas informações com outros consumidores e usuários.



## Programas de educação e inclusão financeira voltados aos públicos vulneráveis

---

### **/ Boa prática**

O BB dispõe de várias ações de educação financeira para orientação e inclusão financeira dos públicos vulneráveis, dentre as quais destacamos a ferramenta Minhas Finanças, o Blog BB e o Portal Soluções de Dívidas.

#### **Minhas Finanças**

O BB desenvolveu o App denominado Minhas Finanças, que permite ao cliente entender melhor o seu perfil de consumo e planejar as suas finanças. O App conta com Planejamento Financeiro, controles de gastos, entradas e saídas e Agenda Financeira.

#### **Blog BB e Canal BB no YouTube**

O Blog BB e o Canal BB disponibilizam conteúdo simples e acessível sobre educação financeira a todos os clientes.

#### **Portal Soluções de Dívidas**

Permite ao cliente renegociar as suas dívidas no BB com maior flexibilidade de prazos, atendimento digital e taxas de juros diferenciadas.

#### **Propósito**

Oferecer conteúdo e ferramentas que auxiliem na orientação e inclusão financeira, planejamento do orçamento familiar e no consumo consciente e responsável.

#### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**



Todos os clientes possuem acesso ao conteúdo e ferramentas desenvolvidas. O Portal de Soluções de Dívidas, contudo, visa mitigar vulnerabilidades específicas relacionadas ao endividamento.

## A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?



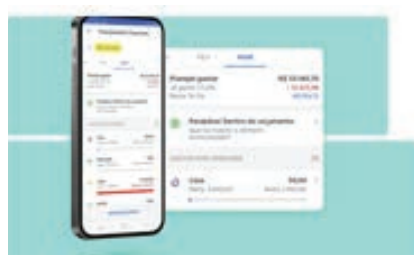
As ações orientam e capacitam o cliente para melhor gerenciamento da sua vida financeira e do seu endividamento. Apresenta opções de organização de dívidas vincendas ou renegociação de dívidas em atraso, vídeos tutoriais, tira-dúvidas e apresentação de canais disponíveis para o cliente escolher o que mais lhe convém.

## Quais são as evidências da boa prática?



### Minhas Finanças

<https://www.bb.com.br/site/pravoce/solucoes-digitais/minhas-financas/>



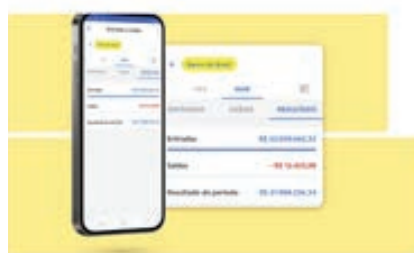
#### Planejamento Financeiro

Defina uma meta para não perder o controle e evitar despesas além do orçamento.



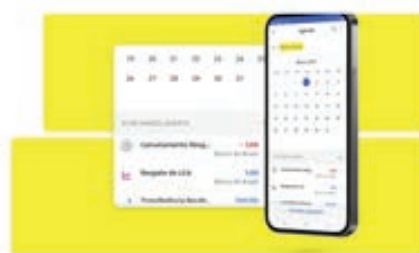
#### Meus Gastos

Crie categorias de gastos para entender melhor o que pesa no seu bolso.



#### Entradas e Saídas

Acompanhe a sua movimentação financeira de forma simples e fácil.



#### Agenda Financeira

Use o calendário para ficar de olho nos seus compromissos financeiros atuais e futuros.



## Blog BB e Canal BB no YouTube

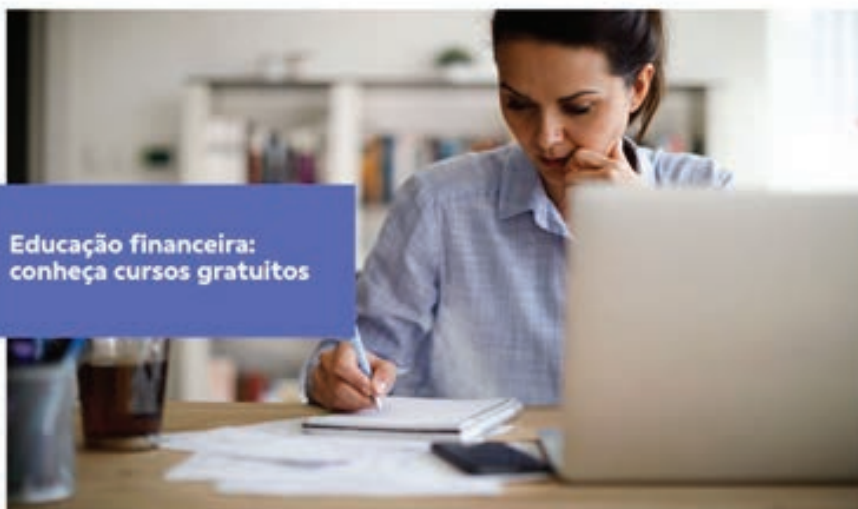
Disponível em:

[https://blog.bb.com.br/as-melhores-dicas-sobre-educacao-financeira/?utm\\_source=blog&utm\\_medium=artigo&utm\\_campaign=como-organizar-o-orcamento-com-o-minhas-financas&utm\\_id=educacao-financeira](https://blog.bb.com.br/as-melhores-dicas-sobre-educacao-financeira/?utm_source=blog&utm_medium=artigo&utm_campaign=como-organizar-o-orcamento-com-o-minhas-financas&utm_id=educacao-financeira)



Home » Blog » Educação financeira: conheça cursos gratuitos

InvesTalk



Com o que você gasta o seu dinheiro? |  
Minhas Finanças | BB

## Portal Solução de Dívidas



## Programas de educação e inclusão financeira voltados aos públicos vulneráveis

### Boa prática

O Daycoval, preocupando-se com o seu papel em ser um agente de boas práticas no mercado financeiro e considerando como afetar positivamente os seus clientes e pessoas do setor bancário, criou um blog que aborda diversos temas, inclusive sobre educação financeira (<https://blog.daycoval.com.br/>). Abaixo, alguns textos que foram publicados:

- ▶ Organização financeira: 3 passos para colocar as finanças em ordem (<https://blog.daycoval.com.br/dinheiro-voce/organizacao-financeira/>)
- ▶ O que é educação financeira e como ela pode mudar a sua vida (<https://blog.daycoval.com.br/dinheiro-voce/o-que-e-educacao-financeira-e-como-ela-pode-mudar-a-sua-vida/>)
- ▶ 25 dicas práticas para economizar dinheiro (<https://blog.daycoval.com.br/para-voce/economizar-dinheiro/>)
- ▶ Golpes na internet: conheça os 5 mais frequentes e veja como não cair neles (<https://blog.daycoval.com.br/dinheiro-voce/golpes-pela-internet/>)
- ▶ Como controlar os gastos no cartão de crédito: 9 dicas que todo mundo deveria seguir (<https://blog.daycoval.com.br/dinheiro-voce/como-controlar-os-gastos-no-cartao-de-credito-9-dicas-que-todo-mundo-deveria-seguir/>)
- ▶ Organização financeira: aprenda a cortar gastos sem abrir mão do lazer (<https://blog.daycoval.com.br/dinheiro-voce/como-organizar-as-financas-sem-esquecer-do-lazer/>)
- ▶ Como sair das dívidas? Entenda quando um empréstimo pode ajudar (<https://blog.daycoval.com.br/dinheiro-voce/como-sair-das-dividas/>)
- ▶ Chegaram as contas do começo do ano? Cuidado com boleto falso (<https://blog.daycoval.com.br/dinheiro-voce/chegaram-as-contas-do-comeco-do-ano-cuidado-com-boleto-falso/>)
- ▶ Planejamento e cautela são as armas para evitar a inadimplência (<https://blog.daycoval.com.br/planejamento-e-cautela-sao-as-armas-para-evitar-a-inadimplencia/>)
- ▶ Saque-aniversário FGTS: o que é e quando vale a pena utilizar (<https://blog.daycoval.com.br/dinheiro-voce/saque-aniversario-fgts-o-que-e-e-quando-vale-a-pena-utilizar/>)
- ▶ Golpes financeiros contra idosos: fique atento à ação dos criminosos! (<https://blog.daycoval.com.br/dinheiro-voce/golpes-financeiros-contraidosos-fique-atento-a-acao-dos-criminosos/>)
- ▶ O que é reserva de emergência e como montar a sua (<https://blog.daycoval.com.br/dinheiro-voce/o-que-e-reserva-de-emergencia-e-como-montar-a-sua/>)

- ▶ Quer se livrar da inadimplência? Cautela e planejamento são o caminho (<https://blog.daycoval.com.br/dinheiro-voce/planejamento-e-cautela-sao-as-armas-para-evitar-a-inadimplencia/>)
- ▶ 8 Dicas para ensinar educação financeira para crianças (<https://blog.daycoval.com.br/dinheiro-voce/8-dicas-para-ensinar-educacao-financeira-para-criancas/>)
- ▶ Crédito responsável: o que avaliar na hora de tomar (ou não) um empréstimo (<https://blog.daycoval.com.br/dinheiro-voce/credito-responsavel-o-que-avaliar-na-hora-de-tomar-ou-nao-um-emprestimo/>)

Seguindo as orientações de boas práticas da Febraban, também divulgamos no sítio eletrônico do Daycoval, na página da Ouvidoria (<https://www.daycoval.com.br/institucional/ouvidoria>), vídeos abordando os temas de crédito consignado, Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, negociação de dívidas, entre outros. Também temos publicada a página de Segurança e Prevenção a Fraudes (<https://www.daycoval.com.br/institucional/seguranca-e-prevencao-a-fraude>).

Além disso, nas redes sociais do Daycoval, como LinkedIn, Facebook e Instagram, são realizadas publicações recorrentes sobre cuidados na aplicação de golpes em geral, atenção a boletos falsos, SRV do Banco Central, como realizar a devolução de um empréstimo, aplicação de golpes em datas comemorativas, entre outros, com linguagem clara e simplificada, para melhor entendimento do público.

No sítio eletrônico do Daycoval (<https://www.daycoval.com.br/institucional/ouvidoria>), são disponibilizados também vídeos da Febraban abordando os temas de crédito consignado, Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, negociação de dívidas, entre outros. Além da divulgação da página de Segurança e Prevenção a Fraudes (<https://www.daycoval.com.br/institucional/seguranca-e-prevencao-a-fraude>).



## Programas de educação e inclusão financeira voltados aos públicos vulneráveis

### Boa prática

Cartilha com dicas financeiras disponibilizada no site do Banco, que contou com um planejamento de divulgação através das redes sociais - Instagram e Facebook, disponibilizada para *download*.

#### A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?

?

Endividados e/ou superendividados; público recém-bancarizado (seja jovem, adulto, idoso ou de baixa escolaridade).

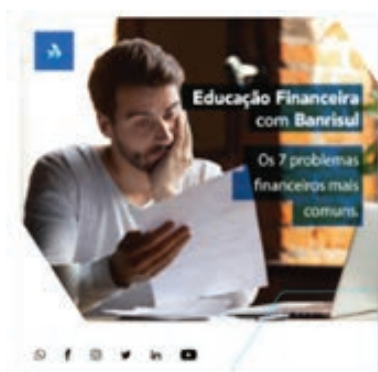
#### A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?

?

Orienta sobre a importância da educação financeira para o desenvolvimento da sociedade, ao disponibilizar material com informações de planejamento financeiro e controle do orçamento familiar.

#### Quais são as evidências da boa prática?

?





### Como organizar o orçamento?

RECEITAS (+)	DESPESAS (-)
Tudo que entra de dinheiro (o que eu ganho)	Tudo que sai de dinheiro (o que eu gasto)
Receita Líquida (aquilo que eu realmente recebo, limpo de impostos e tributação. O que está disponível para uso)	20% sonhos <b>MANTER</b> 65% despesas <b>REDUZIR</b> 15% gastos <b>CORTAR</b> <b>= SALDO ZERO OU POSITIVO (+)</b>

Precisamos ter muita atenção em tudo o que está relacionado aos nossos comportamentos de compra. O que me faz querer comprar algo? Qual a necessidade? Qual o prazo que tenho para adquirir esse produto ou serviço? Essa compra está prevista no meu planejamento financeiro?

Existem muitas coisas que influenciam o nosso ato de comprar, e precisamos estar atentos às nossas necessidades e prioridades. O planejamento é importante para que a gente consiga entender essas necessidades, para que nossas atitudes sejam reflexo de um consumo consciente.

## Boa prática

**Programa #Banrieduca** – visa contribuir com a alfabetização financeira e fortalecimento de cidadania e inclusão, de forma a disseminar conhecimento ao público voltado à administração de recursos, à gestão de gastos e ao auxílio nas tomadas de decisões, de forma consciente, em temas que envolvam finanças.

As ações são desenvolvidas a partir de *webinars*, pesquisas, protagonismo jovem, cursos na modalidade EaD, posts em mídias sociais, palestras em comunidades, *podcast* e vídeos, abrangendo conhecimentos básicos e intermediários.

### A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / público-alvo?



Endividados e/ou superendividados; público recém-bancarizado (seja jovem, adulto, idoso ou de baixa escolaridade).

## A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?

?

Orienta sobre a importância da educação financeira para o desenvolvimento da sociedade, disponibilizando material com informações de planejamento financeiro e controle do orçamento familiar.

## Quais são as evidências da boa prática?

?



## Programas de educação e inclusão financeira voltados aos públicos vulneráveis

---

### Boa prática

#### Projeto 50+

#### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**

---



O Projeto Longevidade tem como público-alvo pessoas com idade acima de 55 anos, em situação de vulnerabilidade socioeconômica. Contratamos pessoas que não encontravam oportunidades de reingresso no mercado de trabalho e que enfrentaram diversas dificuldades financeiras, especialmente com o cenário de pandemia.

Além de atender às vulnerabilidades no que tange aos colaboradores internos, esse público ingressa para realizar o atendimento dos nossos clientes na mesma faixa etária, com o objetivo de gerar maior conexão e empatia.

#### **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**

---



- ▶ Atendimento especializado, empático e acolhedor;
- ▶ Linguagem apropriada ao falar com o cliente, considerando a mesma faixa etária;
- ▶ Fomento da conexão emocional entre o atendente e o cliente; e
- ▶ Aculturamento digital buscando a integração entre o atendente e o cliente.

#### **Quais são as evidências da boa prática?**

---



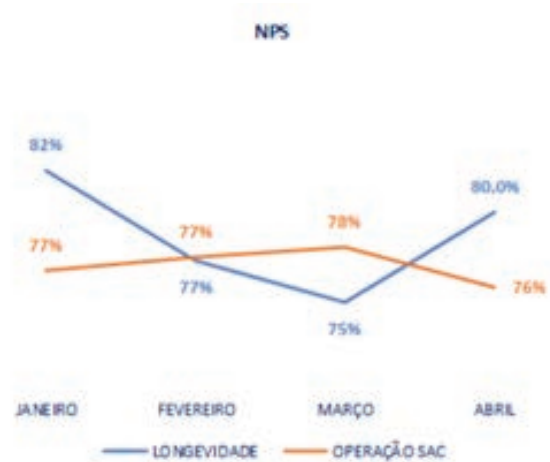
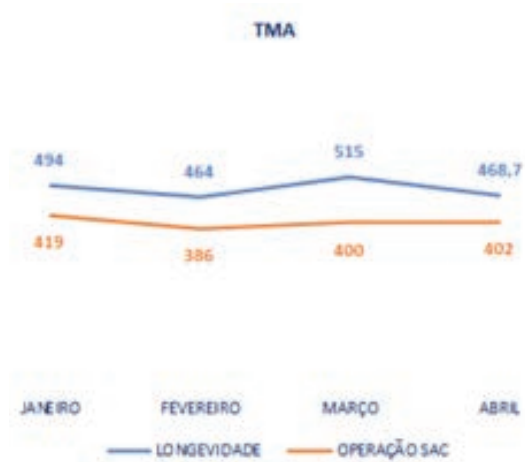
Através do Projeto Longevidade, buscamos concretizar os nossos valores e a nossa cultura, proporcionando um ambiente acolhedor, de muita troca e aprendizagem. É o nosso compromisso com as gerações atuais e com as futuras e com a democratização das soluções financeiras, que começa, sempre, de dentro para fora. É assim que consolidamos o nosso compromisso com Diversidade e Inclusão.

Sempre que falamos sobre inclusão, acreditamos que o maior dos resultados é garantir a satisfação do cliente no primeiro contato com o Banco.



Os colaboradores são submetidos a avaliações diárias, que objetivam mensurar o seu engajamento, felicidade e satisfação ao realizar um atendimento, pois sabemos da importância da conexão emocional que um atendimento exige.

Como evidência da boa prática, temos o TMA, no qual o atendimento dos colaboradores do Projeto 50+ é 20% maior que o dos demais colaboradores das nossas Centrais. E embora tenhamos um cuidado com o tempo do cliente em linha, é possível perceber que os atendimentos possuem menor tempo em silêncio e um percentual mais baixo de recontato, apontando, junto com o NPS, tratar-se de um atendimento mais empático e por vezes até mais resolutivo.





## Programas de educação e inclusão financeira voltados aos públicos vulneráveis

---

### **/ Boa prática**

**Programa de Cidadania Financeira, para proporcionar melhoria na vida financeira dos nossos clientes, além de contribuir para a melhoria do sistema financeiro**

#### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**



A boa prática é aplicada a todos os públicos, buscando auxiliar na melhoria da vida financeira dos clientes e considerando também os mais vulneráveis.

#### **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**



As práticas de Cidadania Financeira proporcionam melhoria na vida financeira dos nossos clientes, além da própria melhora do sistema financeiro. Para tal, temos a responsabilidade de fornecer aos clientes informações e soluções de educação e inclusão financeira, que facilitem o acesso efetivo aos serviços financeiros, respeitando as necessidades dos nossos clientes com alto grau de endividamento, baixo conhecimento de produtos bancários e permitindo uma melhor gestão das suas vidas financeiras, além de lhes fornecer o suporte necessário para que isso aconteça.

#### **Quais são as evidências da boa prática?**



Acompanhamento de indicadores de *performance* de inclusão financeira, saúde financeira e proteção do consumidor.

A Organização trabalha temas de educação financeira e competências socioemocionais. Desperta na população o consumo consciente, permitindo a inclusão financeira, a melhor gestão das suas economias e a maior participação e entendimento dos produtos bancários, de acordo com o seu perfil, momento de vida e vulnerabilidade, por meio *on-line*: no site institucional dedicado ao público idoso e ao público jovem; Escola Virtual Fundação Bradesco; plataforma Ágora Academy; e aplicativos e gerenciadores financeiros.

## Boa prática

### Playlist de Cidadania Financeira

#### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**



A boa prática é aplicada aos funcionários da Organização, permitindo a capacitação e aculturação do funcionário para um melhor atendimento do público com maior vulnerabilidade.

#### **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**



A Playlist de Cidadania Financeira busca, por meio de vídeos, *podcasts*, infográficos, entre outros, promover a cultura de Cidadania Financeira, explicando cada um dos seus pilares: Inclusão Financeira, Educação Financeira, Proteção do Consumidor e Participação e a sua importância para a Organização e para a sociedade.

#### **Quais são as evidências da boa prática?**



Playlist de Cidadania Financeira (csod.com)

Ao capacitar os funcionários, estamos dando ao cliente um atendimento personalizado, mais preparado de acordo com a vulnerabilidade e a necessidade desse cliente com alto grau de endividamento, baixo conhecimento de produtos bancários e que precisa de maior atenção e cuidado.

Atualmente, os treinamentos de Cidadania Financeira estão consolidados em uma *playlist* de Cidadania Financeira presentes no integraRH. A *playlist* busca promover o tema e o engajamento dos funcionários nas soluções de aprendizagem sobre a educação financeira, tornando-os aptos a se organizarem financeiramente e a orientarem os clientes da Organização de acordo com a sua vulnerabilidade. Além disso, a Unibrad realiza Palestras de bem-estar financeiro em parceria com as áreas de negócios da Organização.

## Boa prática

### Escola Virtual Bradesco – Uma escola virtual que oferece cursos *on-line* gratuitos

#### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**



A boa prática tem como objetivo oferecer cursos de diferentes áreas, de forma gratuita e 100% *on-line*, a todos públicos, considerando também o público mais vulnerável.

#### **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**



Criada em 2001, a Escola Virtual é um portal de *e-learning* dedicado a oferecer cursos gratuitos e 100% *on-line* em diferentes áreas, voltados à Administração, Contabilidade de Finan-

ças, Desenvolvimento Pessoal e Profissional, Educação, Tecnologia, entre outros, totalizando mais de 100 cursos.

Os cursos livres oferecidos pela Escola Virtual possibilitam a aprendizagem autônoma e emitem certificados com as suas respectivas cargas horárias e conteúdos programáticos. Aqueles que optam por fazê-los enriquecem os seus currículos e aumentam as suas chances de ingresso no mercado de trabalho.

Os certificados emitidos pela Escola Virtual podem ter a sua autenticidade checada por meios digitais disponibilizados no próprio site da Instituição.

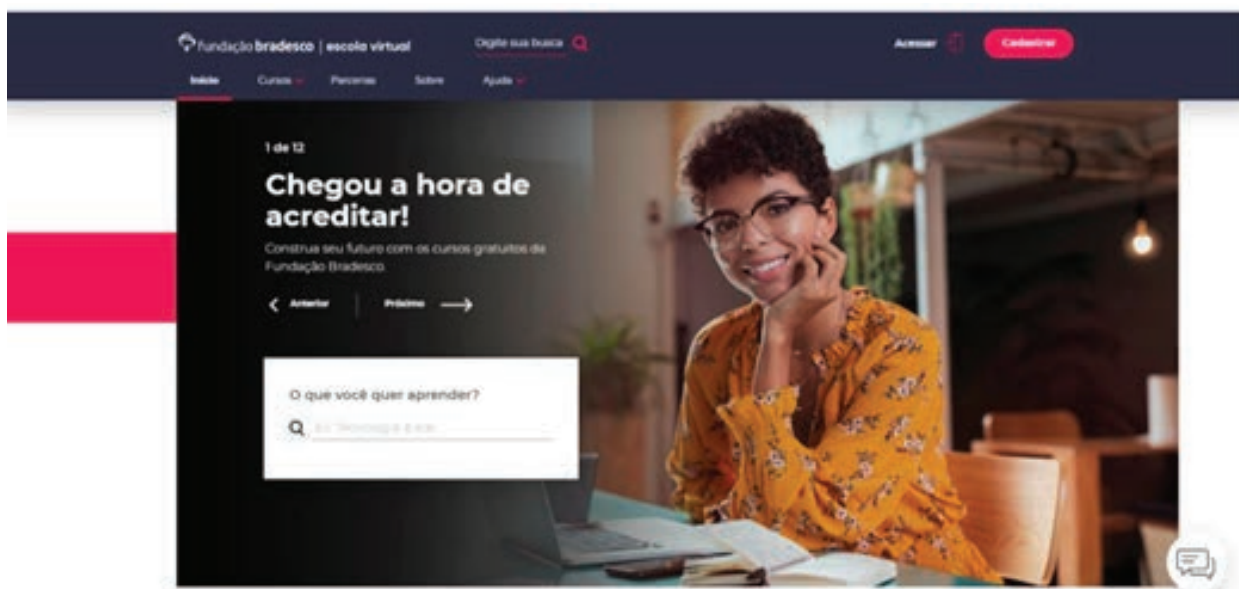
### Quais são as evidências da boa prática?

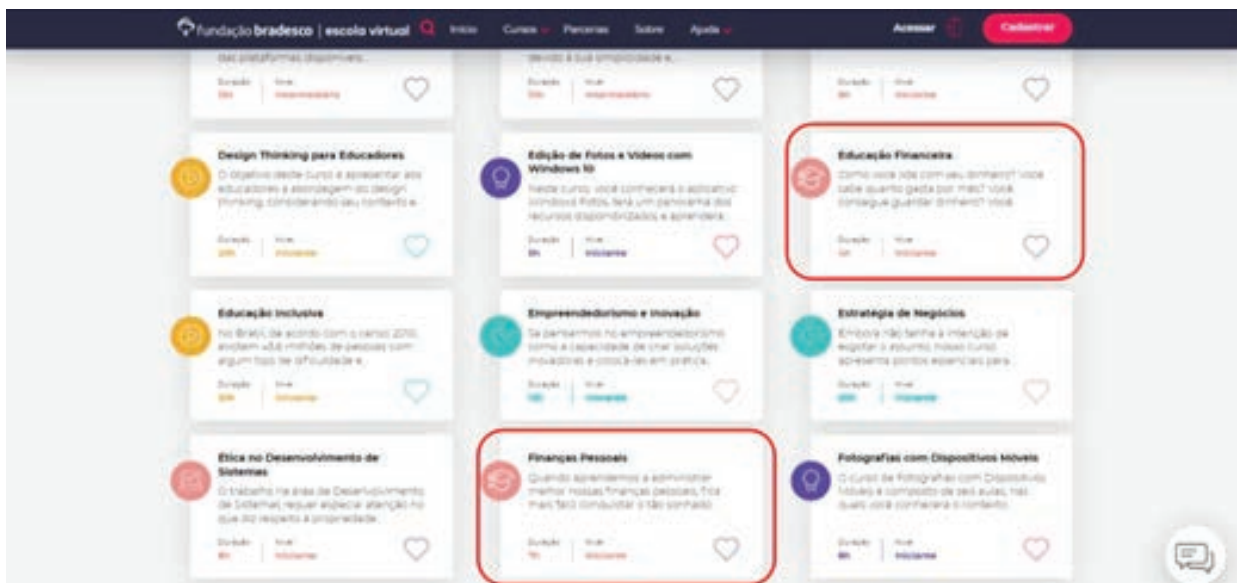


A disponibilização dos cursos aos estudantes, via internet, possibilita a aprendizagem ao longo da vida, por meio do oferecimento de recursos formativos didaticamente organizados, capazes de gerar engajamento com o uso de recursos multimídia e exercícios interativos.

Não é exigida escolaridade anterior, o que aumenta o leque de alunos que podem fazer uso dos cursos livres disponíveis na Escola Virtual, o que lhes permite enriquecer o currículo e aumentar as suas chances de ingresso no mercado de trabalho.

### Fundação Bradesco - Escola Virtual (ev.org.br)





## Boa prática

Bradesco Aposentados – Site direcionado ao público idoso e/ou aposentado

**A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**

?

A boa prática tem como objetivo oferecer materiais de saúde e bem-estar, cursos gratuitos ao público idoso e/ou aposentado, bem como demonstrar os produtos e serviços adequados às suas necessidades e ao seu perfil.

**A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**

?

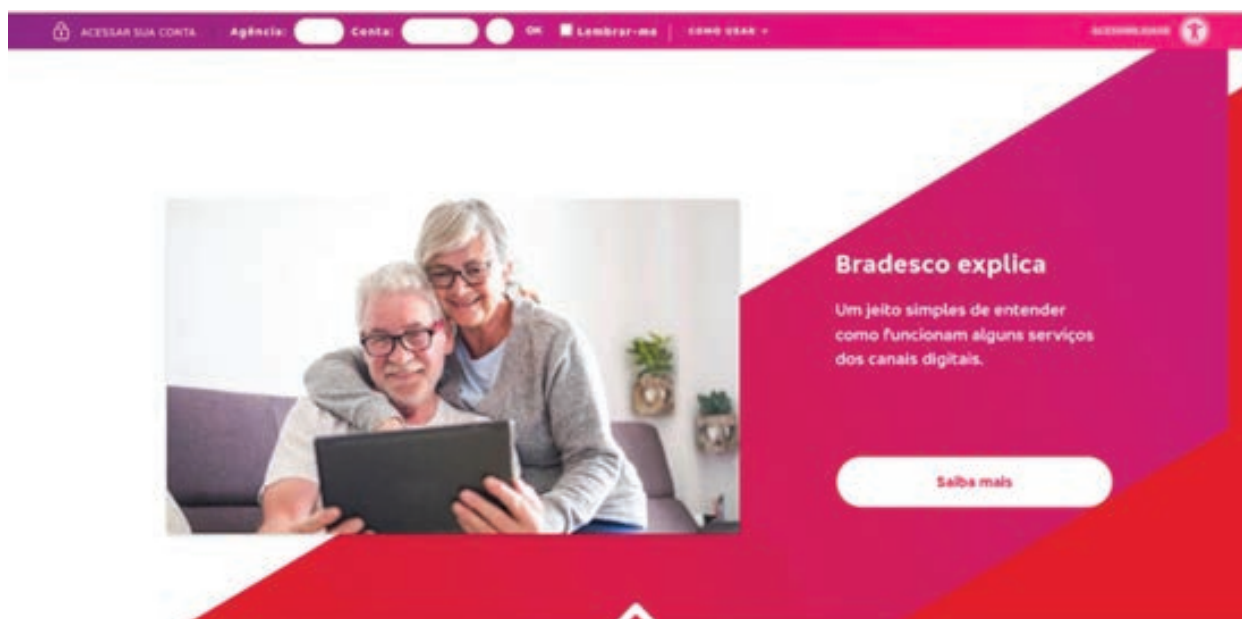
Ao disponibilizar conteúdos especialmente desenvolvidos ao público idoso, voltados à saúde e ao bem-estar, à longevidade, ao entretenimento, à cultura e ao lazer, além de cursos *on-line* gratuitos, buscamos acolher esse público, aumentar o interesse, apoiar a usabilidade dos canais, melhorar a experiência na jornada digital e o entendimento quanto aos produtos e serviços desenvolvidos e direcionados para esse perfil.

**Quais são as evidências da boa prática?**

?

No site direcionado ao público idoso, “Bradesco Aposentados”, estão disponíveis de forma fácil e simples conteúdos voltados ao entretenimento, à cultura, ao lazer e a temas que buscam trazer segurança e entendimento sobre as jornadas digitais e os produtos desenvolvidos para ele.

## Bradesco Aposentados



### Boa prática

Bradesco Segurança – Site que fornece informações importantes sobre segurança

**A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**

**?**

A boa prática visa alertar com informações simples e didáticas, para facilitar a compreensão e entendimento equitativo, para atender e proteger o público inclusive o vulnerável, o qual apresenta maiores dificuldades na compreensão das tecnologias e sistemas financeiros,

sobre golpes por meio de engenharia social, a Lei de Proteção de Dados, a privacidade de dados e os sistemas de segurança.

## A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?



Portal que oferece alertas para o público em geral sobre golpes que vislumbram fraudar os clientes por meio de engenharias sociais, como o golpe do motoboy, da central falsa, do WhatsApp, do falso sequestro. O Portal Bradesco Segurança oferece, ainda, informações simples e didáticas a respeito da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, da privacidade de dados pessoais e vídeos tutoriais sobre o uso de sistemas de segurança, para facilitar a compreensão e garantir o entendimento equitativo, atendendo e protegendo, inclusive, o público vulnerável. Possui, ainda, Guias exclusivos para que os clientes possam saber mais sobre segurança *on-line*, como: Postura nas Redes Sociais (disponível em: Postura nas Redes Sociais), Engenharia Social (disponível em: Cartilha de Engenharia Social) e Cartilha: Golpe? Tô fora! (disponível em: Cartilha Golpe? Tô fora!)

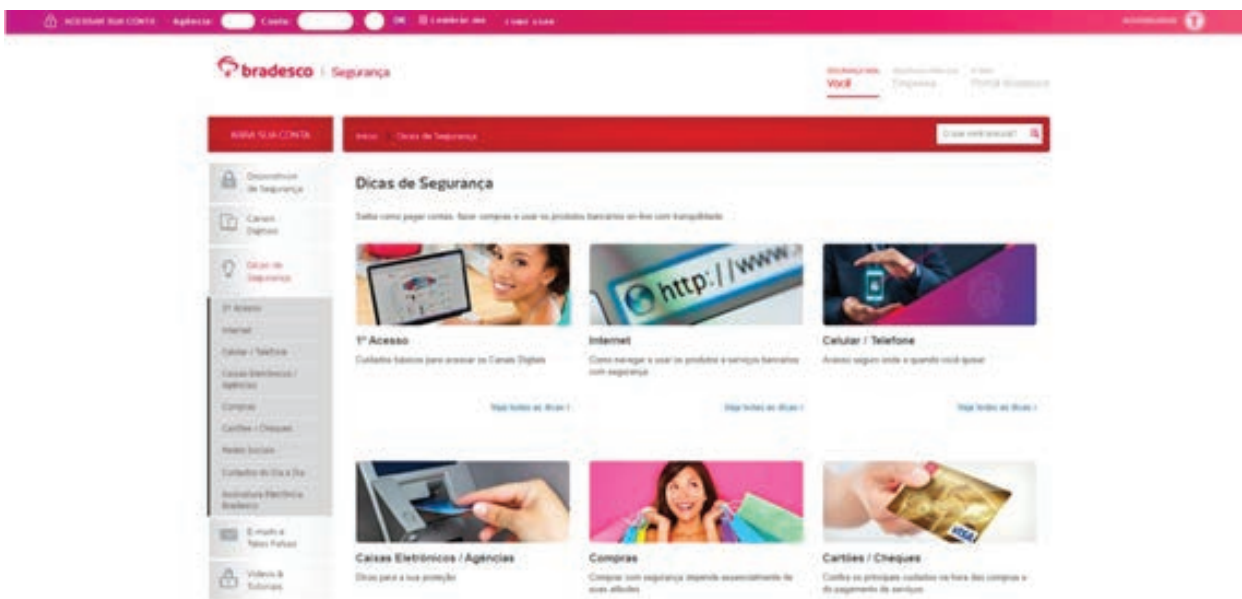
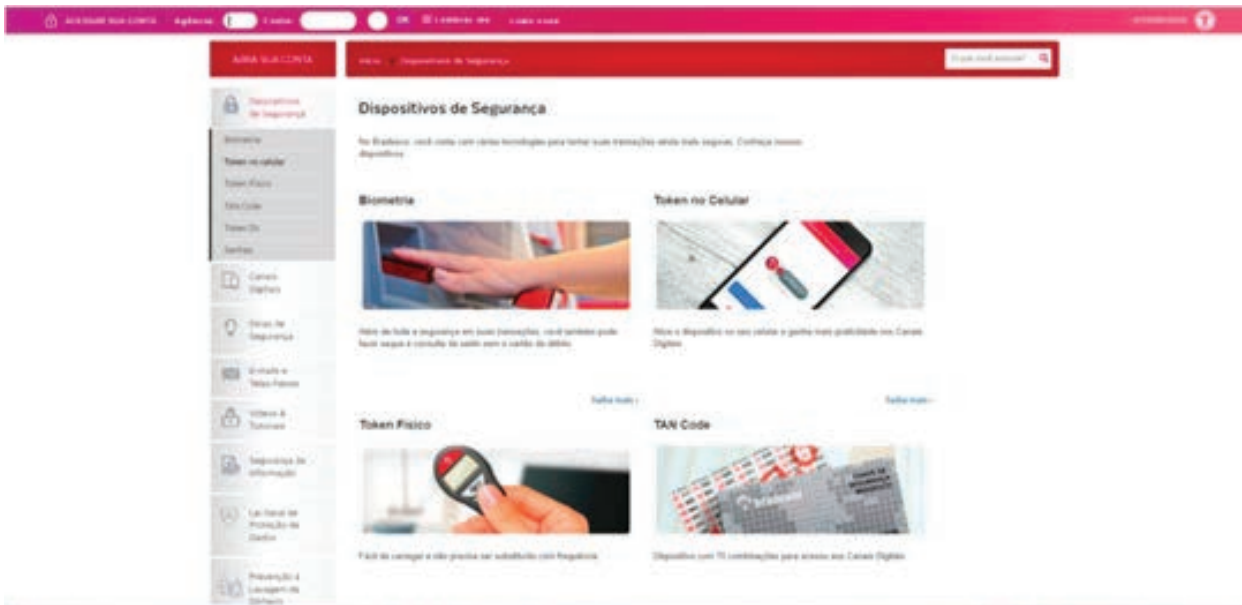
## Quais são as evidências da boa prática?



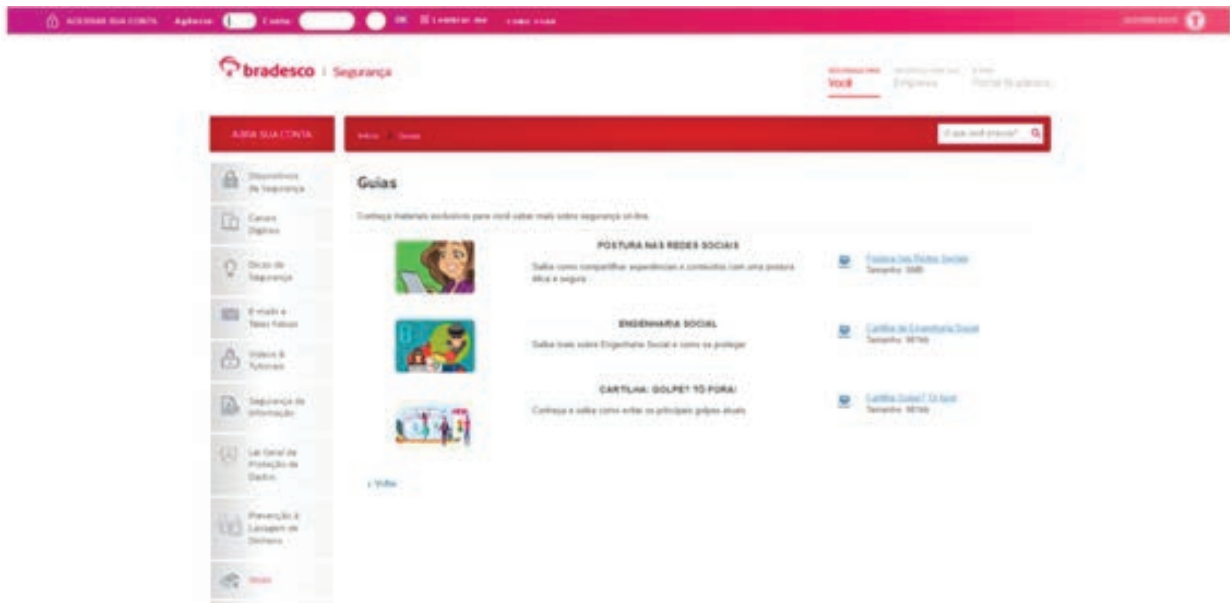
Realizar uma comunicação ativa e mais próxima ao cliente, mostrando que a jornada no canal é segura, melhorando a confiança e usabilidade desse canal de forma mais autônoma pelo cliente que pode estar mais vulnerável em decorrência de fase da vida, idade, dificuldade de compreensão aos termos de novas tecnologias e termos financeiros.

## Bradesco Segurança (bradescoseguranca.com.br)









## **Boa prática**

Fundação Bradesco – Fornece educação básica e profissional técnica

### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**

?

Levar educação de qualidade para comunidades socioeconomicamente vulneráveis, visando transformar vidas por meio da educação e do desenvolvimento de alunos protagonistas da sua história, em todas as regiões do País.

### **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**

?

Nas suas 40 escolas próprias, localizadas em todos os Estados e Distrito Federal, atendeu, no último ano, mais de 43 mil alunos, distribuídos na educação básica (educação infantil ao ensino médio e educação profissional técnica de nível médio), educação profissional e educação de jovens e adultos.

Oito das 40 escolas existentes no Brasil estão localizadas no Bioma Amazônia, beneficiando 7.940 alunos na região.

### **Quais são as evidências da boa prática?**

?

Promovemos a inclusão e o desenvolvimento social com uma formação humanista e educação gratuita e de qualidade em todo o País, com 40 escolas nos 26 Estados e no Distrito Federal.

Foram investidos R\$ 715 milhões em 2021, beneficiando mais de 43 mil alunos, sendo cerca de 86,76% da comunidade e mais de 2 milhões de alunos na modalidade à distância, beneficiados por meio da Escola Virtual.

## Destaques de 2021

GRI 102-7

### Fundação Bradesco



**R\$ 715 milhões**  
investidos em 2021

**+ de 43 mil** alunos beneficiados,  
sendo cerca de 86,76% da comunidade

**+ de 2 milhões** de alunos na  
modalidade a distância beneficiados  
por meio da Escola Virtual.



## Pessoas

### Pessoas com Deficiência

Acreditamos no potencial das pessoas e investimos para que os desafios impostos pela deficiência não sejam um obstáculo para o desenvolvimento profissional. Para reforçar esse compromisso, somos parte do The Value 500, um movimento global que estimula que a inclusão de pessoas com deficiência esteja na agenda de tolerância empresarial.

Com a participação da **Fundação Bradesco** desde 2000, temos como destaque o Programa Bradesco de Capacitação à Pessoa com Deficiência, que promove inclusão, igualdade de oportunidades, emancipação econômica, além de inserção e permanência no mercado de trabalho para profissionais com deficiência.

Os novos funcionários iniciam o curso de Gestão Bancária, com duração de seis meses, que inclui aspectos técnicos, comportamentais e atividades práticas na rede de agências, desde período já recebem remuneração e benefícios. Os respectivos líderes também passam por formações como a de Diversidade como Estratégia de Liderança e palestras sobre acessibilidade.

Para multiplicar informações e oportunidades, desenvolvemos mentorias sobre empreendedorismo para e com negócios de famílias com pessoas com deficiência. O projeto, realizado em parceria com a Associação Social para Igualdade das Diferenças (ASID), conta com a participação de funcionários voluntários como mentores e com palestras de nosso Grupo Soma.

Somos referência nesse tema e contamos com um extenso portfólio de soluções em acessibilidade para que funcionários e clientes desfrutem de produtos e serviços que proporcionem sua independência financeira. Oferecemos, também, treinamentos presenciais e on-line da Língua

Brasileira de Sinais (Libras). Além de disponibilizar intérpretes para apoiar reuniões, a interpretação em Libras aparece em muitos de nossos livros, sobre os temas mais relevantes para o momento. Mais uma ferramenta para inclusão, nossos e-mails marketing são enviados com um link de acesso ao conteúdo em texto, no caso de imagens, e Libras.

Para celebrar o Dia Nacional de Luta das Pessoas com Deficiência, em 2021, o evento inclusão de A a Z convidou todos os nossos funcionários para uma reflexão sobre conquistas, direitos e inclusão de pessoas com deficiência no ambiente de trabalho.

Em 2021, mais uma vez nossos prêmios foram destaque pelo Great Place to Work. Ficamos reconhecidos entre as Melhores Empresas para Trabalhar – Destaque PCDs.

Em dezembro de 2021, 4.242 pessoas com deficiência fazem parte do nosso quadro de funcionários.



dos maiores patrocinadores e incentivadores de cultura no País, transformamos nossa

público de País de 900.000 pessoas.

## Fundação Bradesco

Em um ano ainda marcado pela pandemia, mantivemos o propósito que a Fundação Bradesco desenvolve há 85 anos: levar educação de qualidade para comunidades socioeconomicamente vulneráveis, visando transformar vidas por meio da educação e do desenvolvimento de alunos protagonistas de suas histórias, em todas as regiões do País. Em suas 40 escolas próprias, localizadas em todos os estados e Distrito Federal, atendemos, no último ano mais de 43.100 alunos, distribuído na educação básica, educação infantil, ensino médio e educação profissional técnica de nível médio, educação profissional e educação de jovens e adultos. Ao longo do ano, contamos com o comprometimento de uma equipe formada por mais de 3.300 funcionários.

O orçamento de 2021 foi de R\$ 715 milhões, aplicados na realização e manutenção da operação da instituição. O valor garante também materiais escolares, uniformes, alimentação e assistência médico-veterinária aos mais de 41 mil alunos da educação básica.

Para adaptar as atividades presenciais ao modelo remoto, a Fundação contou com o apoio e a

parceria do Banco Bradesco e das quatro maiores operadoras de telefonia do País. Essa união resultou no oferecimento gratuito de internet aos alunos da Fundação para acessar o portal Educação e as salas virtuais, tornando possível - a distância - a realização das aulas e das atividades pedagógicas esperadas para o ano. Aos alunos que não tinham dispositivos para acessar as aulas virtuais, disponibilizamos também celulares para que pudessem, além de acessar as aulas, esclarecer dúvidas com os professores e fazer pesquisas na internet para completar os estudos.

O ensino não presencial mediado pela tecnologia ocorreu até setembro de 2021. Com o início da vacinação e o acompanhamento do cenário mundial e do Brasil, pudemos planejar a retomada das atividades nas escolas, sendo que em novembro houve o retorno presencial total dos alunos. Faz parte de nossos diretores estratégicos e avaliação regular dos índices de aprendizagem e indicadores estatísticos. Como forma de auxiliar nessa jornada, participamos do Pisa for Schools de 2019, avaliação internacional on-line que nos permitiu considerar as habilidades e as necessidades de melhoria.

## Sustentabilidade no Bradesco

### Novo Ensino Médio

Expandimos o Novo Ensino Médio, que havia sido implementado em 2020 na Escola de Campinas, para cinco outras escolas em 2021: Aparecida de Goiânia, Itabirato, Laguna, Pinheiro e Registro. O novo currículo foi criado com a participação dos professores da unidade de Campinas, para que o processo de ensino fosse possível no modo digital durante a pandemia, sem prejuízo ao projeto. O novo modelo estará implementado em todas as escolas em 2022.

No Novo Ensino Médio, as matérias básicas representam 60% do currículo e os outros 40% são impulsionados pelos itinerários de Qualificação - preparação para o mundo do trabalho, com formação tecnológica e elaboração de projetos de produtos voltados ao mercado - e de Experimentação - um espaço para aplicar conhecimentos em projetos integradores que desafiam os alunos em busca de soluções em tendências como design, consultoria, automação, Internet das Coisas, inteligência artificial, entre outras.

Os itinerários mudam a forma de pensar a educação - nesse sentido, estudantes regularmente as necessidades do mercado e como resultado planejamos a diversificação da qualificação profissional para ampliar as condições de empregabilidade.

### Escola Virtual

Há 20 anos destacamos o crescimento de cursos de educação a distância no Brasil, e hoje constatamos que cada vez mais as empresas e universidades adotam na modalidade como uma moderna e eficiente alternativa de ensino. Em 2001, lançamos a Escola Virtual, um portal de e-learning com a proposta de contribuir para o desenvolvimento social não só das salas de aula. Temos o compromisso de oferecer a

todos que desejam adquirir conhecimentos ou aperfeiçoar-se, pessoal e profissionalmente, um ensino de qualidade por meio de novas experiências de aprendizagem contínua, de forma inovadora e motivacional.

Entre 2020 e 2021, com foco na experiência do usuário, fizemos melhorias no site da Escola Virtual para aprimorar a jornada na plataforma, e tornar a aprendizagem ainda mais fácil e produtiva. A plataforma oferece mais de 100 cursos on-line inteiramente gratuitos, em áreas como Administração, Contabilidade e Finanças, Desenvolvimento Pessoal e Profissional, Educação e Tecnologia. Com conteúdos diversos e dinâmicos, a Escola Virtual proporciona ao aluno a autogestão de seu estudo, em um ambiente virtual completo, que respeita o ritmo e a capacidade de aprendizagem de cada pessoa. Em 2021 foram mais de 2 milhões de pessoas atendidas.

 **Educação Virtual**  
Fundação Bradesco - Escola Virtual

### Programa Bradesco Esportes e Educação

Por mais de 30 anos oferecemos o esporte como atividade de apoio ao desenvolvimento de crianças e jovens. Promovemos a saúde e o valorização de talentos em todas as escolas da Fundação Bradesco, centros esportivos municipais, escolas estaduais e particulares e em nosso Centro de Desenvolvimento Esportivo, todos em Itabirato (SP).

Cerca de 1.000 atletas, com mais de seis anos de idade, são atendidos anualmente nos Núcleos de Formação e de Especialistas. Para participar é preciso estar matriculado no ensino regular.

## Boa prática

**Soluções de Educação Financeira – Unibrad.** Que disponibiliza de forma virtual e presencial programas de educação financeira.

### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**



A boa prática visa realizar programas de educação financeira também para a população em geral, promovendo, de forma efetiva, a inclusão e o acesso ao tema, democratizando as informações em busca de uma sociedade com hábitos saudáveis de consumo, instituídos por meio de disciplina financeira e visando à qualidade de vida e ao bem-estar financeiro das pessoas.

### **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**



Os programas de educação financeira realizados pela Unibrad, também para a população em geral, busca promover, de forma efetiva, a inclusão e acesso ao tema, democratizar as informações em busca de uma sociedade com hábitos saudáveis de consumo, instituídos por meio de disciplina financeira; e visa à qualidade de vida e ao bem-estar financeiro das pessoas.

Os programas de educação financeira ocorrem tanto no formato presencial como no virtual e síncrono. Contam com mais de 70 mil participações nos últimos 10 anos.

No formato *on-line*, por meio do site unibrad.com, o Banco Bradesco oferece um portfólio de mais de 20 soluções entre cursos *on-line*, *podcasts* e *e-books* destinados aos clientes e não clientes.

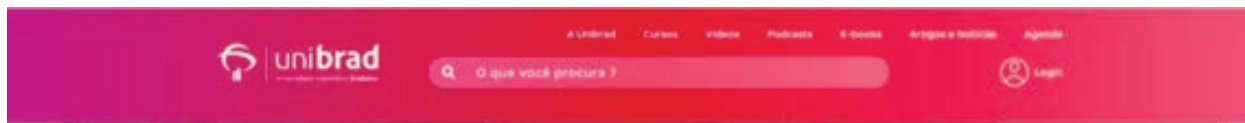
### **Quais são as evidências da boa prática?**



A iniciativa visa auxiliar a população, incluindo o público com maior vulnerabilidade no planejamento e controle dos seus gastos, assim como possíveis investimentos para necessidades futuras. Trazer os conceitos e sistemas financeiros ao conhecimento e ao entendimento sobre conteúdo baseados em Psicologia Econômica, levando aos usuários às melhores práticas de controle orçamentário e à contratação de produtos e serviços, tendo como destaque o Crédito Responsável.

Os *layouts* disponíveis são acessíveis também ao público com deficiência visual e a possibilidade de se adequar a qualquer dispositivo móvel, ampliando assim as possibilidades de acesso.

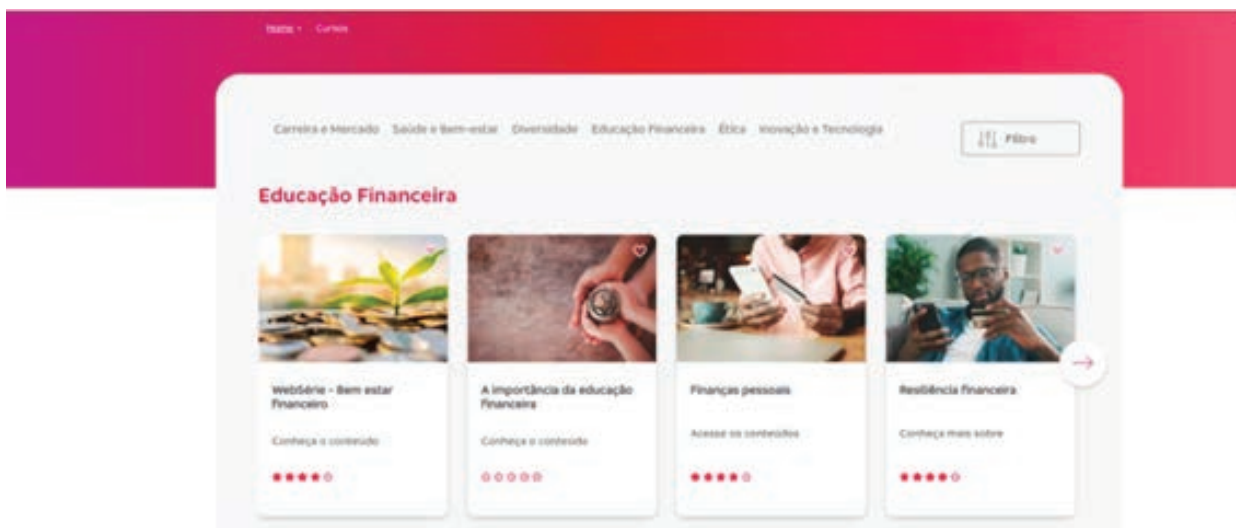
## A Unibrad – Bradesco



Encontramos 37 itens com o termo "educação financeira" para você: Ordem Alfabética

### Cursos

<b>Finanças pessoais</b>	<b>Resiliência financeira</b>	<b>Série Ita Real</b>	<b>Educação financeira pessoas negras</b>
<a href="#">Acesse no conteúdo</a>	<a href="#">Conheça mais sobre</a>	<a href="#">Conheça mais sobre</a>	<a href="#">Conheça o conteúdo</a>
★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★



## Boa prática

### Destaques de Soluções de Desenvolvimento para o Público Externo

#### A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?



A boa prática visa trabalhar o desenvolvimento de temas de educação financeira, competências socioemocionais, empregabilidade e empreendedorismo, com as famílias e pessoas mais vulneráveis, buscando prepará-las para o mercado de trabalho e a fazer a gestão das suas finanças.

#### A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?



Unibrad Semear: em parceria com o Programa Voluntários Bradesco, desde 2018, o projeto trabalha no desenvolvimento de temas de educação financeira e competências socioemocionais. Entre os públicos contemplados, estão: alunos de escolas públicas, povos indígenas, jovens negros e pessoas com deficiência, os quais tendem a apresentar níveis de vulnerabilidade superiores e carecem de maior atenção. Entendemos que hábitos saudáveis de consumo, instituídos por meio de disciplina financeira, costumam gerar melhorias substanciais na qualidade de vida das pessoas.

#### Quais são as evidências da boa prática?



O projeto **Unibrad Semear 2022 – Empreenda** tem o objetivo de auxiliar pessoas com deficiência e as suas famílias, em situação de vulnerabilidade social, na geração e aumento das suas rendas, por meio da oferta de ferramentas e conhecimento sobre gestão e empreendedorismo, além de engajar e transformar as pessoas que atuam como voluntários. Os participantes têm acesso às aulas sobre empreendedorismo e gestão para alavancar os seus negócios, e conta com um(a) mentor(a) voluntário(a) que contribui para o seu desenvolvimento, através de interações / reuniões realizadas.

Projeto Unibrad Semear - Comunidades Indígenas: o projeto que atua sobre a geração de renda e na gestão dos recursos e empreendimento sustentáveis, utilizando como base a educação financeira em território indígena.

## **Boa prática**

**Ponto de Atendimento Móvel - Barco Voyager.** É uma agência flutuante, que busca atender a população em regiões remotas do Amazonas.

### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**

**?**

A boa prática tem como objetivo proporcionar atendimento aos clientes financeiramente excluídos e insuficientemente atendidos em regiões remotas do Amazonas (de Manaus a Tabatinga).

### **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**

**?**

Oferta de serviços bancários às comunidades ribeirinhas e indígenas, bem como um supermercado flutuante para atender estas comunidades. O trajeto percorrido é de 1.600 km e atende mais de 210 mil pessoas.

### **Quais são as evidências da boa prática?**

**?**

A oferta de serviços bancários às comunidades ribeirinhas e indígenas proporciona a inclusão financeira e disponibiliza atendimento aos clientes financeiramente excluídos e insuficientemente atendidos em regiões remotas do Amazonas (de Manaus e Tabatinga).



## **Boa prática**

### **Bradesco Universitário**

#### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**



A boa prática busca fornecer apoio aos jovens universitários através de cursos *on-line*, produtos e serviços adequados ao público jovem.

#### **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**



Busca fornecer apoio àqueles que estão ingressando na sua formação e, possivelmente, no mercado de trabalho, fornecendo cursos *on-line* que valem como horas complementares, além de produtos e serviços desenvolvidos ao público jovem, para que esse jovem possa evoluir nos seus estudos e melhorar os seus eventuais graus de vulnerabilidade.

#### **Quais são as evidências da boa prática?**



O Bradesco Universitário tem o propósito de desenvolver a maturidade socioeconômica dos jovens, que hoje podem necessitar de uma maior aceitação e opiniões sociais, por dependência emocional e/ou imaturidade, preparando-os para esse momento de ingresso ao mercado de trabalho e/ou início de formação.

### **Bradesco para Você | UNIVERSITÁRIO (banco.bradesco)**







## Boa prática

Oficina de educação financeira para as comunidades ribeirinhas e indígenas

**A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**

?

A boa prática tem como objetivo promover o empreendedorismo e educação financeira nas comunidades ribeirinhas e indígenas.

## A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?

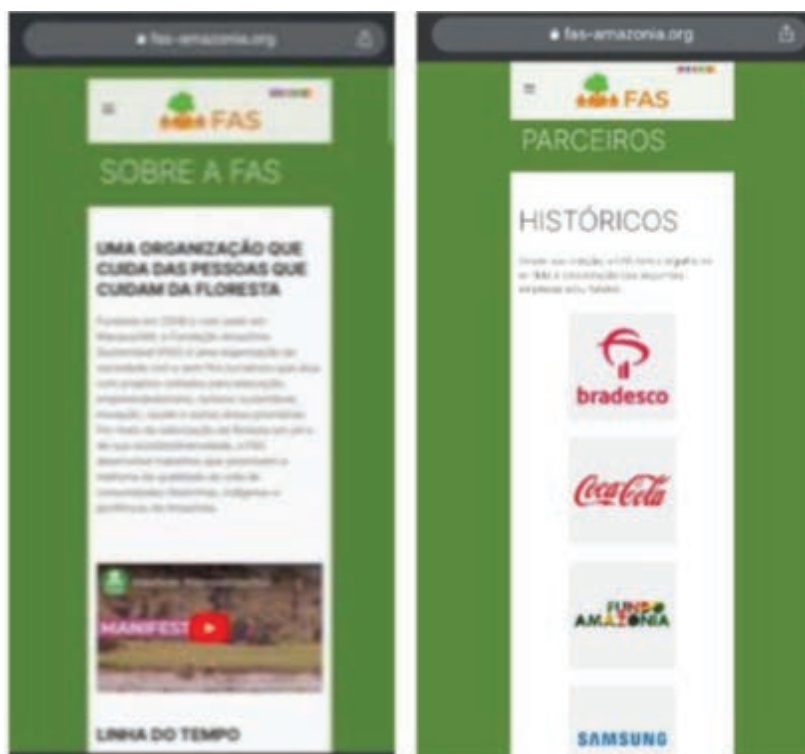


Parceria com a Fundação Amazonas Sustentável, que garante a inclusão das populações ribeirinha e indígena e que promove o empreendedorismo e a educação financeira deste público.

## Quais são as evidências da boa prática?



<https://fas-amazonia.org/sobre/?aba=parceiros>



## Boa prática

Programa de treinamento sobre finanças, planejamento e investimentos

### A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?

?

A boa prática tem como objetivo promover educação financeira através de uma plataforma educacional de forma *on-line* a todos os públicos, permitindo que o público com maior vulnerabilidade tenha material que dê condições de melhoria no seu planejamento financeiro futuro.

### A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?

?

Plataforma educacional de cursos sobre finanças, planejamento e investimentos, em parceria com a FIA, para promover e aprimorar a educação financeira.

### Quais são as evidências da boa prática?

?

No Ágora Academy, o usuário tem de forma também gratuita conteúdos sobre finanças, planejamento e investimentos, proporcionando o aprimoramento dos conhecimentos sobre o mercado financeiro, finanças, planejamentos.

<https://www.agorainvestimentos.com.br/academy>

The screenshot displays the 'Vantagens do Ágora Academy' section of the website. The header includes the Ágora logo and navigation links: 'Sobre a Ágora', 'Planejar', 'Investir', 'Acompanhe o mercado', 'Insights', 'Academy', 'Cartão de Crédito', and 'Assinaturas'. There are two buttons: 'Acesse sua conta' and 'Crie sua conta'. The main heading is 'Vantagens do Ágora Academy'. Below it are four benefit cards:

- Cursos gratuitos e cursos pagos**: Você escolhe os que mais combinam com seus objetivos.
- Qualidade de ensino FIA**: Eleita 3 vezes a melhor escola de negócios do Brasil pela revista Exame.
- Cursos 100% on-line**: Conteúdo disponível 24 horas pra você aproveitar quando e onde quiser.
- Certificado**: Certificação on-line reconhecida pelo Ministério da Educação.

## Programas de educação e inclusão financeira voltados aos públicos vulneráveis

---

### Boa prática

Disponibilização de materiais de Educação Financeira aos clientes CAIXA por meios digitais como Site CAIXA, App CAIXA Tem e YouTube, visto que são plataformas com grande volumetria de clientes. Em que pese não haver distribuição diferenciada baseada nos níveis de vulnerabilidade, o material disponível para acesso foi produzido de tal modo que todos os clientes possam aproveitá-los, mesmo os dois graus mais elevados de vulnerabilidade.

#### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**

---



Todos os clientes que compõem o Modelo Institucional de Vulnerabilidade, em especial os clientes classificados nas faixas mais altas de vulnerabilidade.

#### **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**

---



Capacita o cliente a realizar melhor a gestão do orçamento pessoal e familiar, melhorando a sua relação com dinheiro.

As capacitações utilizam exemplos cotidianos para que o cliente compreenda e assimile melhor o conteúdo à sua realidade como, por exemplo, no caso do capítulo “Liste os itens essenciais antes de ir às compras”, no curso “Atravessando a Crise”, no qual ensinamos aos clientes que, para evitar gastos desnecessários e supérfluos, é interessante anotar o que é essencial para a família deles; comprar apenas o essencial; pesquisar os preços antes de comprar; e definir o valor máximo que poderá gastar.

#### **Quais são as evidências da boa prática?**

---



Capacita o cliente a realizar melhor a gestão do orçamento pessoal e familiar, melhorando a sua relação com dinheiro.

As capacitações utilizam exemplos cotidianos para que o cliente compreenda e assimile melhor o conteúdo à sua realidade como, por exemplo, no caso do capítulo “Liste os itens essenciais antes de ir às compras”, no curso “Atravessando a Crise”, no qual ensinamos aos clientes que, para evitar gastos desnecessários e supérfluos, é interessante anotar o que é essencial para a família deles; comprar apenas o essencial; pesquisar os preços antes de comprar, e definir o valor máximo que poderá gastar.

→ ↻ 🏠 <https://www.caixa.gov.br/educacao-financeira/voce/Paginas/default.aspx>

Você | Empresa | Investimentos | Open Banking

Produtos - Benefícios e Programas - Atendimento - Poder Público

Início > Educação Financeira > Para Você

# Aulas

Diversos temas e muitos dicas. Vai ser muito mais fácil administrar seu dinheiro.

Visão Geral | O que é | Conceitos Básicos | Atravesse a Crise | Cuide do seu dinheiro | Saia do Vermelho | Planeje o futuro

## O que é

Aprenda de um jeito simples e prático tudo o que você quer saber sobre finanças pessoais.

Em cada aula, você encontra um módulo com assuntos específicos e aprende a planejar seu orçamento sem custos e sem complicação.

Escolha um dos temas e boas aulas:

↻ 🏠 <https://www.caixa.gov.br/educacao-financeira/voce/Paginas/default.aspx>

Visão Geral | O que é | Conceitos Básicos | Atravesse a Crise | Cuide do seu dinheiro | Saia do Vermelho | Planeje o futuro

## Conceitos Básicos



### Receitas e Despesas

O primeiro passo para cuidar melhor do seu dinheiro é tentar gastar menos do que se ganha, fazer com que as receitas sejam maiores do que as despesas.

[Quero aprender >](#)



### Juros e inflação

Entenda os conceitos de juros e inflação e qual a relação com o seu dia a dia.

[Quero aprender >](#)



### Créditos

Do crediário na loja aos empréstimos em bancos, há diversas formas de crédito que fazem parte do dia a dia de todo mundo.

[Quero aprender >](#)

## Atravesse a Crise



### Diferença entre desejo e necessidade

Um bom jeito de pensar se devemos ou não comprar algo é pensar um pouco e fazer uma pergunta: será que o que eu quero comprar é um desejo ou uma necessidade?

[Quero aprender +](#)



### Descobrimo seu equilíbrio

Descobrir o equilíbrio entre suas necessidades e seus desejos é o ponto chave, e não existe uma receita certa para todo mundo.

[Quero aprender +](#)

## Cuide do seu dinheiro



### Organize seu orçamento

Já ouviu a expressão "conhecimento é poder"? Ela se aplica perfeitamente aqui... Quanto mais você conhece o caminho do seu dinheiro, melhor poderá usá-lo.

[Quero aprender +](#)



### Fazendo seu orçamento na prática

Aprenda a fazer o levantamento dos seus ganhos e dos seus gastos.

[Quero aprender +](#)



### Estratégias para economizar, gastando melhor

Economizar nem sempre significa cortar gastos. Existem várias estratégias que nos ajudam a gastar melhor nosso dinheiro e isso pode fazer uma grande diferença no orçamento pessoal ou familiar.

[Quero aprender +](#)

## Saia do Vermelho



### Conheça o tamanho da sua dívida

Ter algumas dívidas não é um problema efetivo se você fizer o planejamento e controle do seu orçamento, conseguir equilibrar seus gastos e tiver uma previsão realista de quitação dessas dívidas num prazo de tempo.

[Quero aprender >](#)



### Como retomar o controle

Não desanime ao perceber que está endividado. Com organização, paciência e planejamento, é possível retomar o controle das suas contas.

[Quero aprender >](#)



### Faça um plano para pagamento

Na tentativa de se livrar das dívidas, não vale fazer só oração ou simpática. Você precisa fazer a sua parte para sair logo dessa situação e ficar des preocupado.

[Quero aprender >](#)

## Planeje o Futuro



### Como planejar

Com sua vida financeira sob controle, é hora de pensar em investir no futuro.

[Quero aprender >](#)



### Estabeleça objetivos de curto, médio e longo prazo

Objetivo é o que você quer alcançar quando você faz seu planejamento financeiro. Ele reflete os seus desejos e necessidades.

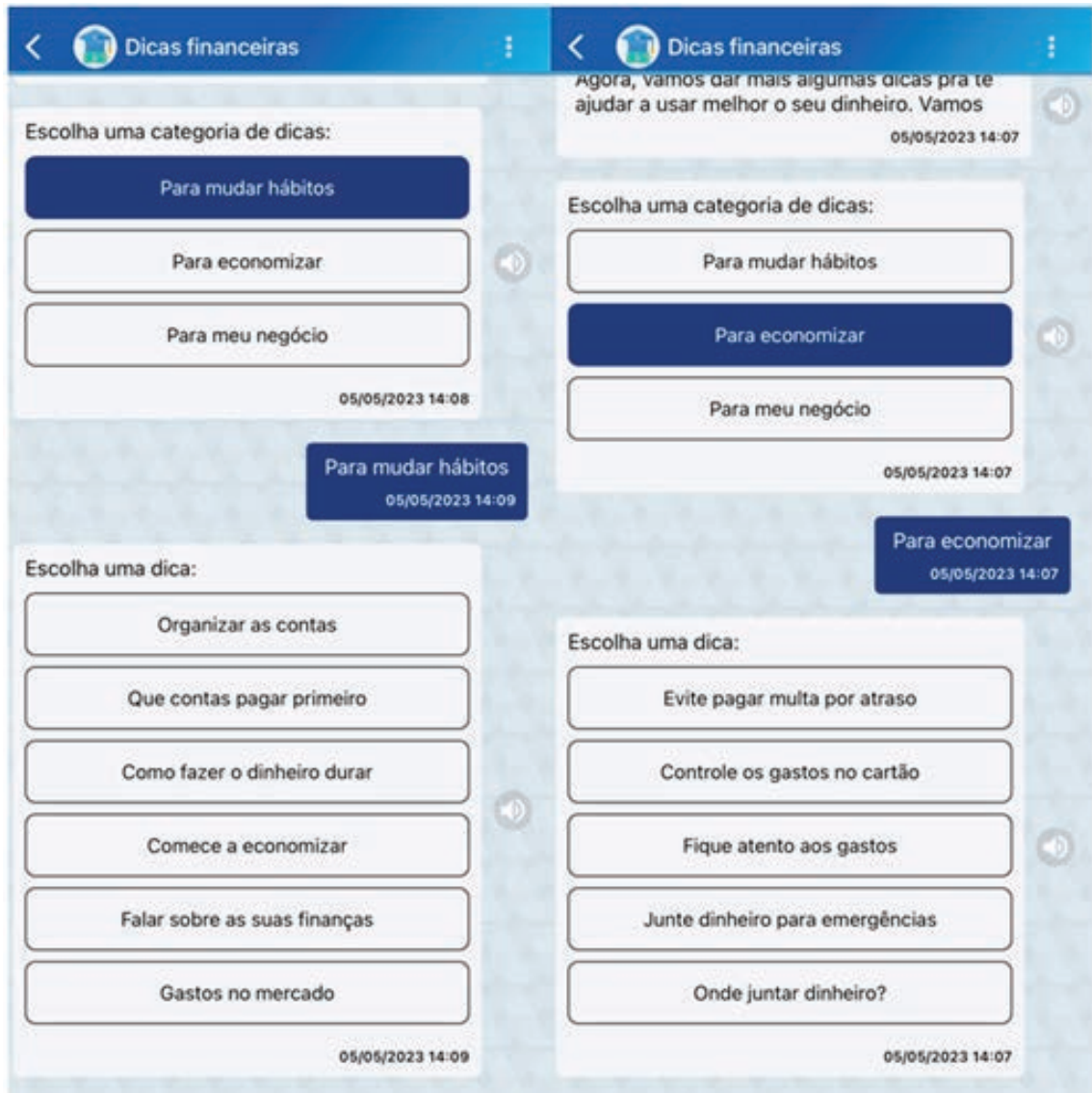
[Quero aprender >](#)



### Como alcançar suas metas

As metas, muitas vezes, se confundem com os objetivos. Mas elas são as etapas intermediárias a serem atingidas para se alcançar os seus objetivos.

[Quero aprender >](#)







## Programas de educação e inclusão financeira voltados aos públicos vulneráveis

---

### **Boa prática**

Visando maior abrangência do tratamento aos clientes em situação de vulnerabilidade, o Itaú Unibanco atua de forma direcionada às vulnerabilidades específicas considerando as características preponderantes para tal classificação, como a identificação de dificuldade financeira e consequente atuação na prevenção do superendividamento.

Nesse sentido, são promovidas diversas ações de comunicação, orientação e educação para os seus clientes, utilizando inclusive diversos canais para disseminação de conteúdo, como aplicativo, *internet banking*, site institucional e redes sociais. São disponibilizados conteúdos relacionados à orientação financeira, para auxiliar os clientes endividados na reorganização da sua vida e construção de patrimônio pessoal, além da possibilidade de reorganizar dívidas que potencializam o risco de endividamento e ações para estímulo da poupança.

Quanto ao planejamento e à saúde financeira, existem programas e ferramentas direcionados para controles de gastos, organização financeira e relação com o dinheiro. A ferramenta **Minhas Finanças** foi criada para possibilitar o acompanhamento dos gastos por categoria e facilitar o controle financeiro, com uma visão bastante clara e didática do balanço mensal, eventuais contratos ou créditos para renegociação (ex.: cheque especial, parcelas em atraso) e a possibilidade de estabelecer metas de gastos que facilitam o alcance de objetivos financeiros.

Adicionalmente, o Itaú construiu uma ferramenta para consulta do **Perfil de Crédito** de cada cliente, trazendo mais clareza, transparência e estímulo para um relacionamento saudável e adequado com o crédito. Através desta ferramenta, o cliente pode atualizar a sua renda, consultar a situação do seu CPF na Receita Federal, eventuais pendências financeiras no Itaú ou em outros bancos e negativações ou protestos existentes no seu CPF. O objetivo desta consulta é permitir que o cliente conheça as informações consideradas durante a análise de crédito e construa uma relação saudável com as suas finanças.

### **Propósito**

O objetivo da ação promovida é contribuir para a educação e reorganização financeira dos clientes, seja em momentos de dificuldade financeira ou na construção do patrimônio pessoal.

## Abrangência

O público abrangido pela ação é aquele com baixa renda e alto comprometimento de renda ou endividamento.

## A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?

?

A ação está direcionada para tratar com os clientes com dificuldades financeiras, com o objetivo de mitigar o risco de superendividamento.

## A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?

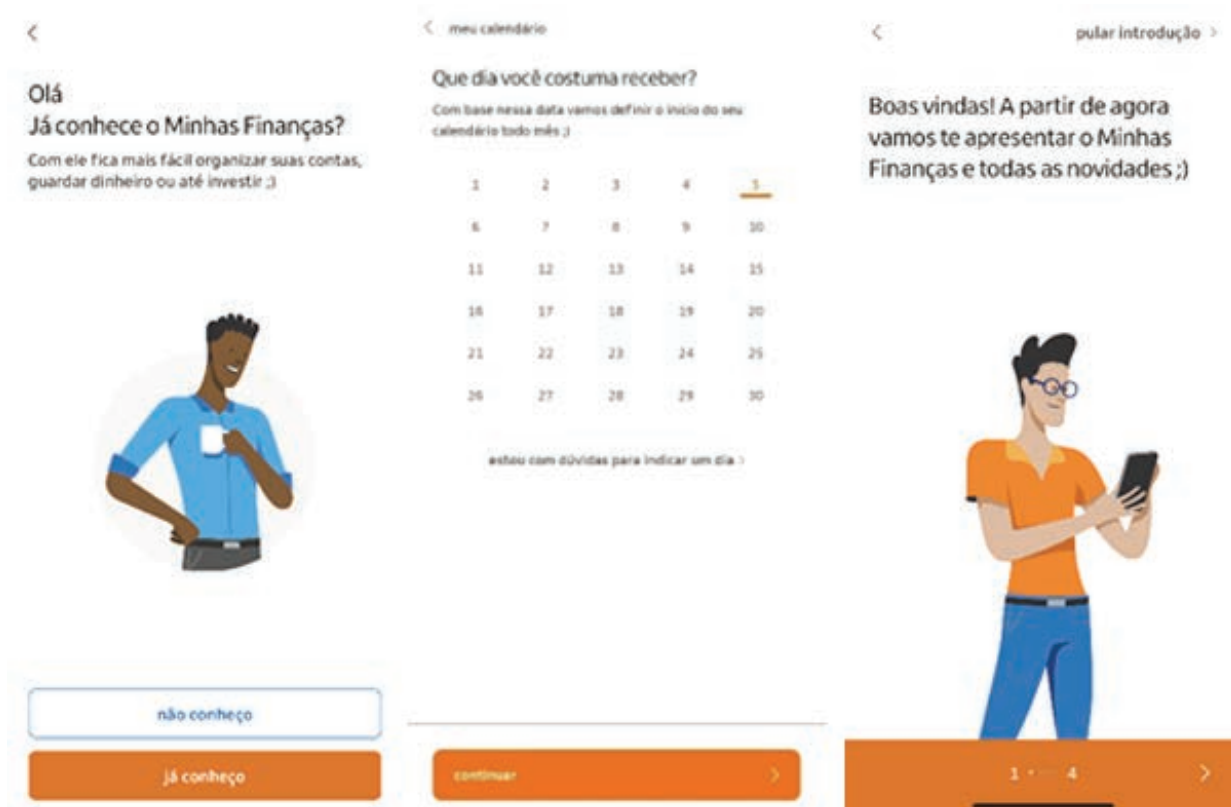
?

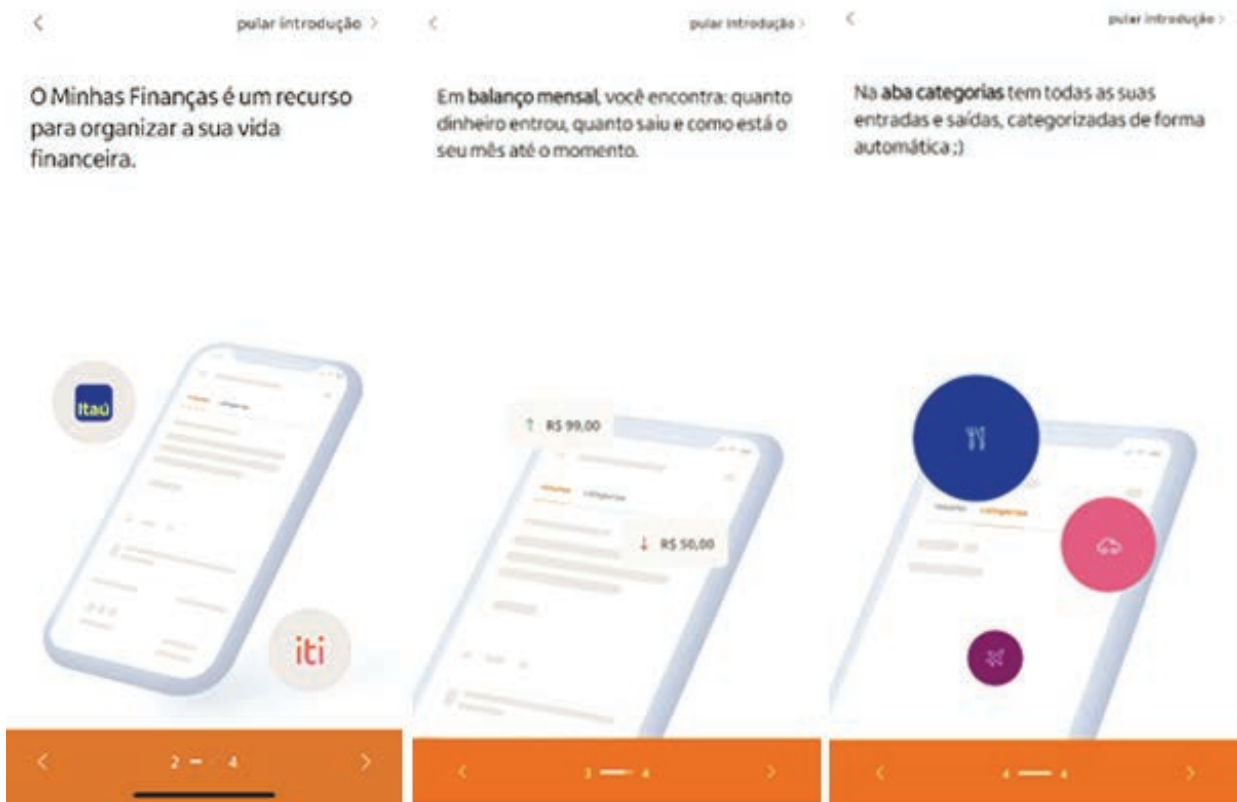
Possibilidade de reorganizar dívidas que potencializam o risco de endividamento e ações para o estímulo da poupança.

## Quais são as evidências da boa prática?

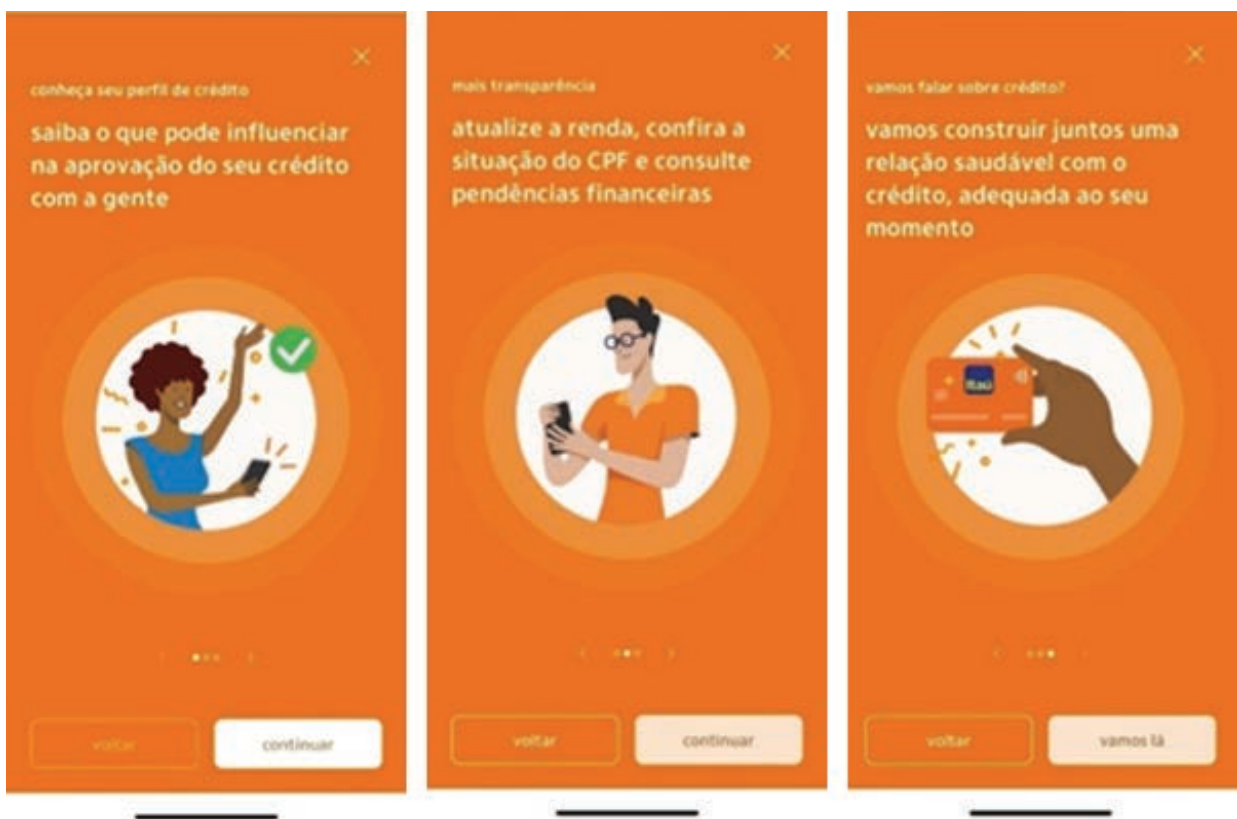
?

### Minhas finanças – App Itaú



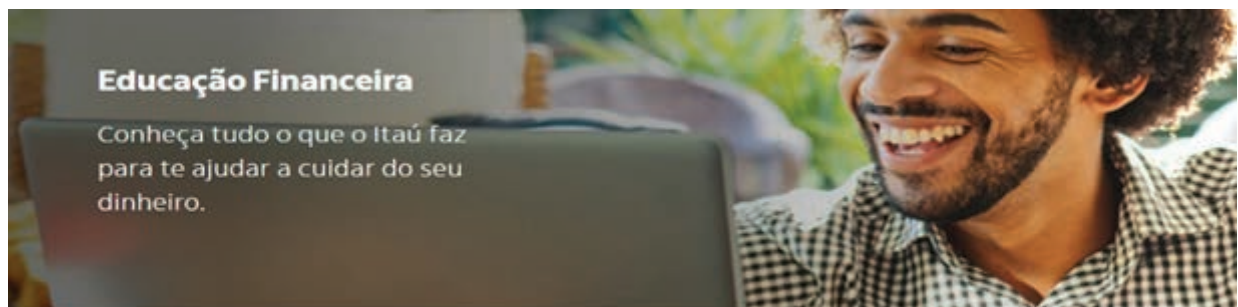


### Perfil de crédito – App Itaú





Landing page - <https://www.itaú.com.br/educacao-financeira/>



### promover a saúde financeira

Conheça os 4 pilares de uma vida financeira equilibrada.

 <p><b>controlar</b></p> <p>Manter as contas organizadas e em dia. Gastar menos do que ganha. Anotar e acompanhar os gastos com frequência.</p> <p><a href="#">como controlar melhor</a></p>	 <p><b>poupar</b></p> <p>Evitar os desperdícios financeiros. Economizar e guardar dinheiro. Ter reservas para imprevistos e objetivos.</p> <p><a href="#">como poupar melhor</a></p>	 <p><b>usar bem</b></p> <p>Usar o crédito com planejamento, sem atrapalhar as contas. Evitar o excesso de dívidas.</p>	 <p><b>planejar</b></p> <p>Se preparar para o futuro. Poupar para a aposentadoria. Proteger o patrimônio e a família com seguros.</p> <p><a href="#">como planejar melhor</a></p>
---	---	---	--

Blog de Educação Financeira: <https://blog.itau.com.br/educacao-financeira>

confira os últimos posts

ver todos (22)



**Como alcançar seus objetivos - parte II**

Entenda quais produtos bancários, usados com responsabilidade, podem te apoiar na conquista de seus sonhos.

Itaú Unibanco em Educação Financeira  
25 nov • 3 minutos de leitura

**Como alcançar seus objetivos - parte I**

Veja dicas de como se organizar para conseguir aquela tão sonhada casa, viagem ou qua [...]

Itaú Unibanco em Educação Financeira  
22 nov • 3 minutos de leitura

**Dicas e ferramentas para cuidar melhor do seu dinheiro**

Conheça plataformas e conteúdos que podem te ajudar a controlar seus gastos e começar [...]

Itaú Unibanco em Educação Financeira  
14 out • 3 minutos de leitura

**Como cuidar melhor do seu dinheiro?**

Veja orientações de como lidar com os gastos no seu dia a dia e saiba mais sobre inde [...]

Itaú Unibanco em Educação Financeira  
13 out • 2 minutos de leitura

**6 dicas para economizar no supermercado**

Veja como se planejar para gastar menos nas suas compras do mês

Itaú Unibanco em Educação Financeira  
07 out • 3 minutos de leitura

assuntos do momento



**Como fazer um controle de orçamento?**

Tem dúvidas sobre como montar um controle financeiro? Nesse post, damos dicas de como [...]

Itaú Unibanco em Educação Financeira  
13 dez • 3 minutos de leitura



**RENEGOCIE SUAS DÍVIDAS**

**Sinais de alerta do endividamento**

Veja aqui alguns sinais importantes para você buscar ajudar e reorganizar as contas.

Itaú Unibanco em Educação Financeira  
06 dez • 5 minutos de leitura

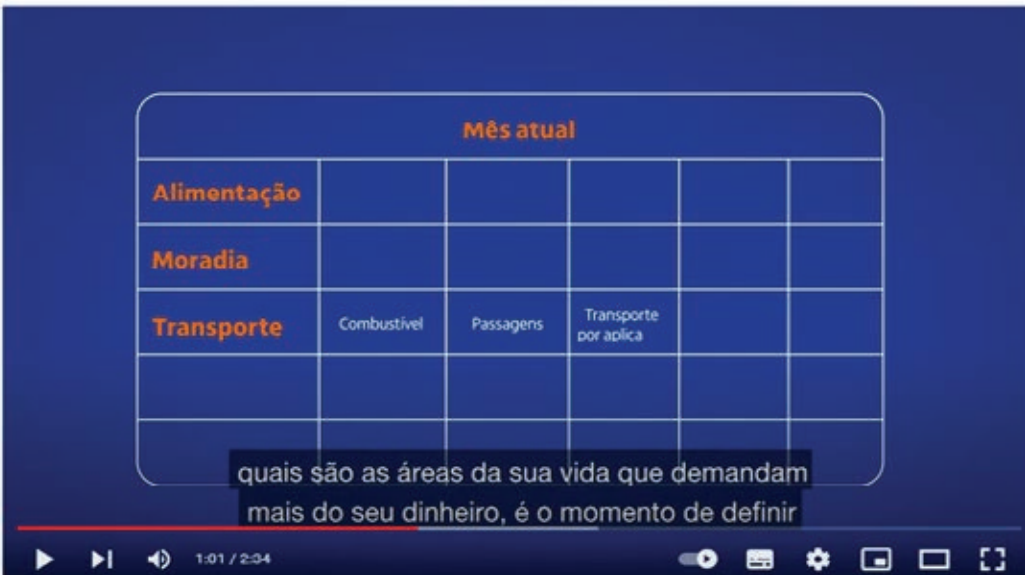


**Como conseguir uma renda extra?**

Veja nossas dicas de como aplicar seus talentos e passatempos para conseguir um dinhe [...]

Itaú Unibanco em Educação Financeira  
13 dez • 4 minutos de leitura

Redes Sociais (Twitter, Instagram, Youtube e Facebook)



**Mês atual**

<b>Alimentação</b>					
<b>Moradia</b>					
<b>Transporte</b>	Combustível	Passagens	Transporte por app		

quais são as áreas da sua vida que demandam mais do seu dinheiro, é o momento de definir

Poupar pra Render | Temporada 01 | Episódio 03: Aprenda a evitar o Desperdício Financeiro



Itaú

1,41 mi de inscritos

Inscriver-se

104



Compartilhar



## Programas de educação e inclusão financeira voltados aos públicos vulneráveis

---

### **Boa prática**

Desenvolvimento de comunicações direcionadas, com linguagem de recursos de mídias adaptados para melhor compreensão e entendimento pelo cliente, contendo orientações para uma boa gestão financeira. Tais conteúdos estão divulgados em: mídias impressas na forma de cartilhas e *folders* disponibilizados nos pontos de atendimento; e nas mídias *on-line* tais como site institucional, redes sociais e no YouTube.

#### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**



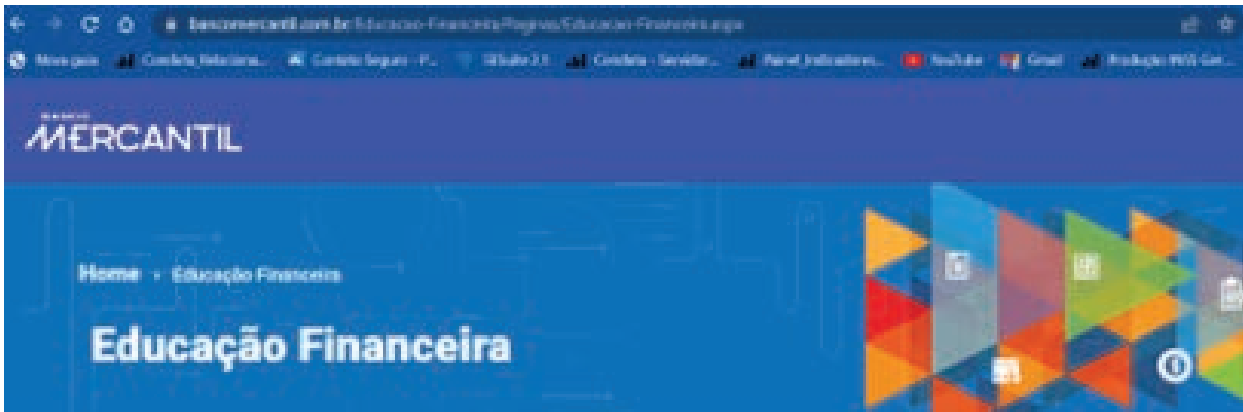
As ações são acessíveis a toda a comunidade, inclusive os não clientes. No entanto, possuem conteúdo específico direcionado a auxiliar pessoas em situação de endividamento, e/ou que necessitam melhorar os seus conhecimentos em educação financeira. É adequado também às pessoas de baixa renda e escolaridade, uma vez que foi desenvolvido em linguagem e formatos simples e acessíveis, que possam ser entendidos por todos, independente do seu grau de conhecimento sobre o assunto. E, por último, também atinge os idosos, com conteúdos específicos sobre aposentadoria e inclusão financeira.

#### **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**



Com a disseminação do conhecimento, espera-se proporcionar ao cliente maior compreensão e entendimento sobre educação e inclusão financeira, tanto para a organização do seu orçamento doméstico quanto para reorganizar dívidas que podem levar ao risco de endividamento. Além disso, buscamos também divulgar informações sobre produtos e serviços financeiros para que ele tenha condições de fazer escolhas mais conscientes quando necessitar fazer contratações.

<https://bancomercantil.com.br/EducacaoFinanceira/Refletir/Paginas/Refletir.aspx>



**CARTILHA EDUCAÇÃO FINANCEIRA**



<p><b>Movimentação financeira</b></p> <p>O Mercantil recomenda que você fique de olho no que entra e no que sai da sua conta bancária. Por isso, anote todo o dinheiro que você ganha e gasta. Esses dados serão utilizados na organização das suas finanças.</p>	<p><b>Apoio da família</b></p> <p>Organizar os gastos de cada um tem o apoio da família. O Mercantil recomenda muito diálogo com a família, incluindo conversas com adolescentes e crianças, que devem entender a importância da economia em seu dia a dia.</p>
<p><b>Tabelas de planejamento</b></p> <p>Com os valores anotados, em duas tabelas: uma para os gastos pessoais e outra para os gastos no cartão de crédito. Alimentando essas tabelas, você terá surpresas no fim do mês.</p>	<p><b>Dívidas</b></p> <p>Ativar as contas pode acabar em juros e mais despesas para você. Por isso, estude sempre, pense com cuidado. Caso você já esteja endividado, tente negociar com os credores, propondo uma redução de juros ou aumento de prazo.</p>
<p><b>Orçamento familiar</b></p> <p>Divida as despesas da família entre os gastos que nunca se alteram, como aluguel e mensalidade escolar, e os gastos que podem variar com o tempo, como contas de luz e de água. Faça a separação, defina uma porcentagem mínima do seu orçamento para cada categoria.</p>	<p><b>Investimentos inteligentes</b></p> <p>Se você quer proteger a sua família de imprevistos, começa a investir. Você não precisa jogar uma grande quantia para lá. O Mercantil aconselha a começar com um valor dentro da sua realidade e a aumentar seus investimentos com o tempo.</p>
<p><b>Desejos e necessidades</b></p> <p>Identifique o que são necessidades e o que são desejos supérfluos. Assim, se a situação de sua casa mudar, você já sabe com mais facilidade o que é essencial e o que pode ser cortado dos gastos.</p>	<p><b>Objetivos financeiros</b></p> <p>Se você conseguiu estabelecer seus gastos, é hora de pensar nos seus sonhos. Colocando-os em objetivos, fica mais fácil preparar seu orçamento para futuros conquistas. Analise cada um deles, defina prazos e veja o que deve mudar no seu dia a dia, para que os sonhos do futuro se tornem realidade.</p>

Divulgação de conteúdo de educação financeira com foco na prevenção ao endividamento no canal do Banco na plataforma YouTube:

<https://www.youtube.com/@meumercantil>







Conheça 7 dicas para usar seu cartão de crédito de forma consciente

Banco Mercantil 23,7 mil inscritos Inscrito 15 Compartilhar

**FICA A DICA - FINANCEIRO**  
Banco Mercantil - 9 / 12

- Episódio 1: E agora, Seu Arlindo? 1:33
- Episódio 3: E agora, Dona Marlene? 1:48
- Renda extra na aposentadoria 4:01
- Empréstimo Consignado:



Episódio 1: E agora, Seu Arlindo?

**FICA A DICA - FINANCEIRO**  
Banco Mercantil - 5 / 12

- Aprenda a diferenciar TED, DOC e Pix na hora de fazer uma... 3:40
- Dicas práticas de como economizar 2:35
- Entenda a importância da Planilha de Gastos 2:50
- Hora de declarar o Imposto de Renda

<https://blog.bancomercantil.com.br/category/controle-financeiro/>

**BANCO MERCANTIL** Educação Financeira Aposentadoria Investimentos Negócios FGTS Mercantil Banco Mercantil

**Qual diferença entre saque extraordinário e saque aniversário?**  
25 de novembro de 2022

Para entender a diferença entre os dois módulos de saque, é importante que primeiramente se compreenda como funciona cada um deles e, a partir...

**Qual a melhor forma de financiar um imóvel?**  
30 de agosto de 2022

Entenda quem pode financiar um imóvel, Tipos de Financiamentos disponíveis, e como iniciar agora o seu Financiamento com o Banco Mercantil.

**Empréstimo para negativados: controle suas finanças**  
23 de agosto de 2022

Se você estiver negativado, não se preocupe! O Banco Mercantil traz as informações e o ajuste necessários sobre empréstimo para negativados. Você pode também antecipar o seu saque do FGTS para ter maior controle sobre as suas finanças. Continue lendo para saber como.

**Empréstimo para quitar dívidas: vale a pena?**  
19 de agosto de 2022

Geralmente se pergunta qual é a melhor forma de sair do vermelho. Surge então a opção de fazer um empréstimo para quitar dívidas. Mas essa estratégia vale realmente a pena? O Mercantil traz a resposta para você.

## Programas de educação e inclusão financeira voltados aos públicos vulneráveis

---

### Boa prática

#### Educação Financeira para Clientes – Portal

##### Propósito / Como / Abrangência

O Banco Santander possui um portal de educação financeira, onde consta, entre outros, cartilha com conceitos, dicas que apoiam os clientes (ex.: 4 dicas para manter o equilíbrio das contas, diferença entre produtos financeiros, dentre outras). A abrangência da ação é para a sociedade em geral, bem como os vulneráveis.

### Boa prática

#### Educação Financeira para Clientes – Campanha em Redes Sociais

##### Propósito / Como / Abrangência

O Banco Santander pontualmente realiza campanhas em redes sociais como Instagram, por exemplo, com dicas para equilibrar a vida financeira. A abrangência da ação é para a sociedade em geral, bem como os vulneráveis.

### Boa prática

#### Educação Financeira para Clientes – Ferramenta de Gestão Financeira

##### Propósito / Como / Abrangência

O Banco Santander proporciona uma ferramenta digital sobre gestão financeira, a qual ajuda os clientes do Banco a organizar as suas finanças. A abrangência da ação é para os clientes do Banco, bem como os vulneráveis.

### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / público-alvo?**



A boa prática atinge todos os clientes do Banco, bem como os vulneráveis, atingindo vulnerabilidades de forma geral.

### **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**



A boa prática apoia os clientes na organização financeira, na educação com a geração de conteúdos e com o objetivo de prevenção e melhor organização das finanças.

### **Quais são as evidências da boa prática?**



São medidos os acessos ao portal de educação financeira e na ferramenta de gestão financeira, bem como as métricas gerais de campanha de redes sociais como “acessos, cliques, funil, dentre outros”, para identificar o impacto nos clientes e como direcionar as próximas ações.

# Boas Práticas

## 3.4

### **/ Política de Relacionamento com Clientes e Usuários e a proteção dos públicos vulneráveis**

A proteção das vulnerabilidades dos consumidores (art. 4º, inciso I do CDC) é mandamento legal de ordem pública e de interesse social (art. 1º do CDC). O seu objetivo principal é assegurar equilíbrio e harmonia nas relações de consumo (art. 4º, inciso III do CDC).

### **A medida estruturante da proteção das vulnerabilidades**

Com previsão no art. 5º do Normativo SARB n. 24/2021, a inclusão da proteção dos vulneráveis nas Políticas de Relacionamento com Clientes passou a ser um compromisso das Instituições Financeiras Signatárias da Autorregulação. É considerada medida estruturante para o tratamento justo e equitativo de consumidores e usuários, nos termos previstos no art. 3º, inciso II da Resolução 4949/2021, do Conselho Monetário Nacional.

### **A promoção da cultura da proteção das vulnerabilidades dos consumidores**

A institucionalização da proteção das vulnerabilidades dos consumidores produz inúmeros efeitos, tanto no âmbito da governança das Instituições Financeiras quanto na promoção da cultura de proteção dos vulneráveis.

Verifica-se, nas boas práticas apresentadas, o envolvimento desde a alta direção das Instituições Financeiras até os prestadores de serviços que compõem a rede de parceiros.

### **Incentivos que reforçam o compromisso com a Política Institucional de Relacionamento com Clientes**

Nota-se o compromisso de todo o ecossistema das Instituições Financeiras. Foram apresentadas boas práticas em que os colaboradores assinam termo de ciência ou compromisso da Política de Relacionamento. A prática reforça a cultura organizacional e evidencia a importância do cuidado no tratamento das vulnerabilidades dos consumidores.

Possibilita estabelecer diretrizes claras sobre a expectativa em relação à conduta dos colaboradores, funcionários ou empregados. Reforça a responsabilização de todos os integrantes da cadeia de serviço e as consequências do descumprimento das normas existentes.

O cuidado de cada colaborador, funcionário ou empregado da Instituição no tratamento das vulnerabilidades representa o respeito aos consumidores e usuários. Contribui para a construção de confiança no relacionamento, elemento essencial para o equilíbrio e a harmonia na prestação dos serviços.

## **A transparência da Política Institucional de Relacionamento com Clientes**

A divulgação das diretrizes da Política de Relacionamento com Clientes é um compromisso firmado na Autorregulação, conforme previsto no art. 7º do Normativo SARB n. 24/2021. A publicização torna transparente as medidas e diretrizes do tratamento das vulnerabilidades. Com isso, evidencia o compromisso de cuidado e promove o equilíbrio nos relacionamentos com os consumidores e usuários.

É possível observar boas práticas das Instituições no sentido de proporcionar o acesso dos colaboradores, usuários e clientes à Política Institucional de Relacionamento com Clientes.

## **O monitoramento dos efeitos da Política de Relacionamento com Clientes**

A Política de Relacionamento com Clientes tem o propósito de assegurar o equilíbrio e a harmonia no relacionamento com os consumidores. O monitoramento é fundamental para assegurar um ciclo virtuoso de qualidade e efetividade, pois permite conhecer as medidas exitosas e calibrar ou alterar as que não produziram os efeitos desejados.

Observou-se, por meio das informações fornecidas, o uso de inúmeras ferramentas de monitoramento e acompanhamento das medidas adotadas. Critérios como o sentimento da ligação com consumidor; tempo de silêncio; e interrupções na ligação indicam espaços para validação ou aprimoramento das medidas adotadas visando assegurar a melhor experiência para os consumidores e usuários.

## **As medidas de cooperação e estabelecimento de prioridades**

Foram constatadas, ainda, boas práticas que dialogam e implementam metodologias recomendadas pelo regulador para priorizar o atendimento das vulnerabilidades. Ações de cooperação expressam resultados positivos tanto para os consumidores e usuários como para os atores públicos e privados envolvidos no processo.

## **A internalização da Política de Relacionamento com Clientes e as medidas de gestão e governança**

As ações apresentadas pelas Instituições Signatárias participantes demonstraram a incorporação das diretrizes, princípios e regras de tratamento das vulnerabilidades dos consumidores e usuários nas suas estratégias de gestão e governança. A definição clara de responsabilidades e papéis dos envolvidos na Instituição é um pressuposto fundamental para o cumprimento dos compromissos assumidos na Autorregulação e estabelecidos nas normas do regulador.

A existência de processos e estruturas para assegurar a tomada de decisões responsáveis, a gestão adequada de riscos, a transparência e a prestação de contas contribuem de forma significativa para construir estabilidade, segurança e confiança na relação entre o sistema financeiro e os seus consumidores e usuários.



## Política de Relacionamento com Clientes e Usuários e a proteção dos públicos vulneráveis

---

### **Boa prática**

A Política de Relacionamento com Clientes e Usuários orienta o comportamento do Banco do Brasil, desde a Alta Administração até os prestadores de serviços.

Ela está no dia a dia da empresa, em cada decisão tomada, na ação implementada, no contato com o cliente e em cada atendimento aos usuários dos nossos serviços.

Ao aplicar os valores declarados pela Política de Relacionamento, além de promover a postura ética preconizada pelo Banco, estabelecemos relacionamento justo e cooperativo com clientes e usuários, consolidando a manutenção de negócios sustentáveis e a perenidade do BB.

A Política de Relacionamento do BB mantém enunciado específico relacionado ao cliente vulnerável, no qual enfatizamos o nosso compromisso no tratamento adequado desse público, considerando o seu estágio de vulnerabilidade.

#### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**



Os princípios da Política de Relacionamento são aplicados a todos os clientes, contudo, o documento estabelece a necessidade de maior atenção e tratamento adequado aos clientes mais vulneráveis identificados no modelo proprietário.

#### **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**



A Política estabelece as diretrizes e princípios que orientam todo o corpo funcional no atendimento ao público vulnerável, sendo realizada a adesão a esse documento por todos os funcionários.

Alinhado aos princípios estabelecidos nesse documento, são desenvolvidas diversas ações pelas áreas gestoras, visando o tratamento justo e adequado aos clientes, considerando o seu perfil e vulnerabilidades.

## Quais são as evidências da boa prática?



A seguir, exemplos de materiais produzidos sobre a Política de Relacionamento do BB:



### 11 Dispensamos atenção especial no tratamento aos clientes considerados vulneráveis.



#### Significa que...

... consideramos vulneráveis aqueles clientes que devido às suas circunstâncias pessoais são especialmente suscetíveis a prejuízos.

... as circunstâncias pessoais que caracterizam o cliente como vulnerável podem ser temporárias, esporádicas ou permanentes.

... o consumidor considerado vulnerável é aquele que pode ser menos capaz de representar seus próprios interesses e mais propensos a sofrer danos do que os demais consumidores, por isso necessita de atenção especial no seu relacionamento com o BB.

#### Alguns exemplos...

- Sinalização dos clientes nos sistemas, conforme grau de vulnerabilidade, para oferecer atendimento seguro e direcionamento de ofertas adequadas.
- Estruturação de pós-venda para acompanhamento quanto à satisfação do cliente e adequação de produtos ofertados.
- Assessoria para clientes superendividados.
- Comunicação específica para o público vulnerável, em especial aos idosos durante a pandemia.





## Política de Relacionamento com Clientes e Usuários e a proteção dos públicos vulneráveis

---

### Boa prática

A Política de Relacionamento com Clientes está publicada no portal interno de normativos, onde todos os colaboradores possuem acesso para consulta; além disso, fica disponível na página eletrônica/site da Instituição para consulta de todo o público interessado. Nela, estão descritas as diretrizes para o adequado atendimento do público vulnerável, abrangendo a proteção do consumidor vulnerável desde o momento da pré-contratação até o atendimento nos canais de contato do Banco.

Adicionalmente, são realizados treinamentos operacionais pelas células de atendimento, bem como é disponibilizado no formato *e-learning*, por meio da ferramenta “Academia Daycoval” para todos os colaboradores, o conteúdo a respeito da Política de Relacionamento com Clientes e do Normativo SARB n. 010/2013, sobre o atendimento ao público vulnerável.

Por fim, as diretrizes da Política de Relacionamento com Clientes estabelecem a participação em todo o ciclo de vida dos produtos e serviços, com foco na melhoria e adequação dos processos de atendimento e comunicação com os clientes.

Podemos citar como exemplo a participação das áreas de Ouvidoria e Relacionamento com Clientes no processo de Comitê de Novos Produtos, sendo áreas pareceristas, para avaliação e adequação dos produtos quanto ao relacionamento e à comunicação com os clientes.



## Política de Relacionamento com Clientes e Usuários e a proteção dos públicos vulneráveis

---

### **Boa prática**

Inclusão da definição e do tratamento a ser dispensado aos públicos vulneráveis na Política Institucional de Relacionamento com Clientes e Usuários. No Banrisul, adota-se a seguinte conceituação de públicos vulneráveis:

Considerando o contexto de vulnerabilidade no setor financeiro, são clientes que, devido às suas características intrínsecas, podendo ser momentâneas ou permanentes, estão mais suscetíveis a erros/falhas pelas dificuldades e/ou limitações de compreensão para análise e tomada de decisão em relação à contratação de produtos e serviços bancários, quando comparados com clientes tradicionais ou ainda, por condições circunstanciais, estão mais suscetíveis a aceitar condições que não são adequadas ao seu perfil de consumo. Diante disso, necessitam de tratamento, informações, orientações e consumo de produtos ajustados às suas particularidades como, por exemplo: utilização de uma linguagem mais simples, clara e que, na medida do possível, não utilize termos técnicos e/ou jurídicos nos atendimentos, de modo a permitir uma leitura de fácil compreensão, principalmente quando se referir à oferta de produtos e serviços bancários, os quais devem estar adequados exclusivamente a esse perfil de clientes.

Por outro lado, a vulnerabilidade está também associada à possibilidade de ataques fraudulentos ou golpes de qualquer natureza direcionados aos clientes com alguma condição financeira mais favorável, como renda ou investimentos.

Nesse sentido, não apenas o atendimento e orientações devem ser diferenciados, mas também precisam ser adotadas ações adicionais com intuito de mitigar as vulnerabilidades identificadas, seja por meio de adequações no processo operacional, com a inclusão de regras e controles adequados para cada produto/serviço, seja por ações educativas, medidas de acompanhamento das ações implementadas ou de acessibilidade, ou até mesmo de ações que viabilizem melhores condições de inclusão social.

## A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo? ?

Todos os clientes Pessoa Física, identificados no modelo utilizado pelo Banco.

## A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável? ?

Direciona o relacionamento aos públicos vulneráveis, através das diretrizes e responsabilidades constantes na Política Institucional de Relacionamento com Clientes e Usuários, além de promover o engajamento de todos os colaboradores no compromisso com o atendimento diferenciado destinado a esse público.

## Quais são as evidências da boa prática? ?

- ▶ Acompanhamento dos registros efetuados nos canais de atendimento;
- ▶ Monitoramento do percentual de colaboradores que assinaram o Termo de Compromisso quanto à Política de Relacionamento;
- ▶ Monitoramento do percentual de colaboradores que concluíram o curso EaD Públicos Vulneráveis; e
- ▶ Monitoramento do percentual de tráfego na página interna específica - Públicos Vulneráveis, pelos colaboradores.

<https://www.banrisul.com.br/>

Página Inicial » Atendimento » Política de Relacionamento

The screenshot displays the Banrisul website interface. At the top, there is a navigation bar with the Banrisul logo and buttons for 'Acessar sua conta', 'Planejamento', 'Ofertas e Serviços', and 'Mais serviços...'. Below this, a horizontal menu lists categories: 'Para Você', 'Atividade', 'Serviços Públicos', 'Para sua Empresa', and 'Outros'. The main content area is titled 'Política de Relacionamento' and includes a sub-header 'Página Inicial » Atendimento » Política de Relacionamento'. The text describes the bank's commitment to customer satisfaction and outlines its service standards. A search bar is visible on the right side of the page. At the bottom, there is a footer with a disclaimer and navigation links.

## Política de Relacionamento com Clientes e Usuários e a proteção dos públicos vulneráveis

---

### Boa prática

#### Clientes potencialmente vulneráveis

##### Propósito

A Política de Relacionamento com o Cliente dispõe sobre princípios e procedimentos a serem adotados no relacionamento com clientes e usuários de produtos e de serviços pelo Grupo Financeiro Bmg.

É conduzida com estrita 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.

##### Abrangência da medida

A nossa política abrange todas as fases do relacionamento com clientes e usuários e os pilares de relacionamento, experiência e iniciativa são observados desde a pré-contratação e a contratação até a pós-contratação, buscando mitigar riscos como a não compreensão das condições dos produtos e/ou das responsabilidades contratuais e assegurando a proteção do público potencialmente vulnerável.

O compromisso com a satisfação dos nossos clientes reflete o respeito e a qualidade que prezamos nos atendimentos. Utilizamos linguagem de fácil compreensão das informações, agilidade no tratamento das solicitações com cortesia e humanidade.

##### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**



Em razão da proteção do consumidor potencialmente vulnerável, o Banco Bmg busca equilíbrio nas relações com os seus clientes, procurando mitigar riscos como a não compreensão das condições dos produtos e/ou das responsabilidades contratuais.

Caracterizamos os públicos vulneráveis em seis personas: Baixíssima Vulnerabilidade, Baixa Vulnerabilidade, Média Vulnerabilidade, Alta Vulnerabilidade, Muito Alta Vulnerabilidade e Al-

tíssima Vulnerabilidade. Com esses critérios definidos, o grupo de maior vulnerabilidade possui tratamento específico dentro da Instituição.

## A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?



A Política de Relacionamento com o Cliente reflete a forma como o Banco Bmg se posiciona, demonstrando os seus esforços para garantir a transparência e o comprometimento da Instituição com os seus clientes, de forma que seja criado um relacionamento sólido com o seu público, aumentando os seus respectivos graus de satisfação e proporcionando uma aproximação contínua com este.

## Quais são as evidências da boa prática?



Com intuito de acompanhar todo o nosso atendimento, temos um projeto de monitoria automatizada através de uma ferramenta de inteligência artificial que analisa a voz do cliente/atendente e gera indicadores e métricas nativas e definidas conforme necessidade, a partir dos seguintes indicadores:

- ▶ Sentimento da ligação: métrica que diz se a experiência do cliente com o contato foi positiva, negativa ou neutra;
- ▶ Medição de principais motivos de contato, atritos, motivos de reclamação, falta de resolução, dentre outros pontos que impactam a experiência do cliente; e
- ▶ Tempo de silêncio e interrupções na ligação.

A partir da análise das interações com os nossos clientes, criamos oportunidades de melhorias nos nossos processos, aperfeiçoando os nossos produtos, serviços e, de modo geral, a jornada do cliente.



## Política de Relacionamento com Clientes e Usuários e a proteção dos públicos vulneráveis

### Boa prática

Inclusão dos clientes potencialmente vulneráveis nas diretrizes da Política Institucional de Relacionamento com Clientes e Usuários

#### A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo? ?

A boa prática tem como premissa realizar o tratamento justo e equitativo aos clientes e usuários correntistas e não correntistas, de acordo com o seu grau de vulnerabilidade.

#### A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável? ?

Reafirma o compromisso do Bradesco em realizar o tratamento justo e equitativo aos clientes e usuários, respeitando a sua individualidade, o seu grau de vulnerabilidade e as suas necessidades, com a prestação de informações claras e precisas a respeito de produtos e serviços e, ainda, assegurar a inexistência de barreiras, critérios ou procedimentos que impeçam a extinção contratual ou transferência de relacionamento quando solicitada.

#### Quais são as evidências da boa prática? ?

Políticas e Normas - Bradesco RI



Política	Data	Descrição	Ações
Política de Patrocínios	26/11/2022		 
Política Conheça seu Cliente	11/10/2022		 
Política de Prevenção à Lavagem de Dinheiro e ao Financiamento do Terrorismo	31/10/2022		 
Política Conheça seu Administrador e seu Funcionário	11/10/2022		 
Política Institucional de Relacionamento com Clientes e Usuários	26/10/2022		 
Política de Transações com Partes Relacionadas da Organização Bradesco	29/10/2022		 
Política de Educação, Capacitação, e Desenvolvimento da Organização Bradesco	26/09/2022		 
Política de Compras da Organização Bradesco	20/09/2022		 

A **Política Institucional de Relacionamento com Clientes e Usuários** tem como diretrizes:

1. Determinar a observância aos princípios de ética, responsabilidade, transparência e diligência na condução do relacionamento com clientes e usuários de produtos e serviços propiciando a convergência de interesses e a consolidação de imagem institucional de credibilidade, segurança e competência.
2. Assegurar o tratamento justo e equitativo aos clientes e usuários, respeitando sua individualidade, seu grau de vulnerabilidade, conforme premissas de públicos potencialmente vulneráveis, seu momento pessoal de vida e as suas necessidades, com a prestação de informações claras e precisas a respeito de produtos e serviços e, ainda, assegurando a inexistência de barreiras, critérios ou procedimentos que impeçam a extinção contratual ou transferência de relacionamento.
3. Garantir o atendimento tempestivo às demandas de clientes e usuários.
4. Assegurar a conformidade e a legitimidade de produtos e serviços.
5. Garantir a 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.
6. Disseminar a cultura corporativa e a conscientização que incentive o relacionamento cooperativo e equilibrado, em prol da satisfação de clientes e usuários.

Declaramos que a presente é cópia fiel da Política Institucional de Relacionamento com Clientes e Usuários, aprovada na Reunião Extraordinária do Conselho de Administração do Banco Bradesco S.A. (RECA) nº 2.799, de 30.10.2017, cuja última revisão, sem alterações, foi aprovada na ata da Reunião do Conselho de Administração (RCA) nº 3.375, de 22.9.2022.

**BRADESCO**

Moacir Nachbar Junior  
Diretor Executivo Vice-Presidente

## Política de Relacionamento com Clientes e Usuários e a proteção dos públicos vulneráveis

---

### Boa prática

Como ação, pode-se mencionar a inclusão de item no *checklist* para verificação da adequação das normas de produtos e serviços, com exigência de tópico denominado “Atendimento ao público potencialmente vulnerável”.

Por meio da inclusão desse item, os gestores de produtos e serviços ficam obrigados a contemplar, nas suas normas, a existência de tópico denominado “Atendimento ao público potencialmente vulnerável”, para orientar o empregado sobre o que deve ser observado no atendimento ao público potencialmente vulnerável, inserindo informações complementares, se for o caso, e considerando o produto/serviço em questão, bem como os canais por meio do qual é disponibilizado.

Adicionalmente, houve a inclusão do conceito e da referência à vulnerabilidade de clientes nas diretrizes aderentes ao tema na Política de Relacionamento com Clientes e Usuários.

Além disso, a criação do Termo de Ciência Obrigatório para os empregados, pelo qual afirmam conhecimento sobre os princípios e diretrizes que norteiam o relacionamento com clientes e usuários desde o seu primeiro atendimento na CAIXA e de todo o teor da Política de Relacionamento com Clientes e Usuários de Produtos e Serviços CAIXA.

Cabe ressaltar que a CAIXA vem apresentando evolução no relacionamento com os seus clientes, destacando os seguintes norteadores quanto à efetividade da PRC:

- ▶ Priorização do projeto Centralidade no Cliente, com o objetivo de ampliar a atuação da segunda linha gestora da Política, de modo a atribuir avaliações mais sistematizadas para análise do cumprimento das diretrizes da Política e, assim, auxiliar a CAIXA na qualificação do relacionamento com clientes e usuários, em atenção às premissas dispostas na Resolução CMN nº 4.949/2021.
- ▶ Execução de trabalhos contínuos no sentido de fomentar a cultura de centralidade no cliente com os gestores de produtos e serviços, bem como promover as melhorias dos processos e consequente satisfação dos clientes, a exemplo da implantação do monitoramento das jornadas dos produtos e serviços, iniciados em 2022.



- ▶ Adicionalmente, com a utilização da metodologia implementada pelo Banco Central do Brasil – BACEN, denominada “Faróis de Efetividade”, a execução e a eficiência da política têm sido acompanhadas pela segunda linha, com as unidades da primeira. Tal acompanhamento visa a execução de ações considerando as dez oportunidades de melhoria priorizadas pela CAIXA, semestralmente, de forma perene, pois o seu objetivo é a melhoria contínua dos indicadores.

Ademais, compete destacar a evolução do tema públicos vulneráveis, com a priorização de 15 ações para a solução dos problemas relacionados a esse tema, cuja execução vem sendo acompanhada pelas unidades responsáveis, a fim de garantir a satisfação e o atendimento adequado a esse público, bem como demais ações em andamento para o atendimento ao regulador.

### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**



Reforça a orientação sobre o Público Potencialmente Vulnerável e promove maior inclusão social mediante sensibilização e orientação dos empregados, mitigando os riscos oriundos de conduta inadequada no momento da oferta e da comercialização, bem como o monitoramento da aderência de produtos e serviços em relação às diretrizes para os seus clientes.

### **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**



Conscientiza o empregado e normatiza as orientações para que seja possível realizar o atendimento de clientes potencialmente vulneráveis de forma adequada.

Adicionalmente, o acompanhamento visa a execução de ações considerando as oportunidades de melhoria priorizadas pela CAIXA, semestralmente, de forma perene, pois o seu objetivo é a melhoria contínua dos indicadores.

### **Quais são as evidências da boa prática?**



A métrica de acompanhamento da política utiliza a metodologia implementada pelo Banco Central do Brasil – BACEN, denominada “Faróis de Efetividade”, com a execução do acompanhamento pela segunda linha, com as unidades da primeira linha. Tal acompanhamento visa a execução de ações considerando as dez oportunidades de melhoria priorizadas pela CAIXA, semestralmente, de forma perene, pois o seu objetivo é a melhoria contínua dos indicadores.

Ademais, conforme já mencionado acima, o tema públicos vulneráveis tem 15 ações priorizadas que visam a solução dos problemas relacionados aos principais produtos e serviços consumidos por esses clientes, cuja execução vem sendo acompanhada pelas unidades responsáveis, a fim de garantir a satisfação e o atendimento adequado a esse público, bem como demais ações em andamento para o atendimento ao regulador.

## Ações Públicos Vulneráveis - 2º sem 2022

Implementação de Sistema de Relacionamento CAIXA, que realizará o cálculo de vulnerabilidade de forma sistematizada

---

Segregação no atendimento de vulneráveis na Ouvidoria, com priorização a esses clientes

---

Gestão da adimplência – mensageria p/ vulneráveis – contratos habitacionais e cartão de crédito

---

Jornada de adimplência e cancelamento de crédito para o cliente diretamente no canal CAIXA Tem

---

Gestão da adimplência dos clientes do Crédito CAIXA Tem

---

Fraudes – Priorização de tratamento de processos de contestação envolvendo públicos vulneráveis

---

Agravo no fluxo de consequências (Programa de Qualidade de Vendas – Programa de Incentivo a Práticas de Vendas e Relacionamento Qualificados)

---

Agravo no Programa de Qualidade de Vendas (Programa de Qualidade de Vendas – Programa de Incentivo a Práticas de Vendas e Relacionamento Qualificados)

---

Priorização na admissibilidade – fluxo de consequências do PQV na Corregedoria

---

Revisão de contrato CDC, Penhor, Antecipação de Saque Aniversário, FGTS, Renegociação e Cheque Especial

---

Revisitar os prospectos e os contratos de cartão de crédito

---

*Suitability* de cesta – Comunicação específica para desenquadramento de cesta para nível mais crítico de vulnerabilidade

---

Adequação das principais normas norteadoras referente ao tema Públicos Vulneráveis (PO055 e OR107 – Normas Internas CAIXA)

---

Avaliação da efetividade da política

---

Validação – Modelo de Públicos Vulneráveis

---

Das 15 ações estabelecidas, dez já foram finalizadas e cinco estão em execução.

Ressalta-se que o programa PQV (Programa de Qualidade de Vendas) visa monitorar, mitigar e inibir comportamentos inadequados, educando os empregados para a prática da venda e atendimento qualificada, em cumprimento à Resolução CMN nº 4949/2021, espelhada na Política de Relacionamento com Clientes e Usuários de Produtos e Serviços CAIXA (PO055), possibilitando o monitoramento da qualidade das vendas realizadas por meio de indicadores que compõem a Nota de Qualidade de Vendas dos empregados (NQV) e o Indicador de Qualidade de Vendas (IQV) das Unidades.



## Política de Relacionamento com Clientes e Usuários e a proteção dos públicos vulneráveis

---

### **Boa prática**

Capítulo específico sobre públicos vulneráveis na Política de Relacionamento com Clientes, com detalhamento conceitual da agenda, apresentação de rol não exaustivo de situações de vulnerabilidade e expectativa de atuação, de modo a mitigar o risco no relacionamento das Instituições Financeiras com este público.

### **Propósito**

O principal objetivo é disseminar a cultura, os conceitos e as diretrizes de atendimento dos clientes em situação de vulnerabilidade para toda a Instituição e para todos os colaboradores, desde a alta liderança até as áreas comerciais e de atendimento ao cliente.

### **Abrangência**

A Política de Relacionamento com Clientes é direcionada a todos os colaboradores do Itaú Unibanco.

### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?** ?

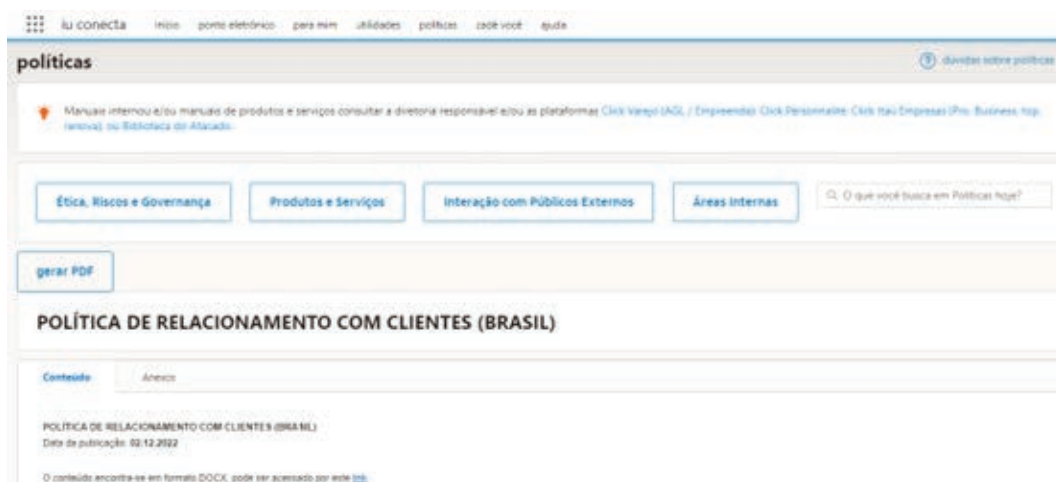
---

A PRC trata acerca de todos os graus de vulnerabilidade estabelecidos pelo modelo, além das características e necessidades pontuais de cada cliente.

### **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?** ?

---

Reforça o compromisso da Instituição Financeira com o tratamento do tema e consolida o conceito para aplicação geral em todos os processos que forem necessários, assegurando que as necessidades dos clientes vulneráveis sejam observadas em todos os momentos da sua jornada.



- III. Clientes Vulneráveis: o Itaú Unibanco adota um acolhimento diferenciado para atender públicos que possuem características ou estão em situação precária momentânea que, somadas, podem caracterizar vulnerabilidade. Em síntese, os denominados “vulneráveis” podem ser caracterizados considerando um conjunto, não exaustivo, de situações como dificuldade cognitiva mental ou por deficiência, escolaridade, deficiência fisiológica grave, idade muito avançada, estado financeiro precário, perda extrema do controle de finanças ou perda relevante e abrupta de renda. São aqueles clientes que possuem maior dificuldade em acessar o banco pelos seus canais, definir ou entender a dinâmica do melhor produto que atenda às suas necessidades e esclarecer dúvidas ou gerar solicitações por qualquer meio de atendimento. Sem prejuízo da definição supra, o Itaú Unibanco também prioriza desenvolver procedimentos que mitiguem as características de vulnerabilidades individuais, buscando, inclusive, influenciar o mercado nesse sentido, de forma a atingir a relação perene e saudável desse público com o mercado financeiro.



### Mas afinal, o que é a PRC?

A PRC (Política de Relacionamento com o Clientes) reúne as diretrizes, princípios legais e valores institucionais, que devem ser adotados no relacionamento com nossos clientes. Ela é tão importante que compõe o [Programa de Integridade e Ética](#) do Itaú Unibanco, tendo inspiração no [Código de Ética e Conduta](#).



### Ser Ituber é ser obstinado por encantar o cliente

Os princípios que orientam o relacionamento do Itaú Unibanco com o cliente são:

- **Ética: pra gente ética é inegociável**, devendo ser promovidos ao cliente um ambiente de conformidade com as leis e uma conduta íntegra, sempre inspirados no Código de Ética e Conduta;
- **Transparência**: a comunicação com o cliente deve ser clara, completa, precisa e intuitiva, a fim de que as suas decisões sejam conscientes e fundamentadas;
- **Diligência**: as necessidades e os interesses dos clientes devem ser priorizados, mediante o emprego de esforços contínuos para a busca tempestiva de soluções; e
- **Responsabilidade**: os produtos e serviços oferecidos devem garantir a segurança e a privacidade do cliente.

### Vamos de turma cuidar do nosso cliente?

A aplicação da PRC é responsabilidade de todos e de todas:

- 1-) Leia a Política de Relacionamento com Clientes;
- 2-) Garanta que as atividades de sua área estejam aderentes às diretrizes da PRC;
- 3-) Identifique e discuta os riscos de descumprimento nos seus processos;
- 4-) Oxigene-se: realize o [curso de Relacionamento com Clientes](#) na IOX.



Se houver dúvidas, procure os guardiões da Política 😊

Superintendência de Compliance Varejo,  
Política de Relacionamento com Clientes e Suitability.

## Política de Relacionamento com Clientes e Usuários e a proteção dos públicos vulneráveis

### Boa prática

A Política Institucional de Relacionamento com Clientes e Usuários contém tópico específico sobre públicos vulneráveis. A Gestão das Vulnerabilidades é considerada um dos elementos de suporte à gestão do relacionamento com clientes e usuários.

O conteúdo contempla o conceito do tema, gestão do risco de relacionamento, modelo de mapeamento de graus de vulnerabilidade e ações internas.

## 7. ELEMENTOS DE GESTÃO

Destacam-se os seguintes elementos de suporte à gestão do relacionamento com clientes e usuários:



Além da divulgação da política por meio de Normativo Interno, também é disponibilizado o treinamento da política, além de um treinamento específico sobre públicos vulneráveis, que consta na trilha obrigatória de todos os colaboradores. As evidências serão demonstradas no item específico sobre Treinamentos.

A governança estabelecida para atender aos propósitos do Banco é essencial para os bons resultados do processo. Assim, o tema Gestão de Vulnerabilidades é pauta fixa no Comitê de Condutas Éticas da Instituição, que é composto pela alta administração da Instituição, e faz a observância dos seguintes pontos:

- ▶ Diretrizes para atendimento aos clientes de acordo com o grau de vulnerabilidade;
- ▶ Supervisão e garantia da execução dos planos de ações; e
- ▶ Garantia que o tratamento destinado aos clientes vulneráveis seja parte efetiva da Política de Relacionamento com Clientes e Usuários da Instituição.

O Comitê de Condutas Éticas faz reportes semestrais ao Conselho de Administração por meio de apresentação de relatórios, incluindo o tema Gestão de Vulnerabilidades.

## A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo? ?

Conforme já exposto, todos os clientes possuem indicação de vulnerabilidade dentro do modelo institucional, que considera variáveis para todas as vulnerabilidades.

## A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável? ?

Institucionaliza em forma de norma o compromisso com a busca constante pela adequação dos seus produtos e serviços às necessidades, aos interesses e aos objetivos dos nossos clientes e usuários, bem como o fortalecimento de uma cultura organizacional que incentive a construção de um relacionamento cooperativo e equilibrado com o seu público-alvo, notadamente aquele de maior vulnerabilidade, com políticas e diretrizes adequadas ao seu perfil e às suas necessidades.

## Quais são as evidências da boa prática? ?

Título da Política: Política Institucional de Relacionamento com Clientes e Usuários		Id. Doc.: POL-0055	versão: 00	Página: 3/22
Categoria de normativo: Divulgação para o público interno	Área responsável pela elaboração/revisão: GERENCIA DE CONDUCTA	Status: Revisão homologada	Vigência a partir de: 26/04/2023	

### SUMÁRIO

1. APRESENTAÇÃO.....	3
2. BASE LEGAL.....	3
3. GLOSSÁRIO DE TERMOS E SIGLAS.....	3
4. ABRANGÊNCIA.....	4
5. ESTRUTURA DE GESTÃO E GOVERNANÇA.....	5
6. PRINCÍPIOS.....	5
7. ELEMENTOS DE GESTÃO.....	6
7.1. Cultura organizacional.....	6
7.2. Gestão dos canais de atendimento.....	7
7.3. Adequação de Produtos e Serviços.....	7
7.3.1. Concepção de produtos e serviços.....	7
7.3.2. Avaliação da Conformidade.....	8
7.3.3. Oferta e divulgação de produtos e serviços.....	8
7.4. Públicos vulneráveis.....	9
7.4.1. Conceito.....	9
7.4.2. Gestão do Risco de Relacionamento.....	9
7.4.3. Modelo de mapeamento: graus de vulnerabilidade.....	9
7.4.4. Identificação do Perfil de vulnerabilidade nas Plataformas de Atendimento ao Cliente.....	10
7.5. Capacitação de colaboradores.....	10
7.6. Programas de incentivo e gestão de consequências.....	11

## 7.4. Públicos vulneráveis

### 7.4.1. Conceito

A eventual vulnerabilidade dos clientes caracteriza-se pela existência de situação de risco ou pela fragilidade, de perfil ou de comportamento, podendo ser causada por fatores duradouros ou transitórios na relação dos clientes com as instituições financeiras. Pode ser social, econômica, educacional e física, e a associação entre estes fatores eleva o chamado Risco de Relacionamento tanto para o cliente quanto para o banco.

O grau de vulnerabilidade pode aumentar a possibilidade da ocorrência de impactos negativos na relação comercial entre cliente e instituição. Assim, quanto maior o grau de vulnerabilidade de um cliente maior será a sua propensão a falhas ou erros na compreensão, interação e jornada de utilização de produtos e/ou serviços.

### 7.4.2. Gestão do Risco de Relacionamento

A gestão e o tratamento do Risco de Relacionamento com clientes, considerando as eventuais vulnerabilidades e as possíveis interseções entre elas é um pilar fundamental na gestão sobre a efetividade da Política de Relacionamento com Clientes e Usuários.

A vulnerabilidade, em uma perspectiva de risco, considera:

- **Riscos para os clientes:** fatores que levam cada grupo de clientes com determinada vulnerabilidade a estar mais suscetível a falhas/erros na compreensão, na interação e no uso de produtos, serviços e/ou canais bancários. Exemplos: cair em golpes e ações fraudulentas, contratar produtos inadequados ao seu perfil ou por impulso, precisar de algum auxílio de terceiros, pouca familiaridade com o uso de canais digitais.

No site institucional há uma divulgação sobre a política em que consta o tópico Públicos Vulneráveis:

bancomercantil.com.br/SobreNos/Paginas/Sobre-nos.aspx

Novo guia | Condição Relaciona... | Contato Seguro - P... | SE Suite 2.1 | Condição - Servidor... | Painel Indicadores... | YouTube | Gmail | Produção RDS Ger... | FUROS - Online

### FAQ - PERGUNTAS FREQUENTES

- 01 Código de Ética +
- 02 Política Corporativa de Segurança da Informação +
- 03 Política Institucional de Segurança Cibernética +
- 04 Política Institucional de Prevenção à Corrupção +
- 05 Política de Qualidade +
- 06 Política Institucional de Relacionamento com Clientes e Usuários +



- **Adequação de Produtos e Serviços:** a concepção de produtos e serviços considera o perfil dos clientes e usuários que compõem o público-alvo, avaliando suas características, complexidade e buscando atender suas expectativas e necessidades, abrangendo as fases de pré-contratação, contratação, pós-contratação e encerramento do relacionamento. Há uma avaliação de conformidade pelo Comitê Suitability em Produtos e Serviços, com o objetivo de identificar e monitorar se o portfólio de produtos e serviços, está em conformidade com a Política de Relacionamento com Clientes e Usuários. Assim, a oferta de produtos e serviços é realizada considerando o perfil e as características do público-alvo conforme definido na fase de concepção.

- **Públicos Vulneráveis:** quanto maior o grau de vulnerabilidade do cliente mais suscetível a falhas/erros na compreensão, interação e no uso de produtos, serviços e/ou canais bancários estão tais clientes. Reconhecendo as possíveis fragilidades e necessidades dos clientes e usuários, os produtos, serviços, canais, atendimento e processos são construídos de igual cuidado com as suas necessidades, minimizando a possibilidade da ocorrência de impactos negativos na relação comercial entre cliente e banco. O score de cada cliente é obtido por meio de metodologia estatística, que considera características tais como grau de escolaridade, deficiências, idade, grau de endividamento, entre outras.



## Política de Relacionamento com Clientes e Usuários e a proteção dos públicos vulneráveis

### Boa prática

#### Programa de clientes vulneráveis

#### Propósito / Como / Abrangência

A nossa Política de Relacionamento com Clientes e Usuários compreende a definição de públicos vulneráveis e ajuda a Organização a gerar ações pró-clientes desse perfil. Como boa prática, destacamos a criação de um programa composto por diversas áreas com engajamento contínuo e algumas ações entregues como: treinamento e boas práticas de vulneráveis, ofertas especiais, além do atendimento especializado. Tal programa abrange todos os *clusters* de vulnerabilidade, dependendo da ação.

Abaixo, um exemplo da governança do Santander sobre o tema, com papéis e responsabilidades da primeira, segunda e terceira linha de defesa, bem como estruturação de fóruns e agendas de trabalho para o desenvolvimento do tema no Banco. Atualmente, temos 12 frentes trabalhando com foco em clientes vulneráveis, dentre elas: atendimento pós-venda, comercial e produtos.



## A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?



A boa prática atinge todos os clientes vulneráveis do Banco Santander, variando o foco de cada ação por *cluster* de vulnerabilidade.

## A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?



O Programa de Clientes Vulneráveis abrange diversos canais de atendimento e produtos, assim, são elaboradas ações para proteger e atender melhor os clientes vulneráveis. As ações variam de acordo com canal e produto, mas podemos citar alguns exemplos como: atendimento especializado, ofertas diferenciadas (seja por condição, taxa e/ou prazo), maior facilidade para esse cliente chegar ao atendente via “*fast track* na URA de atendimento”.

## Quais são as evidências da boa prática?



São as métricas, indicadores de melhoria, que podem contribuir para demonstrar os resultados positivos da medida implementada.

Seis métricas que acompanhamos que refletem a boa prática são:

- ▶ % de evolução das entregas do Programa – São acompanhadas mensalmente a evolução de cada frente de trabalho dada as entregas das ações e também a evolução do programa de forma geral;
- ▶ NPS (Net Promoter Score) – Essa métrica calcula a satisfação/recomendação dos clientes. Atualmente, o NPS dos clientes Alto e Altíssimo vulneráveis é maior que o do cliente PF padrão;
- ▶ Reclamações – Essa métrica calcula a quantidade de reclamações nos canais do Banco. Atualmente, é possível observar que o índice de reclamação para clientes Altos e Altíssimo vulneráveis é menor que o do cliente padrão PF;
- ▶ TMC (Tempo médio de conclusão de demandas) – Essa métrica considera o tempo médio de conclusão das demandas e pedidos dos clientes nos canais. No canal da Ouvidoria, por exemplo, o TMC para Alto e Altíssimo vulnerável é menor que o do cliente PF padrão;
- ▶ Acompanhamento e % de funcionários treinados no tema – Essa métrica indica a evolução do curso na Instituição, com a quantidade de pessoas que finalizaram o curso. Atualmente, temos altos patamares (acima 95%) de aderência/conclusão; e
- ▶ Pesquisa de satisfação na URA – Essa métrica avalia a satisfação dos clientes após passar por um atendimento via URA: é uma nota dada pelo cliente referente ao atendimento prestado após o término da ligação. Atualmente, a nota dessa pesquisa é maior para clientes vulneráveis do que a nota dada pelo cliente “padrão”.

# Boas Práticas

## 3.5

**/ Quais são os mecanismos de mitigação de risco voltados ao consumidor vulnerável previstos na matriz de risco e na Política de Relacionamento com Clientes?**

Pergunta fundamentada no art. 5º do Normativo SARB n. 24/2021 sobre a inclusão de modelo para identificação e instituição de mecanismos de proteção mitigatórios de risco especificamente voltados ao público potencialmente vulnerável.

### **Equilíbrio e cuidado como consumidor**

Espera-se que os mecanismos de mitigação de risco contribuam com o equilíbrio da relação e expressem o cuidado com os consumidores.

### **Estruturação do tratamento dos vulneráveis**

A previsão na matriz de risco e na Política de Relacionamento com Clientes materializa o compromisso institucional com o tratamento das vulnerabilidades dos consumidores. É a fonte que delinea e estrutura as ações de tratamento das vulnerabilidades no âmbito interno das Instituições.

### **Medidas de mitigação de riscos**

As diversas medidas de mitigação de riscos apresentadas pelas Instituições Financeiras Signatárias reproduzem ações com vistas para a adequação da oferta de produtos às necessidades, aos interesses e aos objetivos dos consumidores e usuários, assim como à adoção de ações específicas na concepção de novos produtos e serviços.

Outras medidas, entre tantas, são os atendimentos especiais ou prioritários, com células, procedimentos ou jornadas projetados para reforçar a cultura de acolhimento e empatia a todo o público nas várias etapas da jornada de relacionamento com a Instituição.



## Quais são os mecanismos de mitigação de risco voltados ao consumidor vulnerável previstos na matriz de risco e na PRC?

### **Boa prática**

#### **Qual é a boa prática implementada?**



O BB possui modelo proprietário que identifica os diferentes graus de vulnerabilidades dos clientes, a partir de variáveis de natureza financeira, transacional e sociodemográfica, e que são dispostos na nossa matriz de vulnerabilidade em diferentes graus ou estágios.

Para os clientes identificados nos estágios mais altos de vulnerabilidade, foram estabelecidas medidas específicas de proteção e reparação que preveem tratamento prioritário no atendimento e na reparação de eventuais falhas. Também foram adotados procedimentos relacionados à oferta de produtos, sendo estabelecidas regras de *suitability* específicas para o público mais vulnerável.

#### **Quais são as suas recomendações?**



Os princípios e procedimentos estabelecidos na Política de Relacionamento devem ser amplamente divulgados nas Organizações, reforçando a cultura da centralidade do cliente. Além disso, é necessária a implementação de estrutura de gestão que seja capaz de promover o envolvimento das unidades na implementação de ações visando a evolução da Política, bem como a sua efetividade.

## Quais são os mecanismos de mitigação de risco voltados ao consumidor vulnerável previstos na matriz de risco e na PRC?

### Boa prática

Além do atendimento prioritário para atender às demandas desse público, no processo de negociação e formalização das operações com o cliente, são considerados o seu perfil histórico de operações, se houver, e a necessidade atual informada por ele, entre outros. Além disso, conforme prevê as legislações vigentes, são informadas ao cliente todas as condições negociadas na proposta em questão: valores, prazo da operação, taxas acordadas, CET, etc., antes da sua formalização, seja pelo canal de atendimento pessoal ou pelo canal digital. Com o seu aceite, no processo de aprovação, são consideradas nas análises critérios como: percentual de comprometimento da renda, idade, prazo da operação, dentre outros. A avaliação dos diversos fatores integrados ao atendimento prestado ao cliente, com informações claras e completas, visa garantir as condições para a realização de operações de crédito de forma responsável com todos os públicos.

Para alguns tipos específicos de vulnerabilidades, como clientes analfabetos, por exemplo, o atendimento para a formalização de operações ocorre apenas de forma pessoal, para que eles sejam atendidos em todas as suas dúvidas. Outro exemplo é o atendimento prestado aos clientes com deficiência auditiva que podem ser atendidos via *chatbot*.

Além disso, os indicadores de atendimento dos canais de atendimento monitoram os principais motivos para as reclamações dos clientes e, sempre que identificadas oportunidades de melhorias nos processos de comercialização e comunicação dos produtos aos clientes, as áreas de atendimento contatam as áreas de produtos para compartilhar as suas ideias e projetos.

Outro mitigador dos riscos voltados ao consumidor vulnerável é a avaliação de novos produtos por comitê, composto por representantes de diversas áreas da Instituição, a fim de considerar os requisitos legais, regulatórios, operacionais e de negociação, comunicação e atendimento aos clientes.



## Quais são os mecanismos de mitigação de risco voltados ao consumidor vulnerável previstos na matriz de risco e na PRC?

---

A partir da construção e entendimento da Política de Relacionamentos com Clientes e Usuários do Banrisul, e da identificação da classificação dos clientes em níveis de vulnerabilidade, seguem algumas iniciativas mitigatórias de risco, inseridas também no monitoramento dos *gaps* de relacionamento e acompanhadas pelo Banco Central.

### Qual é a boa prática implementada?

---



Inclusão da informação dos graus de vulnerabilidade em Relatórios de Ações de Vendas, disponibilizado por sistema, com o intuito de qualificar o atendimento aos clientes classificados nos níveis Altíssimo e Alto de vulnerabilidade e adequar esse atendimento às necessidades, aos interesses e aos objetivos do cliente.

### Quais são as suas recomendações?

---



Essa informação deve ser observada em todo atendimento prestado, com o objetivo de promover um tratamento justo e equitativo ao público classificado como vulnerável, através de linguagem adequada, por meio da verificação das necessidades, bem como dos produtos e serviços adequados às necessidades, aos interesses e aos objetivos de cada cliente.

### Qual é a boa prática implementada?

---



Criação de campos específicos que indicam as condições de vulnerabilidade do cliente para correspondentes no País e parceiros, sinalizando, por exemplo, as condições “analfabeto e tipo de deficiência” na abertura e atualizações de cadastros.

### Quais são as suas recomendações?

---



Atentar-se a essa informação no atendimento, a qual possui maior visibilidade interna em relação às demais informações do cadastro; e auxiliar no mapeamento dos clientes em situações de vulnerabilidade a partir de dados cadastrais.



### **Qual é a boa prática implementada?**



Prioridade de demandas registradas no Serviço de Atendimento ao Consumidor - SAC - pelo clientes idosos, inicialmente, e pelos clientes classificados nos níveis Altíssimo e Alto de vulnerabilidade, demandas essas que não puderam ser solucionadas no primeiro contato, em relação aos demais públicos, sendo monitorado o Índice First Call Resolution (FCR) e Prazo de Resposta.

### **Quais são as suas recomendações?**



Atentar-se à sinalização dos clientes idosos e das vulnerabilidades mais críticas, com intuito de atendê-los prioritariamente, utilizando linguagem adequada para a completa compreensão da demanda.

### **Qual é a boa prática implementada?**



Linha de Renegociação - Crédito Consciente. Alternativa para apoiar o cliente que, circunstancialmente, encontra-se em situação de vulnerabilidade e necessitou adequar o comprometimento mensal da sua dívida à sua capacidade de pagamento, de forma a manter a sua adimplência e o seu bom relacionamento com o Banco.

### **Quais são as suas recomendações?**



Nas diretrizes e instruções normativas específicas para cada produto ou serviço, estão definidos o público-alvo e a modalidade de contratação. Além disso, a Instituição disponibiliza ferramentas e treinamentos para capacitar a equipe de forma que a oferta, a recomendação ou a contratação de produtos ou serviços estejam alinhadas às necessidades e ao perfil dos clientes ou usuários. Os colaboradores são orientados a atentar quanto aos níveis de vulnerabilidade identificada, certificando-se da compreensão do cliente e reforçando a importância de optar por linhas de crédito de menor custo e de reduzir a exposição em produtos rotativos, evitando o endividamento, bem como alertá-lo quanto aos tipos de golpes e fraudes, com intuito de prevenção. O Banco investe em capacitação dos colaboradores, para oferecer atendimentos satisfatórios, que promovam a resolução das demandas dos clientes de forma tempestiva e resolutiva.

## Quais são os mecanismos de mitigação de risco voltados ao consumidor vulnerável previstos na matriz de risco e na PRC?

### Qual é a boa prática implementada?



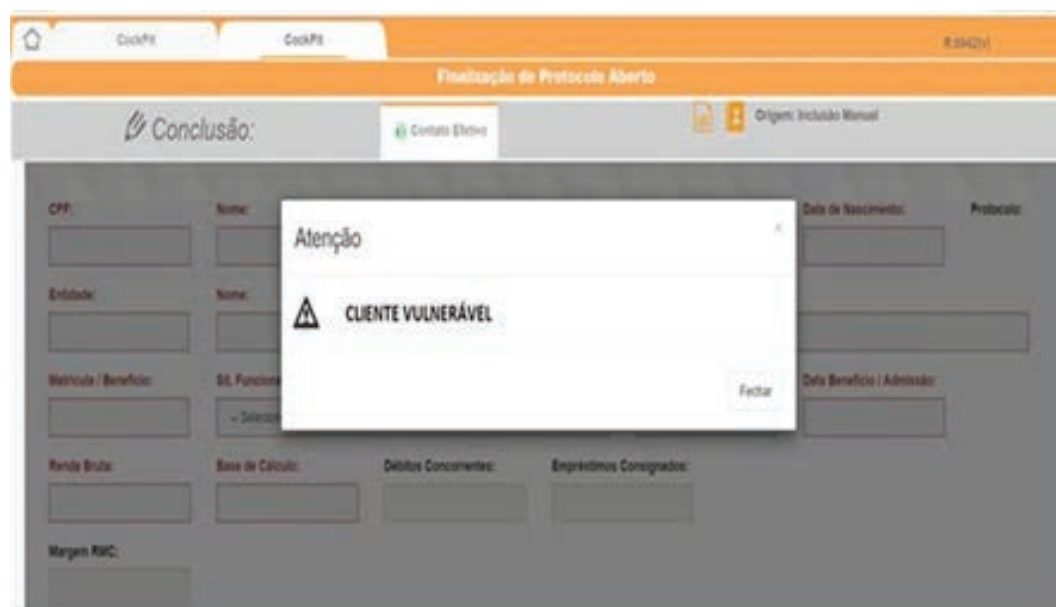
Parametrização do sistema CRM - Customer Relationship Management ou Gerenciamento de Relacionamento com o Cliente para atendimento aos clientes.

### Propósito

A parametrização tem o objetivo de identificar oportunidades de melhorias em várias frentes, com enfoque para o atendimento ao cliente e a melhoria da sua experiência.

### Abrangência

Através da matriz de riscos, os nossos sistemas de CRM são configurados com alertas que apontam a vulnerabilidade do cliente, conforme demonstrado abaixo:



### Quais são as suas recomendações?



Para os clientes enquadrados nos níveis: Muito Alta e Altíssima vulnerabilidade, há um apontamento apartado e que exige tratamento específico.

**Quais são as garantias da prática do crédito responsável para o consumidor vulnerável?**



Desenvolvemos uma ferramenta denominada Card Microstrategy, que foi integrada com o sistema de CRM, com o objetivo de mapear a jornada do cliente e identificar a sua vulnerabilidade.

Quando o colaborador acessa o CRM e atribui o CPF no campo pesquisa, o sistema mapeia o histórico do cliente.





## Quais são os mecanismos de mitigação de risco voltados ao consumidor vulnerável previstos na matriz de risco e na PRC?

---

A Política de Relacionamento com Clientes prevê procedimentos para o tratamento do cliente de acordo com a sua vulnerabilidade. Para isso, a Organização estabeleceu uma metodologia de avaliação corporativa composta por matrizes de risco, combinando a perspectiva de risco de relacionamento com a Instituição e fatores de risco intrínseco ao cliente, tendo como resultado final a graduação de vulnerabilidade em níveis de risco.

A Política de Relacionamento com Clientes prevê procedimentos para o tratamento do cliente de acordo com a vulnerabilidade dele. Aos clientes mais vulneráveis, são realizados atendimentos diferenciados, não se utilizando de termos técnicos, fornecendo informações claras, objetivas e certificando-se do entendimento do cliente para que este tenha condições de tomar a decisão mais assertiva de acordo com as suas expectativas, as suas necessidades e o seu momento de vida.

### Qual é a boa prática implementada?

---



A Organização estabeleceu uma metodologia de avaliação corporativa composta por matrizes de risco, combinando a perspectiva de risco de relacionamento com a Instituição e fatores de risco intrínseco ao cliente, tendo como resultado final a graduação de vulnerabilidade em níveis de risco.

### Quais são as suas recomendações?

---



Na Instituição, os clientes potencialmente vulneráveis são contemplados em todas as fases do relacionamento com clientes e usuários, visando adotar níveis de cuidados apropriados que ofereçam proteção e apoio a tais clientes, e proporcionando condições para uma tomada de decisão consciente, sem esforços ou custos desproporcionais à sua condição de vulnerabilidade.



## Quais são os mecanismos de mitigação de risco voltados ao consumidor vulnerável previstos na matriz de risco e na PRC?

---

O mecanismo de mitigação e acompanhamento utilizado pela unidade gestora da política, e homologada pelo Banco Central do Brasil – BACEN, é denominado “Faróis de Efetividade”. Tal acompanhamento visa a execução de ações considerando as dez oportunidades de melhoria priorizadas pela CAIXA, semestralmente, de forma perene, pois o seu objetivo é a melhoria contínua dos indicadores.

Ademais, conforme já mencionado, o tema Públicos Vulneráveis, tem 15 ações priorizadas que visam a solução dos problemas relacionados aos principais produtos e serviços consumidos por esses clientes, cuja execução vem sendo acompanhada pelas unidades responsáveis, a fim de garantir a satisfação e o atendimento adequado a esse público, bem como demais ações em andamento para o atendimento ao regulador.

### Qual é a boa prática implementada?

---



Implementação da metodologia – Faróis de Efetividade: monitoramento contínuo no sentido de fomentar a cultura de centralidade no cliente e o atendimento às diretrizes da Política de Relacionamento com os produtos e serviços, com os gestores, bem como promover as melhorias dos processos e consequente satisfação dos clientes, a exemplo da implantação do monitoramento das jornadas dos produtos e serviços, iniciados em 2022, e demais ações mencionadas acima.

### Quais são as suas recomendações?

---



A metodologia já se encontra implantada e em constante aperfeiçoamento para a definição dos produtos e serviços passíveis de evolução no atendimento da política.



## Quais são os mecanismos de mitigação de risco voltados ao consumidor vulnerável previstos na matriz de risco e na PRC?

---

### Qual é a boa prática implementada?



A Política de Relacionamento com Clientes prevê procedimentos para identificação e tratamento dos clientes vulneráveis, a partir de informações sociodemográficas, financeiras e transacionais, além de práticas para mitigar os riscos relativos às características de vulnerabilidade individuais. O conteúdo é amplamente divulgado para toda a Instituição e reforçado, de modo recorrente, para garantir a disseminação dos conceitos e diretrizes entre os colaboradores que atuam direta ou indiretamente com este público.

### Quais são as suas recomendações?



O direcionamento para definição e tratamento dos públicos potencialmente vulneráveis tem que estar claro e destacado na PRC, para que seja consultada e absorvida facilmente por toda a Organização, a fim de estimular uma cultura de acolhimento e empatia a este público, em todas as etapas do Relacionamento com o Cliente.

## Quais são os mecanismos de mitigação de risco voltados ao consumidor vulnerável previstos na matriz de risco e na PRC?

### Qual é a boa prática implementada?



A partir do mapeamento adequado do perfil dos nossos clientes, buscamos implementar e evoluir nas medidas que assegurem a mitigação de risco voltadas ao consumidor vulnerável: tratamento justo e equitativo conforme as suas características e complexidades, bem como as informações relevantes para cada produto ou serviço. Sendo assim, foi construído um Plano de Ações para implementação das políticas de mitigação. Abaixo, destacamos as principais, sendo que algumas já foram citadas em itens anteriores.

O objetivo é a construção de um relacionamento cooperativo e equilibrado com o nosso público, notadamente aquele de maior vulnerabilidade, com políticas e diretrizes adequadas ao seu perfil e às suas necessidades.

Abrange toda a base de clientes e considera a intersecção de todas as variáveis de vulnerabilidade presentes no modelo.

#### **1. Efetivação do modelo de mapeamento do perfil de clientes, segundo riscos e vulnerabilidades do público-alvo, com identificação dos graus de vulnerabilidade nas interfaces em todas as plataformas de atendimento ao cliente**

Os sistemas exibem automaticamente ícones de classificação de acordo com o grau de vulnerabilidade dos clientes, divididos em três grupos por simplificação: Baixo, Médio ou Alto. O objetivo é agir preventiva e antecipadamente, identificando esses clientes para os colaboradores, de modo que possam se antecipar às necessidades, tornando o atendimento personalizado. Abrange toda a base de clientes e considera a intersecção de todas as variáveis de vulnerabilidade presentes no modelo. As ações específicas são direcionadas para clientes de grau Alto e Muito Alto.

#### **2. Identificação do grau de vulnerabilidade nas demandas de SAC e no segundo nível: Ouvidoria, BACEN e Órgãos de Defesa do Consumidor**

Buscando acolher e oferecer atendimento de acordo com a necessidade individual de cada cliente, foi implementada uma matriz de decisão que indica, por meio de *pop-ups* na ferramenta de gestão das demandas, os critérios de vulnerabilidade para tratamento específico e priorização do caso, resultando em uma atenção especial quanto à forma de retorno ao

cliente, de acordo com as suas características e necessidades próprias. As ações específicas são direcionadas para clientes de grau Alto e Muito Alto, mas consideram as vulnerabilidades de forma específica (exemplo: clientes deficientes visuais, a resposta será por ligação também e não somente carta).

### **3. Atendimento prioritário no SAC e Ouvidoria (0800 e WhatsApp)**

O público vulnerável “Alto” e “Muito Alto” possui priorização no atendimento tanto via central telefônica quanto no atendimento pelo WhatsApp. Assim que o cliente se identifica por meio dos seus dados cadastrais, a URA verifica o grau de vulnerabilidade, direcionando os clientes mais vulneráveis para uma fila específica de atendimento (“fura-fila”), garantindo assim um atendimento mais célere para estes clientes. As ações específicas são direcionadas para clientes de grau Alto e Muito Alto.

### **4. Definição de ações específicas na concepção de produtos e serviços**

Na criação, alteração ou revisão da estratégia de produtos e serviços, os gestores responsáveis precisam elaborar e descrever qual ou quais ações serão implementadas, visando mitigar o risco de relacionamento com clientes de grau Alto e Muito Alto de vulnerabilidade. Para garantir o cumprimento desta etapa, foi incluído em campo específico, de preenchimento obrigatório no *workflow* que faz a gestão para governança da análise de riscos, *suitability* e conformidade de produtos e serviços.

### **5. Política de gestão de consequências**

Em caso de desvios de conduta no atendimento aos clientes com elevado grau de vulnerabilidade, está sendo aplicado agravamento da medida disciplinar, conforme Política de Gestão de Consequências vigente desde março de 2022.

### **6. Tradutor de Libras no site do Banco, o “Hugo”**

O Hugo é o tradutor virtual do aplicativo HandTalk, que permite tradução simultânea de texto e de voz para Libras enquanto os clientes, que ativarem o recurso, navegarem pelo site do Banco. Os usuários também podem alterar a velocidade dos movimentos do Hugo, além de personalizar a localização dele dentro do site. Ação específica direcionada para clientes com deficiência auditiva ou visual.

### **7. Governança**

Acompanhamento do tema com reporte das ações no Comitê de Condutas Éticas (conforme já descrito).



## **8. Treinamento e aculturação**

Conforme já descrito, todos os colaboradores recebem reforço de orientações e treinamento para que estejam ainda mais atentos à necessidade de adequar a abordagem e a assistência ao perfil do cliente, conforme a sua indicação de risco de vulnerabilidade. As equipes dos Pontos de Atendimento possuem a Certificação Suitability, atestando a sua capacitação para a realização de um atendimento consultivo assistido, de acordo com a necessidade do cliente.

## **9. Atendimento assistido nos terminais de autoatendimento**

De acordo com o já descrito, o cliente classificado com grau de vulnerabilidade “Alto” e “Muito Alto” somente contrata produtos e serviços mediante a assistência pessoal de algum colaborador.

## **10. Melhorias na captura de informações cadastrais**

No primeiro contato de um cliente, durante a entrevista de “conheça o seu cliente”, o colaborador deve registrar no *onboarding* as evidências de necessidade especial do cliente: deficiência visual, fala, auditiva, física, motora ou comprometimento neurológico. Mesmo antes do processamento do modelo preditivo, em caso positivo e por se tratar de variáveis determinísticas, essas características são incorporadas imediatamente aos procedimentos iniciais, acionando o protocolo de prestação de serviço adequado ao perfil do cliente com indicação de Alta vulnerabilidade.

Também existe opção sistêmica para inclusão dessas informações durante uma atualização cadastral, em qualquer fase do relacionamento do cliente com o Banco.

## Quais são os mecanismos de mitigação de risco voltados ao consumidor vulnerável previstos na matriz de risco e na PRC?

---

### Qual é a boa prática implementada?

---



#### Score Model de Clientes Vulneráveis Santander

Permitir a identificação de clientes vulneráveis por conta de um conjunto de situações pessoais, temporárias e/ou definitivas, para que o Banco faça um acompanhamento de perto desses clientes, bem como mitigue possíveis riscos e ofereça ações diretas e específicas. Em mais detalhes, o Santander desenvolveu um modelo para identificar esses clientes, dado que entende que somente uma condição de vulnerabilidade de forma isolada não traduz vulnerabilidade. Por exemplo, uma pessoa idosa pode ou não ser vulnerável, assim, entendemos que o perfil de vulnerabilidade é gerado não por um fator isolado, mas, sim, por vários fatores associados como, por exemplo, idade, renda, nível de endividamento, dentre outros.

### Quais são as suas recomendações?

---



Mobilização cultural da Organização para amplo conhecimento do público, bem como engajamento de todos para a construção de ações com foco em vulneráveis. Além disso, alto envolvimento da liderança no tema, dado que o Programa de Vulneráveis possui um Fórum Sênior de Acompanhamento e, periodicamente, também é acompanhado no Comitê de Experiência do Cliente, que é um Comitê Executivo. Outro ponto, foi a inclusão do tema Vulneráveis na Política de Relacionamento com Clientes do Banco.

# Boas Práticas

## 3.6

**/ Quais são as garantias da prática do crédito responsável para o consumidor vulnerável?**

O Normativo SARB n. 10/2013 prevê as diretrizes e procedimentos a serem observados na oferta, na contratação de crédito e no tratamento dos consumidores superendividados.

Encontra-se, no Normativo SARB n. 17/2016, o dever de adequação para a oferta de serviços financeiros. Ele expressa o compromisso para que as necessidades, os interesses e os objetivos dos consumidores sejam sempre atendidos.

As garantias da prática do crédito responsável possuem dimensão estrutural, isto é, elas devem estar nas diretrizes, nos procedimentos e nos mecanismos que estabelecem, de forma clara, as responsabilidades e os papéis de todos os envolvidos no processo.

Foram informadas práticas que expressam a adesão das Instituições Financeiras participantes às diretrizes, aos procedimentos e aos mecanismos de adequação da oferta de crédito responsável. A definição e a identificação dos consumidores e usuários tornam possível a implementação do tratamento das vulnerabilidades.

### **Limites da oferta ativa de produtos e serviços financeiros considerando as vulnerabilidades dos consumidores**

As boas práticas apresentadas expressam os limites da oferta ativa para consumidores e usuários com vulnerabilidades no mercado de consumo. Para determinadas vulnerabilidades, não há oferta ativa de determinados produtos ou serviços financeiros.

Para a contratação ser possível, é necessário que o consumidor ou usuário solicite o produto ou serviço. Há um cuidado durante a contratação, para assegurar a compreensão e a adequação do que é contratado. Foram mencionadas etapas de validação, inclusive por outras áreas.

A medida revela o dever de cuidado com vistas à mitigação de riscos para todos os envolvidos: consumidores, usuários e Instituições Financeiras. Na literatura dos Direitos dos Consumidores, é usual a afirmação de que os maiores riscos são aqueles não percebidos pelos consumidores.

Por isso, medidas que expressem cuidado ao centralizar a pessoa do consumidor e do usuário, que preservem a relação e que enderecem o risco são consideradas boas práticas.

### **Mecanismo de compensação de indicadores**

A boa prática informada está relacionada à elaboração de novo modelo de desempenho comercial que inclui, entre outras estratégias, a compensação de resultados provenientes do atendimento das necessidades dos consumidores e usuários, além das vulnerabilidades informadas.

## **Política de incentivos**

Foi apresentada como boa prática a inclusão do resultado do indicador de qualidade de atendimento na participação dos resultados da Instituição. Essa prática também é mencionada como fator de impacto na gestão de políticas de consequências.

## **Acompanhamento e direcionamento comercial**

A política de vendas de cada Instituição é sensível, porque impacta diretamente os seus resultados financeiros. As boas práticas comerciais descritas pelas Instituições participantes expressam o compromisso com o tratamento das vulnerabilidades dos consumidores e usuários.

As ações relatadas de acompanhamento por meio de comunicações, treinamento e formação de colaboradores da área comercial demonstram a preocupação com o foco no cliente (consumidor e usuário).

## **Pós-venda e medidas ativas de proteção**

Faz alusão ao art. 8º do Normativo SARB n. 24/2021; art. 6º, inciso XI, Direitos Básicos do Código de Defesa do Consumidor: “a garantia de práticas de crédito responsável, de educação financeira e de prevenção e tratamento de situações de superendividamento, preservado o mínimo existencial, nos termos da regulamentação, por meio da revisão e da repactuação da dívida, entre outras medidas”.

Foram apresentadas iniciativas que apontam para a boa prática de estabelecer mecanismos de pós-venda para endereçar eventuais dificuldades ou intercorrências nas vendas realizadas aos consumidores com vulnerabilidades.

Várias boas práticas relatadas informam o atendimento ativo do pós-venda aos consumidores e usuários, o que implica contato com o contratante em momento posterior à contratação, com o objetivo de assegurar que a oferta e a contratação tenham sido realizadas de forma adequada, possibilitando o registro e encaminhamento de situações adversas.



## Quais são as garantias da prática do crédito responsável para o consumidor vulnerável?

---

### Qual é a boa prática implementada?



A realização da oferta de crédito ocorre a partir da análise da capacidade de pagamento do cliente, havendo ainda regras de *suitability* específicas para o público vulnerável que orientam a oferta de produtos e serviços mais adequados aos interesses, às necessidades e aos objetivos dos clientes.

### Quais são as suas recomendações?



A oferta de produtos e serviços financeiros deve atender aos interesses, às necessidades e aos objetivos dos clientes, buscando sempre o consumo responsável.

## Quais são as garantias da prática do crédito responsável para o consumidor vulnerável?

---

Além do atendimento prioritário para atender às demandas desse público, no processo de negociação e formalização das operações com o cliente, são considerados o seu perfil histórico de operações, se houver, a necessidade atual informada por ele, entre outros. Além disso, conforme prevê as legislações vigentes, são informadas ao cliente todas as condições negociadas na proposta em questão: valores, prazo da operação, taxas acordadas, CET, etc. Antes da sua formalização, seja pelo canal de atendimento pessoal ou pelo canal digital, e com o seu aceite no processo de aprovação, são consideradas nas análises critérios como: o percentual de comprometimento da renda, idade, prazo da operação, dentre outros. A avaliação dos diversos fatores integrados ao atendimento prestado ao cliente com informações claras e completas visa garantir as condições para a realização de operações de crédito de forma responsável com todos os públicos.

Para alguns tipos específicos de vulnerabilidades, como clientes analfabetos, por exemplo, o atendimento para a formalização de operações ocorre apenas de forma pessoal, para que sejam esclarecidas todas as suas dúvidas. Outro exemplo é o atendimento prestado aos clientes com deficiência auditiva, que podem ser atendidos via *chatbot*.

Além disso, os indicadores de atendimento dos canais de atendimento monitoram os principais motivos para as reclamações dos clientes, sendo que, sempre que identificadas oportunidades de melhorias nos processos de comercialização e comunicação dos produtos aos clientes, as áreas de atendimento contatam as áreas de produtos para compartilhar as suas ideias e projetos.

Outro mitigador dos riscos voltados ao consumidor vulnerável é a avaliação de novos produtos por comitê composto por representantes de diversas áreas da Instituição, a fim de considerar os requisitos legais, regulatórios, operacionais e de negociação, comunicação e atendimento aos clientes.



## Quais são as garantias da prática do crédito responsável para o consumidor vulnerável?

---

O Banco aloca esforços em ações preventivas, a fim de garantir que os produtos/serviços contratados pelos consumidores vulneráveis sejam adequados às suas necessidades e às suas condições de pagamentos. Em 2022, o Banrisul implementou o Novo Modelo de Desempenho Comercial, que permite ao colaborador diferentes estratégias de vendas com os seus clientes, para o atingimento do desafio, focando e permitindo a compensação de *performance* nos indicadores comerciais mais aderentes às necessidades dos clientes. Leva-se em consideração as vulnerabilidades para a oferta adequada, além de contabilizar o tempo de cancelamento após aquisição de produtos e serviços. Houve a implementação do Programa de Participação nos Resultados Banrisul, onde o Indicador de Qualidade de Atendimento passa a impactar os valores a receber de todos os colaboradores do Banco [Rede de Agências, Unidades da Direção Geral e Empresas do Grupo (Banrisul Cartões, Banrisul Corretora e Banrisul Consórcios)].

O impacto dos Indicadores de Qualidade passa a ocorrer no desempenho da esfera de atuação do colaborador (nível e ponderação), sensibilizando a pontuação em caso de não realização dos parâmetros estabelecidos para esses indicadores.

### Qual é a boa prática implementada?

---



Acompanhamento e Direcionamento Comercial e Venda Consultiva, com comunicações internas, treinamento e formações voltados aos colaboradores da Rede de Agências e reuniões com as lideranças sobre a importância da venda efetivamente adequada ao perfil dos clientes, além da conscientização contínua sobre a importância do foco no cliente.

### Quais são as suas recomendações?

---



O atendimento realizado deve ser direcionado às necessidades dos clientes, com a oferta de produtos voltados ao seu perfil e dentro das suas condições de pagamento. E capacitação contínua para prestar um atendimento satisfatório e de qualidade.





## Quais são as garantias da prática do crédito responsável para o consumidor vulnerável?

---

### Qual é a boa prática implementada?



Dispomos de um canal educativo que tem o propósito de ajudar o consumidor a entender o que é educação financeira, através de publicações e matérias acerca dos nossos produtos e serviços.

O canal educativo atinge todos os níveis de vulnerabilidade e já alcançou 88 mil usuários: os clientes são orientados a economizar dinheiro e investir.

### Quais são as suas recomendações?



Banco Bmg busca equilíbrio nas relações com os seus clientes, visando mitigar riscos como a não compreensão das condições dos produtos e/ou das responsabilidades contratuais.

A fim de assegurar a proteção do público já identificado como potencialmente vulnerável, contamos com uma célula especializada para atendimento ao público mencionado.



## Quais são as garantias da prática do crédito responsável para o consumidor vulnerável?

---

Na Organização, diversos procedimentos foram adotados com o objetivo de assegurar que oferta e comercialização de produtos e serviços atendam às necessidades, aos interesses e aos objetivos dos consumidores potencialmente vulneráveis. São realizadas ações de aculturação e comunicações de forma periódica sobre o tema, por meio de canais internos da Organização, para o reforço dos corretos procedimentos a serem adotados e para a realização do melhor atendimento ao público potencialmente vulnerável.

São disponibilizados aos clientes cursos *on-line* e informações sobre educação financeira, buscando auxiliar a melhora no entendimento e na gestão das finanças.

A Organização possui o compromisso de encantar o cliente em uma jornada transparente na comercialização dos produtos, utilizando a melhor oferta com soluções customizadas de crédito e de acordo com o perfil dele.

Antes de concluir qualquer contratação, o cliente realiza a simulação da operação com todas as condições (taxa, prazo, tributos, etc.) e, com base nestas informações, pode realizar a tomada de decisão acerca da contratação.

### Qual é a boa prática implementada?

---



A Organização possui o compromisso de proporcionar uma jornada transparente na comercialização dos produtos, utilizando a melhor oferta com soluções customizadas de crédito. Previamente à contratação, o cliente efetua a simulação da operação com todas as condições (taxa, prazo, tributos, etc.) e, com base nestas informações, pode realizar a tomada de decisão acerca da contratação.

São disponibilizados de forma *on-line* cursos e matérias sobre educação financeira, visando o aculturação e desenvolvimento da educação financeira aos clientes.

Em linha com as premissas de ter o cliente no centro da estratégia, instituímos o pós-venda corporativo com o objetivo de contarmos os nossos clientes após a contratação de um produto ou serviço, para garantirmos que o atendimento tenha sido realizado de forma correta e a contratação do produto atenda ao que lhe foi ofertado.

Temos uma Política Corporativa de Consequências, a qual tem como diretrizes básicas: disseminar a cultura corporativa de observância aos princípios e valores da Organização; assegurar a existência de Norma com previsão de consequências às ocorrências de conduta que violem o Código de Conduta Ética, Regulamento Interno, o Programa de Integridade e as Políticas e Normas internas e externas aplicáveis às atividades da Organização, e conscientizar sobre a prática de conduta adequada; garantir a existência de mecanismos para detecção de tais ocorrências; e assegurar o tratamento às ocorrências detectadas e a aplicação de consequências.

### **Quais são as suas recomendações?**

---



O objetivo é assegurar oferta e comercialização de produtos e serviços de forma transparente e que atendam às necessidades, aos interesses e aos objetivos dos consumidores.



## Quais são as garantias da prática do crédito responsável para o consumidor vulnerável?

---

A CAIXA possui fraseologias voltadas ao crédito responsável e *suitability*, que são enviadas aos clientes a partir da utilização de determinados produtos/serviços, compondo a régua de comunicação com os clientes.

As fraseologias de crédito responsável utilizam linguagem simples e clara, de modo que todos os clientes, inclusive os vulneráveis, sejam beneficiados pelas dicas e alertas enviados.

Já as fraseologias de *suitability* de cesta de serviços, inicialmente, contavam com mensagem específica para clientes potencialmente vulneráveis. Entretanto, as mensagens foram unificadas e a fraseologia enviada para os clientes potencialmente vulneráveis hoje é utilizada para todos os públicos, dada a maior assertividade.

Cumprе ressaltar que sempre que a mensagem for destinada a uma seleção de clientes, na qual podem estar inseridos clientes potencialmente vulneráveis, são consideradas as suas particularidades e necessidades na construção e aprovação das fraseologias.

Adicionalmente, a preocupação na educação financeira no ciclo de vida de produtos no CAIXA Tem.

### Qual é a boa prática implementada?

---



Envio de mensagem informando sobre desenquadramento da cesta de serviços ao perfil do cliente, utilizando fraseologia simples e adequada aos públicos vulneráveis.

Alertas sobre a utilização do cheque especial.

Desenvolvimento de régua de comunicação, abordando educação financeira nos ciclos de vida do Crédito CAIXA Tem.

Disponibilização de materiais sobre educação financeira para consumo pelos clientes no site da CAIXA.

### Quais são as suas recomendações?

---



Deve ser observada a adequação da linguagem e a tempestividade no envio para proporcionar maior assertividade à mensageria, visando melhor assimilação do cliente ao conteúdo.

Devem ser evitados termos técnicos e os não usuais ao entendimento do cliente.



## Quais são as garantias da prática do crédito responsável para o consumidor vulnerável?

---

### Qual é a boa prática implementada?

A oferta de crédito responsável é uma premissa do Itaú Unibanco na sua atuação com todos os clientes, independentemente do grau de vulnerabilidade. Essa visão é composta por uma série de iniciativas estruturais, como definição do público-alvo, oferta e simulação de produtos e serviços.

1. A definição do público para a oferta de produtos e serviços considera, além da dimensão de capacidade de pagamento a partir da análise da condição financeira do cliente, a propensão do cliente de se interessar pela contratação em questão. Isso significa dizer que todas as ofertas são avaliadas com base em critérios objetivos e informações financeiras e comportamentais dos clientes antes de serem direcionadas.
2. Oferta: as ofertas de produtos e serviços são definidas a partir da avaliação de características pessoais de cada cliente, bem como o seu perfil e o seu momento de vida. Além disso, é vedada definição de políticas de ofertas em situações nas quais o cliente seja evidentemente incompatível com o perfil do público-alvo, de modo a assegurar a adequação dos produtos e serviços aos perfis e necessidades dos clientes.
3. Simulação: o Itaú permite a simulação das condições contratuais antes da efetivação da contratação, o que possibilita ao cliente avaliar se o produto ou serviço ofertado está de acordo com a sua necessidade, a sua capacidade e o seu objetivo no momento, além de conhecer e comparar as taxas, tarifas e valores entre os produtos semelhantes. A simulação de produtos e serviços informa os valores ou modalidades disponíveis para contratação, as possíveis parcelas e o prazo para pagamento, a taxa de juros relativa ao período simulado, os vencimentos programados, a contratação de seguro para proteção emergencial, além dos termos e condições do produto em questão. Esta funcionalidade está disponível, inclusive, nos canais de autosserviço, como Internet Banking e Aplicativo.

Adicionalmente, o Itaú Unibanco construiu uma estratégia diferenciada para a distribuição de novas ofertas, mas com a retirada de oferta ativa para determinados produtos, quando se tratar de cliente vulnerável classificado como Muito Alto ou Alto, através da modelagem institucional. Isso significa que o cliente não receberá ofertas de determinados produtos, mas poderá contratar livremente caso deseje e solicite.

Outra boa prática é o acompanhamento da inadimplência por perfil de renda e informações que indiquem vulnerabilidade, e que nos permitam ter uma atuação tempestiva, a fim de evitar a situação de endividamento

## Quais são as suas recomendações?



As Instituições Financeiras têm um papel fundamental na tomada de decisão dos seus clientes e usuários, motivo pelo qual é de extrema importância que as ofertas direcionadas sejam definidas a partir da avaliação do trinômio necessidade, interesse e objetivo, buscando a adequação dos produtos e serviços ao perfil dos clientes.

The collage displays the user interface for credit simulation and offer selection. The top row shows the initial steps: 'o que deseja fazer?' (what do you want to do?) with options for 'novo contrato' (new contract) and 'alterar contrato atual' (change current contract), and 'quanto você precisa?' (how much do you need?) with a pre-approved limit of R\$ 6,346.92. The middle row shows 'simulação de consignado passo 2 de 4' (secured loan simulation step 2) with a desired value of R\$ 3,000.00 and a 'como gostaria de pagar?' (how would you like to pay?) screen showing a monthly payment of R\$ 200.00. The bottom row shows 'simulação de consignado passo 3 de 4' (secured loan simulation step 3) with a monthly payment of R\$ 194.66 and a 'pense bem ;) (think carefully ;)') screen comparing 'com seguro' (with insurance) for R\$ 201.20/month and 'sem seguro' (without insurance) for R\$ 194.66/month. The 'com seguro' option includes benefits for unemployment, total disability, and death, while the 'sem seguro' option only includes death. A 'sua oferta' (your offer) section shows a 22-month term for R\$ 201.20/month with a note that the credit limit will be automatically debited from the current account.

simulação de consignado  
passo 4 de 4

### confira sua simulação de crédito consignado

valor do empréstimo solicitado  
**R\$ 3.000,00**  
(3,00% do valor total financiado)

parcelas do empréstimo:  
**22x de R\$ 194,66**

Para não consumir seu limite de crédito, as parcelas do empréstimo serão cobradas em débito automático na sua conta corrente.

**Seguro Empréstimo Protegido**  
por R\$ 6,54 ao mês  
Uma garantia a mais em casos de emergência!

[conheça os benefícios](#)

[adicionar seguro](#)

taxa de juros  
**2,58% ao mês; 35,75% ao ano**

parcelamentos

simulação de consignado  
passo 4 de 4

taxa de juros  
**2,58% ao mês; 35,75% ao ano**

parcelamentos  
**27 de Julho de 2023 a 27 de Abril de 2025**

CET (Custo Efetivo Total)  
**2,84% ao mês; 40,53% ao ano**

[leia mais condições](#)

Lembre-se: avaliar quanto a sua renda mensal já está comprometida com outros empréstimos.

[leia seus direitos e regras](#)

Ao continuar, declaro que li e estou de acordo com as **condições gerais do crédito consignado.**

caso não seja possível o desconto em folha, autorizo o débito do valor total ou parcial da(s) parcelas(s) nesta conta(s) corrente(s)

outras informações

**confirmação de endereço**  
Rua ... São Paulo - SP  
CEP: 011-4

[editar endereço](#)

**Atenção:** Realize a contratação de empréstimos sempre de acordo com suas condições financeiras, sem comprometer seu orçamento e de sua família. Evite superendividar-se. Se você identificar qualquer dificuldade para realizar o pagamento, ou quiser conhecer outras modalidades de crédito, procure o Itaú para opções mais adequadas.

**política de privacidade de dados**  
Saiba mais sobre como tratamos dados pessoais na nossa Política de Privacidade na nossa Política de Privacidade disponível em nossos sites e aplicativos. Legalmente: Termos de uso e privacidade / Site Itaú.com.br > sobre itaú > termos de uso e privacidade

[mais informações importantes](#)

Home > Crédito

**Posição consolidada**

- Meus limites de crédito
- Meus empréstimos contratados
- Transferência de limites

**Límite da Conta**

- O que é Limite da Conta?
- O que é Limite da Conta adicional?
- Contrate aqui
- Trocar a modalidade do seu Limite da Conta ou Limite da Conta adicional
- Alterar o valor do limite
- Consultar as informações do seu Limite da Conta ou Limite da Conta adicional
- Consultar resumo dos encargos
- Cancelar Limite da Conta/Limite da Conta adicional

**Seguro LTB Itaú**

- O que é?
- Contratar
- Cancelar

**Financiamento e leasing de veículos**

- Visitar o site Itacarrs
- Simular financiamento
- Anunciar carro
- Visitar o site

**Empréstimo em parcelas fixas**

**Crédito consignado Itaú**

- O que é?
- Simular e contratar [novo](#)
- Consultar limites e taxas
- Trocar meus empréstimos pelo consignado
- Cancelar

**Empréstimo pessoal**

- O que é?
- Simular e contratar
- Consultar limites e taxas
- Consulta às próximas prestações
- Cancelar

**Crédito com garantia de investimento**

- O que é?
- Simular e contratar [novo](#)
- Consultar limites e taxas
- Cancelar

**Crédito consignado para aposentados do INSS**

- O que é?
- Simular e contratar [novo](#)
- Consultar limites e taxas
- Cancelar

**Renegociação de empréstimos e saldo devedor**

- O que é?
- Simular e contratar

**2ª via de contratos**

- Consultar

**Conveniências**

- Comprovantes
- Como funciona o agendamento?

**Extrato anual de despesas com operações de crédito**

- O que é?
- Solicitar extrato

**Declaração de quitação anual de débitos**

- O que é?
- Solicitar

**Portabilidade de Crédito**

- O que é?
- Emitir Documento Descritivo de Crédito (DDC)
- Acompanhar Portabilidades Solicitadas

**Financiamento e leasing contratados**

- Serviços ao cliente

**Crédito imobiliário**

- O que é? [novo](#)
- Acompanhar sua proposta [novo](#)
- Acompanhe sua proposta

**Financiamento contratado**

- Serviços ao cliente

**Crédito com garantia de imóvel quitado**

- O que é? [novo](#)
- Simule e Contrate aqui [novo](#)
- Acompanhar sua proposta [novo](#)
- Acompanhar sua proposta
- Serviços ao cliente

**Empréstimo em parcela única**

**Antecipação de 12º salário**

- O que é?
- Contrate aqui
- Consultar limites e taxas
- Cancelar

**Antecipação da restituição do IR**

- O que é?
- Contrate aqui
- Consultar limites e taxas
- Cancelar

## Quais são as garantias da prática do crédito responsável para o consumidor vulnerável?

Dada a similaridade do assunto, consideramos que todas as ações citadas no item 3, relacionadas à prevenção e ao tratamento do superendividamento, também se aplicam como garantias para a prática do crédito responsável.

### Qual é a boa prática implementada?



#### **Exclusão da oferta ativa de produtos de crédito e suspensão de limites pré-aprovados**

Os clientes com alto grau de vulnerabilidade, além de receberem abordagens diferenciadas conforme já explicado, também são excluídos como público-alvo de ofertas ativas de vendas de produtos de crédito de maior complexidade.

De forma proativa, também é realizada a suspensão de limites pré-aprovados para clientes que tenham registro de reclamação ou pedido de cancelamento notificados para avaliação de venda inadequada, evitando-se assim nova ocorrência, seja por contratação inadvertida por parte do cliente ou eventual falha no processo de oferta. O reestabelecimento destes limites só é realizado mediante nova solicitação do cliente, reavaliação completa para nova cessão de limite e o “de acordo” da área que solicitou a suspensão do limite, que pode ser Conduta, Ouvidoria, Jurídico ou Fraudes.

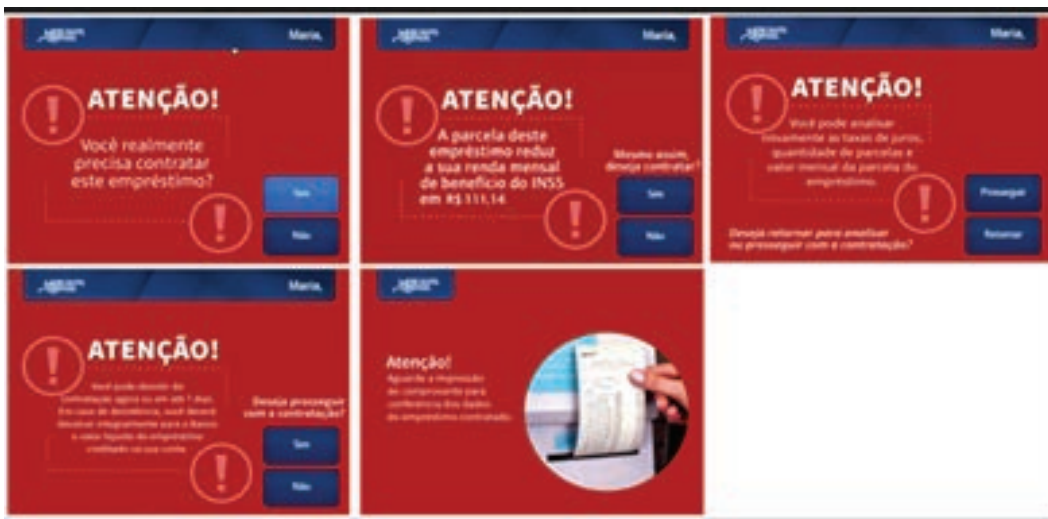
#### **Ações adicionais direcionadas ao público-geral, mas com o viés de alertar principalmente os clientes mais vulneráveis**

Alertas e mensagens no processo de contratação de operações de crédito; o envio de SMS após as contratações de operações de crédito, com todas as informações referentes às taxas de juros, valores de parcelas, quantidade de parcelas; e mensagem de uso consciente de crédito e possibilidade de cancelamento no prazo de sete dias.

#### **Alertas no processo de contratação de operações de crédito**

No fluxo de contratação nos terminais de autoatendimento, são apresentadas telas de alerta na cor vermelha, a fim de alertar o cliente: quanto à real necessidade do crédito, à redução da renda com valor de parcela, à possibilidade de revisar taxa de juros, quantidade e valores de parcelas; quanto à possibilidade de desistência do contrato no prazo de sete dias com a devolução do valor recebido; e, ainda, quanto à entrega do comprovante de contratação.





Após a contratação, é enviado SMS informativo para o celular do cliente cadastrado na Instituição, alertando sobre a contratação de empréstimo e prestando informações sobre o resumo das condições contratuais, bem como o contrato para o endereço de cadastro.

Exemplo: SMS

---

MB: **Empréstimo Pessoal** contratado com as seguintes condições:

Data da Operação: 12/05/2023 Valor Financiado: R\$ x.xxx,xx Taxa de Juros Mensal: xx,xx%  
 Custo Efetivo Total Anual: xx,xx % Quantidade de parcelas mensais: xx Valor Mensal da Parcela: R\$ xxx,xx

**Produto Consignado INSS: Nao**

Nome do Produto: EMPRESTIMO IMEDIATO Tipo de operação: Contratação Número de Contrato: 000XXXXXXXXXXXX .

**Avalie se realmente precisa deste empréstimo e, caso queira desistir, em até 7 dias contatos após a data de contratação, chame a gente em: [mb.b.br/mel](https://mb.b.br/mel).** Necessário a devolução integral do valor líquido do empréstimo para o Mercantil. **Canal: SMS. Telefone de Envio: XXXXXXXXX**

---

Adicionalmente, citamos as ações de informação e conscientização ao cliente sobre o uso responsável do crédito, em diversas mídias. A seguir, exemplo de material impresso e de vídeo no YouTube:

## FOLDER CRÉDITO RESPONSÁVEL



### Antes de fazer dívidas ou pegar um empréstimo, tire algumas dúvidas:

#### Opções de crédito:

As mais comuns são cheque especial, cartões de crédito, empréstimo e financiamento.

#### Quando usar?

Deve ser planejado, pois é uma dívida que deverá ser paga dentro do prazo combinado.

#### Use o crédito de forma responsável:

- O crédito pode ser usado para uma emergência ou quando você não pode esperar para comprar.
- Pode ser melhor esperar e juntar todo o dinheiro para comprar o que você precisa à vista.
- Evite comprar por impulso para não se arrependê-lo depois.
- Se precisar mesmo pegar um empréstimo, compare a taxa de juros oferecida e decida qual é mais adequada para você.
- Confira se consegue pagar cada parcela, antes de pegar um empréstimo.

### Antes de contratar o produto, reflita sobre a sua necessidade.

Para transformar os seus objetivos em realidade ou para resolver um imprevisto, quando não se tem o dinheiro de imediato, você tem a opção de usar um produto de crédito. Mas, para ficar tranquilo é preciso usar com responsabilidade.

É sempre importante estar atento aos seus gastos e priorizar o que é essencial.

Consumo consciente é consumo planejado.



### Empréstimo Consignado: benefícios em contratar essa linha de crédito

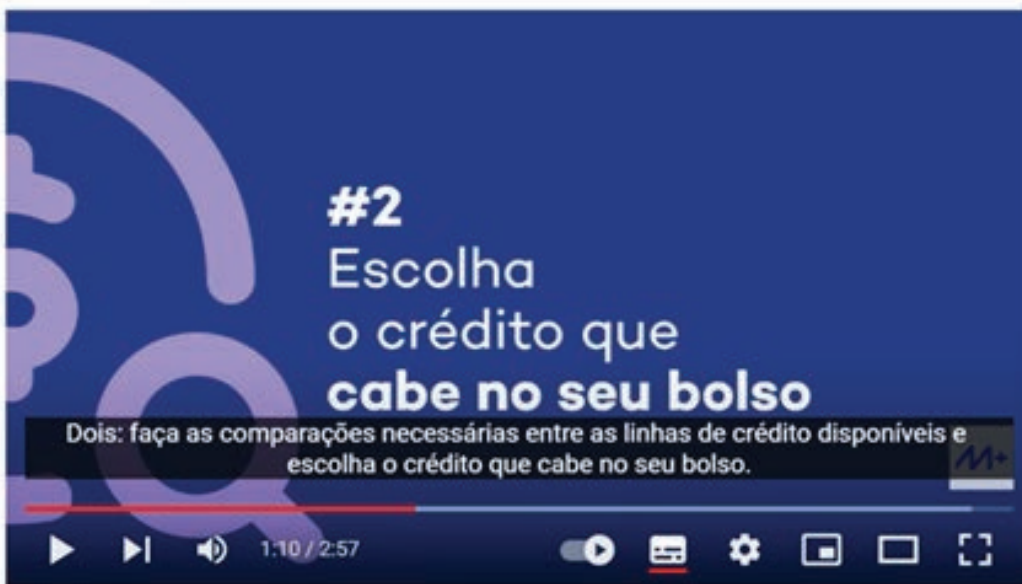
Banco Merca...  
23,7 mil inscritos

Inscrito

56

Compartilhar

2,1 mil visualizações há 8 meses BELO HORIZONTE



### Crédito consciente



Banco Merca...  
23,7 mil inscritos



Inscrito



107



Compartilhar



19 mil visualizações há 1 ano #MercantildoBrasil #Mercantil #Ficaadica

## Quais são as garantias da prática do crédito responsável para o consumidor vulnerável?

---

### Qual é a boa prática implementada?

---



#### Política de Crédito Diferenciada

#### Propósito / Como / Abrangência

Política de Crédito Diferenciada para clientes com Altíssima vulnerabilidade, com foco em crédito responsável e reforçando a prevenção ao superendividamento (Via Treinamento, ajuste de *scripts* de atendimento, ajuste na exposição de crédito e a marcação sistêmica com a identificação dos clientes vulneráveis, bem como com orientações de atendimento.

### Quais são as suas recomendações?

---



Importante a ampla divulgação, criação de indicadores de efetividade e acompanhamento contínuo.

# Boas Práticas

3.7

**/ Oferta e publicidade de produtos e serviços adequadas ao perfil**

A oferta, no âmbito da Autorregulação, compreende a disponibilização de serviços ou produtos para contratação direta ou por meio de correspondente no País, mediante utilização de qualquer canal presencial ou remoto e não se confunde com a publicidade.

A publicidade e o seu regime jurídico estão previstos no Código de Defesa do Consumidor.

O Normativo SARB n. 10/2013 estabelece o compromisso com o respeito ao consumidor (art. 2º) e estipula que a publicidade de crédito deve apresentar elementos e procedimentos que orientem, adequadamente, o uso responsável do crédito. Ademais, firma o propósito de assegurar, tanto na oferta como na publicidade, informações e orientações necessárias que permitam a plena compreensão sobre os ônus e os riscos decorrentes da contratação pelo consumidor (art. 3º, §1º).

#### **Inibição de ofertas massificadas para consumidores vulneráveis nas faixas prioritárias**

Foi informada a prática de adequação da oferta e da publicidade ao perfil, à necessidade, ao interesse e ao objetivo do contratante, no propósito de protegê-lo da compra por impulso ou com a ausência do conhecimento necessário à contratação adequada e consciente.

#### **Vedação de ofertas incompatíveis com o perfil dos consumidores e usuários**

O conjunto de boas práticas apresentado pelas Instituições é composto por ações diversas que estabelecem clareza e limite para as ofertas que se mostrem incompatíveis com o perfil dos contratantes.

#### **A oferta para a vulnerabilidade econômica**

Muitas vezes, o consumidor e o usuário estão cientes e compreenderam a oferta realizada, mas possuem o desafio de adimplir com a obrigação em razão da hipervulnerabilidade de natureza econômica.

Foi informada a boa prática de ofertar produtos com condições diferenciadas adequadas à hipervulnerabilidade econômica do consumidor ou usuário, que permitem ou facilitam o adimplemento da obrigação.



## Oferta e publicidade de produtos e serviços adequadas ao perfil

### Boa prática

Modelos de propensão que levam em conta critérios de vulnerabilidade e que geram ações concretas de oferta e de comercialização.

O BB utiliza-se de modelo de propensão que considera, dentre outros critérios, a vulnerabilidade do cliente para estabelecer abordagens adequadas e aderentes às necessidades dos clientes nas suas ofertas.

### Propósito

Adequar a oferta de produtos e serviços às necessidades, aos interesses e aos objetivos dos clientes, bem como mitigar risco de agravamento de vulnerabilidades.

### A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo? ?

O modelo de propensão considera o estágio de vulnerabilidades de todos os clientes para a realização de oferta, adequando as necessidades do cliente e a sua vulnerabilidade.

### A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável? ?

O modelo evita, por exemplo, que um cliente endividado receba oferta de produtos que poderão piorar a sua situação e permite o envio de mensagens de alerta ao cliente sobre responsável do crédito.

### Quais são as evidências da boa prática? ?



## Oferta e publicidade de produtos e serviços adequadas ao perfil

---

Os procedimentos e princípios estão estabelecidos na Política de Relacionamento e Usuários (item 8.2): “Os materiais de comunicação e as ações promocionais devem ser utilizados de forma clara, objetiva e transparente sempre em conformidade com a legislação e regulamentação vigente, sendo que as vendas devem ser conduzidas de tal forma que visem ao total esclarecimento do cliente e usuário sobre as condições contratuais que lhe estão sendo ofertadas. Respeitadas as características e limitações de cada mídia e veículo, a publicidade dos produtos de crédito deverá envolver elementos e processos que orientem o uso responsável do crédito em consideração à Educação Financeira”.





## Oferta e publicidade de produtos e serviços adequadas ao perfil

---

### **Boa prática**

Disponibilização de linhas de crédito com destinações específicas para atendimento de necessidades especiais dos clientes com deficiência e/ou em situações circunstanciais, os chamados “acidentes da vida” (endividados; superendividados; estiagem; temporal)

#### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**

---

?

Pessoas com deficiência ou com vulnerabilidades circunstanciais.

#### **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**

---

?

Possibilita a aquisição de itens que auxiliem na acessibilidade; readequa as responsabilidades dos clientes que estejam superendividados ou enfrentando dificuldades financeiras, frente à sua nova capacidade de pagamento; apresenta condições diferenciadas para demais situações circunstanciais.

#### **Quais são as evidências da boa prática?**

---

?

Monitoramento das Linhas de Crédito e do Índice de Recuperação de Crédito. Desde a implementação do Programa, mais de 125 mil contratações foram realizadas, beneficiando clientes com a iniciativa.

### **Boa prática**

Adequação das Ofertas de Telemarketing de acordo com a condição de vulnerabilidade.

#### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**

---

?

Clientes vulneráveis idosos e analfabetos.

### **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**

---



A prática tem por intuito mitigar o risco de o cliente contratar um produto inadequado à sua necessidade ou mesmo pela dificuldade de compreensão, motivo pelo qual a oferta e a contratação dos produtos de capitalização através de *telemarketing* foram retiradas aos clientes com idade superior a 70 anos. Assim, toda oferta e contratação a esses clientes são realizados no ambiente da agência, visando facilitar a compreensão sobre o produto e a satisfação do cliente.

### **Quais são as evidências da boa prática?**

---



Acompanhamento dos registros efetuados nos canais de atendimento.

## Oferta e publicidade de produtos e serviços adequadas ao perfil

### Boa prática

O portfólio de produtos é disponibilizado no site institucional e tem o objetivo de apresentar as características dos produtos ofertados.

#### A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?

?

Dispomos de materiais publicitários que contêm informações precisas, claras e objetivas, para que o cliente tenha pleno conhecimento das condições da operação.

#### A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?

?

- ▶ Equalização das peças publicitárias e atualização dos informes que são disponibilizados nas agências e correspondentes bancários, além da manutenção do site com termos simples e claros de cada produto.

#### Quais são as evidências da boa prática?

?

 <b>Cartão consignado</b> Sem anuidade, com as melhores taxas no consignado <a href="#">Conheça o cartão consignado</a>	 <b>Empréstimo consignado</b> Com débito em folha pra você não se preocupar com boletos <a href="#">Conheça o empréstimo consignado</a>	 <b>Empréstimo pessoal</b> Dinheiro rápido pra quem está sem margem no consignado <a href="#">Conheça o empréstimo pessoal</a>
---	---	---



## Oferta e publicidade de produtos e serviços adequadas ao perfil

---

### **/ Boa prática**

Página de produtos e serviços especialmente voltados aos aposentados

#### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**

---

?

A boa prática tem como objetivo oferecer um ambiente dedicado ao público idoso, com conteúdo diversificados de saúde e bem-estar, cursos gratuitos, além de produtos e serviços desenvolvidos considerando o perfil do público idoso e/ou aposentado.

#### **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**

---

?

Essa página apresenta serviços e benefícios exclusivos aos clientes, de acordo com o seu perfil: seleciona os produtos mais indicados para oferecer ainda mais praticidade e personalização, incluindo os diferentes graus de vulnerabilidade, além de opções para cuidar das finanças, matérias de orientação à saúde, à cultura e ao lazer.

#### **Quais são as evidências da boa prática?**

---

?

Com a disponibilização de ambiente específico ao público idoso ou aposentado, a Organização busca estar mais próxima ao cliente, incentivar o uso do canal, mostrar através de vídeos e conteúdo como utilizar o canal de forma segura, apresentar materiais que auxiliem na organização e saúde financeira, dando maior independência e segurança ao usuário.

**Bradesco Aposentados: Benefícios para a sua aposentadoria ([banco.bradesco](http://banco.bradesco))**

ACessar sua conta Agência Conta IM Laborar em 100% 100% 100%

bradesco

ABA SUA CONTA

CONTRATE ON-LINE

- Produtos e Serviços
- Benefícios e Notícias
- Informação Financeira
- Canais Digitais
- Assessoria

Acesse sua conta INSS pelo app Bradesco e Internet Banking

Você consulta tudo que precisa de um jeito prático


Bradesco Aposentados Prova de vida Tabeta de pagamentos INSS - Código de Acesso ao Portal Meu INSS (NAI) Benefícios para não correntistas Vias e Longuidade Bradesco explica

ACessar sua conta Agência Conta IM Laborar em 100% 100% 100%

Bradesco Aposentados Prova de vida Tabeta de pagamentos INSS - Código de Acesso ao Portal Meu INSS (NAI) Benefícios para não correntistas Vias e Longuidade Bradesco explica

Sobre o Bradesco Aposentados

Informações, benefícios e soluções financeiras. Um site exclusivo pra você se preparar para grandes conquistas e viver plenamente!



ACessar sua conta Agência Conta IM Laborar em 100% 100% 100%



**Código de acesso ao portal Meu INSS (NAI)**

Em parceria com o INSS (Instituto Nacional do Seguro Social), o Bradesco oferece aos clientes, correntistas ou que têm conta-poupança, a opção de criar o código inicial (NAI - Núcleo de Autenticação Interbancária) pra acesso ao portal Meu INSS.

O código de acesso deve ter 7 dígitos, composto somente por números. No dia útil seguinte à criação, pode ser usado pra cadastrar sua senha no portal Meu INSS.

Pelo portal, você acessa serviços e informações do INSS sem precisar ir a uma agência da Previdência Social.

Para criar o código inicial, acesse o Internet Banking informando sua agência, conta e senha de 4 dígitos e escolha as opções **Outros serviços > Documentos > INSS - Cadastrar código inicial de acesso ao portal Meu INSS (NAI)**.

[Criar código de acesso](#)

## **Boa prática**

### **Produtos e serviços inclusivos**

#### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**



A boa prática tem como público-alvo os jovens, proporcionando a inclusão dele no sistema financeiro.

#### **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**

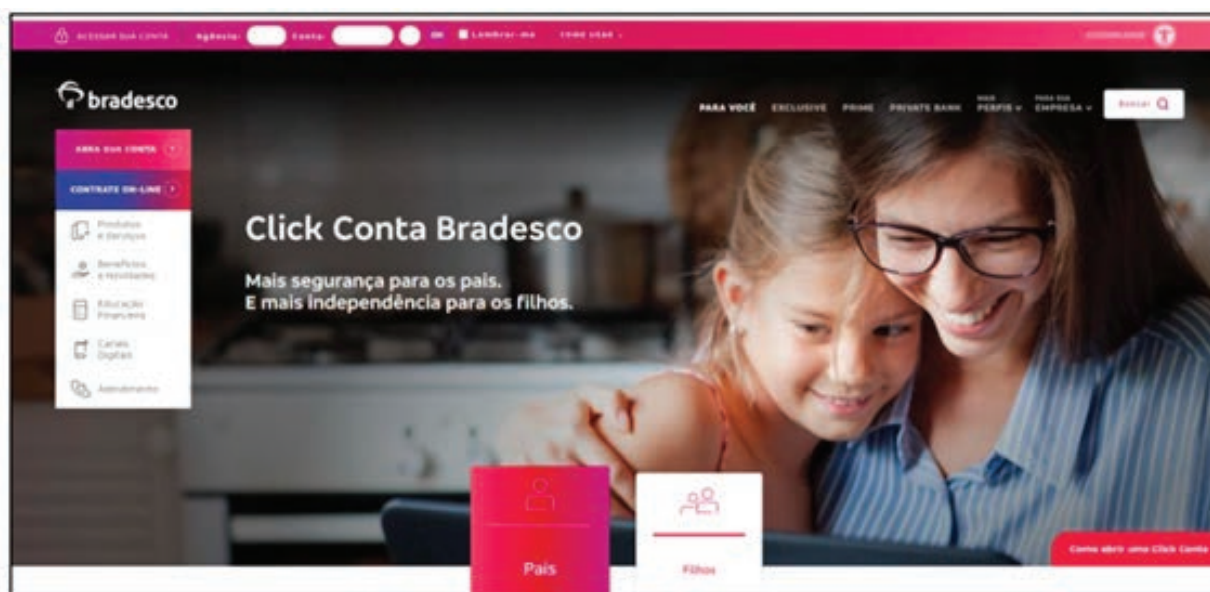


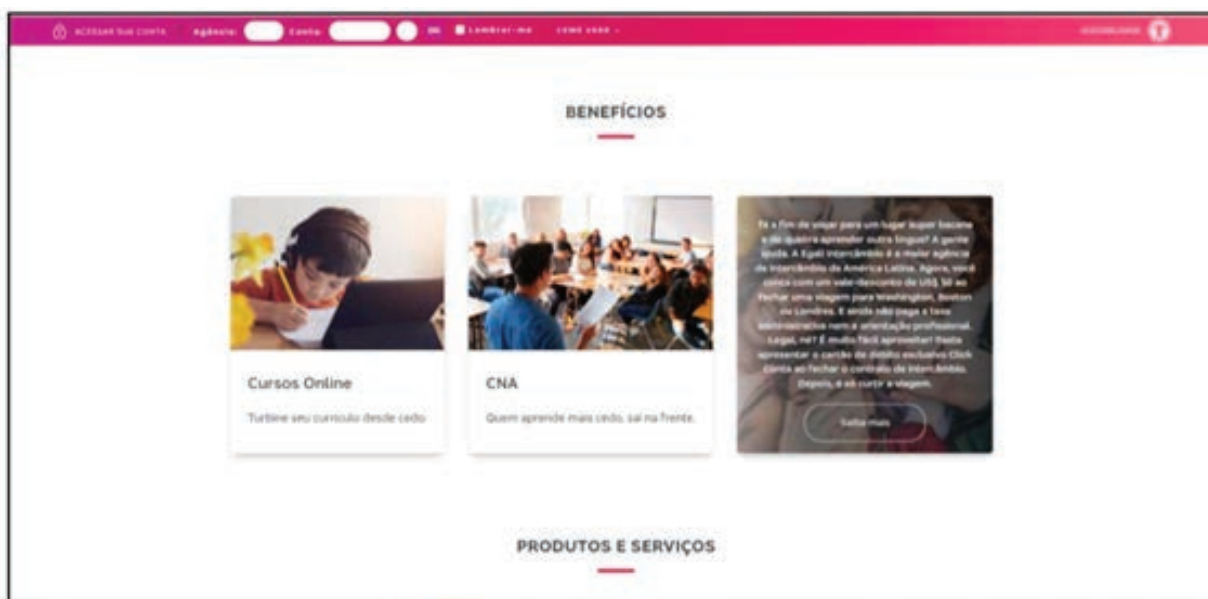
Click Conta Bradesco – permite ao jovem ter as primeiras noções de planejamento financeiro. Por meio do site da Click Conta, o jovem tem à disposição jogos, cursos gratuitos, notícias e curiosidades, além de orientação sobre finanças e cidadania financeira, que ajudam na construção e na maturação dos conhecimentos financeiros.

#### **Quais são as evidências da boa prática?**



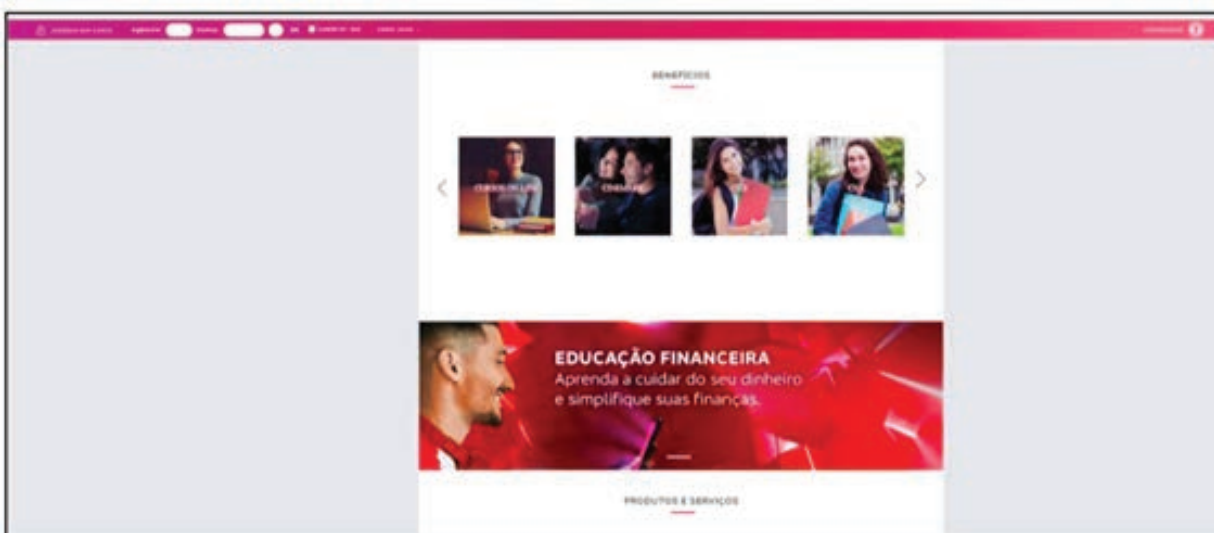
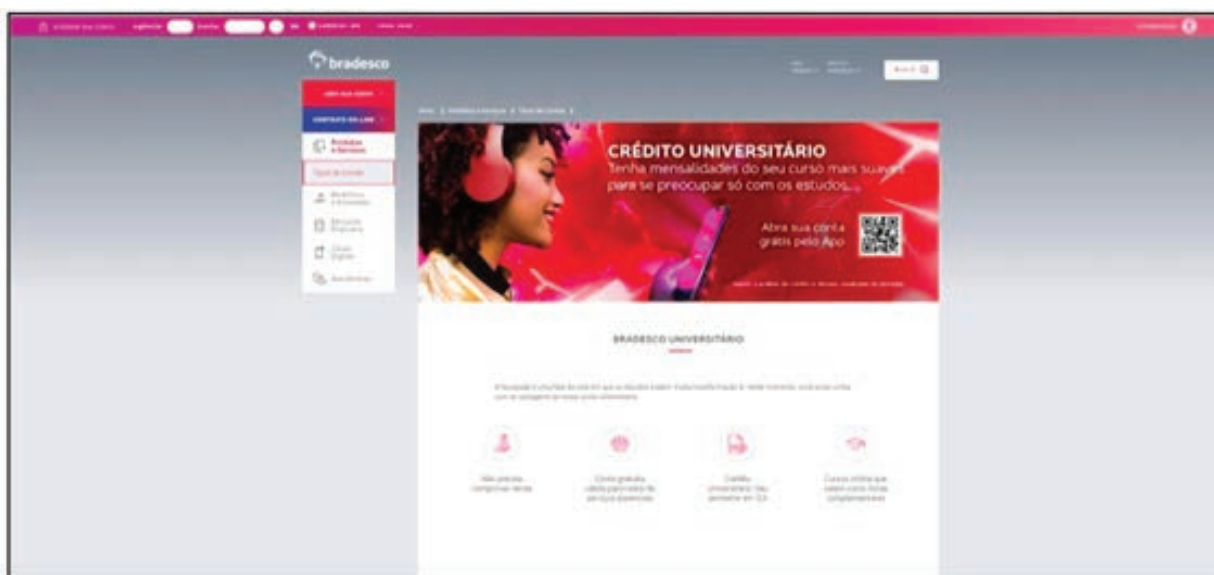
### **Click Conta | Bradesco (banco.bradesco)**





## Bradesco para Você | UNIVERSITÁRIO (banco.bradesco)

Conta Universitária – conta que pode ser aberta sem a comprovação de renda, oferece cursos gratuitos voltado à educação financeira, contribuindo para o aprimoramento e diminuição da vulnerabilidade desse público que está iniciando a sua formação, além de disponibilizar serviços, produtos e benefícios específicos ao público jovem.



## Boa prática

### Crédito responsável

#### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**

?

A boa prática busca disponibilizar ao público de clientes endividados e superendividados a orientação para o devido uso do crédito, com critério e planejamento sem comprometer o orçamento ou a segurança financeira do cliente.

#### **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**

?

Portal que oferece aos clientes orientações para o devido uso do crédito com critério e planejamento sem comprometer o orçamento ou a segurança financeira do cliente.

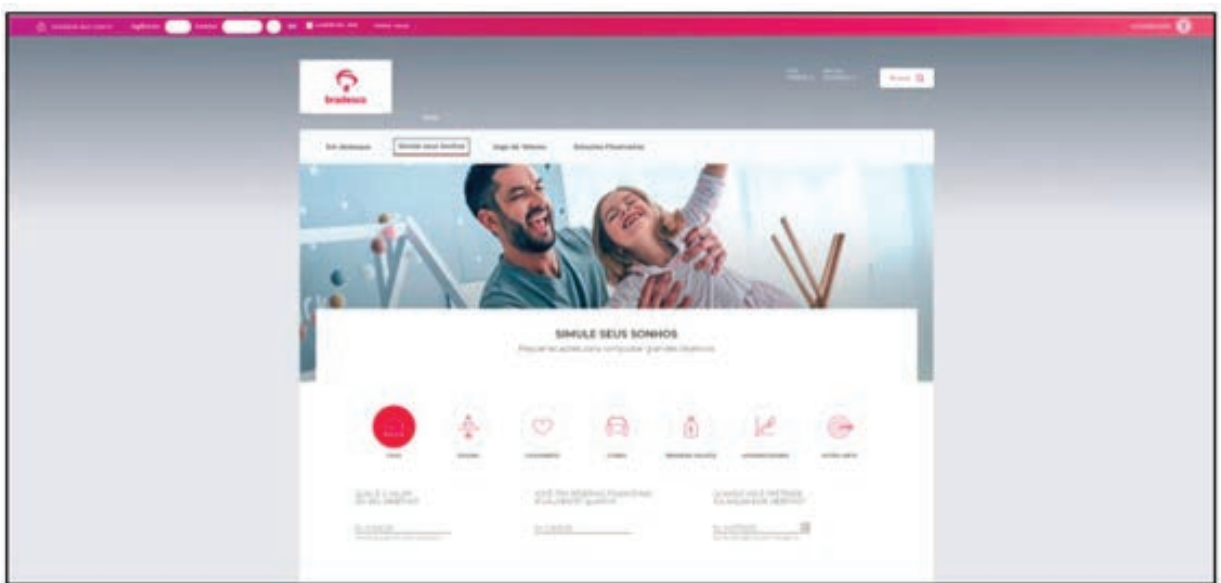


O empenho e a atenção de todos na priorização do bom atendimento aos clientes e não clientes são essenciais para sustentar a excelência na prestação dos serviços. Por isso, quando o cliente procura renegociar uma dívida, deve ser observada e identificada as necessidades do cliente, considerando os seus graus de vulnerabilidade.

## Quais são as evidências da boa prática?

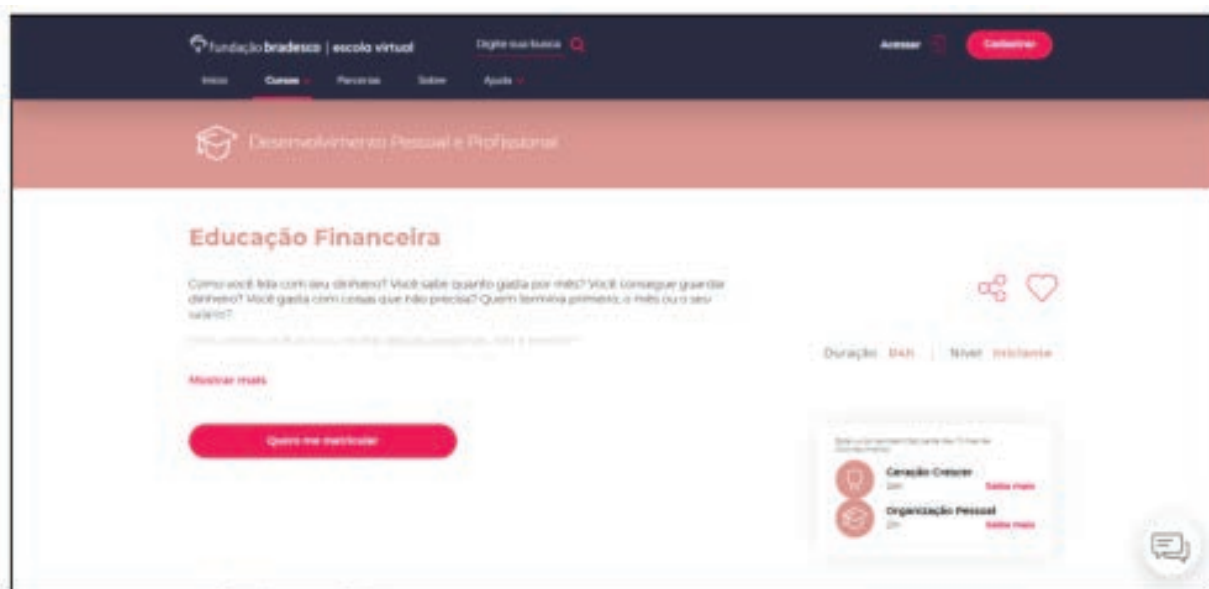


### Educação Financeira | Banco Bradesco



## Educação Financeira - Fundação Bradesco - Escola Virtual (ev.org.br)

Voltada a proporcionar o desenvolvimento pessoal e profissional de todos os públicos, a Fundação Bradesco – Escola Virtual disponibiliza, entre vários cursos, os que são voltados à educação financeira.



## Oferta e publicidade de produtos e serviços adequadas ao perfil

---

### Boa prática

Revisão da jornada de contratação/cancelamento de cesta de serviço via Internet Banking e URA Telefônica, visando simplificação.

Inibição de oferta massificada para clientes vulneráveis das faixas prioritárias. Com esta inibição, os clientes classificados nos níveis mais altos de vulnerabilidade não participam de campanhas para oferta de produtos e serviços, que é feita por notificações nos aplicativos, SMS, *banners* em canais digitais, etc.

A medida visa, entre outras, evitar que este público realize compra por impulso ou sem o devido conhecimento do produto, sem explicação detalhada sobre as condições e obrigações consequentes da contratação.

Definição por meio de Comunicação com a rede de atendimento, para que as estratégias de relacionamento e campanhas de oferta de produtos e serviços a clientes sejam divulgadas, considerando as diretrizes da PRC sobre a oferta adequada de produtos e serviços, conforme perfil e necessidade do cliente (*suitability*), sobre a observância das peculiaridades dos públicos vulneráveis, e reforçando a obrigatoriedade de observância à Legislação Externa sobre inibição de venda casada.

Definição por meio de Comunicação com a rede de atendimento para que as peças de divulgação de produtos e serviços procurem utilizar palavras que demonstrem foco no cliente, direcionando e buscando esclarecer para qual perfil é indicado.

### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**



A prática visa atingir as vulnerabilidades relacionadas: à dificuldade de acesso e compreensão de produtos e serviços financeiros; às divergências nas interpretações das informações prestadas; ao menor familiaridade com uso de soluções financeiras; à maior propensão a compras por impulsos ou em desacordo com o seu perfil/necessidade.

### **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**



Facilita o acesso e a compreensão de produtos e serviços financeiros, reduzindo a comercialização de produtos/serviços em desacordo com o perfil/necessidade do cliente.



## Oferta e publicidade de produtos e serviços adequadas ao perfil

---

### **Boa prática**

As ofertas de produtos e serviços são definidas a partir da avaliação de características pessoais de cada cliente, bem como o seu perfil e momento de vida. Isso possibilita maior adequação das ofertas às necessidades dos clientes, considerando, inclusive, os perfis de vulnerabilidade e os canais de contratação de preferência. Além disso, é vedada definição de políticas de ofertas em situações nas quais o cliente seja evidentemente incompatível com o perfil do público-alvo.

Adicionalmente, importante destacar que o Itaú permite a simulação das condições contratuais antes da efetivação da contratação, o que possibilita ao cliente avaliar se o produto ou serviço ofertado está de acordo com a sua necessidade, capacidade e objetivo no momento, além de conhecer e comparar as taxas, tarifas e valores entre os produtos semelhantes. A simulação de produtos e serviços informa os valores ou modalidades disponíveis para contratação, as possíveis parcelas e o prazo para pagamento, a taxa de juros relativa ao período simulado, os vencimentos programados, a contratação de seguro para proteção emergencial, além dos termos e condições do produto em questão. Esta funcionalidade está disponível, inclusive, nos canais de autosserviço, como Internet Banking e Aplicativo.

Adicionalmente, o Itaú Unibanco construiu uma estratégia diferenciada para distribuição de novas ofertas com a retirada de oferta ativa para determinados produtos, quando se tratar de cliente vulnerável classificado como Muito Alto ou Alto através da modelagem institucional. Isso significa que o cliente não receberá ofertas de determinados produtos, mas poderá contratar livremente caso deseje e solicite.

### **Propósito**

A boa prática tem por objetivo oferecer produtos e serviços mais adequados aos perfis de cada cliente, entendendo e respeitando o seu momento de vida e as necessidades de cada ciclo.

### **Abrangência**

O público abrangido pela ação é aquele classificado como Muito Alto e Alto de vulnerabilidade, considerando a modelagem institucional.

### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**

---



A ação está relacionada à compreensão dos produtos e serviços contratados, assegurando maior adequação das ofertas aos perfis dos clientes a partir da retirada do estímulo direto para ofertas que não convergem para o momento de vida do cliente. Importante destacar que o modelo para identificação dos clientes vulneráveis considera fatores que podem potencializar as vulnerabilidades quando combinadas, como baixa escolaridade, idade avançada, deficiência física ou cognitiva e baixa habilidade digital.

### **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**

---



Maior segurança quanto à adequação dos produtos e serviços contratados ao perfil e às necessidades dos clientes, com a retirada de ofertas daqueles mais complexos e com o direcionamento mais assertivo e detalhado, quando solicitado pelo cliente.

## Oferta e publicidade de produtos e serviços adequadas ao perfil

### **Boa prática**

O método de oferta dos produtos e serviços adotado pelo Banco Mercantil envolve a identificação do grau de vulnerabilidade do cliente, bem como direcionamento adequado para melhor acolhimento aos clientes vulneráveis. A apresentação dos ícones indicativos de risco de vulnerabilidade ocorre toda vez que o cliente passa o cartão e se autentica no autoatendimento, e também nos atendimentos presenciais na plataforma utilizada pelos gerentes.

Atualmente, os sistemas exibem automaticamente ícones de classificação de acordo com o grau de vulnerabilidade dos clientes, divididos em três grupos: Baixo, Médio ou Alto, possibilitando a todos os colaboradores se anteciparem às necessidades do cliente que será atendido.

A informação do grau de vulnerabilidade também está disponível em banco de dados, sendo consultada e utilizada pelas áreas de produtos, negócios e canais. Na definição dos públicos-alvo dos produtos e serviços com maior complexidade de entendimento, no risco mais elevado de relacionamento com clientes, o grau de vulnerabilidade é considerado para exclusão de abordagens diretas de tais produtos e serviços.

Prezando pela transparência na oferta, temos no nosso site páginas dedicadas aos conteúdos sobre os produtos e serviços, contendo informações sobre contratação, dúvidas e formas de cancelamento:



The screenshot shows the top navigation bar of the Banco Mercantil website with the logo and search icons. Below it is a breadcrumb trail: Home > Beneficiário do INSS > Empréstimos > Para quem recebe o benefício no MB. The main heading is 'EMPRÉSTIMOS'. A featured advertisement for 'Empréstimo Consignado' includes a photo of an elderly man, a description of the loan terms (up to 84 months, deducted from the benefit), and a 'Saiba mais' button.

The screenshot shows the Banco Mercantil website interface. At the top, there is a blue header with the logo and a 'Beneficiário' dropdown menu. Below the header, there is a banner featuring a smiling man and promotional text for 'Empréstimo FGTS', 'Crédito Pessoal', and 'Encontre um Ponto Mercantil'. To the right of the banner is a navigation menu with categories like 'Produtos' (Empréstimos, Cartões, Conta Corrente, Investimentos, Seguros, Transferência de Benefício, Limite Especial) and 'Serviços' (Empréstimos INSS). Below the banner is a 'FAQ - PERGUNTAS FREQUENTES' section with five questions, each with a plus sign icon to its right. A pink user profile icon is visible on the right side of the FAQ section.

**FAQ - PERGUNTAS FREQUENTES**

- 01 Quem pode contratar? +
- 02 Quais são as vantagens para mim? +
- 03 Como faço para contratar? +
- 04 Quais são as características? +
- 05 Como faço para cancelar o contrato? +

### Propósito

Após o cliente ser autenticado nas plataformas de atendimento, o grau de vulnerabilidade é automaticamente sinalizado por ícones para identificação visual pelo colaborador que está prestando o atendimento. Por isso, todos os colaboradores recebem orientações e treinamentos constantes para que estejam sempre atentos às necessidades de adequar a abordagem e a assistência ao perfil do cliente, conforme a sua indicação de risco de vulnerabilidade.

### A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo? ?

Conforme já exposto, todos os clientes possuem indicação de vulnerabilidade dentro do modelo institucional que considera variáveis para todas as vulnerabilidades.

### A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável? ?

O colaborador presta um atendimento personalizado, de acordo com o perfil do cliente, contribuindo para o correto entendimento sobre as regras e os benefícios do produto contratado.

### Quais são as evidências da boa prática? ?

A oferta adequada de produtos tem contribuído para a redução de reclamações com notificações de vendas inadequadas a este público.

## Oferta e publicidade de produtos e serviços adequadas ao perfil

---

### Boa prática

#### Condições específicas para vulneráveis

#### Propósito / Abrangência

Oferta de produtos com condições diferenciadas com a finalidade de apoiar o cliente e/ou facilitar o pagamento da sua dívida. A abrangência da ação atinge clientes com Alta e/ou Altíssima Vulnerabilidade.

#### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**



Lembrando que o modelo do Santander para identificar esses clientes entende que somente uma condição de vulnerabilidade de forma isolada não traduz uma vulnerabilidade. Por exemplo, uma pessoa idosa pode ou não ser vulnerável, assim, entendemos que o perfil de vulnerabilidade é gerado não por um fator isolado, mas, sim, por vários fatores associados como, por exemplo, idade, renda, nível de endividamento, dentre outros. E que, nesse caso, a boa prática atinge clientes com Alta e/ou Altíssima vulnerabilidade.

#### **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**



Apoio para o pagamento de dívidas e prevenção ao superendividamento para os clientes com Alta e/ou Altíssima vulnerabilidade.

#### **Quais são as evidências da boa prática?**



Indicadores de volume de contratação das ofertas: pode-se notar um aumento no volume de contratação de oferta relacionada ao alongamento de prazos, por exemplo, entre 2022 e 2023.



# Boas Práticas

3.8

**/ Como são informadas a natureza e a modalidade de crédito para o consumidor vulnerável?**

Pergunta fundamentada pelo parágrafo único do art. 8º do Normativo SARB n. 24/2021 e pelo inciso I do art. 54-D do Código de Defesa do Consumidor, que versa sobre o dever da oferta de crédito “informar e esclarecer adequadamente o consumidor, considerada sua idade, sobre a natureza e a modalidade do crédito oferecido, sobre todos os custos incidentes, observado o disposto nos arts. 52 e 54-B deste Código, e sobre as consequências genéricas e específicas do inadimplemento”.

A vulnerabilidade de conhecimento pode ser endereçada com informações adequadas sobre a natureza e a modalidade de crédito. A compreensão da dimensão financeira da contratação é essencial para a decisão e a segurança do consumidor.

### **A institucionalização da simulação de contratação e pagamento**

A forma de conferir concretude à vulnerabilidade de conhecimento é permitir que a abstração do negócio jurídico a ser realizado seja eliminada pela demonstração do impacto do crédito no patrimônio do consumidor.

A maior expressão de transparência nas relações de consumo é a exemplificação dos efeitos financeiros da contratação de crédito. Ela permite o entendimento e a compreensão do consumidor. Por isso, a simulação pode contribuir de forma substantiva para a decisão informada e consciente do consumidor e usuário do serviço.

A simulação permite a comparação dos serviços oferecidos, a realização do planejamento financeiro e, sobretudo, assegura a conscientização sobre os riscos associados ao crédito, com as variações nas taxas de juros, os custos adicionais e os efeitos do inadimplemento.

A segurança jurídica nas relações de consumo pode ser definida pela qualidade da contratação, isto é, pela qualidade substantiva do que foi pactuado entre o consumidor e/ou usuário e a Instituição ofertante do crédito. Essa é a razão de a informação proporcionada pela simulação ser tão importante para o consumidor.

As respostas fornecidas pelas Instituições participantes demonstraram que a simulação passou a ser aplicada em volume e frequência suficientes para considerar a prática amplamente institucionalizada, alcançando parte significativa do mercado de consumo.



## Como são informadas a natureza e a modalidade de crédito para o consumidor vulnerável?

### Qual é a boa prática implementada?



Na contratação de operações de crédito, os clientes BB dispõem de opção de simulação, podendo verificar, previamente à formalização, a modalidade da operação contratada, os valores da parcela e os respectivos custos envolvidos.

Destaca-se ainda que a oferta de crédito é realizada com base em modelo de propensão que considera, entre outras variáveis, a informação do grau de vulnerabilidade do cliente, havendo ainda processo de comunicação de alerta para clientes superendividados.

### Quais são as suas recomendações?



A realização das ofertas de produtos e serviços deve estar pautada na identificação adequada dos perfis dos clientes e das suas vulnerabilidades, de forma a atender às suas necessidades.

## Como são informadas a natureza e a modalidade de crédito para o consumidor vulnerável?

---

A Instituição possui processos implementados para comercialização de produtos e as suas modalidades de operações, descrito nas suas políticas e manuais. Além disso, possui material de educativo e de publicidade no sítio eletrônico da Instituição, incluindo conteúdo extensivo de perguntas e respostas disponíveis nas páginas dos canais de atendimento. Os roteiros operacionais das equipes comerciais, de formalização, de pós-venda e de cobrança apresentam os procedimentos práticos a serem executados para que todas as informações a respeito da contratação sejam repassadas ao cliente de forma simples, clara e completa.



## Como são informadas a natureza e a modalidade de crédito para o consumidor vulnerável?

### Qual é a boa prática implementada?



Comunicações comerciais diferenciadas destinadas aos públicos vulneráveis – O Banrisul mantém comunicação clara e efetiva com o seu público vulnerável relacionada a produtos/ serviços bancários, através de SMS, *push*, notificação, *e-mail marketing*, *cards*, etc. Com isso, proporciona-se ao cliente maior entendimento sobre a ação comercial que está sendo realizada, tornando mais segura a eventual tomada de decisão desses clientes. Salienta-se que os clientes contam com informações sobre as diversas opções de Pacotes de Serviços, possibilitando a escolha do pacote mais adequado ao seu perfil de consumo de serviços bancários, podendo alterá-lo sempre que julgar necessário.

A cobrança das tarifas em decorrência da prestação de serviços é comunicada previamente aos clientes e usuários, a qual tem a sua aceitação formalizada por escrito ou por meio eletrônico.

A Tabela de Tarifas Produtos e Serviços é divulgada na rede de agências, bem como aos correspondentes no País, canais telefônicos e digitais.

### Quais são as suas recomendações?



O atendimento deve ser adequado aos clientes, com informações completas e claras sobre os produtos/serviços e indicação dos canais de contato, caso o consumidor necessite de auxílio. Os envolvidos no atendimento devem prestar informações claras, confiáveis e tempestivas necessárias à livre escolha e à tomada de decisões por parte dos clientes e usuários, explicitando, inclusive, direitos e deveres, responsabilidades, custos ou ônus, penalidades e eventuais riscos existentes na execução de operações e na prestação de serviços, atentando para a forma mais adequada de comunicação quando se tratar de públicos vulneráveis, certificando-se da compreensão, por estes clientes, das informações prestadas.

É vedada qualquer modalidade de informação ou comunicação capaz de induzir em erro o cliente ou o usuário, em especial aos públicos vulneráveis, a respeito da natureza, características, riscos, taxas, comissões, tarifas ou qualquer outra forma de remuneração, prazos, tributação e quaisquer outros dados referentes a contratos, operações ou serviços oferecidos ou prestados.

Além disso, deve ser assegurado aos clientes e usuários o fornecimento tempestivo, de forma ágil e prestativa, de contratos, recibos, extratos, comprovantes e outros documentos relativos a operações e serviços prestados.

## Como são informadas a natureza e a modalidade de crédito para o consumidor vulnerável?

---

### **Qual é a boa prática implementada?**



Como temos diversos níveis de vulnerabilidade, possuímos uma matriz de risco que identifica os clientes vulneráveis, os quais são submetidos a um contato ativo no momento da venda, cujo objetivo é assegurar que o perfil do cliente esteja aderente ao produto solicitado.

### **Quais são as suas recomendações?**



Assegurar que a oferta do produto seja a mais adequada, com base na necessidade, no interesse e no objetivo do consumidor.



## Como são informadas a natureza e a modalidade de crédito para o consumidor vulnerável?

---

A Organização possui o compromisso de encantar o cliente em uma jornada transparente na comercialização dos produtos, utilizando a melhor oferta com soluções customizadas de crédito e de acordo com o seu perfil.

Previamente à contratação, o cliente realiza a simulação da operação e consegue visualizar todas as condições (taxa, prazo, tributos, etc.) e, com base nestas informações, pode realizar a tomada de decisão acerca da contratação, como, por exemplo, do Limite de Crédito Pessoal.

### Qual é a boa prática implementada?

---



Na etapa de simulação da contratação da operação, todas as condições (taxa, prazo, tributos, etc.) são expostas de forma transparente e compreensível, para que o consumidor tenha a possibilidade de, com base nas informações da proposta, compreender e tomar a melhor decisão acerca da contratação.

São disponibilizados de forma *on-line* cursos e matérias sobre educação financeira visando o acultramento e desenvolvimento da educação financeira aos clientes.

Em linha com as premissas de ter o cliente no centro da estratégia, instituímos o pós-venda corporativo com o objetivo de contarmos os nossos clientes após a contratação de um produto ou serviço (Capitalização, Cartões, Cesta de Serviços, Consignado, Seguros, Consórcios, Crédito Pessoal, Invest Fácil), para garantirmos que o atendimento tenha sido realizado de forma correta e a contratação do produto atenda ao que lhe foi ofertado.

### Quais são as suas recomendações?

---



O objetivo é assegurar oferta e comercialização de produtos e serviços de forma transparente e que atendam às necessidades, aos interesses e aos objetivos dos consumidores.

Em normativos, são descritas as tratativas que devem ser adotadas quando realizado o atendimento ao cliente potencialmente vulnerável, certificando-se de que não resem dúvidas quanto aos produtos e serviços contratados, utilizando linguagem simples, direta e sem uso de termos técnicos, e proporcionando um atendimento individualizado de acordo com a vulnerabilidade do cliente.





## Como são informadas a natureza e a modalidade de crédito para o consumidor vulnerável?

---

### Qual é a boa prática implementada?



Visando a correta identificação do cliente, a CAIXA adota a marcação do cliente na ferramenta utilizada na rede de atendimento, pois o vulnerável é identificado e a contratação é realizada mediante atendimento cauteloso. Para isso, utiliza-se de linguagem simples e inclusiva, o que tende a reduzir os riscos de uma contratação em desacordo com o seu perfil/necessidade e/ou sem o efetivo entendimento sobre as condições do produto.

Aliado a isso, a CAIXA realiza programas de educação financeira voltada ao público vulnerável, buscando capacitá-los no entendimento e utilização de produtos e serviços financeiros.

Outra medida é a simplificação de contratos, substituindo sempre que possível, os termos técnicos e de difícil entendimento por palavras similares que facilitem a compreensão do cliente.



## Como são informadas a natureza e a modalidade de crédito para o consumidor vulnerável?

### Qual é a boa prática implementada?



O processo de oferta, de contratação e de pós-venda é pautado na informação clara e disponível em todas as etapas da jornada de relacionamento com o cliente. No momento da contratação, são reforçadas as condições do produto ou serviço em questão, sendo certo que, para clientes identificados como vulneráveis, existe uma diretriz de reforço das informações e validação de entendimento, para garantir uma contratação conhecida e consentida. Importante mencionar que o cuidado com os clientes vulneráveis se inicia na definição das campanhas e ofertas que serão direcionadas para este público, priorizando aquelas mais adequadas ao seu perfil e à necessidade.

Adicionalmente, importante destacar que o Itaú permite a simulação das condições contratuais antes da efetivação da contratação, o que possibilita ao cliente avaliar se o produto ou serviço ofertado está de acordo com a sua necessidade, capacidade e objetivo no momento, além de conhecer e comparar as taxas, tarifas e valores entre os produtos semelhantes. A simulação de produtos e serviços informa os valores ou modalidades disponíveis para contratação, as possíveis parcelas e o prazo para pagamento, a taxa de juros relativa ao período simulado, os vencimentos programados, a contratação de seguro para proteção emergencial, além dos termos e condições do produto em questão. Esta funcionalidade está disponível, inclusive, nos canais de autosserviço, como Internet Banking e Aplicativo.

### Quais são as suas recomendações?



As Instituições Financeiras têm um papel fundamental na tomada de decisão dos seus clientes, motivo pelo qual é de extrema importância que as ofertas direcionadas sejam definidas a partir da avaliação do trinômio necessidade, interesse e objetivo, buscando a adequação dos produtos e serviços ao perfil dos clientes e ao momento de vida de cada um.

## Como são informadas a natureza e a modalidade de crédito para o consumidor vulnerável?

---

### Qual é a boa prática implementada?



O Banco Mercantil preza pela transparência no relacionamento com todos os seus clientes, cumprindo estritamente todas as regulações referentes à prestação das informações contratuais das operações de crédito.

Os nossos produtos de crédito sempre são referenciados como “Empréstimo Consignado” e “Empréstimo Pessoal” em todas as comunicações: nos materiais de ofertas, nas telas de contratação, nos recibos e nos SMS enviados pós- contratação.

Exemplo: SMS

---

MB: **Empréstimo Pessoal** contratado com as seguintes condições:

Data da Operação: 12/05/2023 Valor Financiado: R\$ x.xxx,xx Taxa de Juros Mensal: xx,xx%  
Custo Efetivo Total Anual: xx,xx % Quantidade de parcelas mensais: xx Valor Mensal da Parcela: R\$ xxx,xx

#### **Produto Consignado INSS: Não**

Nome do Produto: EMPRESTIMO IMEDIATO Tipo de operação: Contratação Número de Contrato: 000XXXXXXXXXXXX .

**Avalie se realmente precisa deste empréstimo e, caso queira desistir, em até 7 dias contatos após a data de contratação, chame a gente em: [mb.b.br/mel](https://mb.b.br/mel).** Necessário a devolução integral do valor líquido do empréstimo para o Mercantil. **Canal:** SMS. **Telefone de Envio:** XXXXXXXXX

---



## Como são informadas a natureza e a modalidade de crédito para o consumidor vulnerável?

---

### **Qual é a boa prática implementada?**



No Santander, todas as características do crédito ficam claras e transparentes para os clientes antes do momento da contratação em todos os canais: é disponibilizado e/ou explicado, por exemplo, os termos, as condições e os custos da contratação para o cliente antes do aceite dele na formalização.

### **Quais são as suas recomendações?**



Treinamento para todas as pessoas que atendem os clientes, com foco em linguagem simples e transparência, além da fácil visibilidade dessas características nos canais digitais.

# Boas Práticas

3.9

**/ Linguagem simples**

A linguagem pode ser compreendida como um elemento do sistema de comunicação humano, que envolve a utilização de signos e símbolos que expressam significados. O propósito da linguagem é permitir a comunicação entre pessoas. É por meio dela que se constrói e se qualifica o espaço para a interação social.

Na relação comunicacional, o receptor é o destinatário da mensagem. Para que haja a compreensão do receptor, é fundamental que a mensagem utilize um código que ele seja capaz de decodificar. É a linguagem que estabelece a conexão entre emissor e receptor, e ordena os aspectos relacionais dessa interação.

A linguagem simples é uma forma de comunicação que visa transmitir a mensagem de forma clara, direta e inclusiva. Ela torna o texto, a fala, a imagem, enfim, o contexto, mais fácil de ser absorvido e entendido pelo receptor. Mais que isso, propicia facilidade e autonomia de entendimento, plena compreensão e, sobretudo, maior capacidade para exercer escolhas conscientes e decisões consequentes.

Linguagem simples é área de conhecimento centrada na pessoa, no usuário. A sua prática requer sintonia com um conjunto de valores que compreende transparência, clareza e, especialmente, empatia. É uma técnica de comunicação que flui e se renova em movimento orgânico, por isso prevê práticas de revisão, avaliação e testagem.

Na dimensão normativa, o art. 31 do Código de Defesa do Consumidor apresenta um rol de atributos da informação que expressa a necessidade de assegurar a compreensão do consumidor na oferta e na apresentação de produtos e serviços. Clareza, precisão, correção e ostensividade são elementos mandatórios.

### **As células especializadas de atendimento**

Como apontado anteriormente, a utilização de células ou de núcleos especiais de atendimento representa boas práticas no tratamento das vulnerabilidades dos consumidores.

Os centros de atendimento especializados podem endereçar outros tipos de vulnerabilidades, tais como as de saúde, de comunicação e de interação. Para as vulnerabilidades de saúde auditiva, foi informado o uso da linguagem brasileira de sinais – Libras, reconhecida oficialmente no País pela Lei n. 10.436, de 2002.

### **A preocupação com a adequação da linguagem e a adaptação de roteiros**

Foi possível verificar como boa prática a adaptação de roteiros (*scripts*) dos canais de atendimento direcionados ao uso da comunicação clara, transparente e compreensível aos consumidores e usuários.

Outras boas práticas indicam a criação de guia de linguagem ou guia de boas práticas em comunicações para a utilização na revisão de roteiros, termos, contratos, ofertas e outros materiais de comunicação e de relacionamento com os contratantes.

### **O cuidado com a linguagem e a comunicação**

A preocupação com a linguagem oral é tão importante quanto com a linguagem escrita. Uma boa prática informada foi a atenção à comunicação que preserve o tom e a mesma voz no atendimento aos consumidores e aos usuários e, em especial, aos que apresentem vulnerabilidades.

### **Controle e adequação da linguagem**

Foram observadas boas práticas nas quais a adequação da linguagem é considerada nos processos de validação de lançamento e de aprovação de novos produtos. Assegurar que o *design* do produto seja adequado à experiência do consumidor é uma forma de mitigação de riscos desde o nascimento do produto.



## Linguagem simples

---

### **/ Boa prática**

#### **Equipe especializada no SAC para atendimento de demandas de vulneráveis do estágio mais crítico de vulnerabilidade**

Os clientes dos estágios de vulnerabilidade mais crítica dispõem de atendimento prioritário em célula específica no Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC), que prevê atendimento adequado às necessidades do público. O BB também foi pioneiro na disponibilização de atendimento em Libras para clientes surdos e mudos, prezando pelo acesso de todos os clientes às informações precisas em linguagem adequada a cada necessidade dos clientes e dos usuários do BB.

#### **Propósito**

Atendimento com linguagem simples e humanizada aderente às suas necessidades e com especial atenção à compreensão do cliente e à resolutividade das suas demandas.

#### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**



A célula especializada atende o cliente do estágio de vulnerabilidade mais crítico.

#### **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**



A equipe especializada oferece aos clientes mais vulneráveis uma experiência ainda mais humanizada e resolutiva com canais de atendimento acessíveis.

#### **Quais são as evidências da boa prática?**



Apresentamos, a seguir, infográfico com material de disseminação sobre o atendimento humanizado e resolutivo.





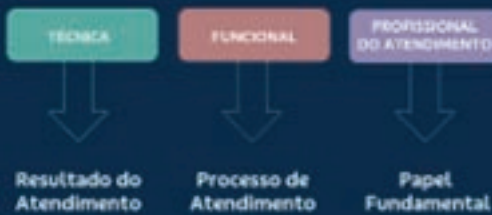
Parece estranho falar em **humanização** com seres humanos, já que **humanizar** deveria fazer parte da natureza do homem....

## Atendimento Humanizado

O conceito pode parecer simples de entender, mas num mundo cada vez mais digital o atendimento humanizado vai fazer toda a diferença.

### Dimensões do Atendimento

LAZARINI, 2012



### Nos indicadores do Banco

A dimensão Funcional é um processo que envolve a interação com o cliente, independentemente se o pedido foi atendido ou não. Neste caso a postura do funcionário vai fazer a diferença podendo transformar um possível detrator em promotor no NPS.

Na Avaliação de Atendimento, o cliente poderá ser levado a avaliar a postura do funcionário, mesmo que sua demanda não tenha sido atendida. Se o atendimento foi com genuíno interesse, focado nas reais necessidades ou desejos, o cliente vai reconhecer que o atendimento prestado foi de excelência. Por isso, o profissional do atendimento tem um papel fundamental, ele é que vai proporcionar a uma excelente experiência com a marca.

Às vezes uma **informação ou orientação** que, para nós, parece simples e corriqueira, facilita tanto a vida do cliente, que ele se sente extremamente agradecido.



## Linguagem simples

---

Conforme estabelecido no item 8.3 da Política de Relacionamento com Clientes e Usuários, os Termos e Condições do contrato são elaborados em linguagem simples, que facilite o entendimento do cliente, com destaque para as cláusulas mais relevantes para a tomada de decisão consciente. O cuidado com relação à linguagem simples se estende aos demais materiais de comunicação com o cliente em geral e com o vulnerável.

O Daycoval possui a concepção de linguagem voltada a todo os públicos atendidos pela Instituição. Contudo, pelo entendimento da sua carteira em consignação, a jornada de contratação foi simplificada visando o entendimento mais claro e etapas facilitadas para a inclusão do público vulnerável.

Ou seja, para seguir com a jornada mencionada, além dos itens de segurança para mitigar originação e formalizações irregulares e até um vídeo de prevenção a fraudes, os detalhes da proposta com valores e taxas são apresentados em uma tela única para aceite do cliente, demonstrando as condições de forma clara e transparente, sem a necessidade do acesso à cédula de crédito para acessar tais informações, e a conclusão é seguida pela coleta de biometria facial (*selfie*).



## Linguagem simples

---

### **Boa prática**

Adaptações nos *scripts* dos Canais de Atendimento.

#### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo? ?**

---

Todos os públicos vulneráveis nos seus diferentes níveis de vulnerabilidade, identificados no modelo.

#### **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável? ?**

---

Uniformiza a prestação de comunicação mais clara, transparente e de fácil compreensão aos públicos vulneráveis, principalmente os relacionados aos motivos elencados de maior informação e reclamação pelos clientes, nos canais primários da Instituição. Assim, as áreas gestoras de canais de atendimento a clientes e usuários revisaram os seus *scripts* de atendimento, adequando-os a uma linguagem amigável. Houve a realização de treinamento sobre os públicos vulneráveis aos atendentes do Banco, evidenciando como deve ser a abordagem quando identificada uma vulnerabilidade, para que o atendimento realizado permita a correta interpretação pelo cliente ou usuário.

#### **Quais são as evidências da boa prática? ?**

---

Monitoramento dos indicadores de atendimento.

## Linguagem simples

---

### Boa prática

#### O Tom de Voz do Bmg

O tom de voz Bmg é uma diretriz do Banco, com o objetivo de que todos os colaboradores consigam se comunicar com os clientes com o mesmo tom e a mesma voz, para manter a consistência em todos os nossos canais de atendimento, com cuidado especial ao público vulnerável.

Uma das principais atribuições é que a nossa comunicação seja clara, didática e acolhedora. Queremos promover a inclusão digital, oferecendo uma experiência mais fácil e prazerosa possível, além de direta, amigável e inclusiva.

#### Propósito

A comunicação é a personalidade de uma empresa/marca. A nossa marca reflete quem nós somos e como queremos que os nossos consumidores nos percebam quando utilizarem os nossos produtos e serviços. Por isso, utilizamos os nossos elementos da marca de forma consistente em todos os pontos de contato.

#### Abrangência

Foi realizado o mapeamento do tom de voz desejado para a marca Bmg, em seguida realizamos treinamento com colaboradores/prestadores de serviço, a fim de aculturá-los na construção da nova marca. Além disso, realizamos o envio de comunicações internas, divulgação de materiais para consulta e retirada de dúvidas, bem como revisamos a comunicação utilizada em todos os canais de atendimento.

#### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**



Promovemos a inclusão digital e oferecemos experiências acolhedoras para todos os públicos e, em especial, ao público potencialmente vulnerável.

## A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?

?

- ▶ Revisão do *script* de como se comunicar com o cliente;
- ▶ SLA diferenciada;
- ▶ Linguagem adequada; e
- ▶ Inclusão e acolhimento.

## Quais são as evidências da boa prática?

?

- ▶ Pesquisa NPS
- ▶ Jornada do cliente com a Instituição

**Diretrizes**

<b>Pilar + racional</b>	<b>Pilar + emocional</b>
<b>1. Informativo</b> Somos falantes e detalhistas, buscamos manter nossos clientes sempre informados.	<b>4. Parceiro</b> Nossa linguagem é leve e informal, é conversada.
<b>2. Tradutor</b> Evitamos ruídos: traduzimos o bancarês e o que é difícil.	<b>5. Vibrante</b> Trazemos para a nossa linguagem a vontade de vencer.
<b>3. Didático</b> Priorizamos a clareza e objetividade em nossas mensagens.	<b>6. Pop</b> Nossa fala é leve e pode, sim, ser bem-humorada.



## Linguagem simples

---

### **/ Boa prática**

A série de vídeos do Bradesco Explica tem como objetivo promover a inclusão digital e a educação financeira, com as explicações necessárias de maneira simples e clara, proporcionando a compreensão de como funcionam alguns produtos e serviços dos canais digitais, além de garantir maior engajamento no uso de novos modelos de negócio como o Pix e Open Finance, por exemplo.

#### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**



A boa prática visa oferecer informações de forma simples, visual aos usuários que tenham dificuldade de entendimento das tecnologias e produtos bancários, facilitando o entendimento sobre os produtos e a navegabilidade aos usuários, considerando os clientes com maior vulnerabilidade.

#### **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**



Por meio de um site institucional, os clientes têm acesso às informações com linguagem acessível e de fácil compreensão para todos os públicos, inclusive os de vulnerabilidades mais elevadas.

Os dados sobre produtos e serviços são apresentados de forma transparente e precisa, para que a pessoa tome decisões com consciência e segurança.

A série Bradesco Explica foi cuidadosamente elaborada para diversos produtos, serviços e assuntos, como:

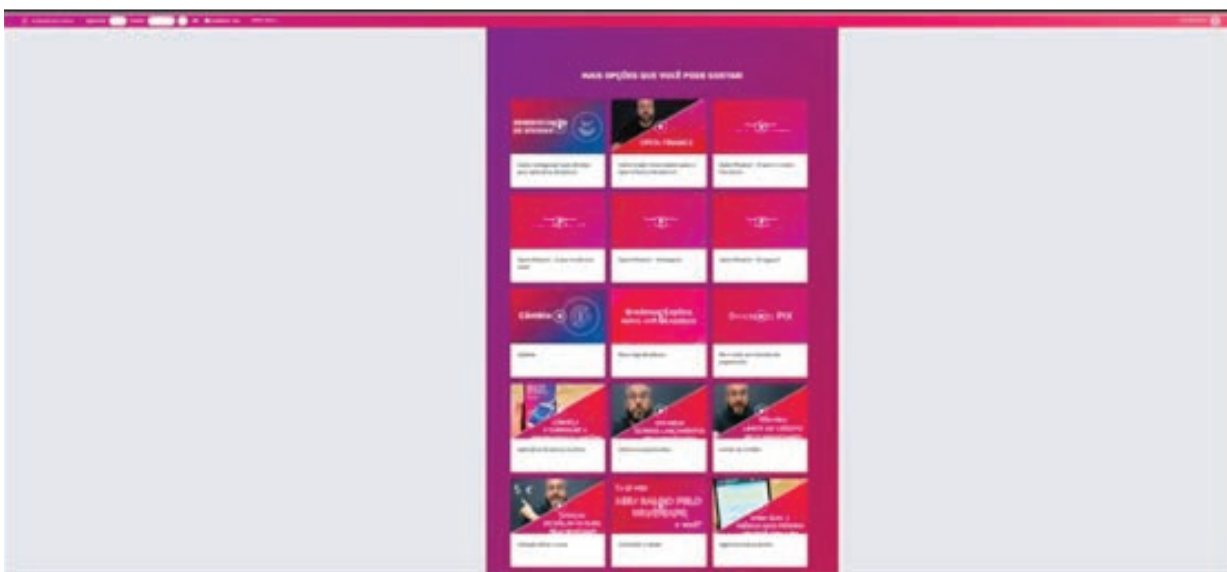
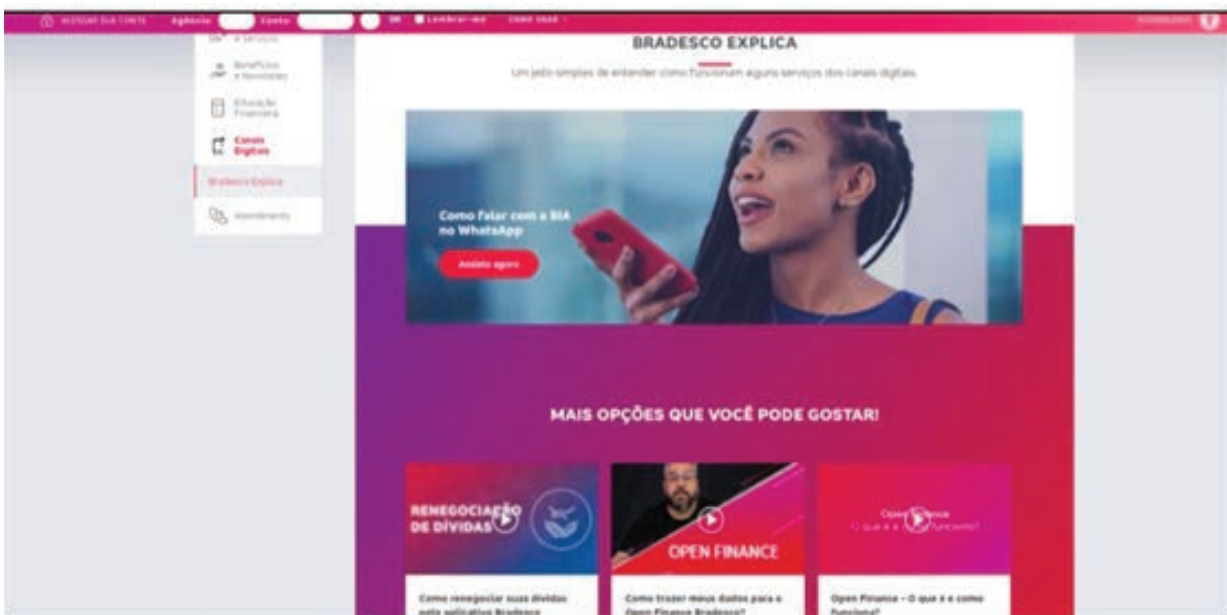
- ▶ Open Finance
- ▶ Câmbio
- ▶ Pix
- ▶ Cartões
- ▶ Limites de Crédito
- ▶ Consultas de Saldos
- ▶ Busca de Agências
- ▶ Recargas de Celular

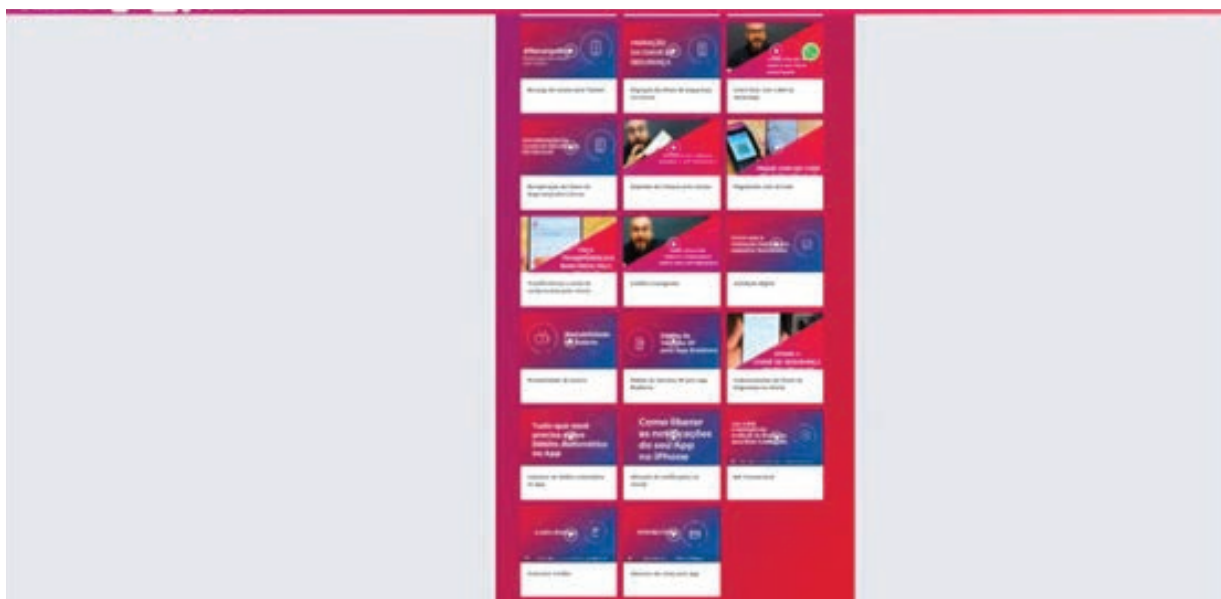
- ▶ Chaves de Segurança
- ▶ Depósitos de Cheques pelo Celular
- ▶ Pagamento por QR Code
- ▶ Portabilidade de Salário
- ▶ Biometria
- ▶ Golpes e Fraudes

## Quais são as evidências da boa prática?

?

### Bradesco Explica | Canais Digitais | Bradesco (banco.bradesco)





## **Boa prática**

Material de apoio elaborado pelos gestores de produtos, para guiar os funcionários a prestar o melhor atendimento ao cliente potencialmente vulnerável.

### **Propósito**

**Dar atendimento ao cliente considerando a sua vulnerabilidade.**

### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**



A boa prática visa guiar os funcionários a prestar o melhor atendimento ao cliente potencialmente vulnerável, para que este entenda a funcionalidade do produto ou serviço, e tenha todas as dúvidas sanadas.

### **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**



Orientar para que os pontos mais sensíveis do produto/serviço sejam reforçados ao cliente, de forma clara e objetiva, e que, no momento de realizar o atendimento, seja confirmado o entendimento da funcionalidade do produto ou serviço e o cliente elimine todas as dúvidas.



## Quais são as evidências da boa prática?

?

Normativos internos e materiais publicados em portal corporativo.



## Linguagem simples

---

### Boa prática

Disponibilização de Guia de Linguagem para que as áreas da CAIXA que possuem atuação ou produtos/serviços destinados e comercializados para públicos vulneráveis possam realizar revisões de termos, contratos, páginas e demais ações de comunicação, a fim de proporcionar maior compreensão a partir da simplificação das informações presentes nesses documentos.

#### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**

---



A prática visa mitigar as vulnerabilidades relacionadas à dificuldade de acesso e compreensão de produtos e serviços financeiros; divergências nas interpretações das informações prestadas pelo agente financeiro; necessidade de apoio de terceiros para leitura e interpretação de contratos.

Como exemplo, podemos citar as situações em que o empregado orienta o cliente a realizar o depósito do valor da parcela de determinado empréstimo próximo à data de vencimento, para que a parcela possa ser paga diretamente, descontando o valor da conta. Entretanto, em muitos casos, o cliente entende que o simples fato de depositar o valor já efetiva o pagamento. Para isso, é necessário reforçar que o valor será debitado na data de vencimento da parcela, então, se o depósito for feito antes, o cliente não pode utilizar aquele recurso, precisa deixá-lo reservado até que ocorra o efetivo pagamento.

O Guia de Linguagem e o Modelo de Atendimento desenvolvidos para Clientes Potencialmente Vulneráveis devem ser utilizados como direcionador do atendimento humano, sempre considerando as necessidades dos clientes e as possibilidades de divergência na interpretação, para que a orientação seja o mais claro possível, além de eficaz.

#### **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**

---



A informação adequada ao nível de vulnerabilidade do cliente permite a decisão consciente do consumidor, contribuindo para a segurança da relação de consumo.



## Linguagem simples

---

### **Boa prática**

São adotadas ações recorrentes para simplificar as comunicações obrigatórias que tendem a ser mais burocráticas, dando maior clareza ao cliente, melhorando a compreensão e identificando o canal mais efetivo. Foram realizados alguns laboratórios com clientes, *workshops* com diversas áreas para contextualizá-las da relevância do tema, mapeando e identificando oportunidades de melhoria, tendo sido realizadas apresentações para as áreas impactadas com o objetivo de disseminar o Guia de Boas Práticas de Comunicações e incentivar a adoção das melhorias de forma habitual. Como escopo principal, foram realizadas revisões nas principais comunicações de serviços e produtos atrelados à conta corrente, como revisão da informação de reajuste anual e fim de isenção de pacote de tarifas.

### **Propósito**

Simplificar, dar maior clareza e transparência durante o relacionamento com os clientes, promover o pleno entendimento durante o atendimento e respectivas contratações de produtos e serviços.

### **Abrangência**

Todos os clientes da Instituição, assim como os colaboradores das áreas de negócios e aqueles que atuam nas ações de melhoria e simplificação das comunicações.

### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**



Os públicos-alvo são todos os clientes da Organização, especialmente aqueles com maior dificuldade de compreensão durante o relacionamento com a Instituição Financeira. Importante destacar que o modelo para identificação dos clientes vulneráveis considera fatores que podem potencializar as vulnerabilidades quando combinadas, como baixa escolaridade, idade avançada, deficiências física ou cognitiva e baixa habilidade digital.

## A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?



Maior simplicidade, clareza e assertividade sobre informações relevantes no momento de oferta e durante contratação de produtos e serviços, permitindo uma melhor compreensão de todos os clientes.

## Quais são as evidências da boa prática?



Guia de Boas Práticas de Comunicação, onde o colaborador encontra orientações para uso no dia a dia sobre como elaborar peças de comunicação e, especialmente, para quando há aspectos legais/regulatórios que precisam ser observados.



**A sua MaxiConta Universitária irá mudar!** 

A sua formatura está chegando e a partir de **jan/23**, você contará com o **Itaú Pacote 3.0**, com valor mensal de **R\$ 49,05**. Saiba mais em: [meu.itau/tabela-tarifas](https://meu.itau/tabela-tarifas)

Lembramos que você pode alterar ou cancelar o seu pacote a qualquer momento em [conta corrente > pacote de serviços > meu pacote](#)

**A partir do próximo mês,  
a mensalidade dessa conta  
voltará a ser cobrada,  
já que terminou o período  
de gratuidade  
que combinamos.**

Você pode alterar ou cancelar  
o seu pacote a qualquer momento.

[saiba mais](#)



## Linguagem simples

### Boa prática

Desenvolvimento de comunicações direcionadas, com linguagem e recursos de mídias adaptados para melhor compreensão e entendimento, contendo orientações para maior segurança no uso dos canais transacionais e da rede de atendimento.

#### A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?

?

Idosos, pessoas com deficiência e com baixa capacidade de compreensão.

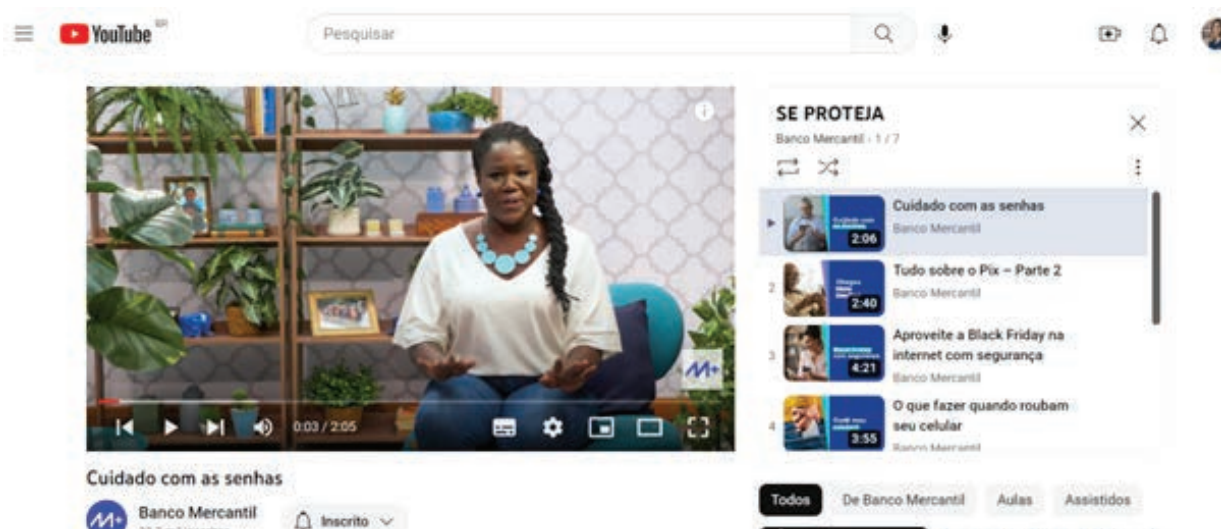
#### A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?

?

Melhor compreensão e interação na jornada de utilização dos canais transacionais e da rede de atendimento.

#### Quais são as evidências da boa prática?

?





5 dicas para não cair em golpes durante suas compras on-line


 Banco Mercantil  
23,7 mil inscritos

 Inscrito 



Tudo sobre o Pix – Parte 2

 Banco Mercantil  
23,7 mil inscritos

 Inscrito 

## Linguagem simples

---

### **Boa prática**

#### **Treinamento, Comunicação e Orientação**

##### **Propósito / Abrangência**

Treinamento, Guia de Boas Práticas e fomento através de comunicações periódicas sobre dicas de atendimento, reforçando o uso de linguagem simples e de transparência. Um exemplo que pode ser citado é um dos tópicos de “condutas inapropriadas” do Curso Institucional de Vulneráveis sobre linguagem/comunicação complexa e técnica. O objetivo da ação visa apoiar os clientes, fazendo com que entendam as informações passadas pelo Banco e que não tenham dúvidas. A abrangência da ação: todos os funcionários da Instituição.

### **Boa prática**

#### **Ajuste de roteiros de atendimento**

##### **Propósito / Abrangência**

Ajuste do roteiro de atendimento dos analistas do pós-venda do Santander, utilizando linguagem simples, com o objetivo de fornecer um atendimento mais completo e claro aos clientes. A abrangência da ação: clientes com Altíssima vulnerabilidade.

### **Boa prática**

#### **Comitê de Aprovação de Produtos**

##### **Propósito / Abrangência**

No Santander, prezamos por uma comunicação transparente e de fácil entendimento aos clientes: essa é uma premissa no lançamento e aprovação do produto. Existe olhar atento e validação de comunicação sob a ótica de risco de conta. A abrangência da ação: todos os clientes do Banco, inclusive os vulneráveis.



## **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**



A abrangência da ação: clientes com Altíssima vulnerabilidade.

Lembrando que o modelo do Santander, para identificar esses clientes, entende que somente uma condição de vulnerabilidade de forma isolada não traduz uma vulnerabilidade. Por exemplo, uma pessoa idosa pode ou não ser vulnerável, assim, entendemos que o perfil de vulnerabilidade é gerado não por um fator isolado, mas, sim, por vários fatores associados como, por exemplo, idade, renda, nível de endividamento, dentre outros. E que, nesse caso, a boa prática atinge clientes com Altíssima vulnerabilidade.

## **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**



A boa prática protege o vulnerável quando prepara o atendimento humano para explicar as nossas ofertas ou sanar dúvidas de diferentes maneiras, se adequando à forma que o cliente vulnerável mais entenda.

## **Quais são as evidências da boa prática?**



Quatro métricas que acompanhamos e que refletem a boa prática são:

- ▶ NPS (Net Promoter Score) – Essa métrica verifica a satisfação/recomendação dos clientes. Atualmente, o NPS dos clientes Alto e Altíssimo vulneráveis é maior que o do cliente PF padrão;
- ▶ Reclamações – Essa métrica calcula a quantidade de reclamações nos canais do Banco. Atualmente, é possível observar que o índice de reclamação para clientes Alto e Altíssimo vulneráveis é menor que o do cliente padrão PF;
- ▶ Pesquisa de satisfação da URA – Essa métrica avalia a satisfação dos clientes após passar por um atendimento via URA: é uma nota dada pelo cliente referente ao atendimento prestado após o término da ligação. Atualmente, a nota dessa pesquisa é maior para clientes vulneráveis do que a nota dada pelo cliente “padrão”; e
- ▶ Acompanhamento e % de funcionários treinados no tema – Essa métrica considera a evolução do curso na Instituição, com a quantidade de pessoas que finalizaram o curso. Atualmente, temos altos patamares (acima 95%) de aderência/conclusão.

# Boas Práticas

## 3.10

**/ Como é assegurada a prestação da informação clara e transparente aos consumidores vulneráveis? Em que ela difere da informação ao público em geral?**

A questão foi formulada com base no parágrafo único do art. 8º do Normativo SARB n. 24/2021 – Garantia de “acesso a informações claras e transparentes, proporcionando-lhes plenas condições para uma tomada de decisão consciente a respeito de seus produtos e serviços”.

Informação clara e transparente para o público é assegurada com atendimentos especializados. A boa prática informada pelos participantes do Guia aponta para a preparação das equipes de colaboradores por meio de cursos de capacitação e treinamento, visando o uso da comunicação clara, transparente e responsável.

#### **A ampliação de jornadas de atendimento**

Nas centrais de atendimento, a boa prática informada consiste na ampliação da jornada de atendimento, com instruções para digitalização ou atendimentos na Central, considerando-se a escolha do cliente.

#### **Mecanismos de alerta para intervenção da célula especializada de atendimento**

A boa prática informada destaca o acompanhamento de alertas críticos, indicando a necessidade de intervenção da célula especializada para atender à necessidade apontada pela vulnerabilidade do consumidor.

#### **Orientação e validação de materiais e estratégias de comunicação**

O material destinado à comunicação com consumidores vulneráveis obedece a um processo de orientação e de validação por áreas relacionadas aos clientes ou à conduta. Trata-se de uma representação da centralidade do consumidor nos processos de comunicação.



## Como é assegurada a prestação da informação clara e transparente aos consumidores vulneráveis? Em que ela difere da informação ao público em geral?

### Qual é a boa prática implementada?



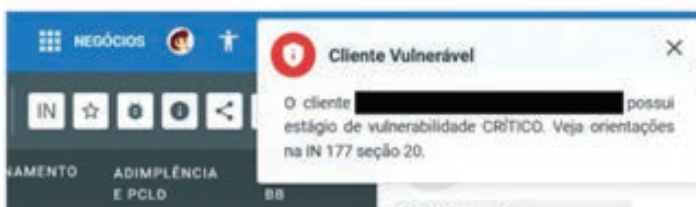
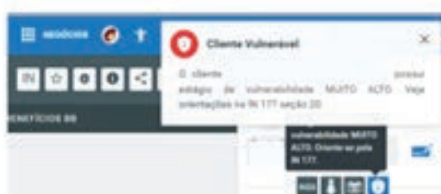
O Banco do Brasil dispõe de ferramenta que identifica os clientes vulneráveis nos diversos canais de atendimento, de forma a possibilitar prestar atendimento priorizado e adequado às necessidades dos clientes marcados em estágios mais críticos. Um exemplo é o Sensibiliza - procedimentos para atendimento priorizado de vulneráveis, especialmente os dos estágios mais elevados, no acolhimento de reclamações pela Ouvidoria Externa.

Nos nossos materiais de orientação ao corpo funcional, reforçamos a atenção e o cuidado que devem ser dispensados a todos os clientes e, em especial, àqueles que possuem estágios de vulnerabilidade mais elevados, a exemplo do material a seguir apresentado:



**Com essa novidade, eu nem preciso de óculos pra ver!**

Agora para os graus **Crítico** e **Muito Alto**, aparece um **POP-UP** na plataforma ao consultar o perfil dos clientes.



## Quais são as suas recomendações?

---



Capacitação constante dos funcionários quanto à identificação, ao uso das ferramentas disponíveis e aos cuidados específicos no trato com clientes de graus de vulnerabilidade mais elevados são fatores fundamentais para que seja assegurada a prestação de informações claras e transparentes aos clientes vulneráveis.

Além disso, é importante atentar para a disponibilização de conteúdos que sejam acessíveis a esses clientes nos diversos canais com linguagem simples e aderente às suas necessidades.

## Como é assegurada a prestação da informação clara e transparente aos consumidores vulneráveis? Em que ela difere da informação ao público em geral?

---

O Daycoval está constantemente preocupado com a população do nosso país, principalmente, com aqueles que não possuem conhecimento para evitar fraude e golpes ou como ter uma saúde financeira ideal, sejam clientes, não clientes ou prospectos. Em razão desta preocupação social, são realizadas diversas publicações sobre os pontos citados. Ainda, o Banco Daycoval participa das semanas de prevenção a fraudes coordenadas pela Febraban, bem como toma a iniciativa de divulgação de publicações elaboradas pela Organização. Na página de Ouvidoria, no sítio eletrônico do Daycoval (<https://www.daycoval.com.br/institucional/ouvidoria>), são disponibilizados diversos vídeos da Febraban abordando os temas de crédito consignado, Lei Geral de Proteção de Dados, negociação de dúvidas, entre outros. Além da divulgação da página de Segurança e Prevenção a Fraudes (<https://www.daycoval.com.br/institucional/seguranca-e-prevencao-a-fraude>).

Nas redes sociais do Daycoval, como LinkedIn, Facebook e Instagram, são realizadas publicações recorrentes, como cuidado na aplicação de golpes em geral, atenção a boletos falsos, SRV do Banco Central, como realizar a devolução de um empréstimo, aplicação de golpes em datas comemorativas, etc. No anexo, constam *links* como evidência das divulgações/publicações.



## Como é assegurada a prestação da informação clara e transparente aos consumidores vulneráveis? Em que ela difere da informação ao público em geral?

---

### Qual é a boa prática implementada?



Foi realizada adaptação da linguagem, a fim proporcionar o correto entendimento das informações pelo público vulnerável. Esta adaptação ocorre tanto no atendimento presencial quanto nas mensagens encaminhadas e na elaboração dos *scripts* diferenciados para estes clientes. É realizado o monitoramento da qualidade dos atendimentos não presenciais, através de ferramenta de auditoria, considerando amostra válida que verifica a conformidade do atendimento aos padrões estabelecidos pelo Banrisul, considerando o tratamento aos públicos vulneráveis. Em relação ao atendimento presencial, é realizado o acompanhamento dos registros efetuados nos canais de atendimento, além de pesquisas de satisfação nos diversos canais de atendimento.

### Quais são as suas recomendações?



Certificação do completo entendimento das informações prestadas a este público, sempre disponibilizando aos clientes os canais de atendimento disponíveis, caso necessitem de informações e de orientações.

Recomenda-se evitar a utilização de linguagem com terminologias de difícil entendimento.

## Como é assegurada a prestação da informação clara e transparente aos consumidores vulneráveis? Em que ela difere da informação ao público em geral?

### Qual é a boa prática implementada?



Dispomos de uma célula de atendimento especializada voltada para o público vulnerável e buscamos manter os clientes sempre orientados sobre cada detalhe e, principalmente, cada benefício proporcionado. A nossa fala é transparente, consciente e responsável, por meio da qual buscamos transmitir confiança, credibilidade e empatia, com base no acionamento do cliente.

O nosso objetivo é assegurar que a prestação da informação seja adequada, ágil e eficaz, sendo os indicadores insumos importantes para o controle de qualidade. Os atendimentos são monitorados e auditados, com o objetivo de manter excelência no atendimento.

### Quais são as suas recomendações? O que deve ser observado na implementação?



Promovemos o acultramento dos colaboradores e prestadores de serviço sobre o tom de voz adequado, por intermédio de treinamentos, análise qualitativa e avaliação dos atendimentos para preservar uma jornada fluida para o cliente.

### Quais são os pontos de atenção?



Observar os direitos do consumidor; proporcionar atendimento justo, equitativo e não discriminatório; e assegurar maior cuidado no processo de venda, explicando de forma cuidadosa e com linguagem clara e acessível. Alinhamento para garantir que a linguagem seja uniforme, “única”, independente do canal de atendimento. Atualização constante do material de treinamento e novas rodadas de capacitação para os colaboradores, visando que todos estejam alinhados com o Tom e Voz que a empresa deseja.

### O que deve ser evitado?



Linguagem muito técnica e complexa, impaciência, termos em inglês, uso de siglas (explícamos quando temos que usá-las), expressões que excluam algum público ou tragam constrangimento. Incentivamos o uso de expressões que acolham todos os clientes e gerem acessibilidade.





## Como é assegurada a prestação da informação clara e transparente aos consumidores vulneráveis? Em que ela difere da informação ao público em geral?

---

Para assegurar a prestação de informação de forma clara e transparente aos clientes potencialmente vulneráveis, a Organização possui a marcação sistêmica do cliente potencialmente vulnerável, informando através de mensagem ao gerente e Centrais de Atendimento.

São disponibilizadas em portal corporativo orientações diferenciadas para o atendimento dos clientes potencialmente vulneráveis, para guiar o melhor atendimento.

A Organização oferece treinamentos diferenciados aos funcionários, com o objetivo de garantir a qualidade do atendimento a clientes potencialmente vulneráveis. As vendas e o atendimento ao cliente, considerando também o pós-venda, devem ser feitos com informações claras e respeitar a necessidade, o perfil e o momento de vida do cliente.

### Qual é a boa prática implementada?

---



Disponibilização de marcação sistêmica e material de apoio ao gerente para que seja realizada uma abordagem diferenciada aos clientes potencialmente vulneráveis no momento do atendimento: proporcionando uma jornada com transparência na comercialização; fazendo o uso de linguagem simples, direta e objetiva; e certificando-se de que o cliente entendeu a funcionalidade e as condições do produto ou serviço.

### Quais são as suas recomendações?

---



Deve-se prestar o melhor atendimento aos clientes, considerando a vulnerabilidade de cada um, usando uma linguagem simples, objetiva, direta; e certificando-se de que, ao final do atendimento, o cliente não ficou com dúvidas.



## Como é assegurada a prestação da informação clara e transparente aos consumidores vulneráveis? Em que ela difere da informação ao público em geral?

---

A comunicação voltada ao público potencialmente vulnerável é orientada e/ou validada pela Área de Clientes.

### **Qual é a boa prática implementada?**



Disponibilização de Guia de Linguagem para que as áreas da CAIXA que possuem atuação ou produtos/serviços comercializados para públicos vulneráveis possam realizar revisões de termos, contratos, páginas e demais ações de comunicação, a fim de proporcionar maior compreensão a partir da simplificação das informações presentes nesses documentos.

As ações de comunicação e demais textos voltados ao público potencialmente vulnerável, ou sobre as orientações aos empregados encarregados de realizar o atendimento a este público, são validados pela área de clientes, visando observar a adequação às suas especificidades.

Tais ações asseguram maior autonomia aos clientes, visto que são capazes de compreender melhor as informações prestadas, e garantem a segurança na relação de consumo, visto que permitem tomada de decisão consciente.

### **Quais são as suas recomendações?**



As áreas demandantes ou empregados devem ser orientados a passar as informações sobre os produtos/serviços de forma clara, simples e acessível, visando aumentar a compreensão dos clientes, para que se sintam mais seguros na tomada de decisão acerca da contratação.



## Como é assegurada a prestação da informação clara e transparente aos consumidores vulneráveis? Em que ela difere da informação ao público em geral?

### Qual é a boa prática implementada?



Nas centrais, temos atendimento diferenciado para os clientes vulneráveis com:

- ▶ Identificação dos clientes na tela de trabalho dos operadores;
- ▶ Capacitação dos colaboradores e disponibilização de orientações específicas para atuação;
- ▶ Jornadas com atendimento ampliado na modalidade assistida em Cartões, com instrução para digitalização ou atendimento das demandas através da Central, conforme preferência do cliente; e
- ▶ Acompanhamento com alertas críticos para intervenção tempestiva em clientes vulneráveis, por célula especializada em situações específicas como, por exemplo, muito tempo em linha ou muitas transferências durante a chamada.

No ambiente presencial, também há atendimento diferenciado:

- ▶ Marcação de “cuidado especial” nos sistemas utilizados pelos gerentes e consultores; e
- ▶ Capacitação dos colaboradores e disponibilização de orientações específicas para atuação.

Na jornada de *onboarding* do cliente, temos *welcome kit* adaptado para clientes com deficiência visual (enviado quando o cliente solicita o cartão com essa diferenciação). O kit conta com:

- ▶ Carta em Braille e com sinais ampliados, que orienta sobre o acesso ao App e o desbloqueio; o porta-cartão; os contatos de central de atendimento e o endereço da página onde o cliente tem acesso facilitado aos Apps e aos benefícios; e o contrato com as condições gerais dos produtos;



- ▶ Cartão com dois plásticos brancos, com os dados do cartão em letras ampliadas em Braille; e



- ▶ Envio de faturas físicas para clientes identificados como vulneráveis e que não se servem de fatura digital.

### **Quais são as suas recomendações?**

---



As Instituições Financeiras precisam garantir a transparência efetiva em todos os momentos da jornada do cliente, destacando os benefícios, as condições, os custos e os valores dos produtos e serviços; e permitindo que a tomada de decisão aconteça de forma clara, conhecida e consentida, e a autogestão dos produtos e serviços contratados, de forma intuitiva.

## Como é assegurada a prestação da informação clara e transparente aos consumidores vulneráveis? Em que ela difere da informação ao público em geral?

### Qual é a boa prática implementada?



No Banco Mercantil, a oferta de produtos e serviços aos clientes é realizada considerando o perfil, as características e as vulnerabilidades do público-alvo e conforme definido na fase de concepção.

Na divulgação dos seus produtos e serviços, para assegurar a prestação de informações de forma confiável, compreensível e tempestiva, a Instituição conta com um processo de governança com o envolvimento de diferentes áreas, incluindo a Gerência de Conduta, que atua, tempestivamente, na avaliação e aprovação dos materiais endereçados a clientes, observando-se adequação da abordagem, melhores práticas em conduta e conformidade com as normas internas e externas.

Outra ação que visa assegurar a prestação de informação clara e transparentes de forma diferenciada aos clientes vulneráveis e a identificação dos graus de vulnerabilidade nos sistemas. Após o cliente ser autenticado nas plataformas de atendimento, o grau de vulnerabilidade é automaticamente sinalizado por ícones para identificação visual pelo colaborador que está prestando o atendimento. Todos os colaboradores recebem orientações e treinamentos constantes para que estejam sempre atentos às necessidades de adequar a abordagem e a assistência ao perfil do cliente, conforme a sua indicação de risco de vulnerabilidade.

**Fica a Dica**

E para ficar por



**Aprenda a diferenciar TED, DOC e Pix na hora de fazer uma transferência**



**Banco Merca...**  
23,7 mil inscritos



Inscrito ▾

👍 38



Compartilhar



1,1 mil visualizações há 10 meses BELO HORIZONTE

**Quais são as suas recomendações?**



Garantir a clareza, transparência e precisão na prestação de informações de produtos e serviços fundamentais para a livre escolha e tomada de decisões por parte de clientes mais vulneráveis, contemplando direitos e deveres, responsabilidades, custos ou ônus, penalidades e eventuais riscos que podem incidir na realização de operações bem como na prestação de serviços.

## Como é assegurada a prestação da informação clara e transparente aos consumidores vulneráveis? Em que ela difere da informação ao público em geral?

---

A prestação da informação clara e transparente aos consumidores vulneráveis se dá quando o Santander prepara o seu atendimento humano para explicar as nossas ofertas ou sanar dúvidas de diferentes maneiras, se adequando à forma que o cliente vulnerável mais entenda. Os funcionários que atendem os clientes vulneráveis realizam um curso bem completo e que orienta sobre prestação de informação clara e transparente aos consumidores, indicando inclusive que linguagem técnica e complexa é uma conduta inapropriada. Além disso, comunicações periódicas sobre o tema são realizadas.

### **Qual é a boa prática implementada?**

---



Treinamento, Orientação e Cartilha de Boas práticas, bem como medidas disciplinares para gestão de consequências.

### **Quais são as suas recomendações?**

---



Mobilização cultural da Organização para ampla aderência e cumprimento do treinamento, bem como engajamento de todos para a construção de ações com foco em vulneráveis.



# Boas Práticas

3.11

**/ Atendimento equitativo**

As vulnerabilidades dos consumidores são representações substantivas do desequilíbrio na relação com os fornecedores. Por essa razão, muitas das normas e disposições do Código de Defesa do Consumidor cumprem a finalidade de compensar esse desequilíbrio e assegurar uma relação harmônica entre os contratantes.

O atendimento equitativo guarda o mesmo conceito. Trata-se de medida que procura reequilibrar a relação com consumidores e usuários, mediante ações que compensem a desigualdade.

### **Equipes especializadas para atendimento**

Nota-se que, usualmente, as boas práticas apresentadas pelas Instituições estão relacionadas à designação de atendimentos especializados. Para tanto, as equipes recebem sensibilização, capacitação e treinamento especializados para o atendimento das vulnerabilidades dos consumidores e usuários.

Destaca-se, ainda, que, para além da preparação e designação de equipes, há procedimentos e ferramentas próprias para endereçar as vulnerabilidades dos consumidores e usuários.

### **Novas alternativas de soluções para as vulnerabilidades decorrentes de idade**

Consumidores e usuários idosos, pensionistas e aposentados receberam uma opção de fluxo diferenciada e facilitada, por meio de aplicativo, para realizar o que foi designado como prova de vida pelo Instituto de Seguridade Social – INSS. Tal medida endereça a vulnerabilidade de mobilidade, entre outras, evitando o deslocamento físico até os postos de atendimento e o tempo de espera presencial.

### **Canais de atendimento e esteira de serviços especializados**

Uma das boas práticas informadas refere-se ao encaminhamento à atenção prioritária de cliente ou usuário com vulnerabilidades identificadas no momento do atendimento pelos canais usuais.

### **Atendimento presencial com horário reservado e exclusivo para idosos**

Entre as ações relatadas, destaca-se o atendimento presencial aos idosos em horário reservado e exclusivo para eles. Nesse caso, considerou-se a necessidade de atendimento mais personalizado, dedicado e eficiente em razão das vulnerabilidades que levam a maiores dificuldades de compreensão dos produtos e serviços contratados.



## Atendimento equitativo

---

### **Boa prática**

O Banco do Brasil também se preocupa com a atendimento humanizado e, para isso, dissemina ao seu corpo funcional a importância deste modelo de atendimento. Neste sentido, conta com equipe especializada no SAC para resolução de demandas de vulneráveis do estágio mais elevado e com serviço especializado de intérprete de Libras para clientes com deficiência auditiva ou de fala.

#### **Equipe especializada no SAC para atendimento de demandas de vulneráveis do estágio crítico**

Os clientes dos estágios de vulnerabilidade mais elevada dispõem de atendimento diferenciado no Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC), que prevê uso de linguagem simples e atenção especial para garantir que as informações prestadas foram compreendidas.

#### **Sensibiliza**

No âmbito da Ouvidoria Externa, foi implementada a esteira Sensibiliza, que prevê tratamento especializado e prioritário das demandas dos clientes dos estágios de vulnerabilidade mais elevada.

#### **Serviço especializado de intérpretes de Libras**

O BB conta com serviço de intérprete de Libras para atendimento presencial e remoto, tornando os seus canais de atendimento acessíveis a deficientes auditivos e de fala. Trata-se de ação inclusiva para permitir autonomia e comunicação acessível sobre negócios, Ouvidoria e serviços de SAC.

#### **Novas alternativas de soluções voltadas aos idosos**

O BB tem soluções exclusivas para aposentados e pensionistas, com a opção de fluxo de prova do INSS diretamente no App, sem a necessidade de deslocamento à agência.

Além da prova de vida, há soluções em crédito específicas para beneficiários do INSS.

## Propósito

Possibilitar atendimento adequado e inclusivo, aderente às necessidades dos clientes.

## **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**



Clientes vulneráveis dos estágios mais elevados, clientes com deficiência auditiva e de fala e idosos.

## **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**



O serviço de Libras possibilita atendimento adequado e inclusivo, aderente às necessidades dos clientes com deficiência auditiva ou de fala. O atendimento prioritário e especializado no SAC e na Ouvidoria proporciona maior agilidade e resolutividade na jornada do cliente.

Disponibilizar novas soluções que proporcionem opções mais cômodas para clientes idosos não precisarem se deslocar até um ponto físico de atendimento.

## **Quais são as evidências da boa prática?**



**Acessibilidade para quem precisa**

**Atendimento a Deficientes Auditivos ou de Fala**

Atendimento em Libras ou Texto com tradução simultânea de intérprete para informações, negócios, reclamações, cancelamento de cartão, outros produtos e serviços e Ouvidoria.

SAIBA MAIS    CLIQUE AQUI PARA CHAMAR O INTÉRPRETE

**Atendimento em Libras**

no BB, com fluência e tecnologia

No App BB – área logada: Menu > Atendimento > Atendimento em Libras .

No site BB – www.bb.com.br – área não logada: Atendimento > Fale conosco> Atendimento a Deficientes Auditivos ou de Fala > Libras.

Disponível em: <https://www.bb.com.br/site/pra-voce/beneficiario-inss/>

**Soluções para te ajudar nos imprevistos**

**Crédito Benefício**  
Emprestimo pessoal sem burocracia, com parcelas mensais fixas e distribuídas em sua conta corrente.

**Empréstimo consignado INSS**  
Condição mais vantajosa para contratar um empréstimo consignado com desconto no seu benefício do INSS.

## Soluções que o BB oferece para você que já tem conta BB

 <p><b>Prova de Vida</b> Faça a prova de vida do INSS sem sair de casa pelo App BB. <b>Baixar App BB</b></p>	 <p><b>Aplicativo BB</b> Consulte extratos, saque saletas e tributos, faça transferências, use o Pix, recupere seu cartão, contrate empréstimos pessoais e muito mais na palma da sua mão! <b>Instalar App BB</b></p>	 <p><b>Pix BB</b> Cadastre uma chave Pix no BB para enviar e receber dinheiro, em segundos, a qualquer dia e horário. <b>Cadastre agora</b></p>	 <p><b>Clube de Benefícios</b> Tenha recompensas exclusivas: Telemedicina pronta atendimento 24h, até 80% de desconto em medicamentos nas maiores redes de farmácias do país, orientação nutricional, <b>Ativar agora</b></p>
---	--	--	--



### Prova de Vida

Faça a prova de vida do INSS sem sair de casa pelo App BB.

**Baixar App BB**

## Atendimento equitativo

---

### Boa prática

O sítio eletrônico da Instituição apresenta materiais educativos e informativos sobre produtos, crédito responsável, prevenção a fraudes, políticas de privacidade, entre outros. Possui mecanismos de atendimento a diversos públicos, com conteúdo descritivo de produtos e serviços prestados, de fácil acesso, linguagem clara e completa. Possui ainda a possibilidade de atendimento de dúvidas via *chatbot*, abertura de demandas nos canais de atendimento por formulários e todos os números de atendimento telefônico desses canais, incluindo para clientes com deficiência auditiva.

Todos os processos estabelecidos desde a concepção dos produtos até o atendimento pelos canais de primeiro e segundo nível têm, por objetivo, resultar no atendimento equitativo ao público-alvo pretendido, incluindo a comunicação simples dos produtos e as suas características, a correta apresentação das condições de negociação comerciais, contratos e resumos contratuais com linguagem clara e simples, processos de negociação adequados a cada público, suporte para esclarecimento de dúvidas durante e pós-contratação, bem como o melhor tratamento às demandas posteriores à efetivação das operações.

A priorização do atendimento ao público vulnerável nos canais de atendimento, para dar maior agilidade na solução das demandas, bem como, quando da identificação de situações com indícios de suspeitas de fraudes ou golpes relatados, encaminha o chamado para área específica de Prevenção a Fraudes, que avalia se há indícios consistentes caso a caso, visando ações de correção imediatas para mitigar o risco de novas ocorrências, bem como, emitir parecer a respeito da solução em favor do cliente, quando aplicável.



## Atendimento equitativo

---

### **Boa prática**

Atendimento diferenciado em horário reservado/exclusivo, no intervalo entre 10h/11h, horário regular de abertura da agência.

**A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**

---

?

Idosos.

**A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**

---

?

Possibilita aos clientes vulneráveis idosos a prestação de um atendimento mais personalizado, dedicado e eficiente, considerando a maior dificuldade desse público no entendimento sobre produtos e serviços.

**Quais são as evidências da boa prática?**

---

?

Acompanhamento dos registros realizados nos canais de atendimento.

### **Boa prática**

**Central de Relacionamento com Clientes Bem** – é um canal de atendimento específico para os clientes que contratam operações de empréstimo consignado Pessoa Física originadas pelos Correspondentes/Parceiros. Em virtude de os clientes atendidos neste canal possuírem na sua maioria idade superior a 60 anos, o *script* de atendimento é adequado para esse público; e a equipe é exclusiva para esse atendimento, recebendo treinamento orientado.

**A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**

---

?

Idosos.



### **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**

---



Presta suporte/atendimento pós-venda aos clientes, com a utilização de linguagem acessível, desde o esclarecimento de dúvidas, disponibilizando informações gerais das operações ou do acompanhamento de propostas, até solicitações de cópias de contratos e demais informações necessárias, reduzindo o transbordo para os canais de reclamações.

### **Quais são as evidências da boa prática?**

---



Acompanhamento dos registros realizados nos canais de atendimento.

## Atendimento equitativo

---

### **/ Boa prática**

#### **Célula especializada para atendimento ao público vulnerável**

##### **Propósito**

A partir dos parâmetros estabelecidos para identificação do grau de vulnerabilidade, os consumidores com Muito Alta e Altíssima vulnerabilidade são atendidos por uma célula especializada.

##### **Abrangência**

Quando o cliente entra em contato com o Banco Bmg, a URA identifica o grau de vulnerabilidade e automaticamente o cliente é transferido para atendimento da célula.

##### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**

**?**

A célula especializada tem como público-alvo os consumidores Muito Alta e Altíssima vulnerabilidade.

##### **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**

**?**

A célula atua com personalização da jornada e SLA diferenciado.

##### **Quais são as evidências da boa prática?**

**?**

NPS (Net Promoter Score).



## Atendimento equitativo

---

### **Boa prática**

Atendimento exclusivo aos beneficiários do INSS no canal de autoatendimento com menu exclusivo para os beneficiários do INSS e que podem ser aproveitados por clientes idosos, com fontes maiores e iconografias que facilitam a sua navegação, facilitando ainda mais a navegação, de acordo com o comportamento desse público que costuma consultar o saldo antes e após o saque.

#### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**



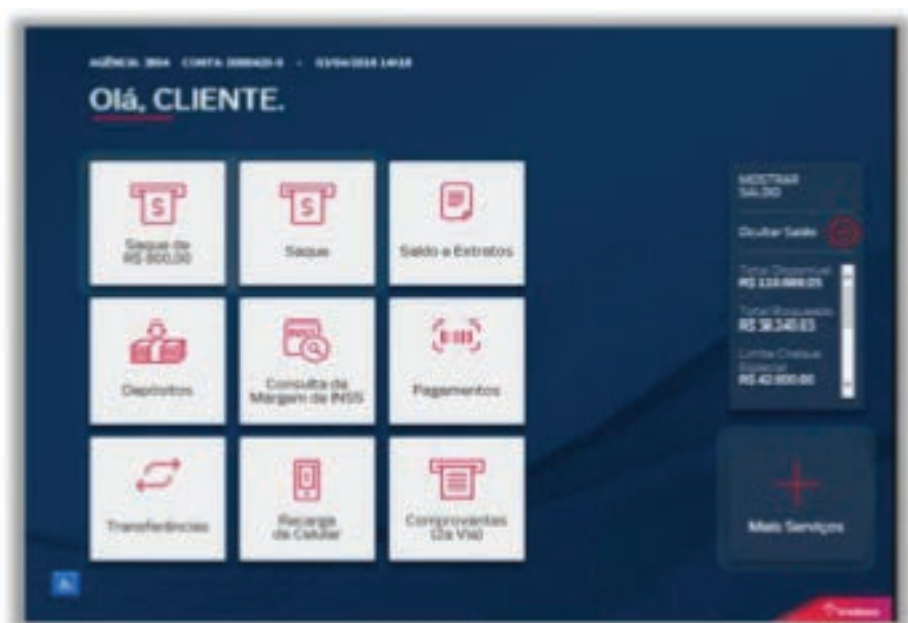
A boa prática é voltada para clientes beneficiários do INSS e idosos. Por meio do saque rápido, *box* saldo e toque para ver o saldo, ela pode ser utilizada por qualquer cliente que acesse o canal autoatendimento, e ainda dispõe de fontes maiores e iconografias que facilitam a navegação.

#### **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**



A boa prática busca facilitar a jornada durante a navegação nas máquinas de autoatendimento, além de levar mais autonomia para que os clientes. Esses benefícios também são aproveitados por clientes idosos, que usufruem de fontes maiores e iconografias que facilitam a navegação. Um exemplo aplicado está dentro do menu 'saque', onde existe a opção de saque rápido no valor aproximado do salário-mínimo, valor habitualmente buscado por esse público. Outro exemplo está no *box* 'saldo' e na ação 'toque para ver o saldo'. Ambos ficam fixos no menu e ao final das transações, facilitando ainda mais a navegação de acordo com o comportamento do público-alvo, que costuma consultar o saldo antes e após o saque.

## Quais são as evidências da boa prática?



### Boa prática

Presença em todo território nacional, por meio de 2.947 agências + 81,9 mil postos de atendimento + 39.100 unidades Bradesco Expresso (correspondentes bancários) + 50.807 máquinas de autoatendimento.

## A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?



A boa prática visa todos os públicos vulneráveis que eventualmente, em razão da sua localização, podem ter dificuldades significativas para acessar serviços financeiros.

## A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?



O Bradesco conta com postos de atendimentos localizados em municípios e comunidades, bem como dispõe de unidades de correspondentes transacionais que levam à inclusão financeira de forma responsável sendo que, em algumas comunidades, o Bradesco destaca-se como a única instituição bancária presente.

## Quais são as evidências da boa prática?



<https://www.bradescori.com.br/wp-content/uploads/sites/541/2022/06/Relatorio-Integrado-2021.pdf>



## Boa prática

### Bradesco Aposentados

#### A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?

?

Destinado ao público idoso ou aposentado, com conteúdo voltados ao bem-estar, à saúde, às orientações financeiras e às informações de como utilizar o canal e os produtos desenvolvidos a esse público, que apresenta características mais vulneráveis quanto à tecnologia e ao entendimento de produtos financeiros.

#### A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?

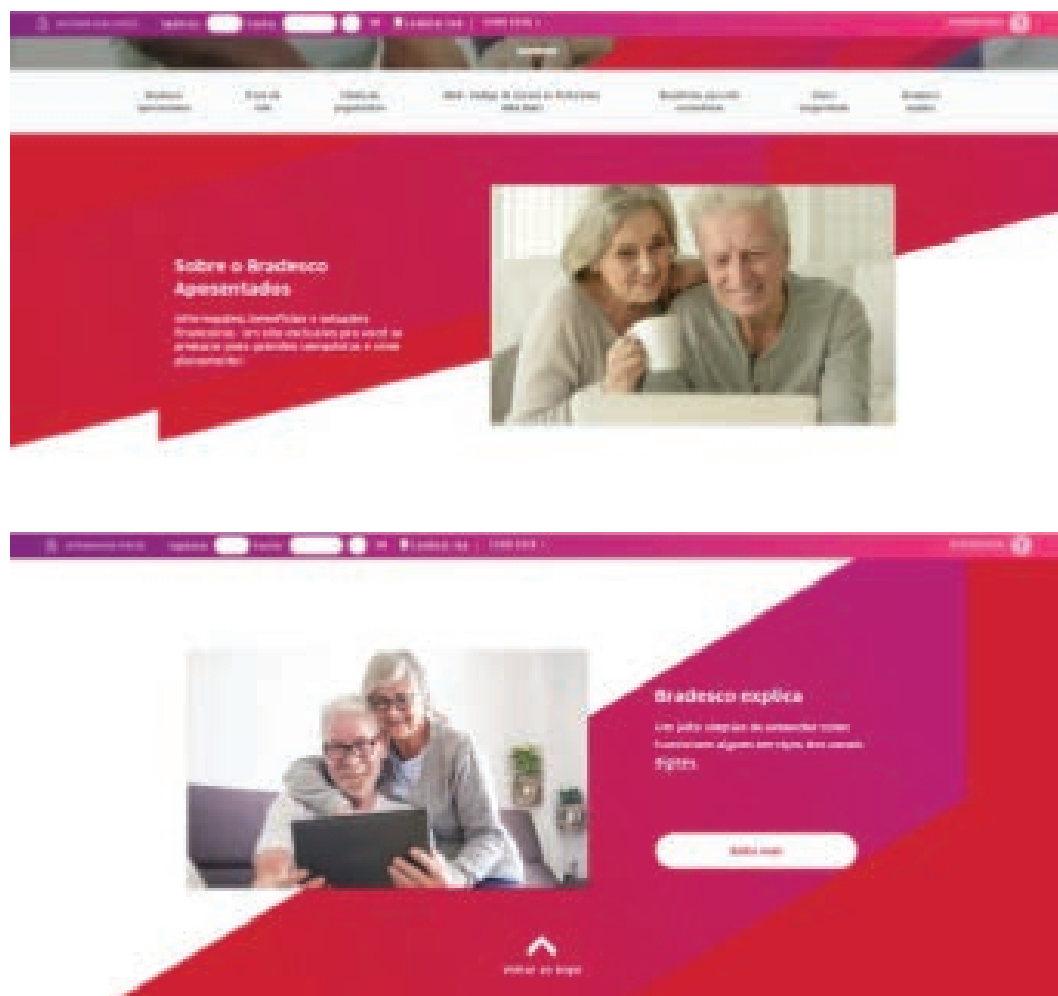
?

Apresenta informações, orientações voltadas à saúde e ao bem-estar, à longevidade, à cultura e ao lazer, além de cursos *on-line* e gratuitos, benefícios e soluções financeiras especialmente desenvolvidos e direcionados ao público-alvo, aumentando a independência, a segurança e a usabilidade do canal pelo usuário.

## Quais são as evidências da boa prática?



<https://banco.bradesco/html/classic/aposentados/>



### Boa prática

Por meio das redes sociais, a Organização coloca diversas informações à disposição dos clientes, de forma acessível e simples

### A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?



A boa prática tem o objetivo de aumentar a disseminação e inclusão da população, considerando os vulneráveis, fornecendo informações por meio das redes sociais, colocando o Banco à disposição de todos os clientes de forma ainda mais ágil. Além disso, também favorece a penetração dos serviços financeiros, por meio dos canais de fácil acesso/usabilidade da população.

## A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?



Em um momento da sociedade quando, cada vez mais, as pessoas estão conectadas, as redes sociais se tornam canais que colocam o Banco à disposição dos clientes de forma ainda mais ágil. Além de ampliar o acesso à educação financeira, elas favorecem a inclusão dos usuários, considerando também os vulneráveis, aos serviços financeiros por meio dos canais de fácil acesso/usabilidade da população.

Entendendo esse cenário, ampliamos a nossa proximidade com os clientes ao marcar presença no Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, Spotify, TikTok e YouTube. Neste último, ultrapassamos quatro milhões de inscritos e três bilhões de visualizações acumuladas desde 2006.

## Quais são as evidências da boa prática?



Pensando nos clientes potencialmente vulneráveis, destacamos o nosso canal do YouTube. Nele, os clientes encontram vídeos do Bradesco Explica, uma série de vídeos com orientações sobre golpes, fraudes, entre outros assuntos, sempre com uma linguagem acessível e de fácil compreensão.

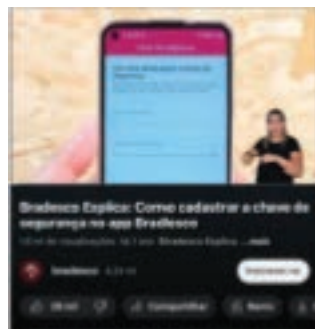
<https://www.bradesco.com.br/wp-content/uploads/sites/541/2022/06/Relatorio-Integrado-2021.pdf>

The screenshot displays the 'Fale conosco' (Contact Us) page of Bradesco. It is organized into several sections:

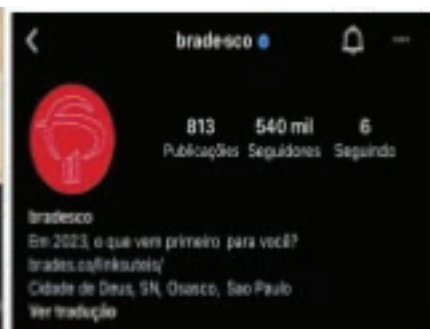
- Fone Fácil:** Provides the toll-free number 0800 000 0000 for general assistance and 0800 000 0001 for specific services.
- Canais e canais metropolitanos:** Lists various channels for customer support.
- Canal Regiões:** Provides contact information for regional offices.
- Assessoria Fone Fácil de crédito:** Offers specialized support for credit-related inquiries.
- SAC (Serviço de Atendimento ao Consumidor):** Details the consumer service center, including hours and contact methods.
- Telefone:** Lists the main telephone number: 0800 000 0000.
- Horário de atendimento:** States that services are available 24 hours a day, 7 days a week.
- Conectados:** A red box highlighting that Bradesco is present on various social media platforms (Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, Spotify, TikTok, YouTube) to reach over 4 million subscribers and 3 billion views since 2006.

At the bottom, there is a logo for 'Relatório Integrado 2021' and the Bradesco logo.

YouTube



Instagram



## **Boa prática**

### **Priorização de tratamento das reclamações realizadas por clientes com maior vulnerabilidade**

#### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**



A boa prática está focada no atendimento das manifestações abertas por clientes com maior vulnerabilidade, ou seja, maior dificuldade de entendimento, pouca familiaridade com os produtos e termos bancários e demais fatores definidos a partir da metodologia da Organização, como idade, baixa renda, endividamento, superendividamento, deficiência, entre outros.

#### **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**



A boa prática objetiva solucionar as manifestações de forma mais rápida e simples, tendo em vista a definição de prazo de atendimento diferenciado para esse público em relação ao vencimento habitual e normatizado de cada canal, bem como fomentar a busca de soluções alternativas e equitativas para o público vulnerável, proporcionando um atendimento mais personalizado a esse cliente ou usuário.

#### **Quais são as evidências da boa prática?**



Atendimento das manifestações registradas por clientes com maior grau vulnerabilidade em prazo reduzido.

Ausência de Tempo Médio de Atendimento (TMA) estabelecido na Central 0800 da Ouvidoria para as ligações de clientes com maior grau de vulnerabilidade.

Acompanhamento das notas de pesquisa de satisfação direcionadas aos clientes com maior vulnerabilidade.

Avaliação da qualidade do tratamento das reclamações dos clientes com maior vulnerabilidade.



## Boa prática

### Política de Consequências

#### A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?



A boa prática contempla as Agências, Unidades no Exterior, Departamentos, Empresas Ligadas.

#### A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?



A Política Corporativa de Consequências, que tem como diretrizes básicas: disseminar a cultura corporativa de observância aos princípios e valores da Organização; assegurar a existência de Norma com previsão de consequências às ocorrências de conduta que violem o Código de Conduta Ética, Regulamento Interno, o Programa de Integridade, e as Políticas e Normas internas e externas aplicáveis às atividades da Organização, e conscientizar sobre a prática de conduta adequada; garantir a existência de mecanismos para detecção de tais ocorrências; e assegurar o tratamento às ocorrências detectadas e a aplicação de consequências.

#### Quais são as evidências da boa prática?



##### Descrição

##### Política Corporativa de Consequências

A Política Corporativa de Consequências tem como diretrizes básicas:

1. Disseminar a cultura corporativa de observância aos princípios e valores da Organização e conscientizar sobre a prática de conduta adequada.
2. Assegurar a existência de Norma com previsão de consequências às ocorrências de conduta que violem o Código de Conduta Ética, Regulamento Interno, o Programa de Integridade, e as Políticas e Normas internas e externas aplicáveis às atividades da Organização.
3. Garantir a existência de mecanismos para detecção de tais ocorrências.
4. Assegurar o tratamento às ocorrências detectadas e a aplicação de consequências.

## Boa prática

### Política Institucional de Relacionamento com Clientes e Usuários

#### A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?



A boa prática contempla as Agências, Dependências e Empresas Ligadas que prestam atendimento aos clientes correntistas e não correntistas, para que conheçam as diretrizes da Organização voltadas ao relacionamento com clientes e permitam dar um atendimento de qualidade, considerando a vulnerabilidade do cliente.

## A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?



Assegurar o tratamento justo e equitativo aos clientes e usuários, respeitando a sua individualidade, o seu grau de vulnerabilidade, o seu momento pessoal de vida e as suas necessidades, com a prestação de informações claras e precisas a respeito de produtos e serviços.

## Quais são as evidências da boa prática?



Site de Relações com Investidores



## Boa prática

Portal CPV – Portal corporativo no qual os funcionários podem solicitar esclarecimento de dúvidas sobre o tema Cliente Potencialmente Vulnerável

## A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?



A boa prática atinge os funcionários da Organização com o objetivo de proporcionar informações que possam auxiliar no melhor atendimento ao cliente potencialmente vulnerável.

## A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?



Permitir que os nossos funcionários estejam preparados a prestar o melhor atendimento ao cliente potencialmente vulnerável, e a identificar os pontos em que precisamos direcionar esforços para sanar dúvidas e propor melhorias.

## Quais são as evidências da boa prática?

?



## Atendimento equitativo

---

### Boa prática

#### **Definição das premissas relativas ao modelo de atendimento, detalhando o tratamento destinado a públicos vulneráveis**

Disponibilização de canais acessíveis e próximos aos clientes, tais como Agências Barco e Agências Caminhão, propiciando a bancarização e acesso a serviços financeiros.

Utilização da tecnologia Rybená no site da CAIXA. Tal tecnologia permite aos portadores de deficiência auditiva acessibilidade ao conteúdo do site por meio do tradutor de Libras, que facilita a leitura e navegação.

Dentro do App CAIXA Tem contamos com jornadas digitais simplificadas com uso de linguagem adaptada, recursos de acessibilidade, com texto ajustado para uso com leitores de tela, botão em tela para leitura do texto por todas as pessoas, utilização de recursos de leitura-bilidade e legibilidade, com aplicação de técnicas de linguagem simples e UX Writing para aumentar a acessibilidade dos textos.

Há de se destacar o tamanho do App CAIXA Tem, por ser “leve”, é possível instalar em vários modelos de aparelho celular, até mesmo os mais simples.

#### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**



A boa prática visa atingir a dificuldade de acesso e compreensão enfrentada pelo público vulnerável, e mitigar as situações de divergências nas interpretações/necessidade de apoio de terceiros na tomada de decisão.

#### **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**



O atendimento realizado de forma adequada capacita o cliente na tomada de decisões com a Instituição Financeira. Entende-se por atendimento adequado aquele que esteja em consonância às diretrizes e às premissas elencadas no Modelo de Atendimento destinado aos Clientes Potencialmente Vulneráveis.

## Boa prática

### Fila de atendimento especializada no atendimento da Ouvidoria CAIXA

Foi disponibilizada fila específica no 0800 725 7474 da Ouvidoria para atendimento especializado ao público vulnerável, direcionando-o para um atendimento prioritário e diferenciado.

A URA (Unidade de Resposta Audível) da Ouvidoria CAIXA realiza a validação do CPF do cliente, de forma a verificar o enquadramento nos critérios de vulneráveis. Após a validação dos critérios, o cliente é direcionado para a respectiva fila. Essa fila permite que o público elencado, que possui uma urgência maior ou necessidade de menor tempo em espera, tenha maior tempestividade e atendimento personalizado durante a chamada.

#### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**



Além da celeridade no atendimento, o fluxo estabelecido tem como objetivo permitir um atendimento mais direcionado às necessidades do cliente vulnerável. A boa prática oferece aos clientes vulneráveis um atendimento humanizado, pausado e cordial, prestado por empregados preparados para este tipo de atendimento. Para tanto, a média de tempo de ligação a cada atendimento é maior quando comparado às demais filas de atendimento. Dessa forma, o atendente da Ouvidoria pode utilizar mais tempo para qualificar as informações e garantir o pleno conhecimento da solução proposta para o público vulnerável.

#### **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**



Por meio do atendimento especializado, a boa prática reforça quesitos de atendimento com empatia, acolhimento, paciência, detalhamento dos direitos e deveres do cliente e repetição de pontos que eventualmente não tenham sido assimilados na primeira oportunidade. De acordo com cada caso, o empregado utiliza uma linguagem mais simples, uma fala mais pausada ou um tom de voz mais claro. Com isso, ao cliente vulnerável é assegurada a prestação de informações para a tomada de decisão consciente e o pleno entendimento das circunstâncias que envolvem a sua demanda.

#### **Quais são as evidências da boa prática?**



A cada cinco demandas atendidas na Ouvidoria, uma segue a fila especializada.

O resultado do indicador da pesquisa de satisfação do cliente vulnerável subiu 27% após a mudança do processo.

Além disso, é realizada a monitoria da qualidade dos atendimentos mediante escuta de chamadas e fornecimento de *feedback* contínuo para a equipe de atendimento.



## Atendimento equitativo

---

### **Boa prática**

#### **Identificação dos clientes vulneráveis na tela de atendimento dos operadores da rede de agência e centrais de atendimento**

Nas centrais, temos atendimento diferenciado para os clientes vulneráveis com:

- ▶ Identificação dos clientes na tela de trabalho dos operadores;
- ▶ Capacitação dos colaboradores e disponibilização de orientações específicas para atuação;
- ▶ Jornadas com atendimento ampliado na modalidade assistida em Cartões, com instrução para digitalização ou atendimento das demandas através da Central, conforme preferência do cliente; e
- ▶ Acompanhamento com alertas críticos para intervenção tempestiva em clientes vulneráveis por célula especializada em situações específicas, como muito tempo em linha ou muitas transferências durante a chamada.

No ambiente presencial, também há atendimento diferenciado:

- ▶ Marcação de “cuidado especial” nos sistemas utilizados pelos gerentes e consultores; e
- ▶ Capacitação dos colaboradores e disponibilização de orientações específicas para atuação.

#### **Propósito**

Identificação dos clientes em situação de vulnerabilidade para garantir um atendimento mais direcionado para as suas necessidades e objetivos.

#### **Abrangência**

O público abrangido pela ação é aquele classificado como Muito Alto e Alto vulnerável, considerando a modelagem institucional.

## A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?

?

O público tratado pela ação é aquele com maior dificuldade de compreensão durante o relacionamento com a Instituição Financeira. Importante destacar que o modelo para identificação dos clientes vulneráveis considera fatores que podem potencializar as vulnerabilidades quando combinadas, como baixa escolaridade, idade avançada, deficiências física ou cognitiva e baixa habilidade digital.

## A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?

?

Garantia de solução das demandas com mais agilidade, além de evitar eventual atrito ou desconforto para o cliente.

## Quais são as evidências da boa prática?

?

CPF / CNPJ

Rechamada  
Última 2  
min

NPS  
Sem nota

Nome: [REDACTED] C/ogras: [REDACTED] Idade: 49 anos Produto: MBANK ITAUCARD MASTERCARD NAC Cartão: [REDACTED]

CPF: [REDACTED] Tempo de Conta: 10 anos e 7 meses Relacionamento: [REDACTED] Status da Conta: CONTA ATIVA Status do Cartão: Desbloqueado Portador: Titular

Cliente não possui ou não utiliza o APP

Ver somente cards críticos

**CUIDADO ESPECIAL**  
Caso o cliente verbalize precisar de algum tratamento diferenciado conduzir o atendimento conforme a necessidade. Garantir o endendimento sobre as cobranças de tarifas e taxas, condições de pagamento, cobranças futuras e prazo.

HISTÓRICOS

CPF / CNPJ

Rechamada  
Última 2  
min

NPS  
Sem nota

Nome: [REDACTED] C/ogras: [REDACTED] Idade: 64 anos Produto: ITAUCARD VISA GOLD Cartão: [REDACTED]

CPF: [REDACTED] Tempo de Conta: 10 anos e 7 meses Relacionamento: [REDACTED] Status da Conta: CONTA CANCELADA DI Status do Cartão: Bloqueado Portador: Titular

Cliente não possui ou não utiliza o APP

Ver somente cards críticos

**CUIDADO ESPECIAL**  
Garantir o endendimento sobre as cobranças de tarifas e taxas, condições de pagamento, cobranças futuras e prazo. Seja detalhista com as explicações, colha feedback se cliente compreendeu.

**STATUS DO CARTÃO**  
Atenção: Cartão Bloqueado!

HISTÓRICOS

## **Boa prática**

Priorização do tratamento das demandas de clientes vulneráveis no BackOffice, de modo que a solução seja mais rápida e mais efetiva. Para isso, além do SLA para o atendimento ser reduzido, pode haver o contato ativo através de canais telefônicos para comunicação das soluções.

### **Propósito**

A boa prática tem por objetivo a solução mais tempestiva e ágil das demandas de clientes vulneráveis.

### **Abrangência**

O público abrangido pela ação é aquele classificado como Muito Alto e Alto de vulnerabilidade, considerando a modelagem institucional.

### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**



O público abrangido pela ação é aquele com maior dificuldade de compreensão durante o relacionamento com a Instituição Financeira ou em outras situações de vulnerabilidade identificadas que demandem atendimento direcionado e específico, como clientes com idade avançada ou deficiência física/cognitiva.

### **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**



Garantia de solução das demandas com mais agilidade, além de evitar eventual atrito ou desconforto para o cliente.

## **Boa prática**

Esteira de atendimento especializado na Ouvidoria para tratamento das demandas de clientes vulneráveis, com dupla checagem e validação de eventuais respostas

### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**



O público abrangido pela ação é aquele classificado como Muito Alto e Alto de vulnerabilidade, considerando a modelagem institucional. A boa prática está direcionada especialmente àqueles clientes com dificuldade de compreensão, idade avançada ou baixa escolaridade, o que torna necessário um tratamento mais acolhedor e assertivo das suas demandas.



## **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**



Garantia de solução das demandas de modo mais efetivo e direcionado, além de minimizar o atrito em situações que a demanda do cliente não pode ser atendida, considerando que o principal público atingido pela ação apresenta dificuldade de compreensão durante o relacionamento com a Instituição Financeira. Importante destacar que o modelo para identificação dos clientes vulneráveis considera fatores que podem potencializar as vulnerabilidades quando combinadas, como baixa escolaridade, idade avançada, deficiências física ou cognitiva e baixa habilidade digital.

### **Boa prática**

Priorização dos clientes vulneráveis nos fluxos de intervenção das centrais de atendimento – como clientes transferidos muitas vezes durante a ligação ou com um tempo de espera superior ao ideal, com o objetivo de tratar e mitigar eventuais atritos durante o relacionamento.

## **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**



O público abrangido pela ação é aquele classificado como Muito Alto e Alto de vulnerabilidade, considerando a modelagem institucional.

## **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**



Garantia de atendimento de modo mais efetivo, além de minimizar o atrito durante o relacionamento, considerando que o principal público atingido pela ação apresenta dificuldade de compreensão durante o relacionamento com a Instituição Financeira. Importante destacar que o modelo para identificação dos clientes vulneráveis considera fatores que podem potencializar as vulnerabilidades quando combinadas, como baixa escolaridade, idade avançada, deficiências física ou cognitiva e baixa habilidade digital.

## Atendimento equitativo

---

### Boa prática

A identificação do grau de vulnerabilidade em conjunto com treinamento e acultramento é a chave fundamental para o atendimento equitativo. Além da exibição nas interfaces dos pontos de atendimento, a marcação também é exibida nas demandas de SAC e segundo nível: Ouvidoria, BACEN e Órgãos de Defesa do Consumidor. O público vulnerável “Alto” e “Muito Alto” possui priorização no atendimento (“fura-fila”). De modo conjunto, buscando acolher e oferecer atendimento de acordo com a necessidade individual de cada cliente, foi implementada uma matriz de decisão que indica, por meio de *pop-ups* na ferramenta de gestão das demandas, os critérios de vulnerabilidade para tratamento específico e priorização do caso, resultando em uma atenção especial quanto à forma de retorno ao cliente, de acordo com as suas características e necessidades próprias.

Destacamos também a atenção para atendimento às pessoas com deficiência visual, mental e múltipla, bem como às pessoas idosas e com deficiência auditiva, prestado por colaborador habilitado em Língua Brasileira de Sinais - Libras e no trato com aquelas que não se comunicam em Libras.

Além disso, o atendimento prioritário do Banco Mercantil é pautado no tratamento diferenciado e atendimento imediato à pessoa idosa, portadora de deficiência e pessoa com mobilidade reduzida que inclui, dentre outros:

- ▶ Distribuição de senhas com numeração adequada ao atendimento preferencial, com garantia de lugar privilegiado em filas;
- ▶ Assentos de uso preferencial sinalizados, espaços e instalações acessíveis;
- ▶ Mobiliário de recepção e atendimento obrigatoriamente adaptado à altura e à condição física de pessoas em cadeira de rodas, conforme estabelecido nas normas técnicas de acessibilidade da ABNT;
- ▶ Caixa de atendimento humano adaptado às normas técnicas de acessibilidade da ABNT; Infraestrutura adequada/Banheiros acessíveis; e
- ▶ Sinalização ambiental para orientação das pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida.

**A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**

---

?

Pessoas com deficiência visual, mental e múltipla, bem como pessoas idosas e com deficiência auditiva.

**A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**

---

?

Garantir o cumprimento dos padrões esperados no atendimento a clientes vulneráveis, com cuidado, zelo e atenção, além da busca constante pela eliminação de vícios de venda nas ofertas e operações realizadas por meio dos canais de atendimento.

## Atendimento equitativo

---

### **Boa prática**

Tratamento equitativo e diferenciado aos vulneráveis

#### **Propósito / Abrangência**

Os clientes com Alta ou Altíssima vulnerabilidade no Santander possuem atendimento especializado, priorização de atendimento, ofertas especiais.

#### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**



Lembrando que o modelo do Santander para identificar esses clientes entende que somente uma condição de vulnerabilidade de forma isolada não traduz uma vulnerabilidade. Por exemplo, uma pessoa idosa pode ou não ser vulnerável, assim, entendemos que o perfil de vulnerabilidade é gerado não por um fator isolado, mas, sim, por vários fatores associados como, por exemplo, idade, renda, nível de endividamento, dentre outros. E que, nesse caso, a boa prática atinge clientes com Altíssima vulnerabilidade.

#### **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**



As medidas de proteção ao vulnerável são atendimento especializado, “no idioma do cliente”, acolhimento de dúvidas e resolução mais rápida de problemas, além de prevenção ao endividamento.

#### **Quais são as evidências da boa prática?**



Quatro métricas que acompanhamos, que refletem a boa prática são:

- ▶ NPS (Net Promoter Score) – Essa métrica avalia a satisfação/recomendação dos clientes. Atualmente, o NPS dos clientes Alto e Altíssimo vulneráveis é maior que o do cliente PF padrão;
- ▶ Reclamações – Essa métrica calcula a quantidade de reclamações nos canais do Banco. Atualmente, é possível observar que o índice de reclamação para clientes Alto e Altíssimo vulneráveis é menor que o do cliente padrão PF;

- ▶ Pesquisa de satisfação da URA – Essa métrica verifica a satisfação dos clientes após passar por um atendimento via URA; é uma nota dada pelo cliente referente ao atendimento prestado após o término da ligação. Atualmente, a nota dessa pesquisa é maior para clientes vulneráveis do que a nota dada pelo cliente “padrão”; e
- ▶ Volume de contratação de ofertas especializadas – Essa métrica calcula a quantidade de clientes que contrataram as ofertas especializadas e que, de acordo com os seus resultados, pode ser um indicativo para ajustes ou melhorias na oferta.

# Boas Práticas

3.12

**/ Engajamento e treinamento dos colaboradores**

A apropriação das práticas adequadas no relacionamento com consumidores e usuários em situação de vulnerabilidade, o conhecimento sobre os diversos tipos e níveis de vulnerabilidade e a compreensão dos seus respectivos riscos ao cliente e à Instituição requerem, além de treinamento e capacitação, envolvimento, empatia e proatividade de colaboradores, funcionários, empregados e parceiros e, em especial, das equipes que lidam diretamente com tais situações.

O engajamento torna o processo de conhecimento mais fácil e reforça a cultura do aprendizado contínuo. Os efeitos práticos são diferenciados quando a aplicação do conhecimento é articulada com o propósito da ação e da Instituição.

### **Os cursos e a produção de materiais**

As informações a seguir demonstram o desenvolvimento de cursos e de materiais disponibilizados nos canais e nas plataformas próprios de cada Instituição. A adoção do sistema *e-learning* permite o acompanhamento dos índices de aderência e a conclusão dos treinamentos, sendo mencionado, em algumas respostas, que o tema é parte obrigatória da trilha de treinamento dos funcionários da Instituição, podendo ocorrer no momento de admissão e/ou como reciclagem.



## Engajamento e treinamento dos colaboradores

---

### **/ Boa prática**

#### **Ações de comunicação e endomarketing – Movimento #MOVE**

O MOVE – Movimento do Varejo BB – foi uma ampla ação de comunicação realizada com a força de vendas, com o objetivo de capacitar os funcionários para que estes saibam identificar, atender e ofertar adequadamente produtos, observando o estágio de vulnerabilidade do cliente e de acordo com a nossa Política de Relacionamento.

O projeto teve início com uma pesquisa para mensurar o conhecimento dos funcionários quanto ao tema, elencar as principais dúvidas e, a partir disso, realizar campanhas de disseminação e de capacitação específicas para sanar esses *gaps* de conhecimento.

Destaca-se ainda que a gestão do público vulnerável é objeto de acompanhamento permanente em fórum da governança.

#### **Propósito**

Capacitar a força de vendas para o atendimento adequado aos clientes potencialmente vulneráveis.

#### **Abrangência**

Funcionários da rede varejo de atendimento.

#### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**



Todos os clientes se beneficiam das medidas, mais especialmente os clientes mais vulneráveis.



## A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?

?

Comprometimento e engajamento da Organização na implementação das ações.

## Quais são as evidências da boa prática?

?

Seguem exemplos de publicações internas relativas ao programa #MOVE abordando o tema Clientes Vulneráveis.



### CLIENTES VULNERÁVEIS

É o **movimento** do Varejo BB que **materializa** conceitos e **aproxima** pessoas. É evidenciar o jeito BB de atender, cuidando do que é valioso, respeitando os estágios de vulnerabilidade de cada cliente.



CLIENTES VULNERÁVEIS  
Movimento | Materialize | Aproxime

#### Olá!

Convidamos você para validar seus conhecimentos sobre CLIENTES VULNERÁVEIS:

É muito importante que você dedique 3 minutos e responda a pesquisa com **atenção!** O resultado será compilado e enviado ao regulador BACEN. Participe!

**CLIQUE AQUI!**



**Você já se sentiu vulnerável?**

**Clique aqui e ouça o Podcast!**

Materials para o dia a dia : 

	BOAS PRÁTICAS DE ATENDIMENTO	CARTILHA VAREJO	CORRESPONDENTES COBAN
	DICAS DE RELACIONAMENTO	PADRÃO DE ATENDIMENTO BB	POLÍTICA DE RELACIONAMENTO
	SOLUÇÕES DIGITAIS		

## Engajamento e treinamento dos colaboradores

---

A nossa Política de Treinamento e Desenvolvimento prevê, no seu item 7.2.1, Treinamentos Internos sobre a Política de Relacionamento com Clientes, que contempla o relacionamento com os consumidores potencialmente vulneráveis.

O treinamento é disponibilizado na Academia Daycoval, no formato *e-learning* para os colaboradores no momento da sua admissão ou quando da reciclagem do treinamento. Ele contempla o conceito do público vulnerável, a gradação de riscos, a Política de Relacionamento com Clientes, a adequação de produtos e de serviços e correspondentes.

A área de treinamentos do RH é responsável por comunicar ao colaborador os treinamentos que devem ser realizados, os seus prazos e obrigatoriedade, bem como reforçam com os gestores a importância da realização do treinamento pelos colaboradores.

Caso o colaborador não realize o treinamento, ele é chamado pelo RH para que acesse a plataforma e finalize.

Adicionalmente, são realizadas comunicações esporádicas por meio da intranet ou internet para os seus colaboradores.



## Engajamento e treinamento dos colaboradores

---

### **/ Boa prática**

#### Programa de treinamentos e capacitação interna

##### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**

---



Analfabetos e/ou Baixa Escolaridade; Baixa Renda; Superendividados e/ou Endividados; Curatelados/Tutelados; Idosos; Pessoas com Deficiência e em Situações Excepcionais de Vulnerabilidade.

##### **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**

---



Assegura a prestação de atendimento por profissional engajado e capacitado para oferecer esclarecimentos, produtos e serviços, em linguagem apropriada e facilitada, de acordo com as necessidades, os interesses e os objetivos dos consumidores classificados como vulneráveis.

##### **Quais são as evidências da boa prática?**

---



Índice de conclusão dos cursos disponibilizados. Desde a implementação do programa, 84% dos colaboradores foram capacitados.

### **/ Boa prática**

#### Canal intranet públicos vulneráveis

##### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**

---



Todos os públicos vulneráveis nos seus diferentes níveis de vulnerabilidade, identificados no modelo.

## **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**



Contribuir para ampla disseminação, de forma transparente, das boas práticas relacionadas aos públicos vulneráveis, aos colaboradores do Banco. Foi criado o espaço temático na intranet da Instituição para tratativas específicas em relação ao tema, centralizando e facilitando o acesso à informação e propiciando canal direto de comunicação e de troca de experiências. A página é vinculada à Política de Relacionamento com Clientes e Usuários, na qual consta a definição inicial de públicos vulneráveis, características, riscos identificados, cases, publicações e linha do tempo. Salienta-se que é um espaço que continuará com constantes atualizações, visando, cada vez mais, disseminar o conceito e os cuidados necessários, atualizando sobre os avanços e novas definições sobre o tema e reforçando o entendimento do modelo proposto. Ainda, o objetivo do tópico “cases” é contar com a participação dos colaboradores da rede de agências, descrevendo a sua prática no relacionamento com este segmento de clientes.

## **Quais são as evidências da boa prática?**



Monitoramento do Relatório de Tráfego na página.

## Engajamento e treinamento dos colaboradores

---

### **/ Boa prática**

#### **Treinamento para colaboradores e prestadores de serviços**

##### **Propósito**

Os cursos com temas regulatórios são realizados por todos os colaboradores da Instituição, prestadores de serviços e consultores das Lojas help!. O conteúdo foi desenvolvido de forma clara e está conectado com o dia a dia do Banco, enfatizando pontos importantes e ações que desenvolvemos.

##### **Abrangência**

Os colaboradores possuem uma plataforma com todos os cursos obrigatórios que fazem parte do seu desenvolvimento, com o objetivo de contribuir com o aprimoramento das suas atividades diárias. Quanto aos prestadores de serviços que se relacionam com os nossos clientes, temos treinamento com acompanhamento mensal. Os nossos consultores das lojas e franquias help! acessam uma Academia de Treinamento e são capacitados para desenvolver uma escuta ativa, entendendo a real necessidade dos nossos clientes, independente do grau de vulnerabilidade.

##### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**

?

A boa prática atinge todos os graus de vulnerabilidade.

##### **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**

?

Atendimento personificado, célere, resolutivo e eficaz.

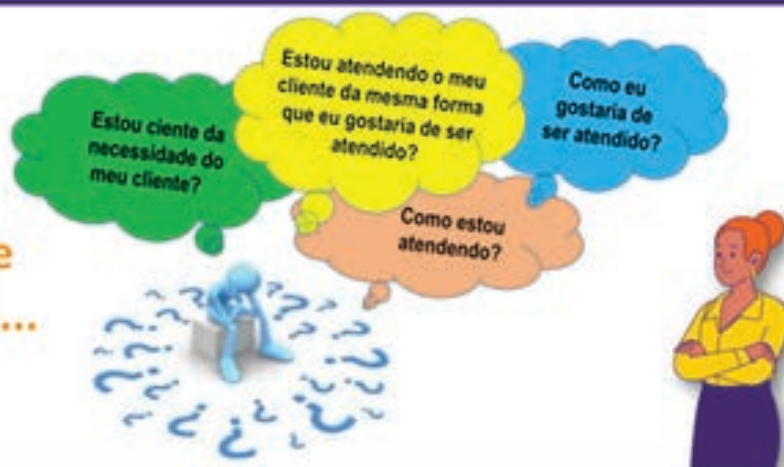
##### **Quais são as evidências da boa prática?**

?

Acompanhamento e auditoria.



Você já se Perguntou...



VOCÊ SERIA SEU PRÓPRIO CLIENTE?

Página 2 de 7

## Entendendo o Normativo

### Mas afinal, o que é o SARB 024/21?

O normativo 024/21, faz parte do Sistema de Autorregulação Bancária (SARB) - da FEBRABAN.

Ele estabelece diretrizes e procedimentos para que as instituições financeiras promovam o aperfeiçoamento dos padrões de qualidade e serviços no relacionamento com os consumidores considerados potencialmente vulneráveis.

## O que é?

O cliente vulnerável é uma classificação de perfil de clientes, que necessitam de uma atenção maior na hora da explicação dos nossos produtos, dando um suporte para o entendimento completo do nosso cliente, perante aquilo que ele está contratando.



## Excelência no Atendimento



### Excelência no Atendimento

**A qualidade no atendimento é uma forma de mensurar o quão positiva é a experiência do cliente enquanto está recebendo ajuda ou interagindo com vocês consultores de loja. E nessas interações, não está incluso apenas o momento da compra, mas sim todo relacionamento, a experiência do jeito help! gerada com o cliente, tudo isso é considerado atendimento.**







## Engajamento e treinamento dos colaboradores

---

### **Boa prática**

Treinamento e acultramento. Assegurar aos funcionários e colaboradores a devida capacitação para atender adequadamente os clientes vulneráveis de forma empática e assertiva, com a preparação necessária para considerar, no atendimento consultivo e personalizado de cada cliente, também o seu grau de vulnerabilidade perante a compreensão de produtos e serviços financeiros.

#### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo? ?**

---

Todos os clientes que possuem algum grau de vulnerabilidade de acordo com os critérios definidos pelo Banco.

#### **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável? ?**

---

Com a realização do treinamento, o funcionário é capaz de identificar a vulnerabilidade do cliente, prestar um atendimento mais assertivo, individualizado, com mais cuidado ao cliente, promovendo uma experiência positiva e certificando-se do entendimento do cliente para que possa tomar a decisão mais assertiva.

#### **Quais são as evidências da boa prática? ?**

---

Esse treinamento é obrigatório para a Frente de Atendimento a clientes e usuários do Banco Bradesco e possui a gestão e acompanhamento organizacional do Departamento de Compliance, Conduta e Ética.



## **Boa prática**

Soluções de educação financeira - Unibrad disponibilizada ao público interno

### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**



A boa prática é aplicada aos funcionários da Organização, para que possam atender os clientes da Organização que possuem algum grau de vulnerabilidade, de acordo com os critérios definidos pelo Banco.

### **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**



A Unibrad realiza programas de educação financeira para líderes e funcionários da Organização de forma que possam estar aptos a atender todos os clientes de acordo com a vulnerabilidade identificada.

#### **Destaques de Soluções para o Público Interno:**

6 Passos do Planejamento Financeiro

7 Passos da Previdência Privada

BEM-ESTAR FINANCEIRO INVESTIR PARA REALIZAR

Bem-Estar Financeiro: Crédito Sustentável

ANÁLISE DE CRÉDITO - PRIME

Dicas para Cuidar do seu Bem-Estar Financeiro

Dicas para Negociação Ganha-Ganha

Dicas para Priorizar Contas

## Destques de Soluções para o Público Interno:

Educação Financeira | ADULTOS

Educação Financeira | JOVENS

Educação Financeira | KIDS

Educação Financeira e Crédito Responsável

Educação Financeira Tamanho Família

Bem-Estar Financeiro SAINDO DO ENDIVIDAMENTO

Equilibre as suas Finanças

Bem-Estar Financeiro Mulheres

Finanças Femininas: Bem-Estar e Planejamento Financeiro

Finanças Femininas: Educação Financeira e o Mercado de Trabalho

Finanças Femininas: Padrão de Consumo e Vieses Inconscientes

FORMAÇÃO PARA GERENTES ASSISTENTES – BRADESCO PRIME

FORMAÇÃO PARA GERENTES PA

Fundos de Investimentos

MEI & Microcrédito Produtivo Orientado

Mercado de Ações

Modalidades de Investimentos

Bem-Estar Financeiro Finanças Pessoais

PRIME DES. GERENCIAL – GERENTE DE RELACIONAMENTO PRIME

PROTEJA AS SUAS FINANÇAS

Resiliência Financeira

Sonhe, Planeje e Realize

Visão da Grana

Web Serie Bem-Estar Financeiro

## Quais são as evidências da boa prática?



Iniciativas e soluções com dicas e conteúdo de educação financeira para a capacitação dos funcionários em prestar o atendimento adequado aos clientes, considerando as suas vulnerabilidades e permitindo que estes tomem a decisão mais assertiva.

## Engajamento e treinamento dos colaboradores

### Boa prática

Disponibilização de material de capacitação para empregados e colaboradores, informando da relevância e seriedade com que o tema deve ser tratado, quando da realização de atendimentos e desenvolvimento de produtos e/ou serviços.

Os materiais são disponibilizados em plataformas próprias de comunicação com os colaboradores e parceiros. Para empregados, a divulgação se dá por meio da universidade corporativa.



### A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo? ?

A prática visa evitar as divergências ou dificuldades nas interpretações das informações prestadas pelos empregados, sensibilizando-os quanto à necessidade de oferecer atendimento adequado, contribuindo para uma comunicação simples, empática, transparente e direta com os clientes.

### A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável? ?

Facilita o acesso e a compreensão de produtos e serviços financeiros, reduzindo a comercialização de produtos/serviços em desacordo com o perfil/necessidade do cliente.



## Engajamento e treinamento dos colaboradores

---

### **Boa prática**

**EMPATIA NO ATENDIMENTO** - Capacitação dos colaboradores que atuam diretamente com os clientes, para que seja possível oferecer um atendimento mais direcionado, transparente, efetivo e de acordo com as necessidades individuais dos clientes identificados como vulneráveis. O treinamento em questão apresenta, de forma bastante simples e dinâmica, os conceitos de diversidade e centralidade no cliente, contemplando temas como compreensão das necessidades dos clientes, satisfação e cuidado no atendimento prioritário, além de boas práticas durante o relacionamento com clientes potencialmente vulneráveis, pessoas idosas e pessoas com deficiência.

O conteúdo do curso abrange os princípios e diretrizes estabelecidos na SARB n. 24/2021,, como ética, transparência, diligência e responsabilidade, e deve ser realizado por todos os colaboradores uma vez a cada dois anos.

Ao final do curso, é disponibilizado um guia de bolso para *download* com os conceitos, orientações e boas práticas, visando facilitar o acesso dos colaboradores ao conteúdo compartilhado no treinamento.

#### **Propósito**

Disponibilizar conteúdo para disseminação de conhecimento e capacitação dos colaboradores acerca da identificação e tratamento para com os clientes em situação de vulnerabilidade.

#### **Abrangência**

Todos os clientes da Instituição, especialmente aqueles com maior dificuldade de compreensão, em função de vulnerabilidades específicas.

#### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**



O público tratado pela ação é aquele com maior dificuldade de compreensão durante o relacionamento com a Instituição Financeira. Importante destacar que o modelo para identificação dos clientes vulneráveis considera fatores que podem potencializar as vulnerabilidades quando combinadas, como baixa escolaridade, idade avançada, deficiências física ou cognitiva e baixa habilidade digital.

## A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?



Garantia de atendimento mais direcionado, acolhedor e efetivo, considerando as necessidades de cada perfil e o respeito às suas vulnerabilidades, especialmente aquelas relacionadas à baixa escolaridade, à idade avançada ou à deficiência física/cognitiva.

## Quais são as evidências da boa prática?



The image shows two screenshots. The top one is a LinkedIn post titled "Empatia no Atendimento" (Empathy in Service) with 5 posts and 9 reactions. The text discusses the importance of empathy and care in service, particularly for vulnerable clients. Below the text are icons for reactions and a "Valorize para a organização" button. The bottom screenshot is a news article snippet from "Notícias do dia" (Daily News) titled "Cuidado Especial" (Special Care). It discusses marking certain clients for special care based on their vulnerability, such as low literacy or cognitive difficulties. The article lists specific actions for staff, like using simple language and being patient.



Se houver problemas com o modo de exibição desta mensagem, clique aqui para vê-la em um navegador de Web.

#IA #IU

## Empatia no atendimento

Experiência do Cliente

Treinamento Institucional disponível na IXX

Olá, iTuber!

Você já sentiu dificuldade em atender clientes em situações de vulnerabilidade ou condições especiais?

Pensando em capacitá-los para oferecer um atendimento cuidadoso e satisfatório para os nossos clientes, desenvolvemos o treinamento institucional de Empatia no Atendimento. Esse treinamento é obrigatório para quem atua diretamente com os clientes e contempla temas como compreensão das necessidades dos clientes, satisfação e cuidado no atendimento prioritário, além de boas práticas durante o relacionamento com clientes potencialmente vulneráveis, pessoas idosas e pessoas com deficiência. Se você ainda não fez, comece para fazer que tá muito interessante!

Importante lembrar que nunca deve ser verbalizado ao cliente que ele se enquadra no perfil de clientes que precisam de cuidados especiais.

Sempre pergunte "Você precisa de ajuda?", "De que forma posso auxiliar?".

Depois, é só seguir com as boas práticas de atendimento:

- Acolha o cliente com empatia. Nunca deduza o que o cliente necessita, antes que o mesmo fale.
- Dê explicações claras e com linguagem simples.
- Seja paciente e respeite o ritmo do cliente.
- Repita as orientações sempre que necessário.

Essa e outras dicas estão no guia de bolso (<https://degreed.com/pathway/089g5dyyp/#/pathway> para consultar o guia) que disponibilizamos ao final do treinamento com os conceitos, orientações e boas práticas para ter sempre por perto.

<https://degreed.com/pathway/089g5dyyp/#/pathway>

#Culturaltubers  
#IA #IU #Empreenda

@correio.itau.com.br <GPSitau@correio.itau.com.br>

segunda-feira, 27 de fevereiro de 2023 00:32

Novas: Notícias do Dia

## Notícias do dia

27/02/2023

**iNovas**  
AGL

#IA #IU #EMPREENDA

## Clientes vulneráveis

Conta Corrente

Relacionamento com clientes vulneráveis

Olá, iTuber!

Você já ouviu falar em clientes vulneráveis?

O conceito para identificação e tratamento dos clientes vulneráveis é definido pelo Normativo SARB 024 da FEBRABAN e o tema tem destaque em nossa Política de Relacionamento com Clientes e Usuários.

Este público é formado por clientes idosos, portadores de deficiência, baixa renda, analfabetos, baixa escolaridade, dificuldade de compreensão, superendividados e/ou endividados e que estão mais suscetíveis a erros ou falhas na compreensão, na interação e no uso de produtos, serviços e/ou canais bancários.

Importante lembrar que nunca deve ser verbalizado ao cliente que ele se enquadra no perfil de clientes que precisam de cuidados especiais.

No atendimento a este público, você precisa tomar os alguns cuidados como:

- falar pausadamente;
- usar alternativas de explicação para facilitar o entendimento, linguagem simples e sem termos técnicos;
- ter paciência para repetir informações;
- usar tom de voz amigável;
- confirmar o entendimento das informações passadas, pedindo para a pessoa explicar o que entendeu.

Essa e outras dicas estão no guia de bolso que disponibilizamos ao final do treinamento Empatia no Atendimento, que traz conceitos, orientações e boas práticas para ter sempre por perto.

<https://degreed.com/pathway/089g5dyyp/#/pathway>

#Culturaltubers  
#IA #IU #Empreenda



## Boa prática

**E-LEARNING DA PRC** – Em atendimento às SARBs n. 8 e n. 17, a Política de Relacionamento com Clientes é disseminada a todos os colaboradores do Itaú Unibanco, por meio de *e-learning*, que trata de adequação de produtos e serviços ao perfil do cliente, qualidade de venda e princípios e diretrizes do relacionamento com cliente. Este treinamento também tem conteúdo específico sobre públicos vulneráveis.

### A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo? ?

Todos os colaboradores do Itaú Unibanco devem realizar o treinamento uma vez a cada dois anos, a fim de manter as diretrizes de atuação com os clientes vulneráveis sempre atualizadas e habituais.

### A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável? ?

Engajamento dos colaboradores no tema, a fim de observar este conceito nas atividades do dia a dia e maior direcionamento no tratamento de clientes em situação de vulnerabilidade.



## Quais são as evidências da boa prática?



Avale os vídeos abaixo conectando o atendimento apresentado com a Política de Relacionamento com Clientes.

O atendimento foi correto e a colaboradora buscou bater a meta.	A colaboradora não levou em consideração o conceito de clientes vulneráveis.	O atendimento foi amigável e a colaboradora não agiu com transparência.	A colaboradora seguiu à risca o conceito de cliente potencial e suitability.
Alternativa 1	Alternativa 2	Alternativa 3	Alternativa 4

iox

© 2021 iox

## Engajamento e treinamento dos colaboradores

### **Boa prática**

Com a perspectiva de manter um crescimento sustentável e conduzir as suas atividades de forma ética, responsável e diligente, o Mercantil do Brasil tem como diretriz estratégica o atendimento aos seus clientes e usuários de forma simples e próxima, com uma cultura de constante melhoria nos processos de atendimento – estes entendidos de forma mais ampla como pessoas treinadas e capacitadas; sistemas e procedimentos ágeis, simples e eficazes; e produtos e serviços adequados ao público-alvo.

Neste contexto, todos os colaboradores têm na sua trilha obrigatória o treinamento Públicos Vulneráveis, o qual contém conceituação, orientação e comportamento para que estejam ainda mais atentos à necessidade de adequar a abordagem e assistência ao perfil do cliente, conforme a sua indicação de risco de vulnerabilidade.

#### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**



Todas as vulnerabilidades que, conforme o modelo já apresentado, elevam o risco do cliente para Alto e Muito Alto.

#### **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**



Assegurar um tratamento direcionado, levando em consideração a vulnerabilidade de cada cliente.

#### **Quais são as evidências da boa prática?**



Percentual de conclusão dos treinamentos (funcionários ativos em maio de 2023):

<b>Treinamento</b>	<b>(%)</b>
Públicos Vulneráveis	92%
Política Inst de Relacionamento com Clientes	87%
Atendendo bem pessoas com Deficiência	67%

## Públicos \_Vulneráveis



### Curso: Públicos Vulneráveis

Descrição: Esse treinamento tem como objetivo trazer informações importantes para te apoiar no entendimento das necessidades dos nossos clientes, especialmente voltadas para **públicos vulneráveis**.

Turma: Livre - Públicos Vulneráveis

ACESSAR



Públicos Vulneráveis



Este treinamento contém informações que vão apoiar não só as equipes de atendimento, mas também as equipes de gestão e negócios, responsáveis por criar e alterar produtos, serviços e os canais que disponibilizamos aos nossos clientes.

▶ ◀ ◉ 4:00



Públicos Vulneráveis



Devido a essas fragilidades, é fundamental que sempre estejamos atentos às etapas e situações que envolvem o relacionamento com os nossos clientes e usuários, de forma a assegurar que a oferta de produtos e serviços financeiros seja adequada às necessidades, aos interesses e aos objetivos dos consumidores, especialmente os potencialmente vulneráveis.

▶ ◀ ◉ 0:00

2/2

Academy of Business

Públicos Vulneráveis



Vulnerabilidade é um termo originado das discussões sobre Direitos Humanos, geralmente associado à defesa dos direitos de grupos ou indivíduos fragilizados jurídica ou politicamente. É caracterizado pela existência de situação de risco ou pela fragilidade, de perfil ou de comportamento, podendo ser causada por fatores duradouros ou transitórios, na relação do consumidor com as empresas, de qualquer tipo, incluindo as instituições financeiras.

1/2



## Engajamento e treinamento dos colaboradores

### Boa prática

#### Treinamento, Comunicação e Orientação

Treinamento, Guia de Boas Práticas e fomento através de comunicações periódicas sobre dicas de atendimento, reforçando o uso de linguagem simples e transparência. O objetivo da ação visa apoiar os clientes fazendo com que entendam as informações passadas pelo Banco e que não tenham dúvidas. A abrangência da ação: todos os funcionários da Instituição.

A seguir, alguns *prints* com comunicação e fomento dos temas realizados pelo Santander para apoio no engajamento e reforço:

**COMUNICAÇÃO**

**COMUNICADO COMPARTILHADO COM A REDE**

**FIQUE LIGADO! QUEM É O PÚBLICO VULNERÁVEL?**

O Público Vulnerável são clientes que devido a circunstâncias pessoais, é especialmente suscetível de sofrer uma perda financeira ou pessoal.

Os sinais desse público podem incluir:

- Idade;
- Desemprego sem reserva financeira;
- Endividamento;
- Baixa renda;
- Sem acesso a educação financeira;
- Limitação de competências tecnológicas;
- Portadores de deficiência;
- Pequenos empreendedores;
- Afetados por desastres naturais.

Acesse: [Academia Santander](#) > [Treinamentos](#) - [Treinamentos obrigatórios Pendentes](#)

Vence em 29/07/2022

Santander G4 R Social Strategy Evolution 2022

**FOMENTO DOS COMUNICADOS DO NOW**

**QUEM É o nosso cliente vulnerável?**

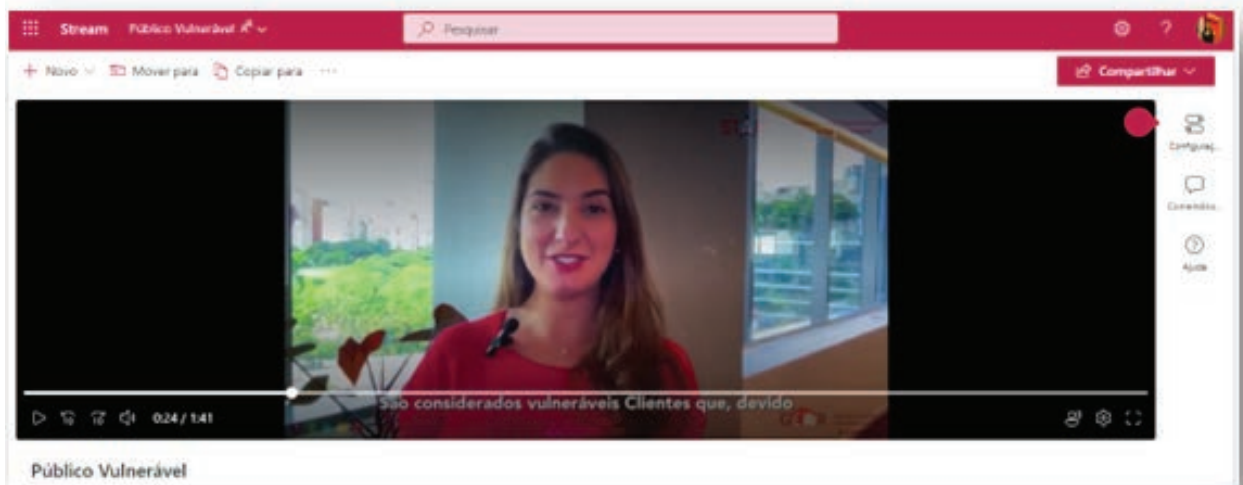
**Você sabe o que é um cliente vulnerável?**



## Treinamento de Público Vulnerável - Comunicação



**Comunicação na Torre Santander -  
Hall entrada**





Comunicação nos Elevadores

### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**



A abrangência da ação atinge todos os clientes vulneráveis e colaboradores do Canco.

### **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**



A boa prática protege o vulnerável, quando prepara o atendimento humano para explicar as nossas ofertas ou sanar dúvidas de diferentes maneiras, se adequando à forma que o cliente vulnerável mais entenda.

### **Quais são as evidências da boa prática?**




Acompanhamento e % de funcionários treinados no tema – Essa métrica considera a evolução do curso na Instituição, com a quantidade de pessoas que finalizaram o curso. Atualmente, temos altos patamares (acima 95%) de aderência/conclusão.

# Boas Práticas

## 3.13

**/ Como é realizada a ampla divulgação, aos colaboradores, dos mecanismos de proteção voltados ao consumidor vulnerável, de forma a sensibilizar tais colaboradores, promovendo o seu aculturamento?**





A pergunta se refere ao art. 6º do Normativo SARB n. 24/2021: amplo conhecimento da proteção dos vulneráveis e a forma de sensibilização.

Despertar a consciência, empatia e a compreensão sobre determinada situação ou condição de vulnerabilidade contribui para promover interesse, reflexão e mudança de atitude de colaboradores, funcionários e empregados.

As informações recebidas, apoiadas por farto material ilustrativo, apontam o uso de diversas formas de sensibilizar, envolver e engajar: cursos e treinamentos, estudo de casos, simulação e exercícios práticos, palestras, recursos visuais e audiovisuais, entre outros.



Como é realizada a ampla divulgação, aos colaboradores, dos mecanismos de proteção voltados ao consumidor vulnerável, de forma a sensibilizar tais colaboradores, promovendo o seu acultramento?

---

**Qual é a boa prática implementada?**



O BB promove a ampla divulgação das medidas de proteção ao cliente vulnerável por meio de várias ações de comunicação institucionais, destacando-se o movimento #Move, que foram descritas na Questão 3.12.

**Quais são as suas recomendações?**



Os princípios que orientam ao tratamento justo e equitativo dos clientes vulneráveis devem ser periodicamente reforçados em toda a Organização, de forma a promover o acultramento do corpo funcional e promover o adequado tratamento desse público.

**Como é realizada a ampla divulgação, aos colaboradores, dos mecanismos de proteção voltados ao consumidor vulnerável, de forma a sensibilizar tais colaboradores, promovendo o seu acultramento?**

---

A nossa Política de Treinamento e Desenvolvimento prevê, no seu item 7.2.1 , Treinamentos Internos sobre a Política de Relacionamento com Clientes. No nosso ambiente eletrônico de aprendizagem, a Academia Daycoval contempla a realização dos cursos de relacionamento com os consumidores potencialmente vulneráveis e relacionamento com o idoso. Adicionalmente, são realizadas comunicações esporádicas por meio da intranet ou internet para os seus colaboradores, além de treinamentos em reuniões comerciais e disponibilização para consulta no Portal de Instrumentos Normativos de todas as políticas e procedimentos formalizados pela Instituição.



## Como é realizada a ampla divulgação, aos colaboradores, dos mecanismos de proteção voltados ao consumidor vulnerável, de forma a sensibilizar tais colaboradores, promovendo o seu aculturamento?

Através de Instruções/Comunicações, divulgadas na intranet e fixadas no Canal Intranet Públicos Vulneráveis e *e-mail marketing*, estimulamos o acesso à página da intranet. Também é incentivada a participação em treinamento presencial e em EaD e *webinar*, que apresentam, dentro da Política de Relacionamento com o Usuário, a sua conceituação e a importância de um atendimento diferenciado a este público.

### Qual é a boa prática implementada?



#### Produção de conteúdo – Treinamentos

Formação de um grupo de trabalho, de diferentes áreas, com foco na produção de conteúdo para o EaD, relacionado ao tema Públicos Vulneráveis.

### Quais são as suas recomendações?



Envolvimento de diversas áreas para a criação de conteúdo a ser disponibilizado aos colaboradores e clientes. Os cursos relacionados à Política de Relacionamento são considerados obrigatórios a todos os colaboradores, e que constarão no dossiê de cada colaborador, com o intuito de fortalecer a participação e a ciência. A participação em treinamentos de capacitação é abordada de forma contínua, salientando a importância de atendimento equitativo aos clientes.

### Qual é a boa prática implementada?



Desenvolvimento de estratégias de educação financeira por meio da articulação de grupo de trabalho, de diferentes áreas, com ações desenvolvidas, como publicações, cursos, palestras e oficinas a jovens, oportunizando a integração da orientação e o direcionamento do uso de produtos e serviços, para que o cliente realize o consumo de forma consciente, contribuindo para a sua saúde financeira.

### Quais são as suas recomendações?



O envolvimento de diversas áreas para a criação de conteúdo a ser disponibilizado aos colaboradores e clientes reforça o comprometimento e o engajamento dos colaboradores com a conscientização da importância da educação financeira e do planejamento financeiro a longo prazo para a saúde financeira dos clientes.

Como é realizada a ampla divulgação, aos colaboradores, dos mecanismos de proteção voltados ao consumidor vulnerável, de forma a sensibilizar tais colaboradores, promovendo o seu acultramento?

**Qual é a boa prática implementada?**

?

Publicação dos materiais através da Plataforma Workplace



**Quais são as suas recomendações?**

?

O Workplace é uma ferramenta de comunicação empresarial que ajuda o Banco a manter os colaboradores conectados e atualizados. Todos os colaboradores da Instituição possuem acesso ao Workplace e têm acesso irrestrito aos materiais, dentre eles, as pílulas de conhecimentos, que têm como objetivo disseminar a cultura do relacionamento com o cliente e atuação com o público vulnerável.

**Quais são os pontos de atenção?**

?

Estamos sempre atentos às mudanças da regulamentação ou processos que impactem diretamente os nossos clientes, em especial o público vulnerável.

**O que deve ser evitado?**

?

Publicação de conteúdo sem validação e aderência aos normativos e resoluções.



## Como é realizada a ampla divulgação, aos colaboradores, dos mecanismos de proteção voltados ao consumidor vulnerável, de forma a sensibilizar tais colaboradores, promovendo o seu acultramento?

---

- ▶ Vídeo Treinamento – sobre o tema Clientes Potencialmente Vulneráveis (funcionários).
- ▶ Materiais como *videocast*, *e-book*, vídeos, *podcasts* e infográfico, com orientações e dicas sobre Qualidade no Relacionamento (colaboradores).
- ▶ Publicação em normativo dos produtos do tópico exclusivo sobre CPV e dos pontos que devem ser reforçados durante a comercialização do produto/serviço.
- ▶ Publicação de material de consulta rápida pelos gestores dos produtos para orientar a rede na comercialização sobre os produtos com os clientes potencialmente vulneráveis.
- ▶ Comunicações diversas por meio de portais, *e-mail*, entre outros.

### Qual é a boa prática implementada?

---



Treinamento constante aos funcionários e aos colaboradores sobre o tema, reforçando e orientando sobre o melhor atendimento e tratamento do público potencialmente vulnerável.

### Quais são as suas recomendações?

---



Prestar atendimento ao cliente com transparência, prezando pela clareza, pelo correto entendimento e pelo apoio durante todo o relacionamento com a Organização.



**Como é realizada a ampla divulgação, aos colaboradores, dos mecanismos de proteção voltados ao consumidor vulnerável, de forma a sensibilizar tais colaboradores, promovendo o seu acultramento?**

---

Inclusão das informações relativas a públicos vulneráveis em normativos de produtos e serviços, páginas internas e cursos de capacitação na Universidade CAIXA.

**Qual é a boa prática implementada?**



Página sobre a Política de Relacionamento com o Cliente – PRC sobre públicos vulneráveis (pessoas.caixa), divulgando a SARB n. 24/2021, para a sensibilização dos empregados

Curso na Universidade CAIXA – SARB n. 24/2021 e Roda de Diálogo Públicos Vulneráveis para capacitação dos empregados.

Informações sobre a identificação e a conduta com o público potencialmente vulnerável em cada uma das estratégias no portal Relacionamento.CAIXA.

Inclusão de informações sobre públicos vulneráveis em normas de produtos, serviços, atendimento e demais normativos relacionados.



**Como é realizada a ampla divulgação, aos colaboradores, dos mecanismos de proteção voltados ao consumidor vulnerável, de forma a sensibilizar tais colaboradores, promovendo o seu acultramento?**

---

**Qual é a boa prática implementada?**



O Itaú Unibanco instituiu um treinamento institucional, que trata sobre o tema e tem por objetivo disseminar o conteúdo de forma prática. São divulgadas, periodicamente, informações para reforço da prioridade da agenda e das diretrizes para atendimento e tratamento dos clientes em situação de vulnerabilidade. Em complemento, as ações de proteção são monitoradas por diversos indicadores, disponibilizados a diversas áreas por meio do Painel de Indicadores da PRC, sendo apresentados em Comitês Executivos. Ainda, importante mencionar que todas as áreas de atendimento têm acesso à identificação dos clientes vulneráveis mediante marcação realizada na tela de atendimento, que indica cuidado especial.

**Quais são as suas recomendações?**



Os conceitos e diretrizes que tratam do relacionamento com cliente precisam ser pautados nos princípios da Ética, Diligência, Transparência e Responsabilidade. Para isso, a Instituição Financeira deve atuar fortemente na capacitação e na comunicação a todo o seu quadro funcional, para que o processo de acultramento aconteça em todos os níveis hierárquicos e priorize a satisfação dos clientes em todas as etapas do relacionamento. Podem ser adotadas medidas como a divulgação de casos práticos com exemplos de como agir em situações específicas para tangibilizar os conceitos e as diretrizes.



Como é realizada a ampla divulgação, aos colaboradores, dos mecanismos de proteção voltados ao consumidor vulnerável, de forma a sensibilizar tais colaboradores, promovendo o seu acultramento?

### Qual é a boa prática implementada?



Além da divulgação da Política Institucional de Relacionamento com Clientes, por meio de Normativo Interno, também é disponibilizado o treinamento específico sobre públicos vulneráveis, que consta na trilha obrigatória de todos os colaboradores. As evidências estão demonstradas no item específico sobre Treinamentos.

A governança estabelecida para atender aos propósitos do Banco é essencial para os bons resultados do processo. Assim, o tema Gestão de Vulnerabilidades é pauta fixa no Comitê de Condutas Éticas da Instituição, que é composto pela alta administração da Instituição, e faz a observância dos seguintes pontos:

- ▶ Diretrizes para atendimento aos clientes de acordo com o grau de vulnerabilidade;
- ▶ Supervisão e garantia da execução dos planos de ações; e
- ▶ Garantia de que o tratamento destinado aos clientes vulneráveis seja parte efetiva da Política de Relacionamento com Clientes e Usuários da Instituição.

Por fim, ações de acultramento e comunicações internas.



## Públicos Vulneráveis

A Política de Relacionamento com Clientes e Usuários do MB foi atualizada com um tema importante: Públicos Vulneráveis. Entenda mais sobre a importância disso no nosso dia a dia.



Desde a antiguidade grega, Aristóteles, um dos maiores pensadores da história, já destacava a importância da adoção de um tratamento adequado às particularidades de cada indivíduo. Por isso, o tema "Públicos Vulneráveis" foi, recentemente, adicionado à nossa **Política de Relacionamento com Clientes e Usuários do MB**.

A eventual vulnerabilidade dos clientes se caracteriza pela existência de situação de risco ou pela fragilidade, de perfil ou de comportamento, podendo ser causada por fatores duradouros ou transitórios na relação dos clientes com as instituições financeiras. Ela pode ser social, econômica, educacional e física, sendo que a associação desses fatores eleva o chamado **Risco de Relacionamento** - tanto para o cliente quanto para o banco. Quanto maior o grau de

vulnerabilidade de um cliente, maior vai ser a sua propensão a falhas ou erros na compreensão, interação e utilização de produtos e/ou serviços.

Devido a essas fragilidades, é fundamental repensarmos, cada vez mais, as etapas que envolvem o relacionamento com os clientes e usuários MB, visando garantir o correto tratamento a TODOS.

"Como consumidores, todos somos potencialmente vulneráveis em algum grau. De fato, quanto menor a nossa compreensão em relação a determinado produto ou serviço, mais suscetíveis estamos a cometer erros. Todos nós. Mas, para alguns grupos de clientes, o risco de não entendimento tende a ser maior, elevando assim o risco de conduta e relacionamento. **Para mitigar este risco, temos que, a partir de agora, considerar estes grupos de clientes ao pensarmos em nossos canais, processos, produtos e serviços.** Este vai ser um movimento de todos os IFS e creio que todos serão beneficiados com a redução dos riscos, tanto para os clientes quanto para os bancos", avalia Patrícia Coutinho, Coordenadora de Conduta e Relacionamento com Clientes.

A atenção às particularidades e ao atendimento personalizado a esses públicos seguem as diretrizes da Resolução nº 4529, do Banco Central.



Gostou do conteúdo? Então leia a nossa nova **Política de Relacionamento com Clientes e Usuários** e comece hoje mesmo, a aplicá-la ao seu dia a dia. Continue acompanhando o Estação MB, que logo logo vamos falar ainda mais sobre esse importante tema. **E, jamais se esqueça: as diferenças somam!**



**Diferenças somam**  
 Promovemos inclusão e diversidade  
 Visões diferentes rendem melhores entregas  
 Compartilhamos experiências e conhecimentos

#OrgulhodeSerMB

## MINUTO QUALIDADE MB

**Vamos falar de Públicos Vulneráveis?**

---

Eles são caracterizados pela existência de risco ou fragilidade de perfil ou comportamento.

Quanto maior o grau de vulnerabilidade de um cliente, maior é a sua tendência a falhas ou erros de compreensão e utilização de produtos ou serviços.

Essa fragilidade pode ser social, econômica, educacional e física, e a associação entre estes fatores eleva o chamado **Risco de Relacionamento** tanto para o cliente quanto para o banco.

**Para reduzir este risco, temos que analisar o perfil de cada cliente, realizar uma abordagem adequada, sempre com ética e transparência, seguindo as diretrizes do MB.**

#Fiquelgado

## Quais são as suas recomendações?

---



Reforçar as diretrizes institucionais e contemplar orientações para que os colaboradores sejam sensibilizados para o tema e utilizem a abordagem adequada e a assistência ao perfil do cliente, conforme a sua indicação de risco de vulnerabilidade.

Como é realizada a ampla divulgação, aos colaboradores, dos mecanismos de proteção voltados ao consumidor vulnerável, de forma a sensibilizar tais colaboradores, promovendo o seu acultramento?

---

**Qual é a boa prática implementada?**

---

?

Treinamento, Guia de Boas Práticas, Comunicação

**Propósito / Como / Abrangência**

Orientação sobre vulneráveis e boas práticas de atendimento especializado para os canais do Banco. Além de fomento ao tema através de vídeos e comunicações especializadas. A abrangência da ação: todo público vulnerável.

**Quais são as suas recomendações?**

---

?

Comunicações assertivas e diretas ao ponto, vídeos rápidos e dinâmicos. Adaptar o perfil e forma de envio da comunicação ao público. Vídeo se mostrou mais eficaz que comunicações estáticas.

# Boas Práticas

3.14

**/ Conceção de produtos**

As medidas de proteção mais eficientes são as preventivas, aquelas que evitam ou minimizam os riscos desde o estágio inicial de desenvolvimento dos serviços e produtos.

Elas integram segurança e proteção às características e às funcionalidades dos produtos e serviços possíveis, a partir da identificação e compreensão dos riscos potenciais e reais associados à oferta, à aquisição e ao uso do produto ou serviço.

As informações a seguir demonstram a amplitude do olhar das Instituições Financeiras em relação ao roteiro de construção de novos produtos, partindo do necessário conhecimento do cliente e usuário e as suas respectivas vulnerabilidades, incluindo adequações de comunicação, oferta, contratação e pós-venda, assim como ciclos de reavaliação, remodelagem e até extinção de produtos.

Foram mencionadas métricas baseadas em satisfação, recomendação de clientes e reclamações.



## Concepção de produtos

---

### **Boa prática**

#### **Linha de crédito para financiamento de bens e serviços – BB Crédito Acessibilidade**

O BB contribui para o acesso facilitado a produtos e serviços de tecnologia assistiva por meio de linha de crédito própria voltada a pessoas com deficiência, a BB Crédito Acessibilidade.

Criada em 2012, a linha já atendeu cerca de 100 mil pessoas em todo o País. O crédito do BB financia itens como óculos inteligentes, cadeiras de rodas, aparelhos auditivos, órteses, próteses, andadores, adaptações em imóvel residencial, entre outros produtos de tecnologia assistiva.

Outra iniciativa é o BB pra Elas: um movimento do Banco do Brasil para apoiar as mulheres e o empreendedorismo feminino por meio da oferta de soluções financeiras, educação empreendedora e ações em saúde e bem-estar.

#### **Propósito**

Oferecer soluções financeiras adequadas às necessidades específicas dos clientes mais vulneráveis.

#### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo? ?**

---

Pessoas com deficiência (PcDs).

#### **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável? ?**

---

Facilita em amplos aspectos a vida da pessoa com deficiência, através da aquisição de bens e serviços, como aparelhos eletrônicos, próteses para readequação postural e mobilidade, dentre outros.

#### **Quais são as evidências da boa prática? ?**

---

<https://www.bb.com.br/pbb/pagina-inicial/voce/produtos-e-servicos/financiamentos/financiar-material-de-construcao-eletronicos-ou-viagens/comprar-produtos-e-servicos-para-pessoas-com-deficiencia#/>

[Pra Você](#) - [Pro Seu Negócio](#) - [Agronegócios](#) - [Setor Público](#) - [O que você precisa?](#) [ACESSE SUA CONTA](#)

[Pra você](#) / [Financiamentos](#) / [Produtos e serviços para portadores de necessidades especiais](#)

# Bens e serviços para PcDs

Financiamento para melhorar a qualidade de vida de pessoas com deficiência

[COMPARTILHAR DADOS](#)



Disponível em: <https://www.bb.com.br/site/pro-seu-negocio/mulheres-no-topo/>

## O BB está ao seu lado em todos os momentos da vida

Quer descobrir quais são as nossas soluções financeiras, focar em uma educação empreendedora, saber mais sobre saúde e segurança, e ficar por dentro de eventos exclusivos? Confira o que preparamos para você.

SOLUÇÕES FINANCEIRAS	EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA	SAÚDE E SEGURANÇA	EVENTOS E AÇÕES
<p><b>Crédito para empreendedoras</b> Crédito para a mulher que quer alavancar sua empresa. <a href="#">Peça agora</a></p>	<p><b>Invista no seu futuro financeiro</b> Descubra nossas soluções para mulheres investidoras. <a href="#">Invista já</a></p>		 <p><b>Empreendedorismo feminino</b> Crédito pessoal para mulheres empreendedoras. <a href="#">Peça agora</a></p>
	<p><b>Mulheres no agronegócio</b> Empreendedorismo de sucesso.</p>		



## Concepção de produtos

---

No Banco Daycoval, existe o processo para concepção de novos produtos, instituído pelo Comitê de Novos Produtos, responsável por analisar e deliberar as solicitações das áreas de produtos. Ele estabelece, em relação a cada produto ou serviço, o perfil de clientes e usuários que compõem o público-alvo, incluindo aquele potencialmente vulnerável e considerando as características e complexidade de cada produto ou serviços, com informações claras, precisas e relevantes para a compreensão de cada produto ou serviço.

Após isso, caso seja aprovado, seguirá uma esteira para o Comitê Institucional com diversas áreas, inclusive Governança, Riscos e Compliance; Jurídico; Prevenção à Lavagem de Dinheiro (PLD/CFT); Tecnologia da Informação; Marketing; Ouvidoria; e Relações com Clientes, a fim de considerar os requisitos legais, regulatórios, operacionais e de negociação, comunicação e atendimento aos clientes.

O processo de adequação deve abranger as necessidades de clientes e usuários nas fases de oferta, recomendação, contratação ou distribuição, incluindo o eventual encerramento do relacionamento; a compatibilidade dos produtos e serviços à situação financeira e ao nível de conhecimento dos clientes e usuários; e o nível de tolerância ao risco e à capacidade para suportar perdas.



## Concepção de produtos

---

### **/ Boa prática**

Avaliação de todas as propostas de criação, remodelagem e extinção de produtos e serviços que são submetidas para apreciação pelo Comitê responsável, de acordo com a Política de Relacionamento com Clientes e Usuários. As propostas devem contemplar tópico exclusivo aos públicos vulneráveis com o intuito de promover o acultramento interno sobre o tema, desde o planejamento dos produtos e serviços do Banco.

#### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**

---



Todos os clientes classificados como vulneráveis.

#### **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**

---



Promove o acultramento interno sobre os públicos vulneráveis desde o planejamento dos produtos e serviços do Banco.

#### **Quais são as evidências da boa prática?**

---



Avaliação dos Expedientes e acompanhamento do tratamento dispensado a este item nos documentos.

## Concepção de produtos

### Boa prática

#### Análise do perfil do cliente – Detalhamento do produto



#### Propósito

Assegurar que o cliente detenha informações corretas e transparentes, por meio de vídeos explicativos dos produtos solicitados no momento da formalização.

#### Abrangência

A boa prática implantada abrange os seis níveis de personas classificados pelo Banco Bmg.

#### A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?



Visando melhorar o entendimento do produto contratado e garantir abordagem correta, exibimos um vídeo explicativo para o cliente, com as características e condições do produto; e a finalização da contratação somente será permitida após a exibição desse vídeo.

### **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**



Por se tratar de um produto de crédito, o objetivo do vídeo é trazer detalhes importantes do produto como: característica do produto de crédito pessoal e orientação sobre como pagar as parcelas evitando inadimplência.

### **Quais são as evidências da boa prática?**



- ▶ Redução de reclamações; e
- ▶ NPS (Net Promoter Score).



## Concepção de produtos

---

### **Boa prática**

#### **Produtos e serviços adequados ao perfil do cliente**

##### **Propósito**

Assegurar que, na concepção de produtos, a oferta e a comercialização de produtos e serviços considerem e atendam às necessidades, aos interesses e aos objetivos dos consumidores potencialmente vulneráveis.

#### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**



Para a concepção de novos produtos, são avaliados os impactos e os benefícios, considerando também o público mais vulnerável em todas as fases do relacionamento com a Organização.

A Organização possui o compromisso de encantar o cliente em uma jornada transparente na comercialização dos produtos, utilizando a melhor oferta com soluções customizadas de crédito.

#### **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**



Permitir a tomada de decisão e a contratação pelo cliente do produto ou serviço de forma transparente, clara, adequada ao seu perfil, à sua necessidade e ao seu momento de vida.

Anterior a contratação, o cliente tem a possibilidade de efetuar a simulação da operação com todas as condições (taxa, prazo, tributos, etc.). As informações mais sensíveis do produto ou serviço, definidas conforme critérios pelo gestor, são reforçadas pelo funcionário com o cliente, certificando-se do seu entendimento e permitindo-lhe realizar a melhor tomada de decisão acerca da contratação.

Os produtos ofertados/comercializados por Canais Digitais são projetados para atender às necessidades dos grupos de consumidores, de acordo com a sua vulnerabilidade, incluindo o Menu Inteligente.

## **Quais são as evidências da boa prática?**

---



Avaliação de novos produtos considerando também o público mais vulnerável em todas as fases do relacionamento com a Organização.

Na comercialização, há orientações para o melhor atendimento ao cliente potencialmente vulnerável.

## Concepção de produtos

---

### Boa prática

Inclusão no *checklist* para a elaboração de normas de produtos e serviços, com exigência de tópico denominado “Atendimento ao Público Potencialmente Vulnerável”, para orientar o empregado sobre o que deve ser observado no atendimento ao público potencialmente vulnerável.

#### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**

---

?

A boa prática visa atingir a vulnerabilidade de propensão a compras por impulso ou em desacordo com o seu perfil/necessidade e eventuais dificuldades de compreensão que possuem influência na tomada de decisão.

#### **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**

---

?

Uma vez que o público-alvo e as questões relativas à vulnerabilidade de clientes são observadas desde a concepção dos produtos, são mitigados os riscos relativos à comercialização em desacordo com o perfil/necessidade do cliente.



## Concepção de produtos

---

### **Boa prática**

Governança institucional estruturada a partir da gestão de risco, para que todas as jornadas de comunicação, oferta, contratação e pós-venda sejam avaliadas sob a visão cliente antes da implantação dos produtos e serviços, de modo a assegurar maior adequação destes ao público relacionado. Ainda, são observados critérios de definição de público-alvo para todos os produtos e serviços, buscando, assim, adequação às diretrizes da PRC.

### **Propósito**

A boa prática tem por objetivo avaliar todas as jornadas do relacionamento bancário sob a visão cliente, garantindo maior adequação dos produtos, serviços e canais aos públicos atendidos.

### **Abrangência**

Todos os clientes da Instituição, assim como os colaboradores que atuam na construção ou avaliação de ações e projetos.

### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**



O público abrangido pela ação é aquele com maior dificuldade de compreensão durante o relacionamento com a Instituição Financeira, assegurando maior adequação dos produtos e serviços ofertados aos perfis e às necessidades individuais. Importante destacar que o modelo para a identificação dos clientes vulneráveis considera fatores que podem potencializar as vulnerabilidades quando combinadas como: baixa escolaridade, idade avançada, deficiências física ou cognitiva e baixa habilidade digital.

### **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**



Maior segurança quanto à adequação dos produtos e serviços disponibilizados, ofertados ou contratados, ao perfil e às necessidades dos clientes.



## Concepção de produtos

### Boa prática

O desenvolvimento de um novo produto no Banco Mercantil é sempre precedido de uma avaliação de viabilidade, detalhamento, identificação do público-alvo, racional financeiro, perspectivas comerciais, custo/tempo e investimento para o seu desenvolvimento, processos operacionais e controles para monitoramento.

Toda essa análise é documentada e submetida à aprovação de dois comitês:

**Comitê de Projetos** por meio de *workflow*, iniciando com a inserção da TAP (Termo de Abertura de Projetos) e de apresentações complementares.

**Comitê de Produtos e Suitability** por meio de *workflow*, iniciando com a inserção da ARS (Análise de Riscos e Suitability)

Após aprovação pelo Comitê de Projetos, inicia-se o desenvolvimento do produto.

Avaliação de risco: todo novo produto, serviço ou alteração deve passar pela avaliação de risco (*risk by design*). O processo é registrado via *workflow* automático com envio do formulário ARS (Análise de Riscos e Suitability).

As necessidades dos públicos vulneráveis são consideradas no desenvolvimento e na revisão de produtos e serviços. O gestor responsável pelo produto, ao criar o formulário de Avaliação de Riscos e *Suitability* – ARS, precisa relacionar as ações que serão adotadas na jornada de oferta, contratação e pós-vendas, para clientes com alto grau de vulnerabilidade, em campo específico deste formulário.

São | Acesso | Enviar | Imprimir ARS

**VISÃO DO PRODUTO/SERVICÓ/CANAL**  
Descrever que problemas, dores ou desejos são resolvidos, e a razão pela qual ele precisa ser criado / alterado

**JORNADA/USABILIDADE/EXPERIÊNCIA**  
Como será a jornada de contratação do produto? Como será a formalidade? Quais pós-vendas? Nesse cliente saberá ou conseguirá descobrir como comprar ou usar este produto? A experiência gerada na contratação será positiva?

**AÇÕES ESPECÍFICAS (Para clientes com alto grau de vulnerabilidade)**  NÃO  SIM

Descrição

**QUAL O PÚBLICO-ALVO?**  
Partir de cliente que compõe o público-alvo considerando suas características e complexidade, deve incluir informações relevantes para cada produto e serviço

As áreas técnicas designadas (risco de liquidez, risco de imagem e reputação, risco socioambiental e climático, risco de mercado, risco de crédito, risco operacional e controles internos, controladoria, PLD, ouvidoria, jurídico, *compliance*, canais de atendimento, LGPD, prevenção a fraudes, conduta, experiência do cliente e gestão comercial) apontam os riscos pertinentes ao seu escopo de atuação, podendo sugerir melhorias e propor mitigadores, o que dá subsídio para a decisão do Comitê de Produtos e Suitability.

### Propósito

Avaliar as necessidades do público vulnerável para que sejam consideradas no desenvolvimento e revisão de produtos, serviços e canais.

### A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo? ?

Todas as vulnerabilidades que, conforme o modelo já apresentado, elevam o risco do cliente para Alto e Muito Alto.

### A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável? ?

Direcionar e assegurar o correto tratamento aos públicos vulneráveis, de acordo com a necessidade/fragilidade dos clientes.

### Quais são as evidências da boa prática? ?

Exemplo de produto criado com recomendação de não contratação para clientes com alto grau de vulnerabilidade, por exigir autenticação à distância e ser necessário entendimento dos termos via envio de *link* por SMS (portanto, não adequado a clientes analfabetos e com deficiência visual).

QUAL O PÚBLICO-ALVO DO PRODUTO	Para a primeira entrega temos o seguinte público: Beneficiários INSS com LPA para contratar ou renovar operações não consignadas com débito em conta.
PÚBLICOS VULNERÁVEIS	Contratações não permitidas para o grau alto de vulnerabilidade.
<small>Ações na jornada de produto ou serviço: citar quais ações serão específicas e direcionadas a cada público ou grau de vulnerabilidade e em qual momento da jornada*. (*Oferta, contratação, formalização, pós-venda, comunicação, cancelamento, atendimento)</small>	

## Concepção de produtos

---

### Boa prática

#### Dimensão de vulnerabilidade no roteiro de construção de novos produtos

##### Propósito / Abrangência

Inclusão da dimensão de vulnerabilidade no roteiro de construção de novos produtos (tema verificado no processo de aprovação de produtos) para todas as vulnerabilidades, com o propósito de, no momento de lançamento do produto, já desenvolvermos um produto compatível às necessidades desses clientes. Além disso, o Santander também se preocupa em ofertar produtos de acordo com a necessidade e o perfil de clientes. Um exemplo foi a decisão de não ofertar empréstimo consignado para pessoas que possuíam Auxílio Brasil, por entender que era um público altamente vulnerável e para quem o produto poderia não ser adequado.

##### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?** ?

---

Todos os *clusters* de vulnerabilidades.

##### **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?** ?

---

Desenvolvimento de produtos que se conectam com as necessidades reais desses consumidores e os apoiam no seu dia a dia. Além disso, o Santander também se preocupa em ofertar produtos de acordo com a necessidade e perfil de clientes. Um exemplo foi a decisão de não ofertar empréstimo consignado para pessoas que possuíam Auxílio Brasil, por entender que era um público altamente vulnerável e para quem o produto poderia não ser adequado.

##### **Quais são as evidências da boa prática?** ?

---

Duas métricas que acompanhamos que refletem a boa prática são:

- ▶ NPS (Net Promoter Score) – Essa métrica verifica a satisfação/recomendação dos clientes. Atualmente, o NPS dos clientes Alto e Altíssimo vulneráveis é maior que o do cliente PF padrão; e
- ▶ Reclamações – Essa métrica avalia a quantidade de reclamações nos canais do Banco. Atualmente, é possível observar que o índice de reclamação para clientes Altos e Altíssimo vulneráveis é menor que o do cliente padrão PF.

# Boas Práticas

3.15

**/ Como os produtos ou serviços ofertados ou recomendados estão adequados às necessidades, aos interesses e aos objetivos dos consumidores vulneráveis?**

Pergunta baseada no art. 8º do Normativo SARB n. 24/2021; e art. 4º, inciso I, da Resolução CMN n. 4.949/2021 – Obrigação de “adequação dos produtos e serviços ofertados ou recomendados às necessidades, aos interesses e aos objetivos dos clientes e usuários”.

A adequação do produto ou serviço às necessidades, aos interesses e aos objetivos dos consumidores vulneráveis é um compromisso da Autorregulação e também das normas regulatórias e de defesa do consumidor. Implica informação clara, precisa e correta, que permita a compreensão do consumidor.

As informações recebidas das Instituições Financeiras participantes demonstram a adoção das regras de *suitability*, no sentido de buscar a oferta adequada de produtos e serviços ao perfil, à necessidade e ao grau de vulnerabilidade do cliente ou usuário.

Como forma de acompanhamento, foram mencionados, ainda, mecanismos de controle de qualidade da venda e monitoramento do uso dos produtos e serviços, assim como dos cancelamentos e reclamações sobre eles.



## Como os produtos ou serviços ofertados ou recomendados estão adequados às necessidades, aos interesses e aos objetivos dos consumidores vulneráveis?

### Qual é a boa prática implementada?



Uso de ferramenta Melhor Oferta e de regras de *suitability* que indicam os produtos/serviços mais adequados aos consumidores e que consideram o grau de vulnerabilidade deles.

A Melhor Oferta utiliza metodologia analítica para segmentar os clientes de acordo com o seu comportamento de consumo, dentro e fora do BB. Para isso, a ferramenta processa, diariamente, diversas informações dos clientes, tais como: dados pessoais, dados profissionais, tempo de relacionamento, posse de produtos, simulações, utilização de canais, endividamento no Sistema Financeiro Nacional (SFN), navegação Web e Portal BB.

### Quais são as suas recomendações?



A adoção de regras de *suitability* que considerem o grau de vulnerabilidade do cliente é um importante instrumento para a oferta adequada de produtos.

## Como os produtos ou serviços ofertados ou recomendados estão adequados às necessidades, aos interesses e aos objetivos dos consumidores vulneráveis?

---

É assegurado o tratamento diferenciado aos clientes e usuários de serviços em situação de vulnerabilidade, incluindo os idosos. Abaixo, os termos da Política nº 420 – Política Institucional de Relacionamento com Clientes e Usuários de Produtos e Serviços Financeiros, que remetem aos procedimentos e que asseguram que a oferta de produtos e serviços financeiros seja adequada às necessidades e aos objetivos dos consumidores em situação de vulnerabilidade, incluindo os idosos e, em anexo, segue cópia da Política mencionada (doc “Política nº 420”).

Seguem termos da Política:

“7.1) Gestão de Atendimento

(...)

“Para certificação da observância dos princípios norteadores deste Normativo, deve-se assegurar que as estratégias e diretrizes no âmbito comercial e administrativo sejam orientadas a promover a cultura organizacional que incentive relacionamento cooperativo e equilibrado com clientes e usuários, assegurando conformidade e legitimidade de produtos e de serviços desde sua concepção, considerando seus perfis de relacionamento e eventuais vulnerabilidades associadas.”

Podemos exemplificar com um caso que o produto impactaria severamente o público vulnerável: o empréstimo consignado do Auxílio Brasil, quando o Banco Daycoval optou por não operar com a modalidade, visto o impacto desse produto no público vulnerável.

“8.1.1) Perfil de Clientes

(...)

c) Clientes com Perfil Vulnerável:

São considerados vulneráveis, dentre outros, os consumidores que, devido a sua condição pessoal, demonstrem menor capacidade de compreensão e discernimento para análise e tomada de decisões ou de representar seus próprios interesses.

Podem ser consideradas características dos públicos vulneráveis, isoladamente ou em conjunto, dentre outras:

- I. Capacidade civil;
- II. Deficiência física ou mental;
- III. Doença grave, nos termos da legislação;
- IV. Superendividamento;
- V. Grau de escolaridade;
- VI. Habilidade e/ou maturidade digital;
- VII. Idade;
- VIII. Renda.

A análise das vulnerabilidades deve levar em consideração toda a base de clientes do Conglomerado, devendo ser criado modelo para identificação e instituição de mecanismos de proteção mitigatórios de risco especificamente voltados ao público potencialmente vulnerável.

A oferta de produtos e serviços será adequada às necessidades, interesses e aos objetivos dos consumidores potencialmente vulneráveis, que terão acesso a informações claras e transparentes, proporcionando-lhes plenas condições para uma tomada de decisão consciente a respeito de seus produtos e serviços, sendo que deverá ser dado amplo conhecimento dos mecanismos de proteção voltados a este público.

O cliente que se enquadrar na categoria de público vulnerável deve ter atendimento especial e prioritário conforme normas específicas de cada produto, se aplicável.

d) Clientes Idosos:

Consideram-se idosas as pessoas definidas na Lei 10.741/2003 (Estatuto do Idoso), ou seja, são as pessoas com idade igual ou superior a 60 (sessenta) anos.

É assegurado que a oferta de produtos e serviços financeiros seja adequada às necessidades, aos interesses e aos objetivos dos consumidores idosos.”

“8.3) Da Contratação de Crédito e da Prestação de Serviço

(...)

A oferta de produtos e serviços financeiros deve ser adequada as necessidades, aos interesses e aos objetivos dos clientes e usuários, com observância aos consumidores potencialmente vulneráveis e idosos, que terão acesso a informações claras e transparentes, proporcionando-lhes plenas condições para tomada de decisão consciente a respeito dos produtos e serviços.”





**Como os produtos ou serviços ofertados ou recomendados estão adequados às necessidades, aos interesses e aos objetivos dos consumidores vulneráveis?**

---

**Qual é a boa prática implementada?**



Nas diretrizes e instruções normativas específicas para cada produto ou serviço estão definidos o público-alvo e a modalidade de contratação. No momento de submeter as propostas de criação ou remodelagem de produtos e/ou serviços, é necessário que se descreva como a proposta se relaciona com os públicos vulneráveis. A proposta é analisada, validada e são realizadas considerações das áreas técnicas relacionadas ao produto/serviço. Posteriormente, as propostas são submetidas ao Comitê de Gestão de Produtos e Serviços para deliberação. É também realizado trabalho estatístico de propensão à compra do cliente, de acordo com as suas características.

**Quais são as suas recomendações?**



Conhecer os clientes e o seu nível de classificação de vulnerabilidade para a oferta adequada e direcionada às peculiaridades e às necessidades, aos interesses e aos objetivos de cada cliente.

## Como os produtos ou serviços ofertados ou recomendados estão adequados às necessidades, aos interesses e aos objetivos dos consumidores vulneráveis?

---

### Qual é a boa prática implementada?



O Banco Bmg zela por oferecer produtos que sejam compatíveis ao perfil dos seus consumidores. Para constituição e oferta de produtos e serviços, prezamos pelo bom relacionamento para que a jornada seja otimizada de forma simples e adequada às necessidades dos seus consumidores. As informações dos critérios de elegibilidade estão registradas nos Roteiros Operacionais de cada produto.

### Quais são as suas recomendações?



As Lojas help!/franqueados têm como prática, primeiramente, ofertar os produtos com menores taxas de juros, que se adequem ao perfil de cada cliente, quando consideramos idade, profissão, interesses e renda.



## Como os produtos ou serviços ofertados ou recomendados estão adequados às necessidades, aos interesses e aos objetivos dos consumidores vulneráveis?

---

A Organização busca assegurar que oferta e comercialização de produtos e serviços atendam às necessidades, aos interesses e aos objetivos dos consumidores, incluindo os potencialmente vulneráveis. São realizadas ações de acultramento e comunicações de forma periódica sobre o tema, através de canais internos da Organização, para o reforço dos corretos procedimentos a serem adotados e para a realização do melhor atendimento ao público potencialmente vulnerável.

Para a concepção de novos produtos, são avaliados os impactos e benefícios considerando também o público mais vulnerável em todas as fases do relacionamento com a Organização.

São disponibilizados aos clientes cursos *on-line* e informações sobre educação financeira, buscando auxiliar a melhora no entendimento e gestão das finanças. A Organização possui o compromisso de encantar o cliente em uma jornada transparente na comercialização dos produtos, utilizando a melhor oferta com soluções customizadas de crédito.

### Qual é a boa prática implementada?



A Organização possui o compromisso de proporcionar uma jornada transparente na comercialização dos produtos, utilizando a melhor oferta, baseada na avaliação sistêmica do perfil do cliente, com soluções customizadas de crédito.

São disponibilizados de forma *on-line* cursos e matérias sobre educação financeira, visando o acultramento e desenvolvimento da educação financeira aos clientes.

### Quais são as suas recomendações?



O objetivo é assegurar oferta e comercialização de produtos e serviços de forma transparente e que atendam às necessidades, aos interesses e aos objetivos dos consumidores potencialmente vulneráveis.

Em linha com as premissas de ter o cliente no centro da estratégia, instituímos o pós-venda corporativo com o objetivo de contactarmos os nossos clientes após a contratação de um produto ou serviço, para garantirmos que o atendimento tenha sido realizado de forma correta e a contratação do produto atenda ao que lhe foi ofertado.

## Como os produtos ou serviços ofertados ou recomendados estão adequados às necessidades, aos interesses e aos objetivos dos consumidores vulneráveis?

---

Após verificada a condição de vulnerabilidade do cliente, a oferta de produtos e serviços observa o seu perfil de *suitability*, salvaguardando a sua comercialização à capacidade financeira do cliente, de modo a evitar situações de endividamento e agravamento de vulnerabilidade.

### Qual é a boa prática implementada?

---



Inclusão de informações sobre o perfil de cliente e a sua vulnerabilidade em normas de produtos, serviços, atendimento e demais normativos relacionados.

Estes manuais são documentos internos da CAIXA destinados aos seus empregados em portal próprio e a inclusão das informações tem a finalidade de disseminar os conceitos relativos ao tema, bem como orientar a correta identificação e tratamento ao público potencialmente vulnerável.

Divulgação das estratégias de relacionamento e campanhas para a oferta de produtos e serviços a clientes, contemplando as diretrizes da PRC sobre a oferta adequada de produtos e serviços, conforme perfil e necessidade do cliente (*suitability*), observando as peculiaridades dos públicos vulneráveis e reforçando a obrigatoriedade de observância à Legislação Externa sobre inibição de venda casada.

Elaboração de peças de produtos e serviços utilizando palavras que demonstrem foco no cliente, direcionando e buscando esclarecer para qual perfil é indicado.

### Quais são as suas recomendações?

---



As áreas responsáveis pela concepção e manutenção de produtos e serviços devem atentar-se às necessidades dos clientes quando da definição do destino do produto ou serviço em questão, além de repassar aos empregados informações sobre os produtos/serviços de forma clara, simples e acessível. Visa aumentar a compreensão e, conseqüentemente, transmissão de informações mais assertivas ao cliente, para que estes se sintam mais seguros na tomada de decisão acerca da contratação.

Além disso, deve haver ampla divulgação e sensibilização dos empregados, principalmente os que estão envolvidos no atendimento, quando da atualização de produtos e serviços já existentes ou lançamento de novos produtos/serviços.



## Como os produtos ou serviços ofertados ou recomendados estão adequados às necessidades, aos interesses e aos objetivos dos consumidores vulneráveis?

### **Boa prática**

O Itaú adota uma premissa de que todas as ofertas devem priorizar os clientes classificados como potencial para oferta de produtos e serviços, sendo certo que, para tal definição, são realizados diversos filtros para garantir que o público potencial para contratação seja selecionado de forma adequada.

Também são definidos os canais em que os produtos e serviços serão ofertados, observando sempre as necessidades, a conveniência para o cliente e a complexidade dos canais e produtos, visando garantir que ele tenha o acesso a todas as informações necessárias para uma tomada de decisão consciente.

Adicionalmente, existem mecanismos de controle de qualidade preparados para avaliar situações com potencial desvio de conduta na oferta de produtos e serviços em desacordo com o perfil do cliente, seja através do contato para certificar-se do reconhecimento das contratações ou seja com o acompanhamento das vendas por um determinado período para monitorar o uso dos produtos e serviços, assim como eventuais cancelamentos ou reclamações sobre eles.

Ainda, o Itaú Unibanco construiu uma estratégia diferenciada para distribuição de novas ofertas, com a retirada de oferta ativa para determinados produtos quando se tratar de cliente vulnerável classificado como Muito Alto ou Alto através da modelagem institucional. Isso significa que o cliente não receberá ofertas de determinados produtos, mas poderá contratar livremente caso deseje e solicite.

### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**



O público abrangido pela ação é aquele com maior dificuldade de compreensão durante o relacionamento com a Instituição Financeira, assegurando maior adequação dos produtos e serviços ofertados aos perfis e às necessidades individuais.

### **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**



Maior segurança quanto à adequação dos produtos e dos serviços disponibilizados, ofertados ou contratados, ao perfil e às necessidades dos clientes.

## Como os produtos ou serviços ofertados ou recomendados estão adequados às necessidades, aos interesses e aos objetivos dos consumidores vulneráveis?

### Qual é a boa prática implementada?



Avaliação das necessidades do público vulnerável para que sejam consideradas no desenvolvimento e revisão de produtos, serviços e canais, conforme descrito em item anterior.

De modo complementar, na divulgação de produtos e serviços, para assegurar a prestação de informações de forma confiável, compreensível e tempestiva, o Mercantil do Brasil conta com um processo de governança que envolve diferentes áreas, na avaliação e na aprovação dos materiais endereçados a clientes, observando-se adequação da abordagem, melhores práticas em conduta e conformidade com as normas internas e externas.

O acompanhamento da *performance* de vendas considera os graus de vulnerabilidade, sendo possível mensurar a adequação dos produtos e dos serviços ao perfil do cliente. Tal mensuração acontece pelos indicadores definidos para identificar possíveis vícios de vendas, devido às demandas de reclamações e da conduta dos colaboradores, culminando na aplicação da Política de Gestão da Consequência, a partir da reorientação do funcionário quanto a comportamentos inadequados, com a aplicação de advertências formais e até mesmo desligamentos.

### Quais são as suas recomendações?



Garantir o atendimento aos aspectos de vulnerabilidade dos clientes nas concepções de novos produtos e serviços, bem como na comercialização e ofertas para este público.



Como os produtos ou serviços ofertados ou recomendados estão adequados às necessidades, aos interesses e aos objetivos dos consumidores vulneráveis?

---

**Qual é a boa prática implementada?**



Condições específicas para vulneráveis

**Propósito / Como / Abrangência**

Oferta de produtos com condições diferenciadas com a finalidade de apoiar o cliente e/ou facilitar o pagamento da sua dívida. A abrangência da ação: clientes com Alta e/ou Altíssima vulnerabilidade.

**Quais são as suas recomendações?**



Grande foco na mobilização cultural da Organização, divulgação dos produtos aos vulneráveis e criação de governança com membros sêniores para aprovação das ofertas.

# Boas Práticas

3.16

**/ Contratação**



A contratação de produtos e serviços é um momento sensível na relação de consumo. Por essa razão, o Código de Defesa do Consumidor, as normas regulatórias e de autorregulação estabelecem um conjunto de medidas a serem observadas no processo de pactuação. Busca-se o equilíbrio (equidade) e a proteção da confiança<sup>7</sup> nas relações de consumo.

De forma geral, no âmbito do Código de Defesa do Consumidor, norma de ordem pública e interesse social (art. 1º), há deveres informativos e de transparência que qualificam o pacto celebrado (art. 46); medidas que solucionam eventuais conflitos interpretativos das condições e cláusulas contratuais assegurando a interpretação mais favorável ao consumidor (art. 47); regras que vinculam as ofertas realizadas (art. 48); que estabelecem o prazo de reflexão; e que estabelecem a relação de complementariedade do contrato em relação às garantias e direitos dos consumidores previstos no Código de Defesa do Consumidor e outras normas aplicáveis (art. 50).

A tutela da relação contratual prevê, ainda, uma seção própria para cuidar dos abusos e excessos que possam ser cometidos na relação de consumo, estabelecida como cláusulas contratuais (art. 51); obrigação de deveres informativos específicos para a outorga de crédito ou concessão de financiamento (art. 52); além de disciplina específica para as compras em prestações, nas alienações fiduciárias e consórcios (art. 53).

Por fim, na tutela contratual, encerra-se a seção com a disciplina dos contratos de adesão (art. 54) e a novidade apresentada pela atualização do Código de Defesa do Consumidor sobre o tratamento do superendividamento (art. 54 – A até o art. 54-G).

### **A preocupação como equilíbrio contratual**

Podem ser observadas práticas contratuais que endereçam a vulnerabilidade por meio de produtos que apresentam condições diferenciadas para o endividados. Outra medida observada é a atividade de renegociação de dívidas.

A *suitability* também pode ser observada nas respostas como medidas de adequação que permitem o equilíbrio do contrato, assim como nos instrumentos de controle de qualidade de vendas.

---

6. MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor** [livro eletrônico]. 3.ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019. Página RB-5.1. Disponível em: <https://proview.thomsonreuters.com/launchapp/tit-le/rt/monografias/100078314/v9/page/RB-5.1>. Acesso em: fevereiro 2023.



## Contratação

---

### **/ Boa prática**

#### **Renegociação facilitada**

O Banco do Brasil conta com ferramenta para agilizar e facilitar a contratação de renegociação de dívidas nos canais digitais e com a facilidade do débito em conta. A contratação pode ser realizada nos canais de atendimento do BB, celular, na internet, WhatsApp BB e nos terminais de autoatendimento.

#### **Propósito**

Proporcionar alternativa de canal de atendimento ao cliente superendividado, com maior comodidade e agilidade na contratação de renegociação de dívidas.

#### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**

**?**

Clientes superendividados.

#### **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**

**?**

Agilidade da contratação, segurança e facilidade do débito em conta.

#### **Quais são as evidências da boa prática?**

**?**

<https://www.bb.com.br/pbb/pagina-inicial/voce/produtos-e-servicos/solucao-de-dvidas#/>

## Contratação

---

Atualmente, estamos com 90% de toda a produção sendo formalizada de forma digital, ou seja, as operações de empréstimo consignado; cartão de crédito consignado; crédito pessoal com débito em conta corrente e crédito pessoal. Saque de aniversário do FGTS e financiamento de veículos são formalizados de forma digital, ou seja, o correspondente autorizado Daycoval atende o tomador de crédito e orienta sobre as possibilidades de negócio e, se o cliente tiver interesse, recebe um *link* e de forma facultativa efetua a jornada “digital”, momento em que ele terá todas as condições previamente negociadas e dará o aceite em todas as condições, principalmente nas condições de Taxa (CET), valores e prazos e, também, poderá avaliar o atendimento do agente operador que lhe atendeu. Além de toda a jornada feita pelo cliente, o Banco Daycoval ainda envia adicionalmente um SMS ao cliente com um *token*, assim o cliente terá à disposição novamente a planilha CET da proposta negociada. Se a operação for liberada, o Banco envia outro SMS com *token* ao cliente e o mesmo tem à sua disposição um “espelho/resumo da CCB” (cédula de crédito bancário). Para os processos formalizados por atendimento pessoal (via assinatura dos instrumentos), também é enviado adicionalmente ao cliente os SMS retro citados.

Independentemente da forma de formalizar (digitalmente ou manualmente), o Banco analisa individualmente cada operação através de mesas de crédito e também para operações de determinados valores, antes de liberar o crédito; e efetua contato gravado com o cliente para ratificar as condições negociadas e satisfação do mesmo.



## Contratação

---

### **/ Boa prática**

Disponibilização de materiais específicos para distribuição de cartões

**A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**

**?**

Pessoas com visão subnormal (baixa visão).

**A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**

**?**

Melhor entendimento do material que o cliente está recebendo, com detalhamento e orientações para liberação e utilização do cartão com letras aumentadas.

**Quais são as evidências da boa prática?**

**?**

Acompanhamento dos registros de demandas sobre o tema realizados nos canais de atendimento.

## Contratação

### Boa prática

#### Atendimento personalizado

#### A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo? ?

Entendendo a necessidade do consumidor, os nossos consultores apresentam o portfólio de produtos compatíveis ao seu perfil.



#### A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável? ?

- ▶ Clareza das informações;
- ▶ Oferta do produto adequado; e
- ▶ Atendimento personalizado para todo o público vulnerável.

#### Quais são as evidências da boa prática? ?

- ▶ Acompanhamento das reclamações; e
- ▶ NPS (Net Promoter Score).

## Contratação

### Boa prática

Financiamento destinado às pessoas com deficiência, visando subsidiar equipamentos para a adaptação de veículos, cadeira de rodas, próteses, máquinas de escrever em Braille, equipamentos para a prática de esportes, aparelhos auditivos, computadores com *softwares* especiais, etc.

#### A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?



A boa prática tem como público-alvo as pessoas portadoras de deficiência física, proporcionando a oportunidade de o cliente negociar condições mais adequadas ao seu perfil e ao seu momento de vida.

#### A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?



Oportunidade de o cliente negociar condições, valores e prazos diferenciados de acordo com o seu perfil, a sua necessidade, o seu momento de vida e vulnerabilidade.

#### Quais são as evidências da boa prática?



<https://banco.bradesco/html/classic/produtos-servicos/emprestimo-efinanciamento/ou-tros-bens-e-servicos/cdc-acessibilidade.shtm>



## Boa prática

### Pós-Venda

#### Propósito

Em linha com as premissas de ter o cliente no centro da estratégia, instituímos o pós-venda corporativo com o objetivo de contactarmos os nossos clientes após a contratação de um produto ou serviço, para garantirmos que o atendimento tenha sido realizado de forma correta e a contratação do produto atenda ao que lhe foi ofertado.

#### Abrangência

#### A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?

?

A boa prática atinge todos os públicos, incluindo os potencialmente vulneráveis.

#### A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?

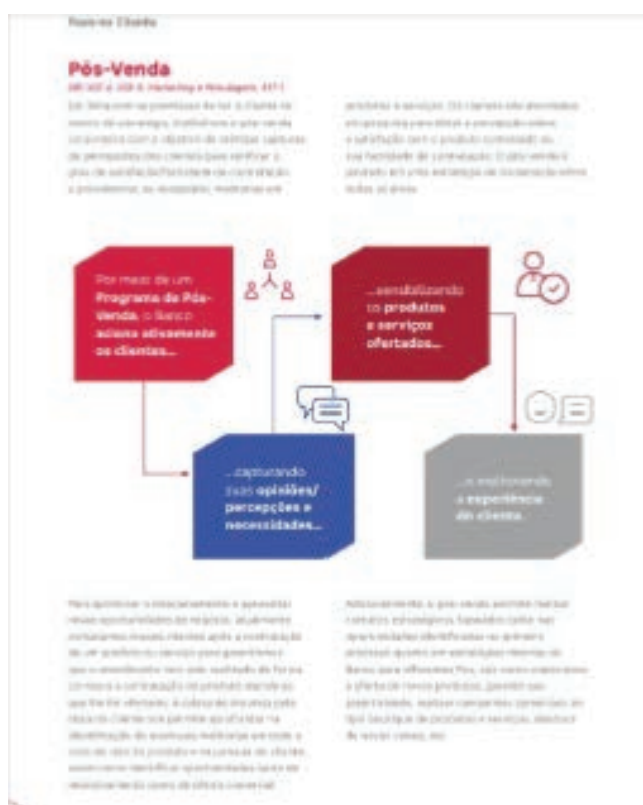
?

Certificar-se de que o atendimento tenha sido realizado de forma correta, clara, objetiva; e a contratação do produto atenda ao que lhe foi ofertado e permita aprofundar na identificação de eventuais melhorias em todo o ciclo de vida do produto e na jornada do cliente.

#### Quais são as evidências da boa prática?

?

Relatório Integrado:



## Contratação

---

### Boa prática

Os empregados do atendimento são orientados a realizar a comercialização de produtos e serviços em consonância ao perfil e à necessidade dos clientes (*suitability*), atentando-se para a capacidade de pagamento dos clientes e, em especial, aos graus de vulnerabilidade dos clientes, uma vez que clientes classificados nos graus mais elevados de vulnerabilidade poderão ser vetados da contratação de produtos e serviços.

É orientado, ainda, que seja utilizada uma linguagem simples e clara durante o atendimento humano, de modo a garantir o pleno entendimento do cliente potencialmente vulnerável para garantir a segurança da relação de consumo.

Foi realizada a revisão de jornadas e termos de contratos, visando a simplificação dos processos e da linguagem utilizada.

### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**

---



A boa prática visa atingir a vulnerabilidade de propensão a compras por impulso ou em desacordo com o seu perfil/necessidade, além de evitar situações de agravamento de endividamento. Atinge, ainda, a dificuldade de acesso e de compreensão de produtos e serviços financeiros, e a necessidade de apoio de terceiros para a contratação.

### **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**

---



Quanto mais simples e clara for a jornada do cliente, seja ela presencial ou remota, menos necessário será o apoio de terceiros, fazendo com que os clientes se sintam mais seguros em relação à Instituição e à tomada de decisões mais assertivas.





## Contratação

---

### **Boa prática**

Aumento de rigor nos modelos de controle de qualidade de vendas, com a inclusão de contato telefônico com os clientes vulneráveis para a confirmação das contratações realizadas na rede de agências.

#### **Propósito**

A boa prática busca garantir o conhecimento e o consentimento sobre produtos e serviços contratados na rede de agências, mitigando o risco de vendas não reconhecidas e eventuais desvios de conduta.

#### **Abrangência**

O público abrangido pela ação é aquele classificado como Muito Alto e Alto de vulnerabilidade, considerando a modelagem institucional.

#### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**



O público tratado pela ação é aquele com maior dificuldade de compreensão durante o relacionamento com a Instituição Financeira. Importante destacar que o modelo para a identificação dos clientes vulneráveis considera fatores que podem potencializar as vulnerabilidades quando combinadas, como baixa escolaridade, idade avançada, deficiências física ou cognitiva e baixa habilidade digital.

#### **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**



Reforço na qualidade das contratações efetuadas na rede de agências e do entendimento dos produtos e as suas condições, de modo a confirmar a contratação e a construir uma relação confiável e sustentável com os clientes.

## Contratação

---

### **/ Boa prática**

Atendimento assistido nos terminais de Autoatendimento (já descrito - Ao acessar menus de produtos e serviços no terminal de autoatendimento), o cliente identificado com risco de alta vulnerabilidade será direcionado para solicitar assistência de algum colaborador.

### **Propósito**

A transação de compra somente será concluída após o colaborador registrar a sua matrícula no equipamento e adotar o protocolo de prestação de serviço adequado ao perfil do cliente com indicação de alta vulnerabilidade. O propósito é mitigar o risco de não entendimento do produto ou serviço, assim como o risco de contratações inadvertidas ou não conscientes.

### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**

**?**

Todas as vulnerabilidades que, conforme o modelo já apresentado, elevam o risco do cliente para Alto e Muito Alto.

### **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**

**?**

Mitiga o risco de não entendimento do produto ou serviço, assim como o risco de contratações inadvertidas ou não conscientes.

## Contratação

---

### Boa prática

#### Dica de abordagem para a venda

#### Propósito / Abrangência

Roteiro de venda para o gerente comercial com sugestões de diferentes formas de explicar os detalhes das ofertas dos produtos de interesse do cliente. Abrangência: todos os *clusters* de vulnerabilidades.

### Boa prática

#### Condições / Ofertas específicas para vulneráveis

#### Propósito/Abrangência

Oferta de produtos com condições diferenciadas com a finalidade de apoiar o cliente e/ou facilitar o pagamento da sua dívida. A abrangência da ação: clientes com Alta e/ou Altíssima vulnerabilidade.

#### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**

**?**

A boa prática atinge todos os *clusters* de vulnerabilidades.

#### **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**

**?**

A boa prática gera medidas de proteção quando o apoio na sua saúde financeira e na prevenção ao superendividamento.

## Quais são as evidências da boa prática?

---



Indicadores que acompanhamos que refletem a boa prática:

- ▶ NPS (Net Promoter Score) – Essa métrica verifica a satisfação/recomendação dos clientes. Atualmente, o NPS dos clientes Alto e Altíssimo vulneráveis é maior que o do cliente PF padrão;
- ▶ Reclamações – Essa métrica calcula a quantidade de reclamações nos canais do Banco. Atualmente, é possível observar que o índice de reclamação para clientes Alto e Altíssimo vulneráveis é menor que o do cliente padrão PF; e
- ▶ Volume de contratação de ofertas especializadas – Essa métrica considera a quantidade de clientes que contrataram as ofertas especializadas e que de acordo com os seus resultados pode ser um indicativo para ajustes ou melhorias na oferta.

# Boas Práticas

3.17

**/ Como se evita o assédio de consumo aos vulneráveis?**

Pergunta baseada no art. 8º do Normativo SARB n. 24/2021; inciso IV do art. 54-C do CDC – Proibição de “assediar ou pressionar o consumidor para contratar o fornecimento de produto, serviço ou crédito, principalmente se se tratar de consumidor idoso, analfabeto, doente ou em estado de vulnerabilidade agravada ou se a contratação envolver prêmio”.

As práticas comerciais que representam excesso na relação de consumo podem ser consideradas abusivas. Por isso, práticas de venda destinadas a coagir, pressionar, manipular ou constranger o consumidor para contratar produtos ou serviços podem ser consideradas assédio de consumo.

A União Europeia prevê o assédio de consumo desde 2005. A Lei de Direito do Consumidor Australiana (Australian Consumer Law) também prevê a figura do assédio de consumo, desde 2011. No caso australiano, pressionar o consumidor a comprar algo sem dar a ele tempo para refletir pode ser considerado assédio. Outra conduta considerada assédio é a insistência continuada após a negativa do consumidor.

No caso em que há vulnerabilidades envolvidas, o limite do admissível na conduta comercial e do excesso que qualifica o assédio deve considerar a desigualdade existente entre o fornecedor e o consumidor.

Nas respostas a seguir, as Instituições Financeiras mencionam práticas de controle e auditoria, atuação segundo sistema de gestão de corrigir divisão silábica, medidas de reparação ao cliente, englobando devolução de valores, cancelamento e registro das situações identificadas para providências internas, entre outras.



## Como se evita o assédio de consumo aos vulneráveis?

---

- ▶ Consumidor idoso?
- ▶ Consumidor analfabeto?
- ▶ Consumidor com doença grave?
- ▶ Consumidor em estado de vulnerabilidade agravada?
- ▶ Consumidor receber prêmios para contratação?
- ▶ Receber prêmios para contratação?

### Qual é a boa prática implementada?

---



#### Medidas de tratamento e reparação

O BB atua em conformidade com leis, regulamentos, normas, políticas e procedimentos. Comprometemo-nos com a ética, a transparência, a integridade em todas as nossas ações e isso se reflete na nossa Política de Relacionamento com Clientes e Usuários e nos seus procedimentos.

Nos casos em que sejam identificadas ocorrências que indiquem descumprimento da Política de Relacionamento, são adotadas medidas de tratamento e reparação ao cliente.

### Quais são as suas recomendações?

---



A observância dos princípios da Política de Relacionamento com Clientes e Usuários deve ser assegurada pelas Instituições Financeiras, sendo estabelecidas medidas mais gravosas no caso de descumprimentos dessa norma que envolvem clientes dos estágios de vulneráveis mais elevada.

## Como se evita o assédio de consumo aos vulneráveis?

---

- ▶ Consumidor idoso?
- ▶ Consumidor analfabeto?
- ▶ Consumidor com doença grave?
- ▶ Consumidor em estado de vulnerabilidade agravada?
- ▶ Consumidor receber prêmios para contratação?
- ▶ Receber prêmios para contratação?

Todos os colaboradores e correspondentes no País contratados assinam o Termo de Compromisso para atuarem de acordo com as normas internas e com a legislação e regulamentação vigentes. Ademais, são disponibilizados aos colaboradores que atendem ao público os manuais e roteiros operacionais necessários, para a correta apresentação e efetivação de operações com os diversos públicos-alvo dos produtos e serviços prestados. Neste sentido, o fluxo de registro e aprovações das operações segue diretrizes relativas às regras dos diversos produtos e possui parâmetros de validação de acordo com essas regras. Situações que geram alertas são direcionadas a um segundo atendimento (pessoal, via telefone ou *chatbot*) por colaboradores de mesas de crédito e pós-venda, treinados para identificar e corrigir possíveis erros na negociação das operações.

Se, ainda assim, operações formalizadas forem contestadas pelos clientes no prazo de até 30 dias, mediante a devolução de valores, o atendimento de primeiro nível providencia o cancelamento e registro das situações identificadas, para direcionamento da questão e o devido tratamento das áreas de produto. Após esse prazo, os canais de atendimento possuem procedimentos para avaliação e tratamento de cada tipo de demanda com as áreas de produtos, visando a melhor solução ao cliente.

Todas as medidas, desde a concepção dos produtos até o atendimento de cobrança, visam evitar qualquer tipo de assédio de consumo ao público-alvo, incluindo o melhor tratamento às demandas posteriores à efetivação das operações.





## Como se evita o assédio de consumo aos vulneráveis?

---

- ▶ Consumidor idoso?
- ▶ Consumidor analfabeto?
- ▶ Consumidor com doença grave?
- ▶ Consumidor em estado de vulnerabilidade agravada?

O Banrisul tem realizado aperfeiçoamento contínuo nos seus padrões de qualidade de atendimento, produtos e serviços, com o intuito de prevenir a oferta e a contratação indevida pelos clientes, principalmente quando se tratar dos públicos vulneráveis, que correspondem aos acima citados e outros que foram identificados no modelo de classificação de vulnerabilidade estruturado pelo Banco. Neste sentido, foram adotadas ações como o monitoramento e a mensuração da eficácia dos controles internos e *compliance*; acompanhamento do canal de denúncias; avaliação de *performance* e competências dos colaboradores; e monitoramento do desempenho comercial com uma série de indicadores que fazem parte das metas, compondo o modelo de incentivos a curto prazo, indicador de qualidade de atendimento integrando a gestão de consequências estão dentre as ações preventivas ao assédio de consumo dos produtos e serviços pelos clientes de forma geral.

### Qual é a boa prática implementada?



Ação Comunicação Adicional para Clientes Desenquadrados no Pacote de Serviços - É realizado o envio de comunicação adicional para os clientes classificados nos níveis Alto e Altíssimo de vulnerabilidade e desenquadrados no produto pacote de serviços, que não realizaram alteração de pacote após a primeira comunicação.

### Quais são as suas recomendações?



Manter uma comunicação adicional e diferenciada com os clientes vulneráveis é fundamental para auxiliá-lo a compreender os produtos e serviços disponibilizados ou contratados, bem como divulgar os canais disponíveis do Banco para a realização da troca do referido pacote de serviços.

## Como se evita o assédio de consumo aos vulneráveis?

- ▶ Consumidor idoso?
- ▶ Consumidor analfabeto?
- ▶ Consumidor com doença grave?
- ▶ Consumidor em estado de vulnerabilidade agravada?
- ▶ Consumidor receber prêmios para contratação?
- ▶ Receber prêmios para contratação?

## Qual é a boa prática implementada?



As nossas plataformas de vendas e atendimento foram parametrizadas de acordo com o nível de vulnerabilidade, ou seja, quando incluímos o CPF, um *pop-up* sinaliza o grau de vulnerabilidade.

No nosso dia a dia, teremos que ter muito mais atenção a este público, dar um atendimento VIP e deixar o mais claro possível todas as informações de nossas propostas.

Infográfico detalhando o sistema de vulnerabilidade. À esquerda, um cartão de orientação para o atendimento de clientes vulneráveis, com o título 'Pop-up Clientes Vulneráveis' e subtítulo 'Pop-up Capital'. O cartão contém instruções para o atendimento presencial e uma lista de pontos de atenção. À direita, um texto explicando que ao acessar o sistema Portal de Vendas, um pop-up será exibido para clientes vulneráveis, solicitando atenção redobrada. Abaixo do texto, há uma captura de tela de uma caixa de diálogo intitulada 'Atenção' com um ícone de alerta e o texto: 'Cliente Vulnerável - Atenção ao atendimento de clientes vulneráveis. Garanta o atendimento diferenciado.' À direita do texto, há uma ilustração de uma mulher em uma blusa amarela e saia azul, com os braços cruzados.

- ▶ Para os produtos de crédito, temos a guarda da taxa de simulação pelo prazo de 2 dias, o que viabiliza a análise prévia do cliente sobre o produto e as condições da operação, conforme previsão legal.
- ▶ Na hora de formalizar a venda, são apresentados pela loja, mais de uma vez, todos os produtos, confirmando taxas, regras, prestações, evitando qualquer dúvida antes da assinatura do contrato.
- ▶ Na formalização por SMS, esclarecemos mais uma vez as informações mais relevantes sobre o produto, as taxas e regras, sem imposição.
- ▶ Para proteção dos consumidores analfabetos, a venda é concretizada presencialmente acompanhados de duas testemunhas.

- ▶ No momento da análise da formalização, conseguimos identificar pela *selfie* a espécie do benefício (ex.: auxílio doença) e marcação na proposta do grau de deficiência ou necessidades especiais. Em caso de incoerência, não seguimos com a contratação do produto.

<b>Base de Cálculo:</b>	<b>Débitos Concorrentes:</b>	<b>Nesses Débitos:</b>	<b>Comprometimento:</b>
		0,00	
<b>Data da Operação:</b>	<b>Carência</b>	<b>Primeiro Vencimento</b>	<b>Último Vencimento</b>
08/03/2023	48	25/04/2023	25/06/2024
<b>Valor Máximo da Parcela:</b>	<b>Valor da Parcela:</b>	<b>Qtd. Prestações:</b>	<input type="text" value="CET"/>
<b>Limite Operacional:</b>		<input type="text" value="5.000,00"/>	<b>Valor Solicitado:</b>
5.000,00			5.000,00
<b>Seguro Crédito na Con</b>			<b>Valor Líquido:</b>
<input checked="" type="checkbox"/>			

Esta simulação está dentro do prazo de 2 dias (Lei Superendividamento), caso seja alterada alguma informação, a simulação será perdida.

### Quais são as suas recomendações? ?

Todas as ações descritas reforçam o posicionamento do Banco e fazem total diferença para o cliente no momento da escolha de qual produto contratar, com base na adequação do seu perfil.

Todas as equipes de vendas, atendentes e prestadores de serviços que desempenhem atividades relacionadas ao atendimento a esse público, são empoderadas e treinadas, tendo consciência da importância do tratamento justo e equitativo, com base nos perfis de relacionamento e vulnerabilidades associadas.

### O que deve ser observado na implementação? ?

Para aderência do processo, nos certificamos de que os roteiros e *scripts* disponibilizados nas nossas Centrais de Atendimento e equipes comerciais estão aderentes e contêm informações detalhadas das características do produto, com objetivo de apoiar, esclarecer e explicar a natureza do crédito.

### Quais são os pontos de atenção? ?

As operações formalizadas são auditadas e, havendo indício de irregularidade, os responsáveis submetidos ao processo de gestão de consequências.

### O que deve ser evitado? ?

Não toleramos qualquer desvio de conduta, imposição, discriminação, recusa de entrega de documentação ou dificuldade de acesso a quaisquer informações de produtos e serviços.



## Como se evita o assédio de consumo aos vulneráveis?

---

- ▶ Consumidor idoso?
- ▶ Consumidor analfabeto?
- ▶ Consumidor com doença grave?
- ▶ Consumidor em estado de vulnerabilidade agravada?
- ▶ Consumidor receber prêmios para contratação?
- ▶ Receber prêmios para contratação?

### Qual é a boa prática implementada?



Treinamento e acultramento – Assegurar aos funcionários e colaboradores a devida capacitação para atender adequadamente os clientes vulneráveis de forma empática e assertiva, com a preparação necessária para considerar, no atendimento consultivo e personalizado de cada cliente, também o seu grau de vulnerabilidade perante a compreensão de produtos e serviços financeiros.

São disponibilizados de forma *on-line* cursos e matérias sobre educação financeira, visando o acultramento e desenvolvimento da educação financeira aos clientes no site Unibrad.

Anterior à contratação, o cliente tem a possibilidade de efetuar a simulação da operação com todas as condições (taxa, prazo, tributos, etc.) e, com base nestas informações, realizar a tomada de decisão acerca da contratação.

Em linha com as premissas de ter o cliente no centro da estratégia, instituímos o pós-venda corporativo com o objetivo de contarmos os nossos clientes após a contratação de um produto ou serviço, para garantirmos que o atendimento tenha sido realizado de forma correta e a contratação do produto atenda ao que lhe foi ofertado.

A Política Corporativa de Consequências que tem como diretrizes básicas de Disseminar a cultura corporativa de observância aos princípios e valores da Organização; assegurar a existência de Norma com previsão de consequências às ocorrências de conduta que violem o Código de Conduta Ética, Regulamento Interno, o Programa de Integridade e as Políticas e Normas internas e externas aplicáveis às atividades da Organização, e conscientizar sobre a prática de conduta adequada; garantir a existência de mecanismos para detecção de tais ocorrências; e assegurar o tratamento às ocorrências detectadas e a aplicação de consequências.

## Quais são as suas recomendações?

---



A Organização adota práticas que proporcionam melhoria na vida financeira dos nossos clientes, além da própria melhora do sistema financeiro. A nossa função, enquanto funcionários atuantes com serviços financeiros, é auxiliar e capacitar os nossos clientes, permitindo, cada vez mais, que cada cidadão gerencie bem os seus recursos financeiros.

Para tal, temos a responsabilidade de fornecer aos clientes; as informações e as soluções que facilitem a gestão das suas vidas financeiras, bem como prestar o suporte necessário para que isso aconteça. Essa postura nos permite internalizar a Cidadania Financeira na nossa cultura organizacional, o que é fundamental para um desenvolvimento saudável e sustentável da Organização Bradesco.

## Como se evita o assédio de consumo aos vulneráveis?

---

- ▶ **Consumidor idoso?** Exclusão do público nas campanhas de comercialização de produtos a partir do “não perturbe”.
- ▶ **Consumidor analfabeto?** Comunicação com o cliente a partir da simplificação das informações, com reforço dos pontos-chave da transação antes do aceite vocal.
- ▶ **Consumidor com doença grave?** Comunicação de forma clara e, em especial, sobre as condições do contrato no que se refere a não comercialização de seguros e interrupção do contrato.
- ▶ **Consumidor em estado de vulnerabilidade agravada?** Exclusão do público nas campanhas de comercialização de produtos a fim de evitar o agravamento da sua condição.
- ▶ **Consumidor receber prêmios para contratação?** Não realização da prática de venda casada, em cumprimento da regulamentação vigente, e comunicação clara quanto às condições do contrato.

### Qual é a boa prática implementada?



Disponibilização de marcação do cliente, em ferramenta corporativa, e ações alinhadas aos perfis de *suitability* dos clientes, contemplando os graus de vulnerabilidade e condições de endividamento.

### Quais são as suas recomendações?



A comercialização de produtos e serviços deve atender às necessidades dos clientes e ser pautada pelos princípios do crédito responsável. Neste sentido, as informações devem estar disponíveis de maneira fácil e clara em todos os canais da Instituição Financeira.

Os empregados diretamente envolvidos no atendimento devem ser agentes esclarecedores de dúvidas dos clientes, para que estes se sintam mais seguros quando da tomada de decisão quanto à contratação.

As jornadas devem ser simples, porém oferecendo informações completas, e dando autonomia ao cliente.

Deve-se evitar a oferta de produtos complexos ao público vulnerável, dada a maior propensão à dificuldade de compreensão e ao agravamento da situação.



## Como se evita o assédio de consumo aos vulneráveis?

---

- ▶ Consumidor idoso?
- ▶ Consumidor analfabeto?
- ▶ Consumidor com doença grave?
- ▶ Consumidor em estado de vulnerabilidade agravada?
- ▶ Consumidor receber prêmios para contratação?
- ▶ Receber prêmios para contratação?

### Qual é a boa prática implementada?



Para o Itaú Unibanco, a comunicação com os colaboradores é fundamental e inclui a divulgação de materiais que visam orientar o comportamento de todo o time. Em linha com a Ética, a centralidade no cliente e a diversidade, o Código de Ética e Conduta é amplamente divulgado e a sua adesão exigida, reforçando o compromisso no combate a todo tipo de assédio e discriminação no relacionamento com o cliente.

Adicionalmente, o Itaú Unibanco adota procedimentos em conformidade com o ambiente regulatório vigente e, também, em conformidade com as suas políticas internas, para assegurar maior atendimento das necessidades dos seus clientes, com produtos e serviços adequados em todas as etapas do relacionamento, desde a jornada de contratação até o cancelamento. Também são consideradas, nos processos de melhoria contínua, todas as manifestações dos clientes (pesquisas, reclamações, índices de usabilidade e cancelamento), principalmente aquelas recebidas dos públicos idosos e vulneráveis.

Nesse sentido, importante destacar que existem mecanismos de controle de qualidade preparados para avaliar situações com potencial desvio de conduta na oferta de produtos e serviços em desacordo com o perfil do cliente, seja através do contato para certificar o reconhecimento das contratações ou acompanhamento das vendas por um determinado período para monitorar o uso dos produtos e serviços, assim como eventuais cancelamentos ou reclamações sobre eles. Essa atuação ainda apresenta um caráter educativo, uma vez que monitora e sanciona as situações desviantes.

Do mesmo modo, a Instituição Financeira busca garantir a transparência efetiva em todos os momentos, destacando os benefícios, as condições, os custos e os valores dos produtos e serviços, além de atuar no conceito de atendimento digital, que tem por premissa proporcionar a mesma experiência ao cliente tanto nos canais físicos quanto nos digitais, em todas as etapas do relacionamento.

Importante observar que a Signatária adota uma modelagem institucional para a identificação dos clientes potencialmente vulneráveis, que considera, dentre outras características, a baixa escolaridade, idade avançada, deficiências físicas ou cognitivas, alto comprometimento de renda ou endividamento, como fator potencializador de vulnerabilidade.

### **Quais são as suas recomendações?**

---



Ética é inegociável. Por isso, é fundamental estimular e adotar o respeito no relacionamento com o cliente, independentemente das suas condições.



## Como se evita o assédio de consumo aos vulneráveis?

---

- ▶ Consumidor idoso?
- ▶ Consumidor analfabeto?
- ▶ Consumidor com doença grave?
- ▶ Consumidor em estado de vulnerabilidade agravada?
- ▶ Consumidor receber prêmios para contratação?

### Qual é a boa prática implementada?

---



#### Programas de incentivo e gestão de consequências.

Os programas de incentivos adotados pelo Mercantil e direcionados aos colaboradores buscam incentivar uma venda de qualidade, focada em direcionar o melhor produto/serviço para cada perfil de cliente.

Para assegurar o alinhamento desses incentivos, os programas de incentivo contemplam pontuação negativa para o caso de descumprimento das regras e procedimentos do Mercantil. Para avaliar o cumprimento das metas, é realizado o acompanhamento da *performance* de vendas, da adequação dos produtos e serviços ao perfil do cliente (*suitability*), das demandas de reclamações, dos cancelamentos de contratações após a sua efetivação e da conduta dos colaboradores.

As medidas disciplinares são aplicáveis quando o comportamento e a postura de determinado colaborador não estão adequados aos preceitos estabelecidos no Código de Ética. Essas medidas são estabelecidas de acordo com graduação e recorrência da ocorrência, sempre em consonância com a Política de Gestão de Consequências.

Para casos de clientes com alto grau de vulnerabilidade, se constatada a venda inadequada, haverá agravamento da medida disciplinar, conforme previsto na Política de Gestão de Consequências.

### Quais são as suas recomendações?

---



Garantir o cumprimento dos padrões de conduta adotado no atendimento aos clientes mais vulneráveis e a busca constante pela eliminação de vícios de venda nas ofertas e operações realizadas por meio dos canais de atendimento, cumprindo os procedimentos definidos para gestão de consequências, com agravamento da medida nos casos constatados.

## Como se evita o assédio de consumo aos vulneráveis?

---

### **Consumidor idoso**

Não ofertar produtos que não condizem com o perfil do cliente. Além de não realizar abordagem “agressiva” da venda, como “feche agora, promoção imperdível”, esclarecer e reforçar sobre o direito de arrependimento, além de explicações completas comentando todos os riscos do produto.

### **Consumidor analfabeto**

Garantir a leitura antes da assinatura do contrato, além de explicações completas comentando todos os riscos do produto.

### **Consumidor com doença grave**

Oferta não apelativa, garantir a leitura antes da assinatura do contrato, além de explicações completas comentando todos os riscos do produto.

### **Consumidor em estado de vulnerabilidade agravada**

Oferta não apelativa, garantir a leitura antes da assinatura do contrato, além de explicações completas comentando todos os riscos do produto.

### **Consumidor receber prêmios para contratação**

O Santander não possui essa prática para os clientes vulneráveis.

### **Qual é a boa prática implementada?**

---



#### **Score Model de clientes vulneráveis Santander**

#### **Propósito / Como / Abrangência**

Permitir a identificação de clientes que são vulneráveis por conta de um conjunto de situações pessoais, temporárias e/ou definitivas. O Santander desenvolveu um modelo para iden-

tificar esses clientes, dado que entende que somente uma condição de vulnerabilidade de forma isolada não traduz uma vulnerabilidade. Por exemplo, uma pessoa idosa pode ou não ser vulnerável, assim, entendemos que o perfil de vulnerabilidade é gerado não por um fator isolado, mas, sim, por vários fatores associados como, por exemplo, idade, renda, nível de endividamento, dentre outros.

### **Política de Crédito Diferenciada**

#### **Propósito / Como / Abrangência**

Política de Crédito Diferenciada para clientes com Altíssima vulnerabilidade, reforçando a prevenção ao superendividamento.

#### **Condições específicas para vulneráveis**

#### **Propósito / Como / Abrangência**

Oferta de produtos com condições diferenciadas com a finalidade de apoiar o cliente e/ou facilitar o pagamento da sua dívida. A abrangência da ação: clientes com Alta e/ou Altíssima vulnerabilidade.

#### **Treinamento / Guia de Boas Práticas / Comunicação**

#### **Propósito / Como / Abrangência**

Orientação sobre vulneráveis e boas práticas de atendimento especializado para os canais do Banco. A abrangência da ação: todo público vulnerável.

#### **Ajuste de roteiros de atendimento**

#### **Propósito / Como / Abrangência**

Ajuste do roteiro de atendimento dos analistas do pós-venda do Santander, utilizando linguagem simples com o objetivo de fornecer um atendimento completo e claro aos clientes. A abrangência da ação: clientes com Altíssima vulnerabilidade.

#### **Dica de abordagem para a venda**

#### **Propósito / Como / Abrangência**

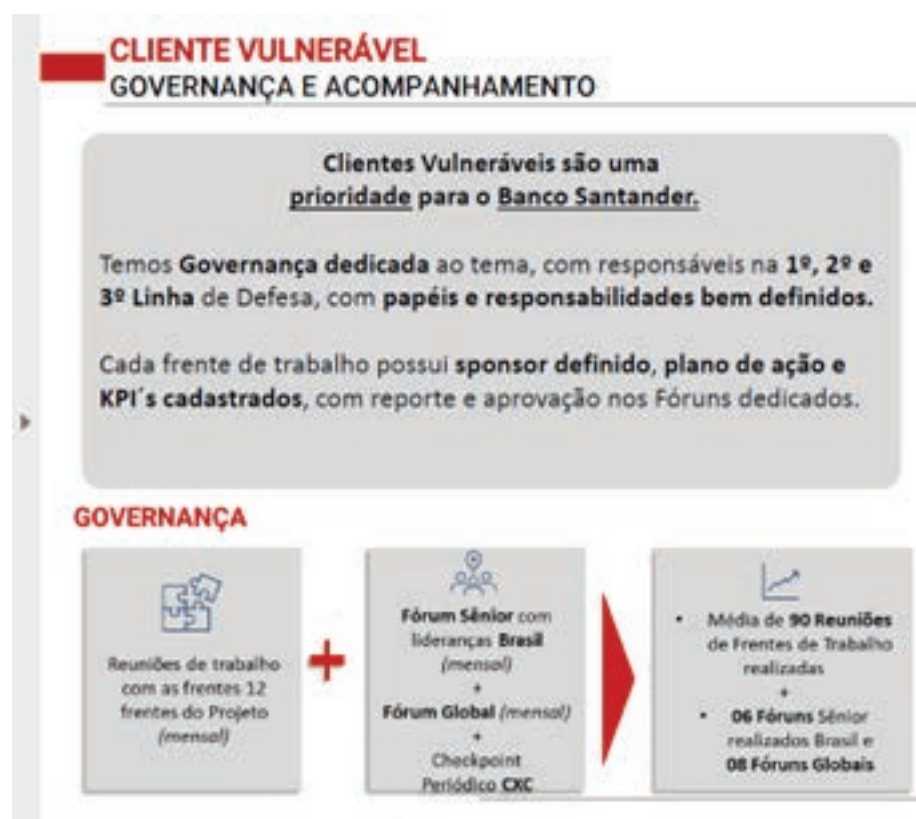
Roteiro de venda para o gerente comercial com sugestões de diferentes formas de explicar os detalhes das ofertas dos produtos de interesse do cliente. Abrangência: todos os *clusters* de vulnerabilidades.

## Quais são as suas recomendações?



Grande foco na mobilização cultural da Organização para ampla aderência e cumprimento do treinamento, bem como engajamento de todos para a construção de ações com foco em vulneráveis. Além da criação de governança para acompanhamento do programa com fóruns sêniores dedicados ao debate e construção do tema.

Abaixo, um exemplo da governança do Santander sobre o tema, com papéis e responsabilidades da primeira, segunda e terceira linha de defesa, bem como estruturação de fóruns e agendas de trabalho para o desenvolvimento do tema no Banco.



# Boas Práticas

3.18

**/ Pós-contrato**

A relação de consumo compreende três momentos distintos: o que antecede a contratação, englobando oferta, publicidade e informação sobre produtos e serviços; a contratação propriamente dita, com a celebração do contrato e os deveres de transparência, informação e equilíbrio da relação; e o posterior à celebração e execução do contrato, o denominado momento pós-contratual.

No pós-contratual, persistem obrigações legais na prestação de serviços no mercado de consumo. Embora não exista capítulo específico no Código de Defesa do Consumidor, os efeitos da relação de consumo como um todo são projetados para a relação pós-contratual.

Nesse sentido, deveres de garantia do serviço; atendimento aos consumidores; informação; proteção contra práticas contratuais abusivas; proteção de dados, entre outras medidas, podem ser consideradas pós-contratuais.

Com vistas a atuar na gestão das vulnerabilidades e do desequilíbrio financeiro de clientes e usuários com vulnerabilidades, as Instituições Financeiras participantes informaram medidas de validação da venda; alerta sobre o vencimento de parcelas; opções de regularização das operações de crédito do cliente; negociação ou renegociação de dívidas, entre outras.



## Pós-contrato

---

### **Boa prática**

**Mutirão de renegociação de dívidas (com os PROCONs, via Febraban), nos quais há condução/tratamento diferenciado ao cliente superendividado**

#### **Propósito**

Proporcionar mais uma opção de regularização das finanças dos clientes superendividados com condições diferenciadas.

**A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?** ?

---

Superendividados.

**A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?** ?

---

Readequação das operações de crédito do cliente, facilitando o pagamento e evitando atrasos.

**Quais são as evidências da boa prática?** ?

---

Disponível em: <https://www.bb.com.br/pbb/pagina-inicial/imprensa/n/67292/bb-oferece-condicoes-especiais-para-renegociacao-de-dividas#/>

## Imprensa

BUSCAR

Página Inicial | Notícias | Toda a notícia | Notícias relacionadas

Imprensa - BB oferece condições especiais para renegociação de dívidas

BB oferece condições especiais para renegociação de dívidas

# BB oferece condições especiais para renegociação de dívidas

**Ação vai até 30 de abril**

Esta é a ação Negocia BB, ação promocional específica para renegociação de dívidas, que até o dia 30 de abril, visa apoiar os clientes na regularização de suas dívidas.

Os clientes podem ter acesso a descontos de até 10% nas taxas de juros e parcelamento em até 120 meses. Além disso, são disponibilizados descontos para dívidas em atraso que vão de 20% até 90%, para públicos selecionados.

Os acordos podem ser contratados por meio dos seguintes canais: App BB - WhatsApp - e-mail de renegociação para o número 011 4004-0001 - Internet banking (BB.com/renegociação) ou BB.com/renegociação.

- Central de Relacionamento - 4004.0001 - dígitos ou 0800.729.0001 demais regiões.

- Agências BB Clientes Assessoria. As dívidas que já estão sendo quitadas regularmente também podem ser renegociadas com condições especiais.

Descontos de até 95% para liquidação à vista e de até 80% para renegociação a prazo. Para parcelamento, as taxas podem ter descontos de até 30% em comparação ao original.

Para renegociação, os clientes podem enviar a documentação para o WhatsApp 011 4004-0001 ou contatar o escritório de atendimento do BB que atuará a posteriori, judicialmente.

### Notícias Relacionadas

11/04/2022

#### Cliente PJ do BB agora tem nova funcionalidade de pagamentos no WhatsApp Business

Parceiros podem enviar pedidos e receber pagamentos via um só aplicativo para celular.

10/04/2022

#### BB faz aporte na Payfy

Investimento de capital por meio do BB Ventures, busca gerar valor para o cliente.

08/04/2022

#### BB incrementa mais de R\$ 700 mi em limite de crédito para clientes com Open Finance

Recursos são destinados para facilitar a regularização de dívidas e pagar o que nasceu.

### Produtos e Serviços

Finanças

Finanças

Finanças

Finanças

Finanças

Finanças

Finanças

Finanças

Finanças

Finanças

Finanças

Finanças

Finanças

Finanças

Finanças

Finanças

Finanças

Finanças

Finanças

Finanças

Finanças

Finanças

Finanças

Finanças

Finanças

Finanças

Finanças

Finanças

Finanças

Finanças

Finanças

Finanças

Finanças

Finanças

Finanças

Finanças

Finanças

Finanças

Finanças

Finanças

Finanças

Finanças

Finanças

Finanças

Finanças

Finanças

Finanças

Finanças

Finanças

Finanças

Finanças

Finanças

Finanças

Mais de 5 mil agências para facilitar seu dia a dia

ENCONTRE UMA AGÊNCIA

Central de Atendimento ao Cliente  
4004 0001 | 0800 729 0001

BB  
0800 729 0001

Finanças BB  
0800 729 0001

Central de Atendimento ao Cliente  
4004 0001

BB  
011 4004 0001

Central de Atendimento - Especialistas em Negócios  
4004 0001 | 0800 729 0001



## Como se evita o assédio de consumo aos vulneráveis?

---

Todo o atendimento pós-contratação prestado pela Instituição segue as diretrizes previstas na Política de Relacionamento com Clientes e nos manuais e roteiros operacionais das áreas de relacionamento com clientes (CAC e SAC). Como já citado, nos canais de atendimento ao cliente, já está implantada a priorização automática de clientes idosos e, também, está incluída a priorização em caso de identificação de outras vulnerabilidades ou situações especiais pelo atendente.

No atendimento de mediação prestado pela Ouvidoria, no caso da não solução da solicitação do cliente nos demais canais, mantém-se a priorização dos clientes idosos, seguidos da identificação de outras vulnerabilidades ou situações especiais pelo atendente.



## Como se evita o assédio de consumo aos vulneráveis?

---

### **/ Boa prática**

Envio de SMS Segurança para transações de transferência de valores da conta de clientes idosos, independentemente da sua escolha, alertando sobre saídas de valores superiores a R\$ 1.000,00, seja por saque, transferências internas ou externas, Banricompras e/ou pagamentos, que são os canais mais utilizados para retirada de recursos da conta.

#### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**

---

?

Idosos.

#### **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**

---

?

Alertar os clientes sobre transferência de valores, de modo a prevenir os golpes e fraudes.

#### **Quais são as evidências da boa prática?**

---

?

Acompanhamento dos registros de fraudes nos canais de atendimento.

## Como se evita o assédio de consumo aos vulneráveis?

---

### **Boa prática**

#### **Validação da venda**

##### **Propósito**

Tem como propósito fortalecer a relação com o cliente, oferecendo valor ao relacionamento, com foco em trazer uma experiência diferenciada na compra de um produto ou contratação de um serviço.

##### **Abrangência da medida**

Pré-Venda: Célula especializada em contato telefônico (durante a contratação) de novos produtos por meio de uma abordagem simples e clara, explicando os principais pontos do produto que está sendo contratado, com o esclarecimento de todas as dúvidas do cliente, tendo como principal objetivo prevenir fraudes e más vendas.

##### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**

?

O público-alvo são clientes com Alta, Muito Alta e Altíssima vulnerabilidade que estejam contratando o produto específico pela primeira vez.

##### **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**

?

A medida visa uma contratação de qualidade e conhecimento do produto adquirido, considerado o público potencialmente vulnerável com maior dificuldade de compreensão das regras gerais, assim como redução das possíveis reclamações por parte deste consumidor após a contratação.

##### **Quais são as evidências da boa prática?**

?

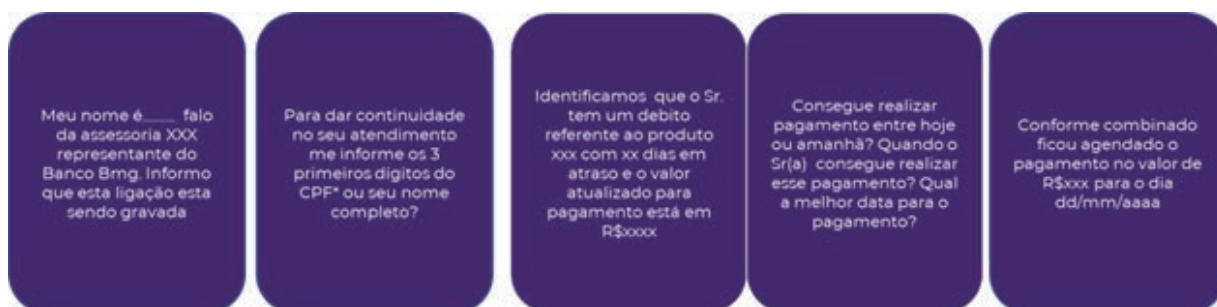
Indicador que aponta a redução de reclamações classificadas como procedentes, gerando melhor compreensão da natureza do produto.

## Boa prática

### Negociação de dívida de clientes potencialmente vulneráveis

Negociação de dívidas com consumidores inadimplentes potencialmente vulneráveis, fortalecendo a relação do cliente com o Banco.

O *script* foi desenvolvido com ênfase em: Escuta Ativa, Empatia e Foco em apresentar soluções ao cliente de maneira clara e objetiva.



### Abrangência

A régua de comunicação foi desenvolvida com o objetivo de apresentar a melhor proposta para o cliente, sempre prezando pela manutenção de um diálogo didático e de fácil compreensão das propostas apresentadas.

### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**

?

A boa prática abrange os clientes de Média a Altíssima vulnerabilidade.

### **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**

?

Renegociação de dívidas para promoção da manutenção e reequilíbrio das finanças do cliente superendividado.

### **Quais são as evidências da boa prática?**

?

A boa prática vem trazendo resultados satisfatórios e auxiliando os clientes na sua reorganização financeira.



## Como se evita o assédio de consumo aos vulneráveis?

---

### **Boa prática**

Atendimento diferenciado aos públicos com maior vulnerabilidade no pós-venda, que necessitam de um maior cuidado e de atenção dependendo da sua vulnerabilidade.

#### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?** ?

---

A boa prática é aplicada aos clientes potencialmente vulneráveis com maior vulnerabilidade, uma vez que podem apresentar maior dificuldade no entendimento dos produtos bancários.

#### **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável**

Através da disponibilização do atendimento personalizado ao público potencialmente vulnerável, é possível proporcionar maior entendimento ao cliente acerca do funcionamento do produto ou serviço contratado.

São realizadas avaliações do atendimento pós-venda aos clientes com maior vulnerabilidade com *feedbacks* constantes, além de avaliar os resultados capturados nesse contato, visando propor melhorias na jornada do cliente.

#### **Quais são as evidências da boa prática?** ?

---

Realização de pós-venda ativo com *script* diferenciado aos clientes mais vulneráveis, a fim de identificar como foi a experiência no processo de contratação e a satisfação com o produto contratado.

## Como se evita o assédio de consumo aos vulneráveis?

---

### Boa prática

Alerta do vencimento de prestações do Crédito CAIXA Tem.

Revisão da jornada de cancelamento de Cesta de Serviços no Internet Banking e URA Telefônica e envio de mensagens, via SMS, de cestas desenquadradas.

### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?**

---



Dificuldade de entendimento sobre as suas obrigações na contratação de produtos/serviços e maior propensão ao superendividamento.

### **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?**

---



O alerta sobre o vencimento de parcelas auxilia o cliente a compreender as suas obrigações na contratação do crédito, evitando que ele esqueça ou desconheça o valor e a data do próximo vencimento, prevenindo a inadimplência e o superendividamento.

No tocante à jornada da Cesta de Serviços, alguns termos foram ajustados para maior entendimento e autonomia em realizar a alteração ou o cancelamento do produto pelo cliente, além do recebimento de SMS informando o desenquadramento da cesta contratada e sugerindo o ajuste para a modalidade mais adequada ao perfil dele.



## Como se evita o assédio de consumo aos vulneráveis?

---

### **Boa prática**

**Monitoramento preventivo de clientes adimplentes**, mas que apresentam sinais de deterioração financeira, para evitar o endividamento, com oferta de produtos para renegociação e envio de comunicações direcionadas.

#### **Propósito**

A boa prática visa evitar o endividamento a partir da renegociação, quando verificado o risco de deterioração financeira.

#### **Abrangência**

O público abrangido pela ação é aquele com alto comprometimento de renda ou endividamento.

#### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?** ?

---

A ação está direcionada para tratar com os clientes com dificuldades financeiras com o objetivo de mitigar o risco de superendividamento.

#### **A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável?** ?

---

Oferta de produtos que possibilitem a reorganização financeira de clientes e evitem o endividamento.

### **Boa prática**

**Priorização de contato via Telemarketing com clientes vulneráveis que tenham o pacote de serviços incompatível com o seu uso**, ofertando, assim, um pacote mais adequado às suas necessidades.

#### **A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?** ?

---

O público abrangido pela ação é aquele classificado como Muito Alto e Alto de vulnerabilidade, considerando a modelagem institucional.

## A boa prática gera quais facilidades?



Maior adequação dos produtos e serviços às necessidades dos clientes.

### Boa prática

Abordagem diferenciada para acolhimento dos clientes vulneráveis que estão em situação de inadimplência, com redução da intensidade de cobrança e postergação de negativação.

## A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo?



O público abrangido pela ação é aquele com alto comprometimento de renda ou endividamento. A ação está direcionada para tratar com os clientes com dificuldades financeiras com o objetivo de mitigar o risco de superendividamento.

## A boa prática gera quais facilidades?



Abordagem mais direcionada e oferta de produtos que possibilitem a reorganização financeira de clientes em situação de inadimplência.

## Quais são as evidências da boa prática?



relatório I&M 2022 | Itaú Unibanco Holding S.A. | 72

### atenção ao público endividado

Buscamos sempre atuar na prosperidade e Independência Financeira de nossos clientes, incentivando e orientando o uso responsável do crédito, disponibilizando ferramentas de gestão financeira e conteúdo de educação financeira e muito mais. Sabemos que um dos públicos vulneráveis que devemos ter atenção, especialmente no atual cenário econômico de alta inflação e taxas de juros, são os clientes que estão endividados. Apoiamos o processo de reorganização financeira e a reinserção num ciclo virtuoso de uso do crédito. Conheça a seguir como o Itaú apoia o cliente na organização de suas dívidas.

### gestão preventiva

Acompanhamos nossos clientes de crédito com uma gestão preventiva e, ao notar sinais de possível desequilíbrio financeiro, preventivamente, enviamos estímulos em canais físicos e digitais, oferecendo orientação e soluções mais adequadas às necessidades e ao seu momento de vida, além da possibilidade de renegociação, quando necessário.

Em nossa página de educação financeira, há uma aba com guias específicos para o público que precisa de apoio para reorganização financeira.

- **guia saia do vermelho:** com dicas para organizar as finanças pessoais e superar as dívidas.
- **guia de crédito responsável:** Elaborado pela Febraban, o guia ajuda o cliente a escolher o crédito mais adequado ao seu perfil.
- **infográfico de saúde financeira:** Orientações para cuidar melhor do dinheiro e saúde financeira.

### renegociação e portabilidade

#### soluções para reorganização financeira

Ao longo do ano, apoiamos nossos clientes com diferentes iniciativas para reorganização financeira. Disponibilizamos em nossos canais de atendimento (como agência, app, site, WhatsApp e plataforma de parceiros) soluções para regularização de dívidas.

Em 2022, como parte da nossa meta de reorganização financeira, ofertamos condições especiais de renegociação para mais de 188 mil clientes por mês, com alto comprometimento de renda.

#### parcerias para reorganização financeira

Além disso, para ampliar a oferta de soluções de reorganização financeira e quitação de dívidas em atraso, firmamos parcerias com importantes empresas no Brasil.

- três campanhas de negociação com o Serasa, empresa privada referência em análises e informações para decisões de crédito, que reúne dados enviados por lojistas, bancos e instituições financeiras. Em 2022, o feirão limpa nome trouxe descontos de até 99% aos clientes inadimplentes.
- dois murfins de negociação e orientação financeira com a Federação Brasileira de Bancos (FEBRABAN), principal entidade representativa dos bancos brasileiros.

#### Whatsapp de renegociação

O WhatsApp de renegociação é um assistente virtual e 100% digital, que possibilita ao cliente renegociar dívidas, antecipar parcelas, quitar contratos e muito mais. Em caso de dívidas, o cliente pode continuar o atendimento com um atendimento com um especialista. Em 2022, através do Whatsapp emitimos mais de 930 mil boletos para segunda via.

O Whatsapp de renegociação também disponibiliza conteúdos de educação financeira com foco nos clientes que estão passando por dificuldades para honrar seus compromissos financeiros. Em 2022, mais de 42,7 mil pessoas acessaram a cartilha de educação financeira no menu de autotendimento.

### cidadania financeira

#### meta

**Disponibilizar condições diferenciadas para ajudar o cliente de forma preventiva e/ou os inadimplentes a se reorganizarem financeiramente.**

#### resultados

Em 2022, tivemos uma média mensal de 2,9 milhões de clientes abordados preventivamente com ofertas de reorganização financeira, incluindo créditos ainda em dia, e conseguimos evitar que 6,55% desses clientes entrassem em atraso no mês seguinte.

#### meta

**Reincluir no ciclo de crédito, de forma sustentável, clientes que estão passando ou já passaram por dificuldades financeiras.**

#### resultados

Em 2022, contribuimos para a retomada do crédito de 2,2 milhões de pessoas, com o aprimoramento da comunicação, esteira de retomada de limites para clientes que renegociam dívidas e aumento da base de elegíveis à reinclusão de crédito.

**saiba mais** em nosso [Site de Educação Financeira](#).



<https://renegociacao.itau.com.br/>



## Renegociação Itaú com superdesconto para quitar as dívidas

Condição imperdível para renegociar e  
quitar sua dívida à vista ou em até 12x



### benefícios ao renegociar



#### nome limpo em até 5 dias

Limpe seu nome após o pagamento do primeiro boleto



#### renegocie online

Faça seu acordo onde estiver pelos canais digitais



#### condições especiais

Parcele em até 72x e selecione a data de vencimento

fazer acordo

### Boa prática

Alçadas diferenciadas que permitem acolhimento especial nos processos de: (i) contestação de despesa não reconhecida quando não passível de disputa, (ii) contestação de despesas não reconhecida após golpe do motoboy, (iii) desacordo comercial com um estabelecimento e (iv) processo de solicitação de ressarcimento de encargos.

### A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo? ?

O público abrangido pela ação é aquele classificado como Muito Alto, garantindo mais celeridade e assertividade do processo aos clientes em situação de vulnerabilidade. Importante destacar que o modelo para a identificação dos clientes vulneráveis considera fatores que podem potencializar as vulnerabilidades quando combinadas, como baixa escolaridade, idade avançada, deficiências física ou cognitiva e baixa habilidade digital.

### A boa prática gera quais facilidades? ?

Processo de resolução mais simplificado.

## Como se evita o assédio de consumo aos vulneráveis?

### Boa prática

Envio de SMS logo após a contratação de todos os produtos, e cópia do contrato de empréstimos para a residência do cliente.

Atendimento prioritário no SAC e Ouvidoria, inclusive em demandas de solicitações de cancelamentos.

### A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo? ?

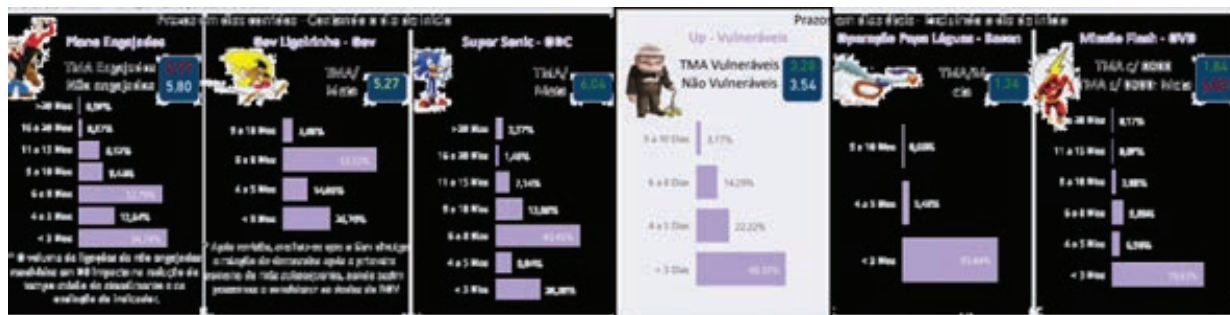
Dificuldade de compreensão e entendimento das operações/produtos contratados.

### A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável? ?

Fornecer ao cliente informações para que ele possa agir de forma mais tempestiva, caso não tenha compreendido corretamente a operação, ou caso ele desista e queira cancelar.

### Quais são as evidências da boa prática? ?

Boletim Ouvidoria: 60,3% dos clientes classificados com grau Alto e Muito Alto de vulnerabilidade são atendidos no prazo inferior a 3 dias.



## Como se evita o assédio de consumo aos vulneráveis?

### Boa prática

#### Priorização do atendimento e células especializadas

#### Propósito / Abrangência

Priorização do atendimento e células especializadas para clientes com Alta e/ou Altíssima vulnerabilidade, com o objetivo de apoiar os clientes e atender de forma especializada e com mais agilidade. Além de *fast track* na URA do SAC para atendimento mais ágil desses clientes. Ação também reflete um empoderamento dos profissionais de atendimento para tratar com esse público.

#### Célula Especializada SAC e Priorização

Ligações direcionadas para célula **Especialista** a partir da identificação do cliente na URA.



#### A boa prática atinge qual(is) vulnerabilidade(s) / públicos-alvo? ?

Clientes com Alta e/ou Altíssima vulnerabilidade.

#### A boa prática gera quais medidas de proteção ao vulnerável? ?

A boa prática protege o vulnerável quando prepara o atendimento humano para explicar as nossas ofertas ou sanar dúvidas de diferentes maneiras, se adequando à forma de que o cliente vulnerável mais entenda. Além de atendê-lo de forma mais rápida.

## Quais são as evidências da boa prática?



São métricas que acompanhamos:

- ▶ NPS (Net Promoter Score) – Essa métrica avalia a satisfação/recomendação dos clientes. Atualmente, o NPS dos clientes Alto e Altíssimo vulneráveis é maior que o do cliente PF padrão;
- ▶ Reclamações – Essa métrica calcula a quantidade de reclamações nos canais do Banco. Atualmente, é possível observar que o índice de reclamação para clientes Alto e Altíssimo vulneráveis é menor que o do cliente padrão PF;
- ▶ TMC (Tempo médio de conclusão de demandas) – Essa métrica indica o tempo médio de conclusão das demandas e pedidos dos clientes nos canais. No canal da Ouvidoria, por exemplo, o TMC para Alto e Altíssimo vulnerável é menor que o do cliente PF padrão; e
- ▶ Pesquisa Satisfação URA – Essa métrica verifica a satisfação dos clientes após passar por um atendimento via URA, é uma nota dada pelo cliente referente ao atendimento prestado após o término da ligação. Atualmente, a nota dessa pesquisa é maior para clientes vulneráveis do que a nota dada pelo cliente “padrão”.

# /4. Considerações Finais /

As informações apresentadas no Guia de Boas Práticas de Relacionamento com os Vulneráveis ilustram a forma e os recursos empregados no tratamento das vulnerabilidades dos consumidores e usuários e frente ao grande desafio do superendividamento.

As Instituições Financeiras Signatárias, a saber, Banco do Brasil, Banco Daycoval, Banrisul, Bmg, Bradesco, Caixa, Itaú, Mercantil do Brasil e Santander dispuseram-se a participar do processo de elaboração e execução do projeto e apresentaram as informações contidas neste Guia, de forma voluntária e colaborativa.

A pesquisa, realizada por meio de questionário, composto de **76 perguntas abertas e sistematizadas**, fundamentou-se na base normativa disposta no Código de Defesa do Consumidor, nas normas do Banco Central do Brasil e no Normativo n. 24/2021 do Sistema de Autorregulação Bancária da Febraban.

A coleta de dados, ocorrida de fevereiro e maio de 2023, recebeu **684 respostas** das Instituições Financeiras participantes. O conteúdo das respostas, espelho da atuação de cada Instituição no momento da coleta das informações, foi reproduzido integralmente neste Guia, incluindo materiais ilustrativos cedidos pelas Instituições.

No total, foram indicadas **224 boas práticas**.

Constatou-se um volume significativo de boas práticas que indicam **a estruturação do tratamento** das vulnerabilidades dos consumidores. Os processos de definição e identificação das vulnerabilidades e a institucionalização da proteção dos vulneráveis na Política de Relacionamento com Clientes e na matriz de riscos foram devidamente ilustrados pelas informações fornecidas pelos participantes deste Guia.

No âmbito da **cultura organizacional**, foram apresentadas boas práticas de gestão de consequências ao longo de todo o ciclo de vida do cliente. Verificou-se, também, uma quantidade expressiva de boas práticas que reforçam a gestão de incentivos não financeiros e incentivos intrínsecos, como os inúmeros projetos para o desenvolvimento do corpo funcional no tratamento das vulnerabilidades dos consumidores.

Em relação ao **ciclo de vida do cliente**, considerando-se as oito ações prioritárias indicadas pelo regulador, verificou-se, nas respostas apresentadas, boas práticas em relação ao desenho do produto, à comunicação, ao atendimento, à oferta, à contratação, ao pós-venda, aos cancelamentos e aos tratamentos de demandas.

Em síntese, as **224 boas práticas** informadas pelas Instituições Financeiras participantes fundamentam a gestão de vulnerabilidades baseada no acultramento de colaboradores, funcionários e empregados do ecossistema, na educação de clientes e usuários, na política de relacionamento voltada para os diferentes tipos de vulnerabilidades e no desenvolvimento de comunicação e de canais, assim como produtos, serviços e condições específicas para atender às demandas desse público, possibilitando uma rede de proteção para a prevenção e a mitigação de danos.



[www.febraban.org.br](http://www.febraban.org.br)

***Todas as publicações da Febraban estão  
disponíveis no site.***