RELATÓRIO DE **OUVIDORIAS**

2021

FEBRABAN

Federação Brasileira de Bancos

SUMÁRIO

Apresentação 4

Sobre este relatório 6

O papel e as atribuições das ouvidorias 7

Multiplicidade dos canais de atendimento 9

Canais de atendimento bancário 10

Tendências dos canais digitais no setor bancário 12

LGPD e seu impacto nos canais de relacionamento 14

Covid -19: Retorno gradativo à normalidade 15

O Comitê de Ouvidorias da FEBRABAN e sua atuação institucional em 2021 17

O Comitê de Ouvidorias, Relações com Clientes e Canais de Atendimento da FEBRABAN 17

Atuação institucional do Comitê de Ouvidorias da FEBRABAN em 2021 19

Indicadores setoriais de atendimento 28

APRESENTAÇÃO

A Federação Brasileira de Bancos – FEBRABAN, por meio de seu Comitê de Ouvidorias, Relações com Clientes e Canais de Atendimento, tem a satisfação de publicar a quinta edição do seu Relatório de Ouvidorias. Esta publicação traz um panorama de como o setor bancário vem aperfeiçoando os seus canais de ouvidoria e as suas práticas de atendimento aos consumidores.

O uso dos canais digitais foi intensificado em 2021, um processo que vem ocorrendo de forma contínua e consistente, impulsionado pelo novo perfil de um consumidor que prioriza a segurança e a eficiência na oferta de produtos e serviços. Dados da Pesquisa FEBRABAN de Tecnologia Bancária demonstram o aumento de 43% no volume de transações realizadas via mobile banking em 2020 em comparação com 2019, e a participação desse canal no total de transações aumentou de 43% para 51% no período.

Embora o crescimento do digital traga grandes oportunidades para os consumidores e para os bancos, a segurança das transações sempre foi prioridade para o setor bancário. Desde o início da pandemia de Covid-19, o maior tempo online das pessoas e o aumento das transações digitais devido ao isolamento social foram fatores que favoreceram a aplicação de golpes financeiros pelos criminosos: foi registrado aumento de 165% em 2021, conforme **dados da FEBRABAN**.

Para combater este desafio mais frequentemente relacionado aos canais digitais, os bancos têm direcionado seus investimentos para a segurança cibernética antifraude, com o objetivo de proteger os seus clientes. A Pesquisa FEBRABAN de Tecnologia Bancária de 2021 revela que, em 2020, o orçamento total dos bancos para tecnologia chegou a 25,7 bilhões, um crescimento de 8% em relação a 2019. No período, as instituições financeiras destinaram, em média, aproximadamente 10% do seu orçamento em tecnologia especialmente para questões voltadas à segurança cibernética. Esses dados corroboram a preocupação do setor bancário, um dos maiores investidores em tecnologia, com o tema.

O impacto desses números pode ser observado também na constante evolução dos canais de relacionamento com o consumidor que, em um cenário de pandemia, continuam se adaptando para manter o atendimento aos seus consumidores de forma efetiva e célere, pautado na confiança.

A privacidade, o sigilo e a proteção de dados pessoais do consumidor sempre foram prioridade para o setor bancário. A Autorregulação FEBRABAN reforçou esse compromisso ao estabelecer, de forma voluntária, boas práticas para o mercado em matéria de proteção de dados, com a publicação do Normativo SARB 025, em dezembro de 2021. Entre outras regras, o normativo prevê a criação de um fluxo específico de atendimento aos direitos dos Titulares de Dados Pessoais previstos na LGPD e estabelece que deverá ser disponibilizado ao menos um canal para o exercício desses direitos.

O ano de 2021 também foi marcado como o segundo ano da pandemia de Covid-19, em que os bancos colocaram em prática aprendizados adquiridos em 2020. O retorno do horário normal das agências, a promoção de ações sociais, a preocupação com o público vulnerável e a manutenção e medidas de segurança sanitária foram características intrínsecas à atuação das instituições financeiras no ano, que tiveram de se adaptar ao cenário ainda incerto dos rumos da pandemia.

No relacionamento dos bancos com os órgãos de defesa do consumidor, o trabalho das ouvidorias das instituições financeiras na construção e consolidação de melhores relacionamentos continuou marcado por confiança, respeito e cooperação e pelo comprometimento com a satisfação e as necessidades dos consumidores.

Para apoiar a análise dos indicadores de ouvidorias e canais de atendimento ao consumidor, esta publicação traz também os dados setoriais mais relevantes e as principais ações que vêm sendo desenvolvidas pelo Comitê de Ouvidorias, Relações com Clientes e Canais de Atendimento da FEBRABAN. Portanto, este relatório também representa um instrumento de prestação de contas à sociedade que reforça o compromisso das instituições financeiras com a transparência e a melhoria contínua.

Desejamos a todos uma ótima leitura.

Esta publicação traz um panorama de como o setor bancário vem aperfeiçoando os seus canais de ouvidoria e as suas práticas de atendimento aos consumidores.

Nairo Vidal
Diretor Setorial de Ouvidorias, Relações com Clientes e Canais de Atendimento da FEBRABAN

Amaury Oliva
Diretor de Sustentabilidade, Cidadania Financeira, Relações com o Consumidor e Autorregulação da FEBRABAN

SOBRE ESTE RELATÓRIO

Esta publicação traz informações relacionadas ao setor bancário, aos seus canais de atendimento a clientes e, mais especificamente, à atuação de suas ouvidorias. O relatório tem como destinatários a sociedade e os stakeholders da indústria bancária, e apresenta as inciativas e realizações do Comitê no ano de 2021, além de indicadores setoriais de atendimento.

Entre os deveres das ouvidorias das instituições financeiras está a elaboração de um relatório semestral quantitativo e qualitativo referente às atividades por elas desenvolvidas por força da Resolução 4.860, de 23 de outubro de 2020, do Conselho Monetário Nacional.

Para além dessa obrigatoriedade, de forma absolutamente voluntária, os membros do Comitê de Ouvidorias, Relações com Clientes e Canais de Atendimento da FEBRABAN decidiram, em 2018, desenvolver um relatório setorial sobre o tema.

Esta publicação é um instrumento de prestação de contas e ressalta as boas iniciativas em matéria de relacionamento com o cliente, além de servir de benchmarking para a indústria bancária e outros setores

O PAPEL E AS ATRIBUIÇÕES DAS OUVIDORIAS

A ouvidoria vai além de um canal de relacionamento. Seu papel dentro da organização é estratégico. Suas atribuições são determinadas pelo regulador e extrapolam a recepção e o tratamento de demandas dos clientes.

É fato que a face mais conhecida das ouvidorias dos bancos é, sem dúvida, a interação com os consumidores. Mesmo sob esse aspecto, a ouvidoria possui um diferencial em relação aos demais canais, uma vez que funciona como última instância de atendimento nas demandas de clientes e usuários que não tenham sido solucionadas nos canais de atendimento primários (tais como agência e Serviço de Atendimento ao Cliente).

A mediação de conflitos e a atuação como canal de comunicação entre a instituição financeira e os clientes são as funções mais conhecidas das ouvidorias perante o público em geral. Essas atribuições são especialmente importantes nos processos de desjudicialização de conflitos, na construção de confiança das tratativas de demandas realizadas pelo próprio banco e na substituição da cultura do conflito pela da conciliação.

Além dessa importante missão, as ouvidorias estão submetidas a diversas regras de competências e vedações. É dever da ouvidoria reportar suas atividades ao conselho de administração ou à diretoria da instituição (a depender da prática de governança adotada), informando inclusive sobre deficiências e problemas enfrentados no cumprimento de suas atribuições. A estrutura da ouvidoria deve ser compatível com a natureza e a complexidade de produtos, serviços, atividades, processos e sistemas da instituição. É também atribuição da ouvidoria elaborar e encaminhar semestralmente à auditoria interna, ao comitê de auditoria (se existente) e ao conselho de administração um relatório qualitativo e quantitativo de suas atividades.

Todos os atendimentos da ouvidoria devem ser realizados de forma gratuita e devem ser gravados, quando realizados por telefone. Além disso, os atendimentos devem ser identificados por meio de um número de protocolo e respondidos em até dez dias úteis. Para as instituições financeiras participantes da Autorregulação FEBRABAN, esse prazo cai para cinco dias úteis para ao menos 50% das demandas, compromisso previsto no Normativo SARB 022/2019. A divulgação do canal de ouvidoria também possui regras específicas e

deve ser a mais ampla possível (em recintos da instituição financeira, correspondentes, websites, extratos, contratos, material publicitário etc.).

As instituições financeiras também estão obrigadas a incluir a ouvidoria em seu estatuto ou contrato social e tratar de aspectos como atribuições, critérios de nomeação e destituição do ouvidor, entre outros. Outra obrigatoriedade é designar o diretor responsável pela ouvidoria e o ouvidor perante o regulador.

Por fim, quando o assunto é garantir a qualidade do atendimento, o regulador determina que os integrantes da equipe de ouvidoria devem ser necessariamente certificados. O conteúdo mínimo obrigatório para a certificação envolve ética, direitos do consumidor e mediação de conflitos.

Além de todas as atribuições que lhes são inerentes, fica cada vez mais evidente a importância do papel das ouvidorias na concepção e no aprimoramento de produtos e serviços bancários. Ao receber e tratar as demandas dos clientes e consumidores, os ouvidores podem vislumbrar as consequências (positivas ou negativas) de cada produto lançado no mercado. Sua visão e posição estratégicas lhes permitem identificar a causa raiz dos problemas e opinar com assertividade aos gestores de produtos.

Mais do que solucionar as demandas dos consumidores, as ouvidorias são, sem dúvida alguma, uma importante ferramenta para subsidiar e implementar melhorias em processos, na oferta de produtos e serviços e, consequentemente, no relacionamento da instituição financeira com os seus consumidores.

Resolução nº 4.860 do Banco Central

Como parte do esforço do Banco Central e do Conselho Monetário Nacional em organizar e consolidar as normas que disciplinam a constituição e o funcionamento das ouvidorias, foi publicada a Resolução nº 4.860, em outubro de 2020. A norma, que entrou em vigor no dia 1º de dezembro de 2020, revogou as Resoluções nº 4.433, de 23 de julho de 2015 e nº 4.629, de 25 de janeiro de 2018.

A consolidação desses atos normativos, de acordo com o próprio regulador, promove uma completa revisão das normas sobre o tema, que consiste na atualização de termos, dos conceitos e da linguagem e na eliminação das ambiguidades e das duplicidades de comandos e de dispositivos obsoletos ou tacitamente revogados por normas supervenientes.

A resolução define, sob o aspecto legal, a finalidade, a organização e o funcionamento das ouvidorias, além de dispor sobre a obrigação da elaboração de relatório semestral quantitativo e qualitativo referente às atividades desenvolvidas pela ouvidoria.

MULTIPLICIDADE DOS CANAIS DE ATENDIMENTO

Da mesma forma que o ambiente de negócios vem sendo impactado pelas novas tecnologias, as interações entre os consumidores e os bancos têm se dado, cada vez mais, por meio dos canais digitais de atendimento. Atentos às novas demandas dos clientes e visando conferir a comodidade e a agilidade características desses canais, considerando também que a pandemia da COVID-19 contribuiu para o aumento do uso do atendimento bancário digital, os bancos têm oferecido uma ampla gama de soluções digitais, abrangendo praticamente todos os tipos de prestação de serviços e contratação de produtos.

Essa revolução se dá com o suporte das tecnologias cognitivas e de inteligência artificial, utilizadas para apoiar o atendimento ao cliente em suas demandas cotidianas. O profissional de atendimento, seja por telefone, internet ou pessoalmente, ganha então a possibilidade de atuar de forma mais consultiva, orientando o cliente em assuntos mais complexos e sofisticados.

SEGUNDO A PESQUISA FEBRABAN DE TECNOLOGIA BANCÁRIA 2021...

R$ 25,7 bilhões foi o orçamento dos bancos em 2020 destinado a tecnologias para melhor atender as novas demandas dos clientes

67% das transações bancárias foram realizadas por aplicativo de mobile ou internet banking

7,6 milhões milhões de contas foram abertas por meio de canais digitais – um aumento de 90% em relação a 2019

ACESSE A PESQUISA FEBRABAN DE TECNOLOGIA DE BANCÁRIA 2021

Canais de atendimento bancário

A diversidade de canais de relacionamento possibilita que o cliente opte pelo mais prático e assertivo, de acordo com a sua disponibilidade e a natureza de sua solicitação. Assim, é importante lembrar as características e as funcionalidades de cada canal.

DIGITAIS

Internet banking

Disponibilizado para utilização em computadores e notebooks, oferece ao cliente a possibilidade de efetuar operações bancárias com ou sem movimentação financeira (tais como consultas de saldos, transferências, pagamentos de contas e resgates de investimentos) e também de contatar a instituição via chat.

Aplicativos

Oferecidos para smartphones e tablets, permitem a realização de operações bancárias com e sem movimentação financeira, bem como contato via chat. Têm ganhado a preferência do consumidor por conta da comodidade e da segurança obtidas com fortes investimentos em tecnologia feitos pelos bancos. É a ferramenta que permite ao cliente literalmente ter o banco na palma da mão.

Redes sociais

Permitem o esclarecimento de dúvidas e o envio de sugestões e demandas por meio de perfis em redes como Facebook, Instagram e Twitter, entre outros. Esses canais não se destinam à realização de transações. Desse modo, o usuário deve estar atento para o fato que os bancos não solicitam senhas e informações pessoais em canais de acesso público.

TELEFÔNICOS

Central de Atendimento ao Consumidor (CAC)

Por meio das centrais, é possível acessar uma ampla gama de serviços, tais como a realização de transações e operações bancárias com ou sem movimentação financeira, mediante identificação positiva do cliente. Além disso, esses canais se destinam a esclarecer dúvidas sobre produtos e serviços do banco.

Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC)

Regulado por decreto federal, esse canal é destinado exclusivamente a reclamações, cancelamentos, dúvidas e informações gerais sobre produtos e serviços. Nesse canal não são realizadas operações bancárias e os consumidores não são identificados para acessarem o serviço. O atendimento deve estar disponível 24 horas por dia, todos os dias da semana.

Ouvidoria

Canal regulado pelo Banco Central do Brasil, as ouvidorias possuem competência para tratar demandas não solucionadas previamente nos demais canais de atendimento. Quando acionada pelo consumidor, a ouvidoria deverá avaliar o caso e proferir a última palavra da instituição financeira em relação à procedência da demanda.

Agências

Nas agências é possível realizar todas as operações e transações bancárias. Com a evolução dos canais digitais, as agências físicas estão passando por inevitáveis transformações. Para além dos atendimentos tradicionais conhecidos e demandados pela população, o relacionamento e as soluções mais complexas e de maior valor agregado, como renegociação de dívidas e contratação de investimentos, vêm ganhando espaço nas agências.

Caixas eletrônicos

Permitem realizar operações com e sem movimentação financeira incluindo saques, depósitos, pagamentos e transferências – mesmo quando a agência está fechada. O horário de funcionamento varia conforme localização do caixa eletrônico e do banco, portanto, é válido verificar essas informações nos canais digitais ou na central de atendimento da instituição.

Correspondentes

Com a missão de aumentar a capilaridade do sistema financeiro e levar serviços para as mais diversas regiões do Brasil, os correspondentes são estabelecimentos credenciados pelos bancos, como casas lotéricas, supermercados e agências dos Correios, que realizam operações de natureza bancária (pagamentos de contas e tributos e saques em dinheiro, entre outros).

PRESENCIAIS

O QUE CADA CANAL TEM A OFERECER AO CONSUMIDOR

		Operações bancárias	Dúvidas e informações sobre produtos	Reclamações
DIGITAIS	Internet banking	●	●	●
	Aplicativos	●	●	●
	Redes sociais		●	●
TELEFÔNICOS	Central de Atendimento ao Consumidor (CAC)	●	●	●
	Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC)		●	●
	Ouvidoria			●
PRESENCIAIS	Agências	●	●	●
	Correspondentes	●		
	Caixas Eletrônicos	●		

OUVIDORIA

A ouvidoria é o canal de última instância de reclamação dos bancos e pode ser acionada em caso de demandas não solucionadas pelos demais canais

Tendências dos canais digitais no setor bancário

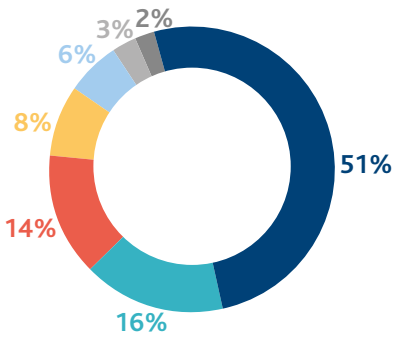
Historicamente, o número de transações bancárias está em constante crescimento. Os dados mais recentes da Pesquisa FEBRABAN de Tecnologia Bancária apontam que o número de transações bancárias em 2020 cresceu 20% em relação ao ano anterior, atingindo o expressivo número de 103,5 bilhões de transações. Pela primeira vez, o mobile banking representa mais da metade do total de transações.

Ainda de acordo com a pesquisa, o número de contas ativas com utilização de mobile banking mais que dobrou em 2020 em relação ao anterior, chegando a 198 milhões. O número foi impulsionado pela abertura de 70 milhões de contas para o recebimento do auxílio emergencial providenciado pelo governo para ajudar os mais vulneráveis financeiramente durante a pandemia. Já o número de contas ativas habilitadas com internet banking caiu de 55 milhões em 2019 para 34 milhões em 2020, reforçando que o consumidor assumiu a preferência por realizar as suas transações pelo smartphone do que pelo computador.

REPRESENTATIVIDADE DO CANAL DIGITAL

Com base na tendência digital e na mudança do comportamento do consumidor, e com o foco em oferecer a melhor experiência para clientes e usuários, os bancos estão se desenvolvendo e investindo para inovar a forma de atender e se relacionar com os consumidores. Para isso, estão apresentando novas soluções digitais e aprimorando aplicativos, tecnologias e processos operacionais para gerar mais eficiência e agilidade nas transações. Adicionalmente, o cuidado com segurança dos dados nas transações é um fator de constante preocupação do setor com a disponibilidade e a capilaridade exigidas pelas operações e transações de caráter financeiro.

TRANSAÇÕES BANCÁRIAS POR CANAL EM 2020



	Bilhões de transações
Mobile banking	53
Internet banking	16
POS – Pontos de venda no comércio	15
ATM – Autoatendimento	8
Correspondentes	6
Agências bancárias	3
Contact center	2
Total	103

FONTE: PESQUISA FEBRABAN DE TECNOLOGIA BANCÁRIA 2021

Investimentos em tecnologia

Para apoiar o crescimento digital, as instituições financeiras intensificaram seus investimentos em tecnologia da informação, que, segundo a Pesquisa FEBRABAN de Tecnologia Bancária, cresceu 7% de 2019 para 2020 e alcançou um patamar de R$ 8,9 bilhões. Somado a estes investimentos, as despesas com tecnologia também representam uma parcela considerável do orçamento na área, alcançando R$ 16,8 bilhões em 2020, um crescimento de 8% em comparação ao ano anterior. No total, os investimentos e despesas dos bancos em tecnologia compuseram em 2020 um orçamento de 25,7 bilhões – valor 8% superior ao registrado em 2019.

Com tamanho investimentos e despesas, o orçamento em tecnologia ultrapassa a marca dos R$ 25 bilhões. Desse montante, mais da metade é destinada a softwares, que ganharam espaço em relação ao ano anterior. Inteligência artificial, automatização robótica de processos e Internet das Coisas são as prioridades em tecnologia apontadas pelos bancos na pesquisa.

O aumento da prioridade em investir em inteligência artificial é acompanhado pelo maior foco dos bancos em aprimorar a experiência do atendimento fornecida ao cliente. De acordo com a Pesquisa FEBRABAN, em 2020, o atendimento ao consumidor foi a prioridade para os investimentos em inteligência artificial para 87% das instituições entrevistadas, ante 53% em 2019 – um crescimento de 34 pontos percentuais, que demonstra a preocupação dos bancos em melhorar o atendimento dos seus canais de relacionamento e proporcionar uma experiência positiva aos seus clientes.

De acordo com a Gartner Market Databook, o setor bancário é o maior investidor privado em tecnologia, tanto no Brasil quanto no mundo, atrás apenas do setor governamental.

Além do investimento direto em tecnologia, a Pesquisa FEBRABAN de Tecnologia Bancária 2021 revelou que as instituições financeiras treinaram, em 2020, mais de 143 mil profissionais em segurança cibernética.

PRIORIDADES DOS INVESTIMENTOS EM TECNOLOGIA

	2019	2020	Variação 2019-2020
Inteligência artificial	83%	93%	10 .p.p. ↑
Automatização robótica de processos (RPA)	69%	80%	11 p.p. ↑
Internet das Coisas	29%	33%	4 p.p. ↑

VOCÊ SABIA?

Em 2020, mais de 618 milhões de chamados foram atendidos via chatbot, demonstrando que os canais alternativos de atendimento conquistaram um importante espaço no dia a dia dos consumidores, permitindo o acesso remoto aos serviços financeiros com comodidade e segurança e diminuindo a necessidade de contatar os canais de atendimento convencionais, como o CAC e o SAC, por exemplo.

Fonte: Pesquisa FEBRABAN de Tecnologia Bancária 2021

LGPD e seu impacto nos canais de relacionamento

Em conformidade com a Lei nº 13.709/2018, a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), o Sistema de Autorregulação Bancária da FEBRABAN instituiu, em dezembro de 2021, o Normativo SARB 025, que traz diretrizes e regras voltadas à proteção dos dados pessoais dos consumidores pessoas físicas.

Entre as novas regras, está prevista a elaboração e a implementação do Programa de Governança e Privacidade, tendo como objetivo o estabelecimento de procedimentos mínimos e de boas práticas, pelas instituições financeiras, para a adoção de medidas eficazes e capazes de demonstrar a observância e o efetivo cumprimento das normas de proteção de Dados Pessoais dos Titulares, como a proteção dos dados pessoais desde a fase de concepção do produto.

Além disso, a norma prevê a criação de um fluxo específico de atendimento aos direitos dos Titulares de Dados Pessoais previstos na LGPD e estabelece que deverá ser disponibilizado ao menos um canal para o exercício desses direitos.

Outro destaque é o treinamento, instrução ou capacitação dos quadros funcionais das instituições financeiras no tema – colaboradores e administradores, considerando a importância do assunto e o risco envolvido em suas atividades.

O novo normativo também prevê que o encarregado de dados possa ser nomeado, por conglomerado, como a pessoa indicada para atuar como canal de comunicação com a Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD).

COVID-19: RETORNO GRADATIVO À NORMALIDADE

Em março de 2020, a Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou o início da pandemia de Covid-19 por conta do crescimento dos casos da doença ao redor do mundo, e medidas restritivas adotadas por governos impactaram fortemente a atividade econômica do País gerando queda no consumo e nos investimentos do setor produtivo em múltiplas indústrias, incluindo o setor bancário. Ao longo do ano, para amenizar os efeitos negativos do coronavírus, a FEBRABAN e seus bancos associados anunciaram orientações e medidas para colaborar nos esforços para conter a disseminação da pandemia identificada pela OMS.

Durante a crise, diversas ações sociais foram realizadas e as instituições financeiras tiveram um papel chave nesse contexto. Em 2020, os bancos se mobilizaram e realizaram diversas doações de recursos financeiros que totalizaram mais de R$ 1,6 bilhão e renegociaram mais de 16,8 milhões de contratos de dívidas entre março e dezembro, com o objetivo de diminuir o impacto da crise nos endividados. Em 2021 as ações continuaram, com a participação do setor em diversas iniciativas em diferentes frentes, tais como: comunicação sobre a importância da vacinação contra a Covid-19 em canais de relacionamento com clientes e com o público em geral, por exemplo, e arrecadação de alimentos para instituições sociais nas agências bancárias, reforçando o papel socioeconômico que o setor financeiro também desempenha na sociedade.

A vacinação contra a Covid-19 teve início no Brasil em janeiro de 2021 e avançou fortemente ao longo do ano, contribuindo significativamente para a redução da gravidade e

Desde o início da pandemia, em 2020, as agências bancárias reservaram 1 hora antes do início do expediente ao público geral para atender exclusivamente consumidores vulneráveis, de forma a preservar a saúde e a segurança desses consumidores

GRUPOS DE VULNERÁVEIS NA RETOMADA DA NORMALIDADE

O retorno das agências tem sido feito com cautela pelas instituições financeiras e a preocupação com os grupos vulneráveis sempre foi prioridade para o setor. Medidas como atendimento preferencial, horários específicos para o atendimento a esse público e a não permissão de retorno presencial de grupos de risco são exemplos de atitudes tomadas e que demonstram a preocupação dos bancos com seus colaboradores e clientes.

das mortes provocadas pela doença. Esse cenário viabilizou um retorno gradual e cauteloso das atividades econômicas, no Brasil e no mundo, incluindo o setor bancário.

Retorno gradativo à normalidade

Em 2021, foi possível o retorno do funcionamento em horário regular das agências, um passo importante rumo à normalidade, com a manutenção das regras de distanciamento social e medidas sanitárias cabíveis para garantir a segurança de colaboradores e consumidores, como a utilização obrigatória de máscaras, a disponibilidade de álcool em gel, a indicação de distanciamento social, o passaporte vacinal para idosos e a testagem regular de funcionários. O retorno dos horários normais teve uma adesão gradual por parte das instituições financeiras, com a avaliação de cada instituição, de acordo com suas peculiaridades.

Relevância e impacto dos canais digitais na retomada do atendimento presencial nas agências

Os canais digitais desempenharam papel fundamental durante a pandemia, tornando-se indispensáveis à manutenção dos serviços bancários no País e garantindo que os clientes pudessem continuar se relacionando com os bancos de forma segura e ágil durante a crise instaurada com a disseminação da Covid-19.

Como toda crise, a pandemia do novo coronavírus trouxe também oportunidades e aprendizados: a Pesquisa FEBRABAN de Tecnologia Bancária apurou que mais de dois terços das transações bancárias foram feitas via mobile ou internet banking. Nesse mesmo sentido, o **Observatório Febraban, pesquisa Febraban-Ipespe** divulgada em dezembro de 2020, também apontou que a pandemia contribuiu para o aumento do uso do atendimento bancário digital: cerca de 60% dos pesquisados afirmam que passaram a utilizar mais os canais virtuais. Essa mudança de hábito permitiu que o consumidor passasse a ter ainda mais liberdade de escolha no tipo de atendimento que deseja e na forma como prefere ser atendido. A entrada de novos clientes nos canais digitais também permitiu às instituições financeiras adaptarem os serviços oferecidos nesses canais de forma a torná-los ainda mais eficientes, inovadores e personalizados.

O setor bancário continua a investir fortemente em tecnologias que aumentem ainda mais o protagonismo dos canais digitais como forma de atendimento ao consumidor, aliando conveniência e agilidade à segurança e à qualidade na prestação de serviços a um consumidor cada vez mais exigente.

O COMITÊ DE OUVIDORIAS DA FEBRABAN E SUA ATUAÇÃO INSTITUCIONAL EM 2021

O Comitê de Ouvidorias, Relações com Clientes e Canais de Atendimento da FEBRABAN

Dada a importância histórica do tema para os bancos, o relacionamento com o cliente é assunto tratado dentro de cada instituição financeira e debatido setorialmente na FEBRABAN há pelo menos duas décadas.

Em 2001, o tema passou a ser endereçado na FEBRABAN por meio de uma Subcomissão de Relações com Clientes. Em 2007, reconhecendo a evolução e importância do tema, a Subcomissão foi elevada ao status de Comissão, sendo denominada Comissão de Ouvidorias e Relações com Clientes (CORC). Em 2022, a Comissão se tornou o Comitê de Ouvidorias, Relações com Clientes e Canais de Atendimento. Atualmente, o Comitê conta com a participação de 33 ouvidores de instituições financeiras de todos os portes, traduzindo a abrangência e a diversidade do sistema financeiro no Brasil.

BANCOS PARTICIPANTES DO COMITÊ DE OUVIDORIAS, RELAÇÕES COM CLIENTES E CANAIS DE ATENDIMENTO DA FEBRABAN

Banco BMG S.A.
Banco Bradesco S.A.
Banco BTG Pactual S.A.
Banco Cetelem S.A.
Banco Citibank S.A.
Banco Cooperativo Sicoob S.A.
Banco Cooperativo Sicredi S.A.
Banco Credit Suisse (Brasil) S.A.
Banco CSF S.A.
Banco Daycoval S.A.
Banco Digio S.A.
Banco do Brasil S.A.
Banco do Estado do Rio Grande do Sul S.A.
Banco do Nordeste do Brasil S.A.
Banco Inbursa S.A.
Banco Inter S.A.
Banco J. P. Morgan S.A.
Banco Mercantil do Brasil S.A.
Banco Original S.A.
Banco PAN S.A.
Banco Pine S.A.
Banco Rendimento S.A.
Banco Safra S.A.
Banco Santander (Brasil) S.A.
Banco Toyota do Brasil S.A.
Banco Triângulo S.A.
Banco Votorantim S.A.
Banco Yamaha Motor do Brasil S.A.
BANESTES S.A. Banco do Estado do Espírito Santo
BRB - Banco de Brasília S.A.
Caixa Econômica Federal
China Construction Bank (Brasil) Banco Múltiplo S.A.
Itaú Unibanco S.A.

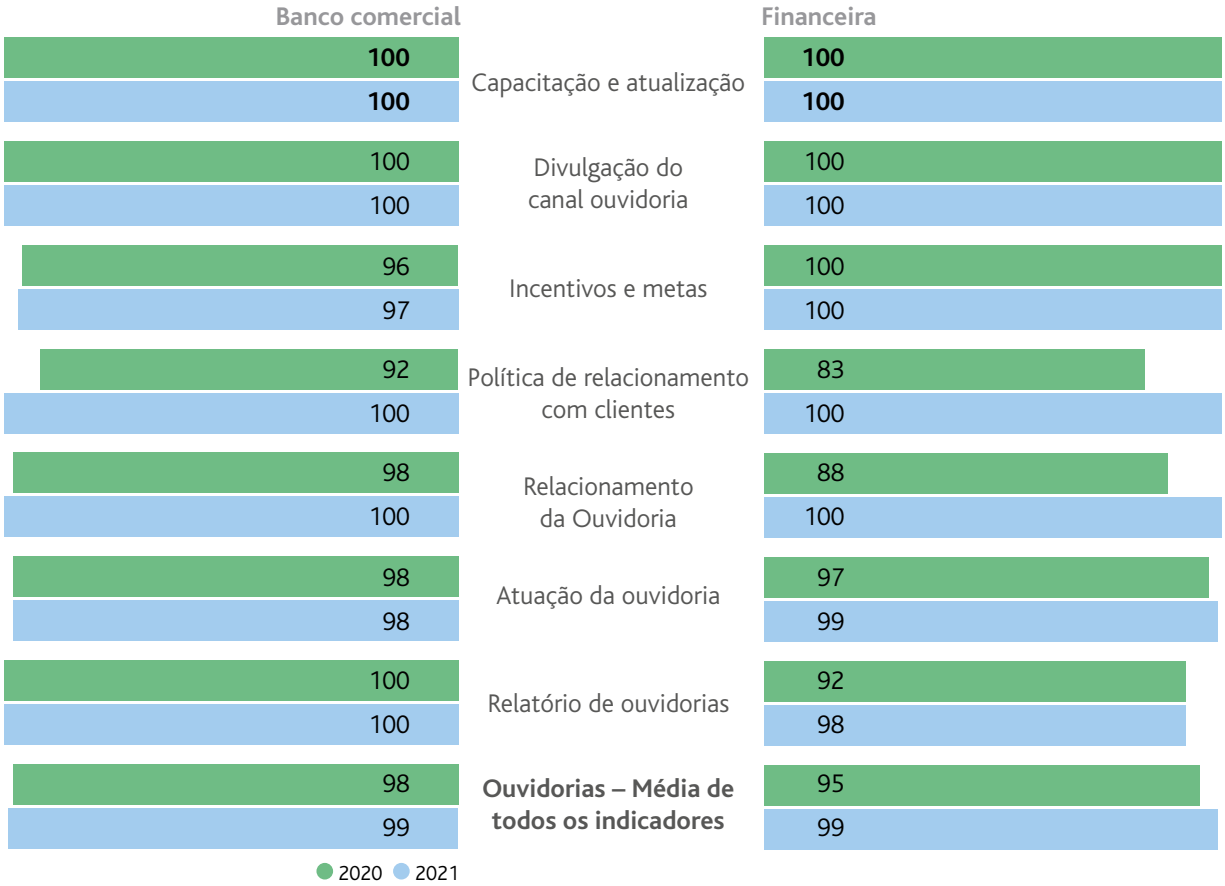
Em um ambiente franco e colaborativo, o Comitê troca experiências e realiza benchmarkings e debates sobre sua área de atuação, sempre buscando a melhoria das relações das instituições financeiras com seus consumidores. Os diálogos se dão entre os bancos e também com outras entidades relacionadas ao setor financeiro, como o Órgão Regulador, Órgãos e Entidades de Proteção e Defesa do Consumidor, Ministério Público e Defensorias Públicas.

Diálogo, aprendizado, aprimoramento e muito trabalho são forças motrizes do Comitê.

Cultura do cumprimento de normas: autorregulação de ouvidorias

O relacionamento com os consumidores é um fator prioritário para os bancos, que se traduz na consolidação do Sistema de Autorregulação Bancária da FEBRABAN. Criado em 2008 para antever problemas e investir, dentro de uma entidade de classe, no enfrentamento de questões de relacionamento entre bancos e consumidores, o sistema evolui em seus esforços de efetividade, governança, ampliação de compromissos e integração das melhores práticas de ouvidorias do setor.

ÍNDICE DE CONFORMIDADE – AUTORREGULAÇÃO DE OUVIDORIAS (EM %)



Em 2019, as ouvidorias das instituições financeiras convergiram para a Autorregulação FEBRABAN, por meio de uma autorregulação específica para autodisciplinar a atividade das ouvidorias dos bancos. Trata-se de um trabalho que visou estabelecer consensos à luz da diversidade das culturas corporativas de cada instituição. Um esforço coletivo em busca da essência do que seria uma prática ideal para as ouvidorias, em nome da maturidade e da sustentabilidade do setor como um todo.

Os temas discutidos e abordados pela autorregulação de ouvidorias são abrangentes, e passam por acesso, divulgação, atuação, gestão de demandas, qualidade das respostas, redução de prazos, autonomia, novos produtos, relacionamento com órgãos externos, política de relacionamento com clientes, definição de alçadas, padronização do relatório de ouvidorias, metas, incentivos e capacitação.

Em 2021, o Normativo SARB 022 foi atualizado com a inclusão de um Anexo, que detalha as informações e tópicos contidos no relatório das atividades desenvolvidas pelas ouvidorias no desempenho de suas atribuições a serem publicados no website da instituição financeira signatária.

A autorregulação de ouvidorias apresentou indicadores que confirmam um engajamento crescente das instituições financeiras em ir além do que preconiza a regulamentação. O Índice de Conformidade de 2021 teve incremento significativo em comparação com 2020, chegando a uma média de conformidade de 99% e revelando um alto nível de adequação às regras estabelecidas pelo normativo de ouvidorias em todos os indicadores avaliados.

Atuação institucional do Comitê de Ouvidorias da FEBRABAN em 2021

O Comitê de Ouvidorias, Relações com Clientes e Canais de Atendimento da FEBRABAN vem trabalhando fortemente no aperfeiçoamento do atendimento aos consumidores e no relacionamento com o regulador e com os órgãos de defesa do consumidor. As experiências aprendidas dentro das instituições financeiras em relação à restauração da relação conflituosa foram trazidas para a FEBRABAN por cada ouvidor. A Federação, por sua vez, exerce seu papel aglutinador e reúne os especialistas no intuito de antecipar pautas relevantes e, sob a premissa da mediação, construir soluções setoriais. Ao longo do ano de 2021, o Comitê teve diversas atuações, entre as quais destacamos:

A ampliação do escopo da Comissão: o Comitê de Ouvidorias, Relações com Clientes e Canais de Atendimento

Em 2021, foi definido e aprovado no âmbito da Diretoria Executiva da FEBRABAN o novo modelo operacional dos fóruns da Federação, que elevou o status da então Comissão de Ouvidorias e Relações com Clientes a Comitê de Ouvidorias, Relações com Clientes e Canais de Atendimento.

A partir de 2022, o Comitê terá seu escopo ampliado para abranger também temas relevantes para o setor relacionados a todos os canais de atendimento oferecidos ao consumidor, inclusive o SAC – Serviço de Atendimento ao Consumidor, por exemplo.

A mudança permitirá ao Comitê o debate de variados temas de interesse dos associados, a identificação de pautas relevantes e emergentes e, eventualmente, a criação de grupos para conduzir estudos e projetos com ainda mais assertividade.

Plano de comunicação do Comitê de Ouvidorias

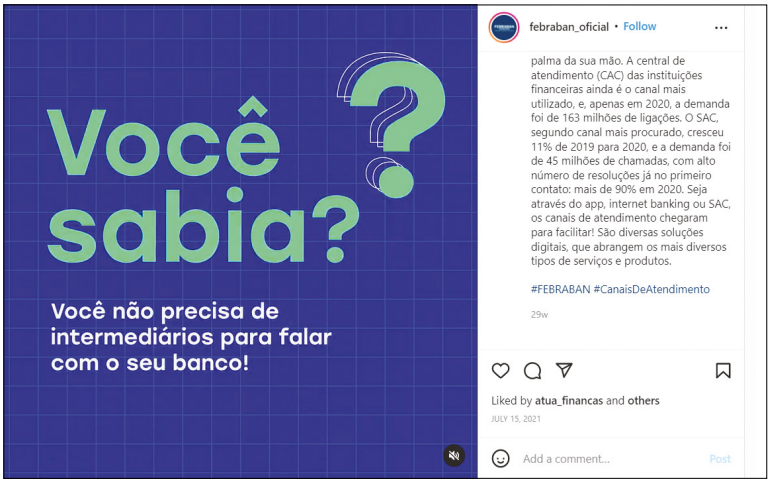
Em 2021, o Comitê elaborou e implementou um plano de comunicação com o objetivo de orientar os consumidores bancários sobre temas relevantes do dia a dia voltados ao relacionamento com as instituições financeiras.

Essa preocupação do Comitê de Ouvidorias, Relações com Clientes e Canais de Atendimento em manter o consumidor informado sobre temas relevantes de seu cotidiano bancário não é recente. Exemplo disso é a série de vídeo-informativos "Ouvidoria e Você", lançada em 2019 e que teve como objetivo disseminar o conhecimento sobre temas relevantes e de interesse dos consumidores sobre o setor financeiro, bem como esclarecer sobre as atribuições de cada um dos canais de atendimento dos bancos. A **série "Ouvidoria e você"** está disponível na página da FEBRABAN no Youtube, e foi divulgada nos perfis da entidade no LinkedIn e no Facebook.

O plano de comunicação do Comitê de Ouvidorias, Relações com Clientes e Canais de Atendimento de 2021 foi divido em três frentes temáticas: canais de relacionamento internos das instituições financeiras, crédito consignado e fraudes.

Canais de relacionamento internos das instituições financeiras

Em julho de 2021, a FEBRABAN publicou em suas redes sociais material orientativo relacionado à disponibilidade dos diversos canais de atendimento bancário, de forma segura e gratuita ao consumidor. A mensagem reforça que os canais de atendimento podem ser acessados diretamente pelo consumidor, sem a ajuda de terceiros. A publicação da frente do plano de comunicação dos canais de relacionamento das instituições financeiras foi divulgada nos perfis da FEBRABAN no LinkedIn e no Instagram.



Crédito consignado

Em outubro de 2021, o tema escolhido foi o produto crédito consignado, com dicas de segurança e cuidados que os clientes devem adotar ao adquirir essa modalidade de empréstimo, como a importância de fazer simulações previamente, analisar taxas e desconfiar de propostas exageradas e arrojadas.

A temática do crédito consignado também foi abrangida no Seminário de Relacionamento com o Consumidor (SEMARC), evento promovido pela FEBRABAN, demonstrando a preocupação da entidade e do setor na divulgação de informações que assegurem uma boa experiência ao cliente.

O vídeo está disponível na página do perfil da FEBRABAN nas redes sociais: LinkedIn, Twitter, Instagram e Facebook.

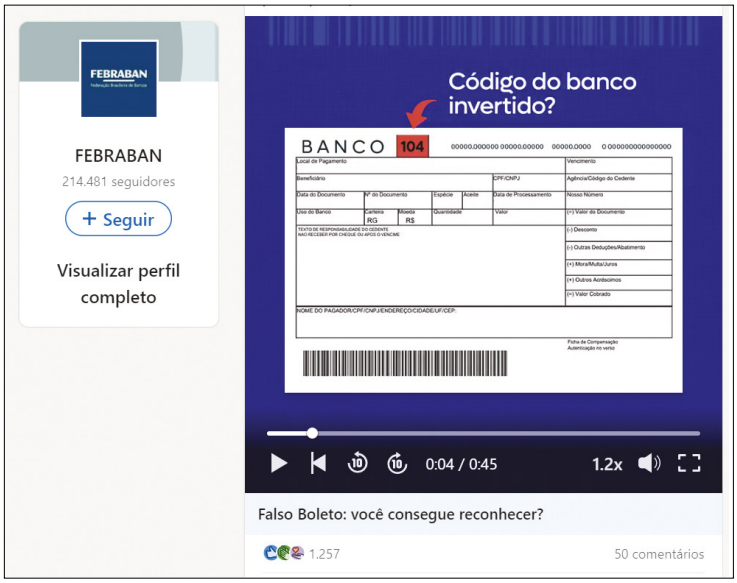
Dicas antifraudes: o golpe do falso boleto

A terceira frente, lançada em dezembro de 2021, teve como foco orientar os consumidores sobre os cuidados a serem tomados no pagamento de boletos, a fim de reduzir as chances de golpes. O vídeo sobre o tema publicado nas páginas da FEBRABAN nas redes sociais contou com mais de 1.200 curtidas no LinkedIn.

A comunicação reforça a preocupação da FEBRABAN com a temática das fraudes e golpes financeiros, que foi também abordada na 17ª edição do SEMARC – Seminário de Relacionamento com o Consumidor.

VOCÊ SABIA?

A FEBRABAN tem um website dedicado a orientações sobre antifraudes. Acesse www.antifraudes.febraban.org.br

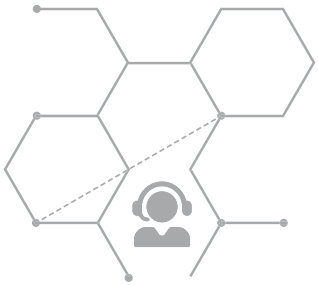


Mutirões e negociações de dívidas

Como meio de aliviar financeiramente consumidores endividados com instituições financeiras, a FEBRABAN e seus bancos associados, o Banco Central, a Secretaria Nacional do Consumidor (Senacon) e os Procons de todo o País promoveram, em novembro de 2021, o Mutirão nacional de Negociação de Dívidas e Orientação Financeira. O evento viabilizou a repactuação de mais de 1,7 milhões de contratos, um aumento de 36,7% em comparação ao mês anterior e incremento de 107% em relação ao último Mutirão realizado em 2019.

O Mutirão de Negociação e Orientação Financeira é uma das iniciativas do acordo de cooperação técnica assinado entre a FEBRABAN e o Banco Central para desenvolver ações coordenadas de educação financeira. Em 2019, o mutirão permitiu a repactuação de dívidas de 820 mil consumidores.

Além da negociação de dívidas, o consumidor teve acesso a conteúdo exclusivo de orientação financeira com sugestões para gerir o orçamento doméstico, trocar dívidas mais



caras por mais baratas e evitar endividamento de risco, na página **Meu Bolso em Dia**. Foi desenvolvida uma **landing page específica para a iniciativa**, por meio da qual o consumidor foi direcionado ao conteúdo de orientação financeira e aos canais para negociação.

Além do Mutirão Nacional em novembro, a FEBRABAN promoveu, no decorrer de 2021, outros mutirões de renegociação de dívidas em parceria com Procons de todo o País por meio da plataforma Consumidor.gov.br: ao todo, foram 2020 mutirões. A cada dez consumidores que recorreram à plataforma, oito tiveram a sua demanda solucionada, demostrando mais uma vez a efetividade da iniciativa em parceria com a plataforma Consumidor.gov.br, que se consolida como um instrumento fundamental de mediação de conflitos de consumo.

Proteção dos consumidores potencialmente vulneráveis

A Política de Relacionamento com Clientes, prevista na Resolução 4.949/21, do Conselho Monetário Nacional - que revogou a Resolução 4.539/16, complementa a Política Nacional de Relações de Consumo sob diversos aspectos, inclusive sob o viés da prevenção de conflitos, ao focar em todo o ciclo de vida de produtos e serviços financeiros desde a sua concepção. É nesse contexto que o tratamento dos públicos vulneráveis ganhou ainda mais destaque.

Ao dispor sobre princípios e procedimentos a serem adotados no relacionamento com clientes e usuários de produtos e de serviços pelas instituições financeiras, a referida Resolução prevê expressamente o tratamento justo e equitativo a clientes e usuários, considerando seus perfis de relacionamento e vulnerabilidades associadas.

A necessidade do reconhecimento e do tratamento justo e equitativo dos públicos vulneráveis como parte fundamental da devida e efetiva condução das Políticas de Relacionamento com Clientes pelas Instituições Financeiras tem liderado parte considerável da agenda de trabalhos do setor. Exemplo disso foi a recente publicação de dois normativos da Autorregulação FEBRABAN sobre o tema: os Normativos SARB 023/2020, que trata do relacionamento com o consumidor idoso e SARB 024, publicado em abril de 2021 e que estabelece princípios e regras a serem adotados pelas instituições financeiras participantes do Sistema no relacionamento com seus consumidores potencialmente vulneráveis, assim considerados como aqueles que demonstrem menor capacidade de compreensão e discernimento para análise e tomada de decisões ou de representar seus próprios interesses.

Entre as novas regras previstas voltadas ao relacionamento com o consumidor vulnerável está a obrigatoriedade, pelas instituições financeiras, de definição de metodologias para mapear e graduar riscos, considerando os diversos graus de vulnerabilidade dos seus clientes. Outro tema tratado em capítulo próprio no normativo é a obrigação das instituições

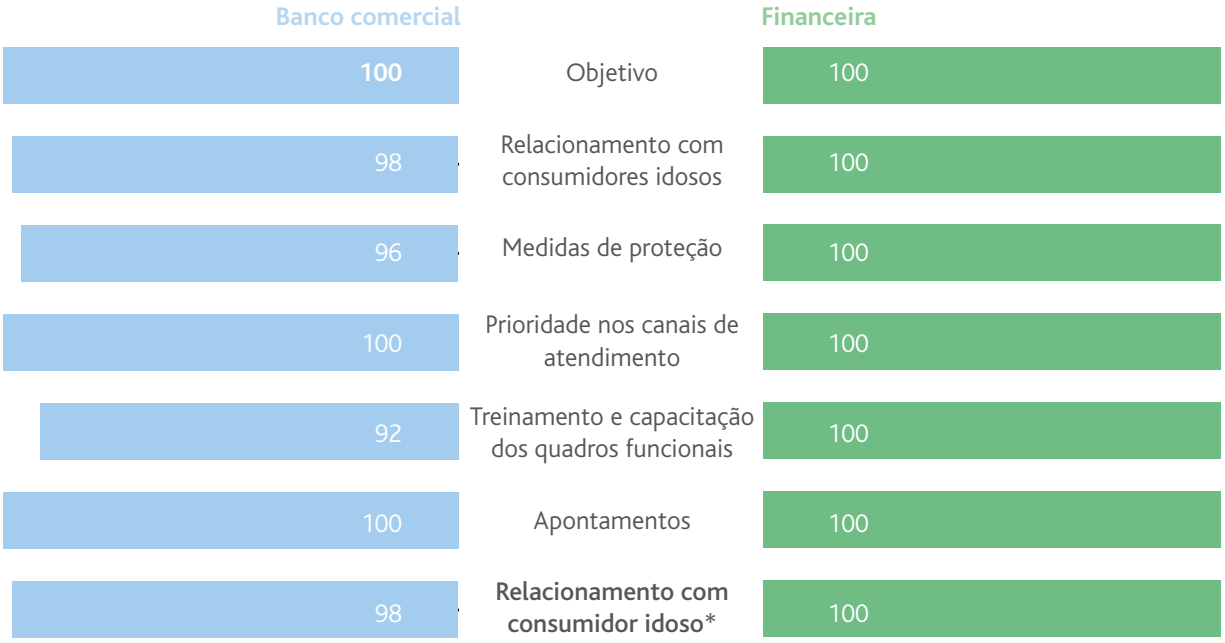
financeiras adotarem procedimentos que assegurem a oferta de produtos e serviços adequados às necessidades, interesses e objetivos dos consumidores potencialmente vulneráveis, com a prestação de informações claras e transparentes que viabilizem uma tomada de decisão consciente.

O movimento pela busca pelo aprimoramento de ações e políticas de tratamento dedicadas ao público vulnerável ocupará a agenda do setor pelos próximos anos, tratando-se de uma agenda primordial que visa atualizar as práticas e a gestão do sistema financeiro nacional ao cenário social e regulatório dos últimos anos.

Índice de Conformidade no relacionamento com consumidor idoso

Ao longo de 2021, foram monitoradas as regras e normas estipuladas em cada capítulo do Normativo da Autorregulação FEBRABAN SARB 023, observando-se a conformidade das instituições financeiras no relacionamento com consumidores idosos. Os capítulos monitorados foram: Objetivo, Relacionamento com Consumidores Idosos, Medidas de Proteção, Prioridade nos Canais de Atendimento, Treinamento e Capacitação dos Quadros Funcionais e Apontamentos.

ÍNDICE DE CONFORMIDADE DAS INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS COM OS CAPÍTULOS DO NORMATIVO SARB 023 - 2021 (EM %)



* Média geral de conformidade com as regras do Normativo SARB 023

Como resultado, a autorregulação apresentou indicadores que confirmam o forte engajamento das instituições financeiras quanto à adequação no atendimento aos consumidores idosos, com a média geral de conformidade alcançando 99% logo em seu primeiro ano de acompanhamento. Para o segmento das Financeiras, 100% das empresas estavam em conformidade com todas as regras estabelecidas em todos os capítulos do Normativo, e para o segmento dos Bancos Comerciais, a conformidade foi de 98%, na média.

Assim como o acompanhamento do Normativo SARB 023 dos idosos teve início em 2021, o monitoramento de indicadores para o Normativo SARB 024 está previsto para iniciar em 2022.

Seminário de Relacionamento com o Consumidor (SEMARC)

Há mais de uma década e meia, o SEMARC reúne no mesmo ambiente os órgãos de proteção ao consumidor, o regulador do sistema financeiro, especialistas e instituições financeiras para a discussão dos temas que afetam o dia a dia dos consumidores.

Desde 2008, o evento evoluiu em formato e conteúdo. Inicialmente voltado para os temas do setor bancário, o encontro avançou para reuniões regionais e um seminário nacional transmitido pela internet e disponível a todos os representantes do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor. Naquele ano, o evento foi renomeado para Seminário de Relações com Clientes (SEMARC), e o enfoque passou a ser o debate em torno de construção de soluções negociadas. Em 2020, por solicitação dos órgãos de defesa do consumidor, o evento passou a se chamar Seminário de Relacionamento com o Consumidor.

A 17ª edição do SEMARC foi realizada em dezembro de 2021, de forma totalmente virtual, gratuita e aberta ao público geral. O evento teve como tema "Vulnerabilidades e superendividamento: a proteção do consumidor na era da sociedade da informação". Os debates abordaram temas que afetam o dia a dia dos consumidores, tais como o relacionamento com os públicos vulneráveis com destaque para os super endividados, os desafios na implementação da Lei 14.181/21 (Lei do Superendividamento), a autorregulação do crédito consignado e a informação como instrumento de enfretamento e prevenção a golpes e fraudes financeiras.

A abertura do evento contou com a participação de Isaac Sidney (presidente da FEBRABAN), Maurício Costa de Moura (diretor de Relacionamento, Cidadania e Supervisão de Conduta do Banco Central do Brasil), Juliana Oliveira Domingues (secretária Nacional do Consumidor do Ministério da Justiça e Segurança Pública) e Rodrigo Cunha (senador da República por Alagoas). A íntegra do SEMARC 2021 está disponível na plataforma **Noomis**.

VIDEOCHAT PARA SURDOS

Como destaque de atendimento para consumidores vulneráveis, foi feito um estudo para melhorar o atendimento ao público surdo via canais digitais, e está em processo de implantação pelas maiores instituições de varejo um videochat com atendimento em Língua Brasileira de Sinais (Libras). A iniciativa é mais um passo em direção a aprimorar o atendimento e as condições de tomada de decisão do público vulnerável, reforçando o compromisso das instituições financeiras com este público.

A promulgação da Lei n.º 14.181, de julho de 2021, que altera o Código de Defesa do Consumidor, trouxe novo marco na proteção ao consumidor. Com o objetivo de aperfeiçoar a disciplina do crédito ao consumidor e dispor sobre a prevenção e o tratamento do superendividamento, a nova lei institui mecanismos de prevenção e tratamento extrajudicial e judicial do superendividamento, além de núcleos de conciliação e mediação de conflitos oriundos de superendividamento.

Para além das questões já resolvidas pela lei, a implementação do novo diploma legal vem exigindo dos atores envolvidos o uso de ferramentas e habilidades desenvolvidas ao longo da evolução da Política Nacional de Defesa do Consumidor. O diálogo técnico, respeitoso e franco vem norteando os primeiros passos na construção conjunta de procedimentos de tratamento de consumidores superendividados e foi por isso que o tema ganhou destaque nessa edição do evento, oportunidade em que o setor apresentou suas preocupações relacionadas à implementação dessas novas regras.

Quanto à temática da Autorregulação do Crédito Consignado, foram abordadas as melhorias alcançadas com a implementação de medidas voltadas ao combate ao assédio comercial dos canais de distribuição do produto e ao aperfeiçoamento da oferta do produto e no atendimento aos clientes, de forma a proporcionar maior transparência na relação de consumo e à criação de mecanismos de enforcement ágeis e efetivos para as instituições financeiras e correspondentes. No debate, a tecnologia também foi mencionada como aliada para uma autorregulação mais eficiente no combate às fraudes em contratos não solicitados – por exemplo, como a ferramenta de autenticação biométrica.

Atentos à importância da informação como instrumento de conscientização da população, a 17ª edição do SEMARC também debateu o enfrentamento a fraudes e golpes financeiros. O painel contou com especialistas do setor público e privado sobre a temática das fraudes, compartilhando informação com o consumidor e tornando-o cada vez mais capaz de identificar "armadilhas", mas também disseminar práticas e formas de prevenção com os órgãos de proteção ao consumidor, a fim de amplificar o eco da orientação e da educação para o consumo.

Relacionamento com o Banco Central

O Comitê de Ouvidorias mantém diálogo permanente com o Banco Central – em especial com representantes do Departamento de Atendimento ao Cidadão (DEATI) e do Departamento de Supervisão de Conduta (DECON), para monitoramento de demandas de consumidores e discussão de ações e boas práticas voltadas à mediação de conflitos e ao aperfeiçoamento de produtos e serviços bancários. Assuntos derivados de demandas recorrente e temas ligados a assuntos regulados e autorregulados, entre outros, são levados a esse qualificado foro.

Cooperação com o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor

Tendo em vista a colaboração e cooperação com o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC), a FEBRABAN, ao longo de 2021, deu continuidade a duas iniciativas para estreitar o relacionamento entre as partes:

Mesas de Diálogo entre Órgãos de Defesa do Consumidor e Instituições Financeiras

A Mesa de Diálogo é um instrumento previsto em norma da Autorregulação da FEBRABAN desde 2008 e visa debater e aperfeiçoar a qualidade do atendimento bancário. A FEBRABAN reúne os representantes locais das instituições financeiras que, sob acompanhamento do Comitê de Ouvidorias, tratam do aprimoramento de questões locais do atendimento em agências. A iniciativa de solucionar conflitos pela via do diálogo demonstra a maturidade do setor e dos órgãos de proteção dos consumidores e permite às partes exercitar o diálogo franco e construtivo, além de evitar medidas como a judicialização.

Sistema de Informações de Relacionamento FEBRABAN e SNDC

Desde sua atualização, em 2020, o Sistema de Informações de Relacionamento FEBRABAN e SNDC (SIR) tornou-se mais ágil e transparente aos usuários. A ferramenta foi amplamente utilizada ao longo de 2021. Por meio do sistema, os técnicos e dirigentes dos órgãos de defesa do consumidor têm acesso a contatos de representantes de instituições financeiras e conteúdo orientativo de qualidade.

Criado para promover e auxiliar os órgãos que integram o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor a encontrar, de um jeito rápido e eficaz, em cada região do País, o contato dos profissionais das instituições financeiras que lhes prestam atendimento direto, o SIR disponibiliza diversos materiais e notícias sobre temas atuais e relevantes aos seus usuários.

Dirigentes e técnicos dos órgãos de proteção ao consumidor podem **acessar a plataforma** e fazer o seu cadastro. Os ouvidores das instituições financeiras podem solicitar o acesso pelo e-mail sir@febraban.org.br.

INDICADORES SETORIAIS DE ATENDIMENTO

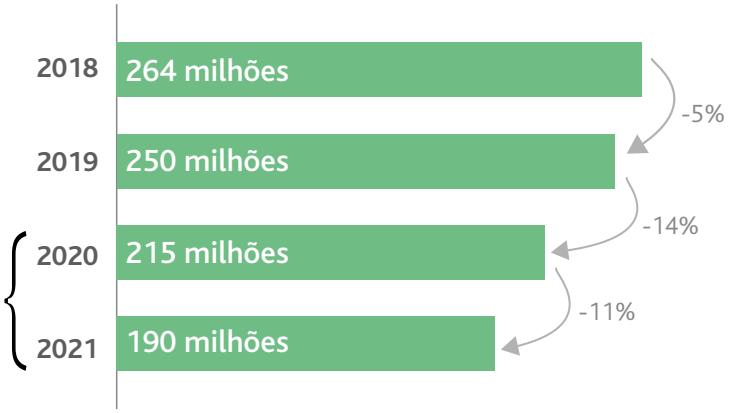
De iniciativa do Comitê de Ouvidorias, Relações com Clientes e Canais de Atendimento, o levantamento de Indicadores Setoriais de Atendimento reúne dados de diversas instituições financeiras do Brasil em matéria de atendimento em canais internos e externos, tais como volume de demandas e resolutividade.

Buscando oferecer transparência aos impressionantes números do setor, a FEBRABAN divulga dados e realiza análises dos indicadores de atendimento, cumprindo seu papel de prestar contas à sociedade.

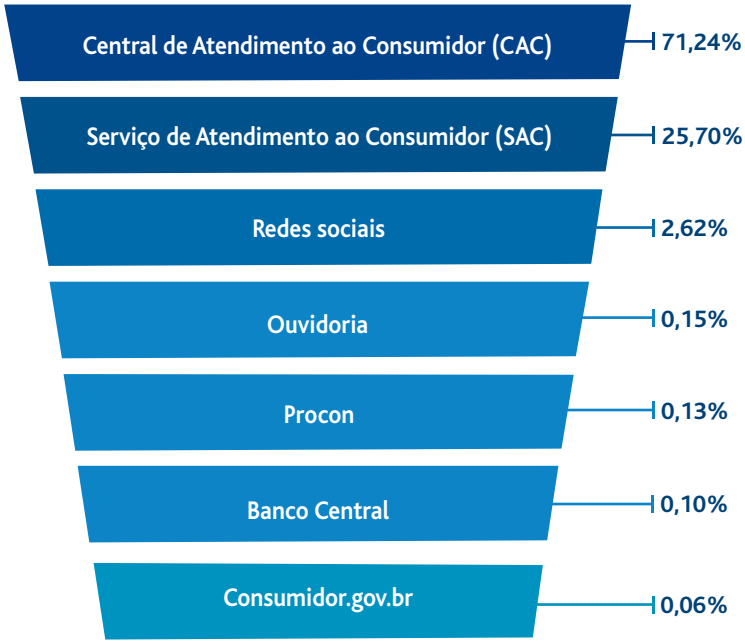
Em 2021, os indicadores de 15 instituições financeiras somaram mais de 190 milhões de atendimentos humanos em canais de atendimento bancário, relacionados a todos os tipos de demandas, incluindo informações, solicitações, reclamações e cancelamentos. O volume total de demandas vem caindo anualmente mesmo durante a pandemia do Covid-19, registrando queda de 11% em 2021 em relação a 2020.

Esses números traduzem o esforço permanente dos bancos em oferecer o melhor atendimento e um elevado padrão de segurança e qualidade em seus serviços. A redução no volume total de demandas e de reclamações solucionadas reflete a capacidade dos bancos em dar vazão às demandas e atacar as suas causas, evitando assim a recorrência.

DEMANDAS NOS CANAIS DE ATENDIMENTO BANCÁRIO



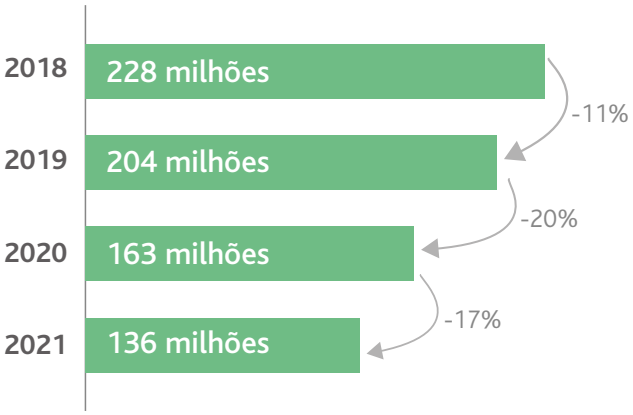
DISTRIBUIÇÃO DE DEMANDAS POR CANAL

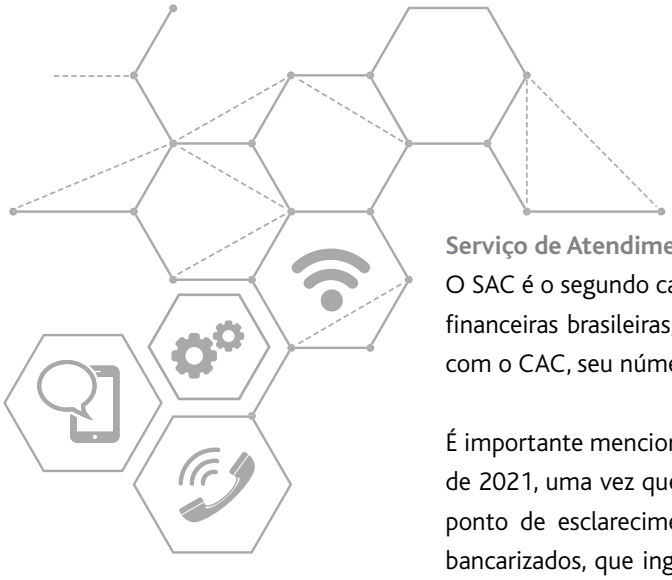


Central de Atendimento ao Consumidor (CAC)

As centrais de atendimento das instituições financeiras ainda são os canais mais utilizados pelos clientes, representando 71% do total de atendimentos humanos realizados ao longo de 2021. Em volume, houve queda de 17% no número de demandas recebidas pelas centrais de atendimento em 2021, em relação ao ano anterior. Importante destacar que diversas operações realizadas nos CACs têm contado com o protagonismo dos meios digitais, como aplicativos e websites, de modo que o total de demandas atendidas pelas centrais de atendimento telefônicas vem caindo ano a ano.

DEMANDAS – CENTRAL DE ATENDIMENTO AO CONSUMIDOR (CAC)





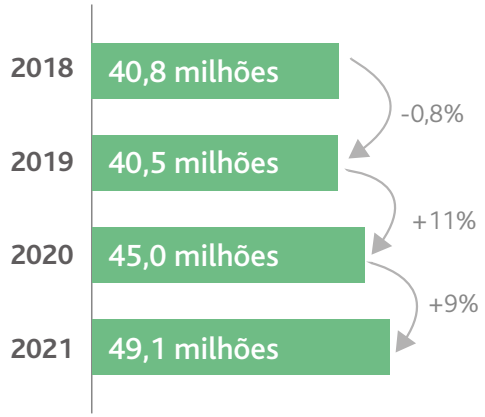
Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC)

O SAC é o segundo canal de relacionamento mais acessado pelos clientes das instituições financeiras brasileiras, reunindo 26% do total de demandas. Diferentemente do ocorrido com o CAC, seu número de demandas cresceu 9% em 2021 em relação a 2020.

É importante mencionar que os canais CAC e SAC exerceram um relevante papel ao longo de 2021, uma vez que serviram como suporte ao crescimento dos canais digitais e como ponto de esclarecimento de dúvidas e procedimentos junto aos consumidores recém bancarizados, que ingressavam pela primeira vez nessas novas plataformas por conta da pandemia.

Além disso, a demanda por informações foi a que mais cresceu no período e impulsionou o incremento de 9% das demandas dos SAC, aumentando 29% entre 2021 e 2020 e alcançando 37 milhões de contatos. O indicador reflete o maior foco na tomada de decisão consciente por parte do consumidor, que está em busca de mais informações sobre os produtos e serviços bancários, atitude reforçada e incentivada pela FEBRABAN em seu plano de comunicação e que evita eventuais problemas e complicações aos clientes das instituições financeiras ao contratarem produtos com pouca informação.

DEMANDAS – SERVIÇO DE ATENDIMENTO AO CONSUMIDOR (SAC)



Com foco em um atendimento de qualidade para esclarecimentos de dúvidas, cancelamentos, solicitações e resoluções de reclamações, as instituições financeiras têm investido continuamente em tecnologia, processos e pessoas para aumentar a resolutividade e a eficiência na tratativa das demandas. Tais investimentos se traduzem, por exemplo, nos resultados do Índice de Resolutividade do SAC que, mesmo com um aumento de 9% na demanda em 2021, se manteve nos mesmos elevados patamares de 2020, ressaltando a eficiência do canal em atender às requisições com eficiência mesmo com maior sobrecarga e evitando o encaminhamento para outros canais.

ÍNDICE RESOLUTIVIDADE DO SAC (2021)

		Variação em relação a 2020
Ouvidoria	99,5%	Sem alteração
Procon	99,9%	Sem alteração
Banco Central	99,9%	Sem alteração
Ações judiciais	99,9%	Sem alteração

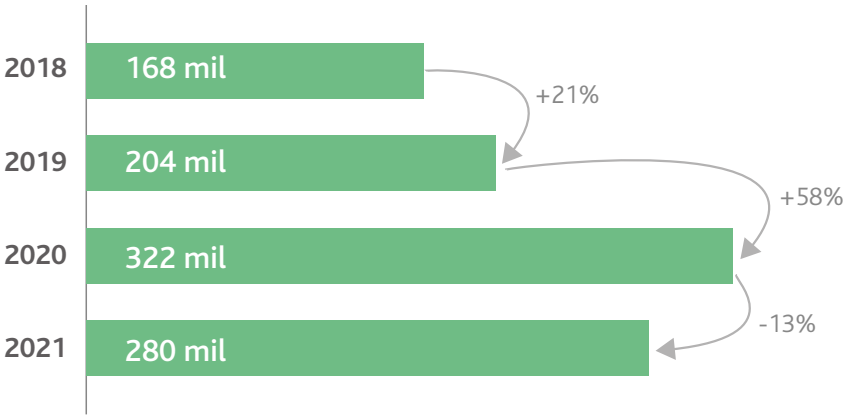
Apenas 0,5% das pessoas que foram atendidas no SAC recorreram à ouvidoria

Apenas 0,1% das pessoas que foram atendidas no SAC recorreram a esses canais externos

Ouvidoria

A ouvidoria é o canal responsável por recepcionar e mediar as demandas não solucionadas nos canais primários de atendimento da própria instituição financeira. A participação no total de atendimentos foi, em 2021, de 0,38% do total de demandas – incluindo contatos diretos dos clientes (0800), Procon e Banco Central. Essa participação representa os 280 mil contatos recebidos pelo canal nesse período, valor 13% inferior em relação a 2020. O resultado quebra a sequência de aumento dos últimos anos e reflete o aprimoramento na capacidade dos bancos em resolver as demandas nos canais primários, minimizando o volume das ouvidorias.

DEMANDAS – OUVIDORIA (CONTATOS DIRETOS DOS CLIENTES 0800)

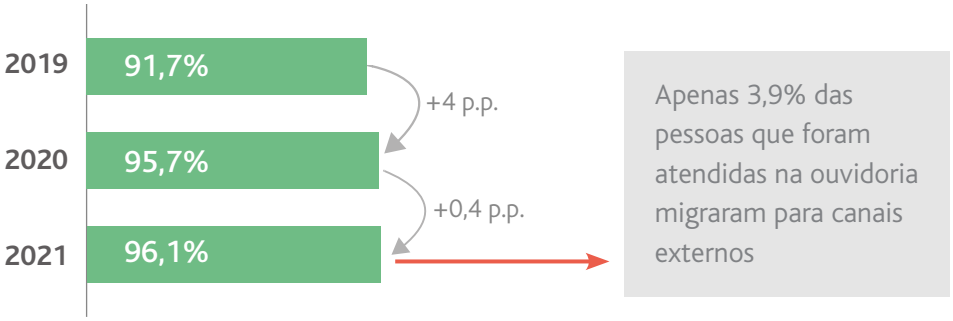


CANAIS DIGITAIS

Os canais digitais, como o Fale Conosco e as redes sociais, participam de cerca de 3% das demandas totais dos consumidores bancários, com a expectativa de que as redes sociais assumam um protagonismo e uma representatividade cada vez maiores. Anualmente, as redes sociais têm aumentado a sua representatividade, contabilizando um incremento de 35% no volume de demandas em 2021 em comparação com 2020 e ultrapassando 2 milhões de contatos. Esse aumento reflete os esforços das instituições financeiras em melhorar, expandir e investir no relacionamento digital, comprovando ao consumidor ser mais um canal eficiente disponível para o seu atendimento.

A busca das instituições financeiras por aumento de efetividade no tratamento de demandas também tem trazido impactos significativos aos canais de ouvidoria. Mesmo com os efeitos da pandemia ainda presentes no setor, observou-se que o Índice de Resolutividade do canal melhorou em comparação com os anos anteriores, saindo de 91,7% em 2019 para 96,1% em 2021, um aprimoramento de 4,4 pontos percentuais. Esse é mais um indicador dos esforços dos bancos em aperfeiçoar a efetividade em resolução das demandas das suas ouvidorias.

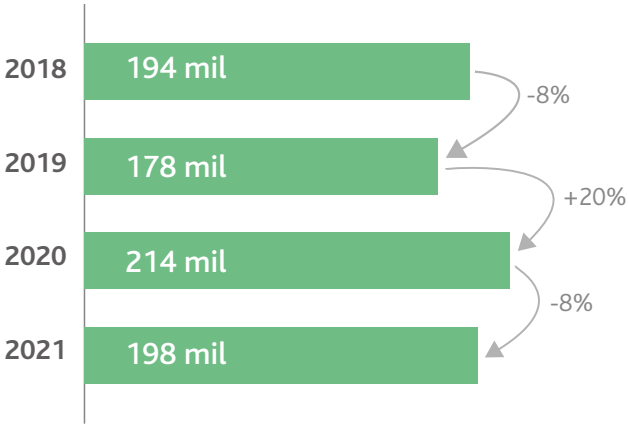
ÍNDICE DE RESOLUTIVIDADE DA OUVIDORIA (2021)



Banco Central e Consumidor.gov.br

As demandas registradas no Sistema de Registro de Denúncias, Reclamações e Pedidos de Informações (RDR) do regulador apresentaram queda de 8% entre as instituições financeiras em 2021 em relação ao ano anterior. Essa diminuição é vislumbrada junto com a queda, no mesmo período, de 9% nas demandas procedentes – ocorrências nas quais são comprovados indícios de que o consumidor tem a razão na causa. As demandas não procedentes apresentaram redução de 8% entre 2020 e 2021.

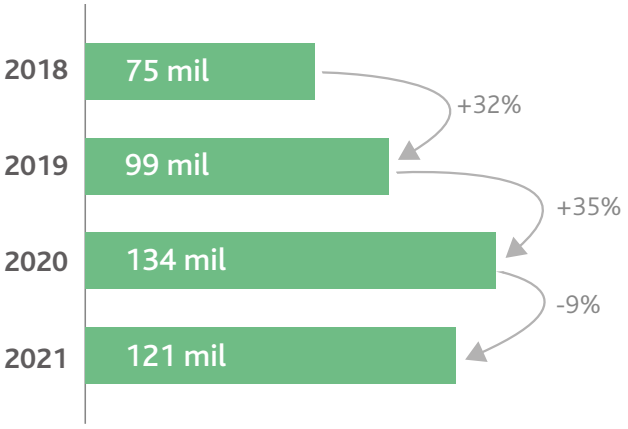
DEMANDAS – BANCO CENTRAL

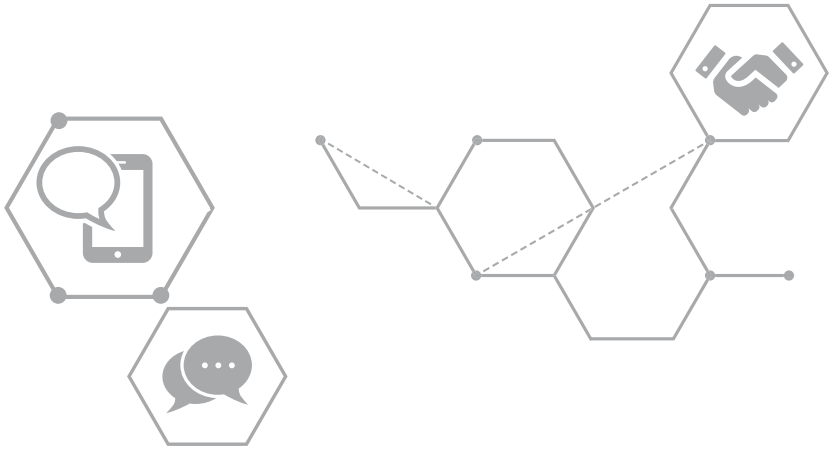


O valor comprova o sucesso dos canais primários em resolver as demandas, evitando que sejam direcionadas ao órgão regulador. A queda ainda indica a melhor adaptação dos canais primários ao contexto da pandemia. Em 2021, as demandas junto ao órgão regulador obtiveram uma queda de 8% no volume em relação ao 2020, que à época contou com um aumento de 20% em relação ao ano anterior.

Atualmente, 181 instituições financeiras estão cadastradas no portal do governo federal Consumidor.gov.br – entre bancos, financeiras e administradoras de cartões – e atuam fortemente para atender as reclamações de clientes e usuários. A plataforma registrou queda de 9% nas demandas entre 2020 e 2021, reforçando a qualidade e eficiência dos canais primários em sanar as demandas que chegam.

DEMANDAS – CONSUMIDOR.GOV.BR

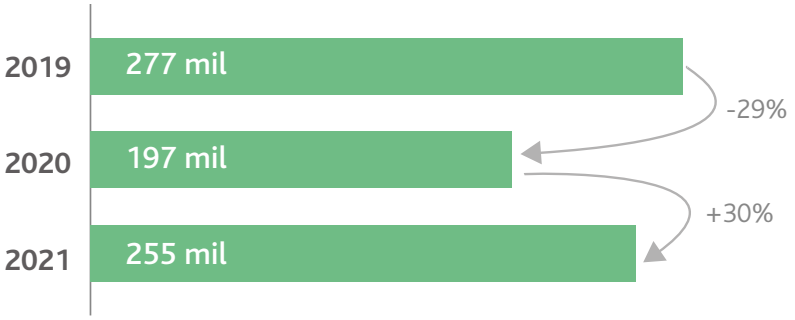




Procon

O volume das demandas pelo Procon sofreu um aumento de 30% no ano de 2021 em relação a 2020, chegando a 255 mil. O incremento foi fortemente influenciado pelo retorno gradual das atividades presenciais realizadas pelo órgão, que teve uma drástica redução no número de audiências realizadas ao longo de 2020 em função das restrições impostas pela pandemia de Covid-19. Ainda assim, o volume de demandas do Procon permaneceu inferior a 2019, antes da pandemia.

DEMANDAS – PROCON



Ações judiciais

Em linha com o apresentado, a diminuição das restrições impostas pela pandemia de Covid-19 acabou por influenciar o número de ações judiciais contra instituições financeiras, que teve um incremento de 4% em 2021 em comparação com 2020.

DEMANDAS – AÇÕES JUDICIAIS*

* Amostra de 5 instituições financeiras

Bancos Participantes do Relatório Anual de Ouvidorias

Banco BMG S.A.

Banco Bradesco S.A.

Banco Cooperativo Sicredi S.A.

Banco CSF S.A.

Banco Daycoval S.A.

Banco do Brasil S.A.

Banco do Nordeste do Brasil S.A.

Banco Inbursa S.A.

Banco Mercantil do Brasil S.A.

Banco PAN S.A.

Banco Santander (Brasil) S.A.

Banco Triângulo S.A.

Banco Votorantim S.A.

Caixa Econômica Federal

Itaú Unibanco S.A.

FEBRABAN
Federação Brasileira de Bancos

Av. Brig. Faria Lima, 4.300
São Paulo/SP
www.febraban.org.br
www.autorregulacaobancaria.com.br