

RELATORIO DA AVALAÇÃO SMART -
INSTITUIÇÃO COMUNITÁRIA DE CRÉDITO BLUMENAU SOLIDARIEDADE
Brazil

23 a 27 de abril de 2012
Alexandra Annes da Silva

www.smartcampaign.org



ICC BLUSOL - Blumenau, Santa Catarina, Brasil

México, junho de 2012.

Prezado,
Amadeu Trentini
Diretor Executivo
ICC BLUSOL
Blumenau, SC.

Este relatório final apresenta os resultados da Avaliação Smart realizada na Instituição Comunitária de Crédito Blumenau Solidariedade - ICC BLUSOL, contendo um diagnóstico da forma como ICC BLUSOL incorpora os Princípios de Proteção ao Cliente, promovidos pela Campanha Internacional SMART nas práticas cotidianas com seus clientes.

Cada princípio contém uma série de indicadores específicos os quais formam a base para a análise e avaliação. Este relatório identifica as práticas fortes e aquelas que podem ser aperfeiçoadas ou que representam uma área de oportunidade para ICC BLUSOL. Em alguns casos excepcionais, o relatório final identifica práticas relevantes que podem servir para outras instituições como um modelo. Também se apresentam sugestões e algumas recomendações para fortalecer a proteção ao cliente.

Agradecemos a Direção e a todos os colaboradores de ICC BLUSOL por receber-nos e, especialmente, pela disposição com que participaram do projeto e o manifesto apoio para prover a informação. Como equipe e, pessoalmente, aprendemos muito da experiência de ICC BLUSOL. Apreciamos a hospitalidade e a atenção brindada.

Atenciosamente,

Alexandra Annes da Silva
Smart Certified Assessor

AVALIAÇÃO SMART

PRINCÍPIOS DE PROTEÇÃO AO CLIENTE NA PRÁTICA.

INTRODUÇÃO

Este relatório representa os resultados da Avaliação Smart que se realizou para Instituição Comunitária de Crédito Blumenau Solidarietà – ICC BLUSOL, na cidade de Blumenau, Estado de Santa Catarina, dos dias 23 a 27 de abril de 2012. Este documento incorpora a discussão dos resultados preliminares com a equipe da gerencia. Como documentos de suporte seguem os:

1. Anexo no. 1: lista dos colaboradores de ICC BLUSOL entrevistados durante o processo de visita local;
2. Anexo no. 2: gráficos que contém a avaliação ponderada de cada um dos indicadores tomando em conta os indicadores principais que se encontram ressaltados em verde.

RESUMO DE CONCLUSÕES

No marco da Avaliação Smart o objetivo foi realizar um diagnóstico em ICC BLUSOL para apreciar o grau de implementação de práticas que sustentam os Princípios de Proteção ao Cliente, identificando aquelas que podem representar áreas de oportunidades e aperfeiçoamento, assim como as fortalezas ou riscos.

ICC BLUSOL tem um grande interesse em aprimorar as práticas relacionadas ao tema de Proteção ao Cliente, principalmente, em razão das metas de crescimento institucional que buscam ampliar seu alcance à população com maior dificuldade de acesso ao crédito. Apresenta fortalezas em vários dos indicadores analisados em cada um dos princípios de proteção. Inobstante isto, existem áreas de oportunidades e aperfeiçoamento que serão identificadas neste relatório.

Vale ressaltar que ICC BLUSOL vigila seu desempenho em todas as áreas de atuação conforme demonstra o resultado do Balanço Social e Ambiental (BSA) publicado no início de 2012. As metas sociais e ambientais desenvolvidas deverão ser concretizadas no transcurso do ano através do Programa de Responsabilidade Social e Ambiental aprovado pelo Conselho Diretor.

BLUSOL possui uma trajetória destacada na indústria brasileira. Criada em 1997 por iniciativa do governo municipal da cidade de Blumenau vem promovendo o microcrédito produtivo orientado (PNMPO) a população que não tem acesso a crédito junto aos operadores de sistema financeiro nacional. Sua missão é promover o acesso ao crédito ao micro e pequeno empresário. Para isto, busca alinhar suas metas de crescimento e o planejamento estratégico para cumprir a missão institucional, alcançando maior profundidade e alcance, atendendo um número cada vez maior de clientes.

ICC BLUSOL, como mencionado anteriormente, apresenta práticas que apoiam vários dos indicadores dos Princípios de Proteção de Cliente, práticas que serão evidenciadas na análise de cada um dos princípios ao largo deste relatório. Apesar disso, de forma resumida seguem os resultados de cada um dos princípios:

Princípio 1. Prevenir o Sobre endividamento (3.9). A instituição apresenta práticas fortes e importantes que apoiam este princípio. O processo para aprovação de empréstimo é intenso e detalhado, a análise da capacidade de pagamento do usuário contempla aspectos sociais, familiares, econômicos. Adicionalmente é analisado o negócio (atividade produtiva), sua viabilidade econômica e o projeto para a utilização dos recursos advindos do empréstimo.

Princípio 2a. Transparência (3.2) ICC BLUSOL apresenta práticas adequadas que apoiam este princípio. A transparência nas condições, taxas e preços final é um fator reconhecido pelos clientes como um aspecto de diferenciação no mercado. BLUSOL não cobra comissões nem estabelece outros custos (ocultos) para um empréstimo.

Princípio 2b. Fixação responsável de preços (3.0) Para este princípio o contexto é importante, para tanto, foram analisados os resultados da pesquisa ABCRED e SEBRAE para comparar alguns indicadores com os de BLUSOL. A instituição apresenta resultados que estão na média das OSCIPs nacionais, com especial atenção às regionais o que se considera como adequado.

Princípio 3. Práticas de cobrança apropriada (3.0) ICC BLUSOL neste princípio apresenta práticas que podem ser ajustadas, especialmente, em razão do processo eficiente e a rapidez exigida na gestão da cobrança.

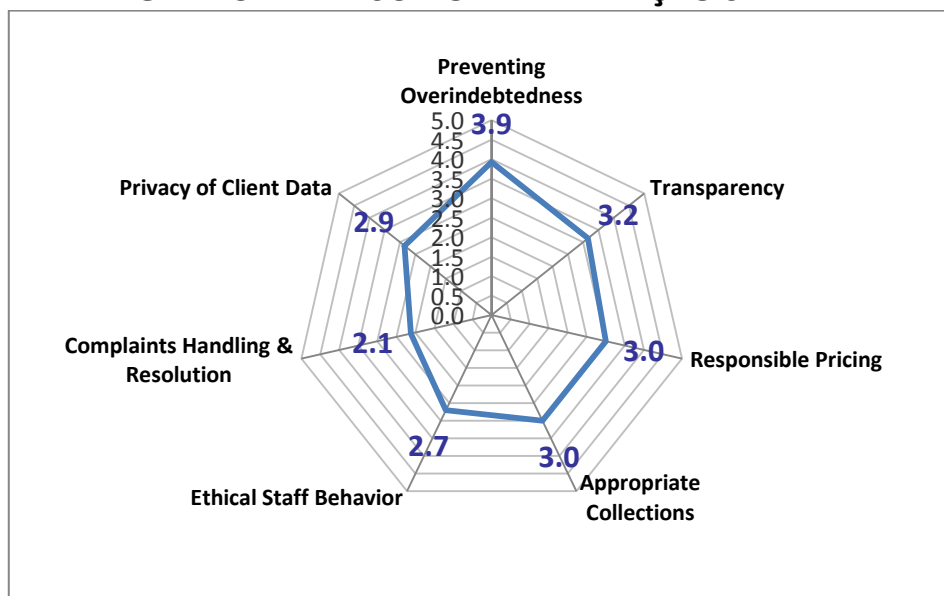
Princípio 4. Comportamento ético dos colaboradores (2.7) Este princípio é um dos mais complicados para a análise porque possui indicadores cujas evidências são percebidas nas rotinas e convívio com os colaboradores. Contudo, existem outros indicadores cujas evidências se encontram em documentos específicos como códigos ou regulamentos internos. Em razão de alguns indicadores que exigem evidências concretas, depreende-se que ICC BLUSOL possui áreas de oportunidades e aperfeiçoamento importantes, assim como algumas áreas de risco que merecem atenção por parte da direção no que se refere a proteção ao cliente.

Princípio 5. Mecanismo para receber e resolver queixas (2.1) A legislação brasileira oferece um marco legal de proteção aos consumidores em geral, incluídos os consumidores financeiros. No marco de proteção ao cliente de Smart Campaign uma das práticas importantes para os operadores de microfinanças é oferecer canais de comunicação aos clientes para que estes possam apresentar suas queixas e reclamações e, que a instituição resolva e ofereça uma resposta ao cliente. No caso específico, ICC BLUSOL esta desenvolvendo estes mecanismos existindo uma importante área de oportunidade.

Princípio 6. Privacidade dos dados dos clientes (2.9) ICC BLUSOL, possui práticas importantes que apoiam o cumprimento de alguns indicadores deste princípio. Contudo, existem riscos (latentes) de fuga de informação. Assim, a instituição deve aprimorar as normas de segurança e estabelecer controles para proteger os dados dos clientes.

Finalmente, oportuno esclarecer que os usos costumes locais e\ou a cultura financeira local não impedem que uma instituição de microfinanças subscreva e implemente as melhores práticas reconhecidas internacionalmente, incorporando em suas rotinas operativas (processos e sistemas) os princípios de proteção ao cliente baixo o marco da Campanha SMART. Feita esta aclaração, se explica que os padrões de The Smart Campaign não se modificam ou se adaptam em razão da cultura, regulação ou sistema financeiro local. Os padrões da Campanha Smart pretendem incidir na consciência e cultura local para fomentar as melhores práticas para a proteção ao cliente entre os operadores de microfinanças que formam a indústria de qualquer país.

GRÁFICA DE RESUMO DA AVALIAÇÃO SMART



DADOS INSTITUCIONAIS

Instituição Comunitária de Crédito Blumenau Solidariedade - ICC BLUSOL, instituição sem fins lucrativos, foi criada em 1997 por uma iniciativa do governo da cidade de Blumenau, formando parte do Programa Nacional do Microcrédito Produtivo Orientado (PNMPO) estando baixo a supervisão do Ministério do Trabalho.

Missão

“Permitir acesso ao crédito produtivo e orientado aos empreendedores de micro e pequenos negócios”.

Visão

“Ser a instituição do microcrédito referência no Brasil, reconhecida como importante ferramenta de redução da pobreza e de geração de emprego e renda na região onde atua”.

Características institucionais

ICC BLUSOL é uma instituição que oferece microcrédito produtivo orientado ao micro e pequeno empresário e aos empresários individuais (formais ou informais), urbanos ou rurais. Atua exclusivamente no estado de Santa Catarina através de seis agências e dois postos avançados (postos de atenção aos clientes que não possuem a estrutura de uma agência) atuando em 26 municípios localizados na parte leste do estado de Santa Catarina.

ICC BLUSOL encontra-se na posição 65 entre as 100 Melhores Instituições de Microfinanças das Américas e na 19ª posição entre as organizações que apresentaram maior crescimento no ano 2010, segundo informação do BID\FOMIN.

Possui uma estrutura organizacional que permite o cumprimento dos processos com um índice de produtividade importante pelos colaboradores, especialmente, pelos analistas e agentes de crédito. Contudo, as metas de crescimento para o ano de 2012 são fortes (18%), fato que obrigará a instituição revisar a estrutura de pessoas existente, para assegurar o mesmo nível de compromisso e produtividade dos empregados.

História

A experiência inspiradora para a criação de uma Instituição Comunitária de Crédito na cidade de Blumenau foi o trabalho realizado na cidade de Porto Alegre pela ICC PORTOSOL. ICC BLUSOL nasce com objetivos de fomentar o desenvolvimento dos microempreendedores da cidade e, em razão da convicção que o acesso ao crédito pelos micro e pequenos empresários formais ou informais resulta na geração de renda e empregos, uma vez que se viabilizam estratégias de sobrevivência e de negócios já existentes nos segmentos da população que são excluídos ou marginados do mercado financeiro. Assim, ICC BLUSOL *“tem por objetivo social a concessão de crédito a pessoas físicas e jurídicas de pequeno porte, para sua criação, seu crescimento e sua consolidação”*.

A partir do ano 2002 essa entidade foi qualificada e certificada de OSCIP - Organização da Sociedade Civil de Interesse Público, nos termos da Lei 9790-99, ficando inclusive declarada de utilidade pública estadual, nos termos da lei 12.272-0¹. Reconhecida como de utilidade Pública Municipal e Estadual².

ICC BLUSOL apresenta um crescimento importante nos últimos anos. Com base em dados recentes a carteira ativa é superior a US \$ 10.9 milhões com mais de 7.000 clientes. É uma das OSCIPs com maior antiguidade do estado de Santa Catarina. Inovação é uma das características de BLUSOL que busca atualizar o modelo de gestão para incluir temas relevantes como o meio ambiente e a responsabilidade social, reinvestindo os excedentes em seus próprios clientes e na sociedade de uma forma geral. O planejamento estratégico estabelece objetivos e metas para cada área da instituição.

Vale mencionar o programa de responsabilidade social, o balanço social e ambiental e os comitês de trabalho para a consolidação dos projetos a serem desenvolvidos com enfoque nestes temas. Recebeu o Certificado de Responsabilidade Social 2011, outorgado pela Assembleia Legislativa do Estado de SC que distingue as empresas com destaque em ações no setor social.

Por fim, no ano de 2011 firmou parceria com o governo estadual e o BADESC para o programa Juro Zero o qual atende a microempreendedores formalizados (MEI) para acesso a empréstimos de até R\$ 3 mil, prazo de 8 meses a uma taxa de 3,066% a.m.

Público meta

A metodologia de crédito individual é predominante, existindo um projeto piloto para o acesso baixo modalidade de crédito solidário com a formação de grupos solidários o que apresenta resultados pouco expressivos em razão da cultura regional.

O público meta ou cliente de ICC BLUSOL são todos os microempresários formais ou informais que encontram dificuldades para o acesso aos serviços financeiros e ao crédito, mas possuem uma atividade produtiva empreendedora.

FATORES CLAVES DE CONTEXTO

As OSCIPs (Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público) são instituições especializadas em microcrédito produtivo, recebem financiamento de organismos governamentais federais ou estaduais. No caso de ICC BLUSOL que iniciou suas atividades com um aporte de capital de um milhão de reais da Prefeitura de Blumenau. Em 1998 contratou o primeiro financiamento com o BNDES através do PCPP (Programa de Crédito Produtivo

¹ Balanço auditado BLUSOL 2011.

² Plano Estratégico, pag. 5

Popular) e, “... ao longo de sua história o BLUSOL já liberou mais de 139 milhões, nos mais de 41.200 contratos realizados, garantindo 59.000 empregos e estima-se que criou outros 1.750 novos empregos³.”.

Comparte o mercado com outras instituições constituídas como OSCIPs e ONGs, assim como, Bancos, Sociedades de Crédito ao Microempreendedor (SCM) e Cooperativas, sendo as três últimas entidades regulamentadas pelo Banco Central.

O setor de Microfinanças brasileiro se encontra em um período de crescimento. Segundo dados da Pesquisa *Perfil das Instituições de Microfinanças (OSCIP) no Brasil, Contexto do Atendimento aos Pequenos Negócios (Janeiro, 2012)*, realizada pelo SEBRAE⁴ e ABCRED⁵ sobre o setor representado pelas OSCIPs e, tomando em conta o número de OSCIPs que participaram do estudo (103 OSCIPs integrantes do PNMPO identificadas, participando do estudo 73) os resultados indicaram que 80% destas instituições concentram suas atividades na região Sul, Sudeste e Nordeste do país e, 60% destas instituições foram constituídas entre 2000 e 2011, atendendo uma média de 1.593 pessoas por instituição. Entre clientes atendidos 74,7% são pessoas físicas e 25,3% são pessoas jurídicas. O valor médio de operações é de R\$ 2.839,91, aclarando que o crédito médio para operações da região sul é de R\$ 4.583,00. Outro dado importante se refere ao valor das operações que são 40% superior para clientes pessoa jurídica (constituídos como micro e pequena empresa e empreendedores individuais) comparada àqueles clientes pessoa física.

As taxas de juros apresentam uma média de 3,4% ao mês, para a Região Sul esta média é de 3,6% ao mês. Outro dado importante se refere à inadimplência que nas regiões sul (7,8%) e sudeste (7,0%) são superiores a média nacional (6,3%). Esta informação sugere que ICC BLUSOL exerce suas atividades em uma das regiões com maior oferta de microcrédito e, por isto, com maior concorrência. A concorrência nos mercados é um fator positivo, contudo também aumenta o risco de práticas inadequadas junto aos clientes e concorrência desleal. Consciente disto, ICC BLUSOL, vem adotando medidas - preventivas - para antecipar e evitar o sobre endividamento de seus clientes, buscando consolidar-se através da transparência na contratação do crédito.

No caso dos fatores de diferenciação no mercado, estes residem na atenção e rapidez na entrega do crédito e na transparência das condições para o acesso e contratação. ICC BLUSOL conhece seus competidores, os produtos de crédito existentes, as taxas oferecidas, as promoções da concorrência. Conhece seus clientes através de pesquisa realizada pelos próprios agentes de crédito cujos resultados (Perfil Geral Clientes BluSol) serão mencionados ao largo deste relatório.

Estas são algumas das medidas e estratégias para inovar e oferecer melhores serviços e produtos que atendam as necessidades dos clientes.

PROTEÇÃO AO CLIENTE.

A legislação brasileira oferece um marco sólido de proteção ao cliente. A Constituição Federal⁶ inclui a proteção ao cliente como um princípio de Ordem Econômica e Financeira⁶. Em 1990 o Código de Defesa do Consumidor estabeleceu os direitos do consumidor brasileiro.

³ Balanço Social Blusol, 2011.

⁴ SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

⁵ ABCRED – Associação Brasileira de Entidades Operadoras de Microcrédito e Microfinanças.

⁶ Constituição Federal, 1988, artigo, 170, V,

Direitos que asseguram ao consumidor: saber e ser informado sobre os riscos do produto para sua vida e saúde, instruções de uso (adequadas), liberdade para escolher os produtos, informação necessária, completa, oportuna e não enganosa sobre os produtos.

Nos aspectos de proteção a lei abriga os consumidores frente os termos dos contratos, facultando ao poder judicial invalidar cláusulas prejudiciais. A lei assegura o acesso à justiça para os casos de violação dos direitos dos consumidores.

Além disso, organismos do governo oferecem a estrutura complementar a través do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor⁷ e o Departamento de defesa e proteção do consumidor que é parte do Ministério da Justiça⁸. As Prestadoras de Serviços reguladas tem por finalidade resolver as demandas dos consumidores (PROCON estadual) instancia que se busca uma solução extrajudicial para as queixas dos consumidores. No caso de não lograr uma conciliação a queixa será remetida ao poder judicial.

Outro canal disponível foi estabelecido pelo Decreto no. 6523, de julho 2008, que regulamenta a lei 8.078 para o SAC Serviço de Atendimento ao Consumidor por telefone.

Finalmente, os organismos judiciais amparam as relações de consumo oferecendo à sociedade brasileira os meios para reclamar, apresentar suas queixas frente aos produtos e serviços (financeiros ou não) tendo seus direitos de consumidor amparados legalmente.

APLICAÇÃO CONTRATUAL PARA A COBRANÇA

ICC BLUSOL possui um procedimento de cobrança bastante rápido e, de certa forma, incomum entre os operadores de microfinanças em razão da cobrança judicial ainda que por montantes de baixo valor. O processo de recuperação começa a partir do dia 1 do atraso de uma parcela, segue com medidas cautelares como cartas aos 22 dias de atraso e notificação extrajudicial aos 40 dias após seu vencimento (Circular no. 04 de 12 de junho de 2008 que foi revogada pelas Circular no. 20 e no. 21 de 19 de dezembro de 2011) e judiciais (Circular no. 22 de 19 de dezembro de 2011) que asseguram a indisponibilidade do bem oferecido em garantia e a recuperação da dívida, além do registro de inclusão do cliente e avalista no Sistema de Proteção ao Crédito (Circular⁹ no. 08 de 21 de junho 2009) aos 30 dias do vencimento de uma parcela.

CÓDIGO DE ÉTICA E PARTICIPAÇÃO EM ASSOCIAÇÕES:

ICC BLUSOL não possui um código de ética ou conduta. Participa de duas associações AMCREDSC e ABCRED, sendo a primeira uma associação representativa da indústria das microfinanças do estado de Santa Catarina e a segunda uma associação com representatividade nacional das OSCIPs, ambas Associações não possuem um Código de Ética ou Conduta.

⁷ Lei no. 8.078 de 11\09\1990, Título IV, instituí o SNDC

⁸ <http://www.portaldoconsumidor.gov.br>

⁹ Circulares Administrativas de BluSol

Indicadores Financeiros ICC BLUSOL

| Conceito | Junho-11 | Junho-10 |
|---|----------|----------|
| Empréstimos ativos | 6,927 | 5,046 |
| Monto de Carteira Ativa Bruto USD | 10,880 | 7,019 |
| PAR 30 (%) | 4.2% | 3.2% |
| Proporção de valor passado a perdas (%) | | |
| Proporção dos gastos totais ^a | | |
| Proporção de gastos de operação ^b | 31.9% | 33.7% |
| Gastos de Operação/Promedio de Carteira | 31.9% | 33.7% |
| ROA | 1,9% | |
| ROE | 4.1% | 8.4% |
| a) Proporção de gastos totais: todos os custos (financeiros + provisiones + custos operativos) / promedio total de ativos. b) Proporção de gastos de operação (gastos de operação/ promedio total de ativos) ROA: retorno sobre ativos ROE: retorno sobre patrimônio. | | |

Fuente: MicroRate Junho 2011.

| Tabla 2 | Junho 2011 | Junho 2010 |
|------------------------|------------|------------|
| No de Clientes | 6.913 | 5.846 |
| - % Clientes Informais | 96.6% | 96.0% |
| - % Clientes Mulheres | 58.0% | 51.2% |
| Promedio de Empréstimo | 1,574 | 1,418 |
| Retenção de Clientes | 69% | 51% |
| Custo por Cliente | 32.5% | 31.9% |
| Custo Efetivo Anual | | |

Fuente: MicroRate, junho 2011

ANÁLISE POR PRINCÍPIO

PRINCÍPIO 1 - PREVENÇÃO DO SOBRE ENDIVIDAMENTO.

Uma instituição financeira cumpre este princípio, ao estabelecer cuidadosamente a capacidade do cliente para obter o empréstimo e pagá-lo. Os usuários devem ser capazes de administrar os pagamentos da dívida, sem sacrificar a sua qualidade básica de vida.

| <i>Indicador</i> | <i>Peso</i> | <i>Pontuação</i> | |
|--|-------------|------------------|-----|
| <i>1. A direção regularmente controla os níveis de sobre endividamento dos usuários e esta informação é usada para melhorar os produtos, políticas e procedimentos.</i> | .08 | 4 | + |
| <i>2. A instituição financeira oferece produtos de crédito múltiplos ou flexíveis que atendem diferentes necessidades do negócio e da família.</i> | .08 | 3 | +/- |
| <i>3. O processo de aprovação do empréstimo exige a avaliação da capacidade de reembolso e acessibilidade do empréstimo. Aprovação do empréstimo não depende exclusivamente de garantias (sejam garantias de pares, co-devedores ou colaterais) como um substituto para a boa análise da capacidade.</i> | .3 | 4 | + |
| <i>4. As políticas de aprovação do crédito oferecem diretrizes expressas sobre os limites de dívida do usuário e os níveis aceitáveis de dívida de outras fontes.</i> | .08 | 4 | + |
| <i>5. Quando disponível, a instituição financeira verifica os níveis da dívida do usuário e o histórico de pagamentos no Registo de Crédito ou Agência de Crédito. Quando não estiver disponível, a instituição financeira mantém e verifica os registos internos e consulta aos concorrentes sobre o mesmo.</i> | .08 | 4 | + |
| <i>6. As metas de produtividade e os sistemas de incentivo valorizam a qualidade da carteira, bem como outros fatores, tais como o pagamento ou o crescimento do cliente. O crescimento é recompensado apenas se a qualidade da carteira é elevada.</i> | .3 | 4 | + |
| <i>7. As auditorias internas verificam os níveis de endividamento das famílias, práticas de empréstimos que violam os procedimentos (como financiamentos não autorizados, os usuários múltiplos ou co-devedores por agregado familiar), que poderiam aumentar o endividamento.</i> | .08 | 3 | +/- |
| Pontuação | | 3.9 | |

RESUMO:

ICC BLUSOL demonstra por suas práticas o cumprimento satisfatório dos padrões Smart que apoiam este princípio. Neste sentido, ressalta-se o processo de avaliação da capacidade de pagamento através da análise sócioeconômico do cliente e sua família e análise de viabilidade econômica financeira do negócio (atividade produtiva) do mesmo.

ICC BLUSOL possui um Manual de Crédito bastante detalhado que é complementado pelo Regimento Interno e atualizado através de Circulares emitidas pela Administração. O título 8 do Regimento Interno estabelece as condições para o crédito fixando o limite do endividamento total (somadas das dívidas pré-existent mais o crédito) de 70% do capital ativo.

A análise dos indicadores deste princípio se identificam as áreas de fortalezas (+) e áreas de risco (-) ou aperfeiçoamento (+/-).

Indicador 1 – Prevenção do sobre endividamento.

ICC BLUSOL possui uma estrutura normativa composta pelo Manual de Crédito, Regimento Interno e as Circulares emitidas pela Administração. O Manual de Crédito é uma ferramenta de capacitação que proporciona informação a respeito do microcrédito e do programa de microcrédito ICC BLUSOL, sua importância em aspectos econômicos e sociais oferecendo

elementos importantes para uma compreensão integral e sistêmica da atividade do agente de crédito, do cliente de microcrédito e da atividade econômica deste.

Além disso, o Manual de Crédito oferece todo o treinamento para o gerenciamento de um microcrédito, desde a prospecção até o processo de recuperação, seja para a metodologia do crédito individual ou grupo solidário. O último capítulo do Manual de Crédito apresenta reflexões sobre o processo de informação, atenção e satisfação do usuário, isto é, do cliente.

No Regimento Interno estão as especificidades, isto é, condições para a concessão de um crédito, as políticas a respeito dos usuários, finalidade e modalidade de crédito. Encontram-se estabelecidos os limites para o nível de endividamento, regras sobre créditos cumulativos para um mesmo usuário¹⁰, políticas de garantias e hipóteses em que o cliente será considerado como inadimplente.

As Circulares Administrativas comunicam as atualizações das políticas de crédito. Oportuno mencionar às Circulares números 15, 16, 17, 19, 20, 21, 22 e 25 atualizaram as políticas referentes às condições para o crédito dos Prestadores de Serviços, Empreendimentos “Bico”, Comitê de Crédito, Programa Juro Zero, Procedimento de Cobrança, Notificação Extrajudicial, Informação para o SPC e Quitação Antecipada com abatimento de juros, respectivamente.

Indicador 2 – Produtos adequados.

O Regimento Interno no título 8, item 8.4 menciona os prazos, estabelecendo que *“o reembolso do crédito atenderá às características específicas de cada negócio”*, existe a possibilidade de carência para os casos de crédito para capital fixo, também considera os casos de investimento que exijam um tempo de maturação a ser considerado para o reembolso do empréstimo.

A política institucional estabelece a possibilidade de carência, condição não utilizada pelos agentes de crédito ou gerentes. Inobstante possa representar uma necessidade dos clientes que possuem negócios com ciclos irregulares de ingressos conforme o Perfil Geral Cliente BLUSOL¹¹ e aqueles clientes da área rural.

Considerando que 73,0% dos clientes atuam no setor de serviços, 57% com facções e 64% são informais, se deveria buscar atender as necessidades identificadas através de condições para um crédito flexível que atendessem às necessidades dos clientes evitando dificuldades (previsíveis) para o pagamento.

Por outra parte, promover uma atualização nas políticas de créditos que se referem a hipóteses de outorgar carências (benefício) àqueles clientes que possuem as condições para isto ou que são considerados clientes “A” e “B”¹².

Indicador 3 – Avaliação da capacidade de pagamento.

O processo de avaliação da capacidade de pagamento é detalhado. São analisados o contexto socioeconômico do cliente e sua família. A viabilidade econômica da atividade produtiva do cliente, isto é, seu empreendimento é avaliado com grande detalhamento.

O Manual de Crédito em seu capítulo 4 versa sobre *“Os Cinco C’s do Crédito”*, com o objetivo de investigar três componentes fundamentais para o processo de avaliação, isto é, a pessoa do empreendedor e sua família, o empreendimento e o projeto de investimento.

¹⁰ Idem - 1. Introdução pag. 1

¹¹ Resultados 3. Perfil Geral Cliente BLUSOL, pág. 7

¹² Regimento Interno, título 16, pág.12

Os cinco “C”s do crédito consistem na investigação do Caráter, Capital, Condições do negócio, Capacidade de pagamento e Colateral (garantias). Os fatores de análise de cada um dos “C”s que o agente de crédito deverá investigar e colher informação para cumprir satisfatoriamente as quatro etapas do processo, isto é, o cadastro do usuário e avalista, a visita “in loco” para o levantamento socioeconômico do empreendimento, a análise da viabilidade econômico-financeira e avaliação pelo Comitê de Crédito.

Concluída a etapa de prospecção, atendimento, visitação e análise, o processo é revisado pelo comitê de crédito, sendo este o primeiro momento para a supervisão e controle do cumprimento do procedimento estabelecido no Manual e Regimento Interno e as atualizações emitidas através das Circulares.

Indicador 4 – Níveis de dívidas do cliente.

O Regimento Interno estabelece os limites para o nível de endividamento (máximo 70%, considerando dívidas pré-existentes + crédito em operação)¹³, regras sobre créditos cumulativos para um mesmo usuário¹⁴, políticas de garantias e, hipótese quando o cliente será considerado como inadimplente.

Indicador 5 - Comprovação do histórico creditício do cliente.

ICC BUSOL investiga os antecedentes do usuário no Serviço de Proteção ao Crédito (SPC), Cartório de Protestos, Poder Judicial, Telecheque os três últimos quando assim exija a condições para o empréstimo, além do histórico em BLUSOL, informação com vizinhos, clientes ou fornecedores e, em alguns casos é necessário entrevistar-se com o gerente.

Indicador 6 – Incentivos de Produtividade.

O esquema de remuneração contempla um salário de ingresso acima da média utilizada pelos competidores e, outorga vários benefícios adicionais. Vale citar alguns benefícios como auxílio refeição, auxílio creche, assistência médica, linha crédito entre outros.

Para os fins deste indicador é necessário entender o conceito de participação nos resultados porque este seria o equivalente para os “incentivos de produtividade”. ICC BLUSOL instituiu as metas para receber o adicional de produtividade. Estas metas foram estabelecidas por agência e serão repartidas a cada seis meses como uma bonificação. As variáveis para receber o adicional de produtividade e a participação nos resultados, consideram a proporcionalidade entre inadimplência, valor liberado, no. contratos e créditos novos¹⁵, enfocando-se na qualidade e crescimento da carteira.

Indicador 7 - Auditorias Internas.

A auditoria interna é uma área criada a pouco mais de um ano e tem por objetivo principal confirmar as condições do empreendimento do cliente. O programa de trabalho (manual de auditoria interna) contém um roteiro para a verificação do empreendimento, finalidade, garantias, valores emprestados, cadastro e compatibilidade entre o montante do empréstimo e a estrutura do empreendimento.

Considerando os termos deste indicador e os objetivos atuais da Área de Auditoria conclui-se que são atendidos parcialmente alguns dos requisitos estabelecidos no indicador, isto é, a verificação do endividamento das famílias, contemplando-se exclusivamente os aspectos do

¹³ Regimento Interno ICC BLUSOL – Título 8, pag. 4 e 5,

¹⁴ Idem - 1. Introdução pag. 1

¹⁵ Manual de Recursos Humanos - Título 8 - Benefícios, itens 8.13 e Título 9 Adicional por produtividade e anexos.

empreendimento do cliente. Contudo, não se verifica o cumprimento os procedimentos estabelecidos no Manual de Crédito, Regimento Interno e Circulares.

Não obstante isto, os resultados da área de auditoria demonstram que o trabalho realizado até o momento identificou divergências e inconsistências importantes que resultaram na rescisão de contratos de trabalho de alguns Agentes de Crédito em face da inobservância ao processo de crédito conforme os padrões institucionais.

No caso específico e, considerando as metas institucionais de crescimento é recomendável aumentar os níveis de controle e supervisão do cumprimento dos procedimentos estabelecidos para aprovação dos créditos, fortalecendo a área de auditoria interna.

RECOMENDAÇÕES

Para esse princípio, se sugere o fortalecimento e a capacitação dos agentes de créditos para se responsabilizar pela decisão que aprova ou não aprova uma solicitude de empréstimo. O agente de crédito deve explicar ao cliente porque não foi aprovado o seu crédito e, que esta decisão é institucional tendo por finalidade evitar e prevenir o sobre endividamento do cliente. Isto é responsabilidade do Agente de Crédito informar ao cliente que o Crédito não foi aprovado por BLUSOL, fazendo o exercício necessário para que o cliente entenda suas próprias possibilidades para assumir um empréstimo sem prejudicar-se no futuro.

Por outra parte, é muito importante que a Área de Auditoria Interna se fortaleça, especialmente, a razão do crescimento pretendido. Formalização e sistematização de controles internos.

PRINCÍPIO 2 A- TRANSPARENCIA

Uma instituição financeira cumpre este princípio, garantindo que informação completa seja disponibilizada ao cliente, em linguagem clara, não enganosa e o cliente seja capaz de entender.

| <i>Indicador</i> | <i>Peso</i> | <i>Pontuação</i> | |
|--|-------------|------------------|-------------------|
| <i>1. Os preços e condições de todos os produtos financeiros são divulgados integralmente para o cliente antes da venda, incluindo os juros, prêmios de seguro, os saldos mínimos, todas as taxas, multas, produtos ligados, honorários dos terceiros, e se estes podem mudar ao longo do tempo.</i> | <i>.3</i> | <i>3</i> | <i>+</i> |
| <i>2. Os funcionários são formados para se comunicarem eficazmente com todos os clientes, assegurando que eles entendam o produto, os termos do contrato, seus direitos e obrigações. As técnicas de comunicação abordam as limitações de alfabetização (por exemplo, a leitura em voz alta de contratos, materiais em línguas locais).</i> | <i>.3</i> | <i>3</i> | <i>+</i> |
| <i>3. A instituição financeira usa vários canais para a divulgação de informações claras e precisas sobre o produto, tais como brochuras, sessões de orientação, reuniões, lançamento de informações na agência, sites, etc.</i> | <i>.08</i> | <i>4</i> | <i>+</i> |
| <i>4. A instituição financeira segue lei de nacionais para os preços, apresentando a fórmula de cálculo de taxas de juros efetiva. Na ausência dos requisitos de toda a indústria, a instituição fornece informações que mostram o montante total que o cliente paga pelo produto.</i> | <i>.08</i> | <i>4</i> | <i>+</i> |
| <i>5. Os contratos de empréstimo (1) mostram uma tabela de amortização que separa o capital, os juros, e as taxas, (2) define o montante, número e as datas de vencimento de parcelas, e (3) inclui as taxas e condições de reembolso antecipado, os pagamentos atrasados e a sua ausência. As práticas de cobranças de dívidas são reveladas ao mutuário antes do momento da venda.</i> | <i>.08</i> | <i>3</i> | <i>+/-</i> |
| <i>6. Os clientes têm tempo suficiente para rever os termos e condições do produto e ter a oportunidade de fazer perguntas e receber as informações antes de assinar contratos.</i> | <i>.08</i> | <i>3</i> | <i>+</i> |
| <i>7. Os clientes recebem regularmente informações claras e precisas sobre as suas contas (por exemplo, extratos de contas, recibos, pedidos de saldo).</i> | <i>.08</i> | <i>3</i> | <i>+</i> |
| <i>Pontuação para o Princípio 2A</i> | | | <i>3.2</i> |

RESUMO:

ICC BLUSOL tem práticas que apoiam o cumprimento deste princípio. Os preços e as condições do crédito são informados ao cliente. Os materiais publicitários apresentam exemplos com os valores e as taxas discriminadas. Não existem outras taxas ou despesas que os clientes desconhecem ou são cientificados no momento do desembolso. Não existem produtos ligados ou anexos que condicionam o crédito.

Os colaboradores possuem conhecimento do produto e tem boa disposição para informar os clientes e aclarar suas dúvidas respeito às taxas, prazos e condições.

A análise dos indicadores deste princípio se identificam as áreas de fortalezas (+) e áreas de risco (-) ou aperfeiçoamento (+/-).

Indicador 1 - Comunicação dos preços, prazos e condições.

Os produtos, prazos e condições são comunicados aos clientes antes da contratação. Os materiais publicitários são bastante claros, informam o produto através de exemplo, isto é, *Simulações de Empréstimo*. Sugerem o valor de um empréstimo, seguindo com o numero de

parcelas o valor total que pagará ao final da última parcela, o total de juros, média mensal de juros, apresentando exercícios similares para diferentes montos, prazos e valor da parcela.

Indicador 2 – Capacidade dos empregados para comunicar.

Para este indicador, devemos analisar a informação brindada antes da assinatura do contrato de crédito. Neste aspecto em particular, a informação brindada no atendimento (20 min) se refere às condições para a obtenção de um crédito e a consulta às Centrais de Proteção ao Crédito. A proposta de crédito é oferecida posteriormente a etapa de visitação na qual se procede a avaliação socioeconômica e a análise da viabilidade econômica do negócio do cliente (01h30min).

A análise pelo agente de crédito (2 horas) e pelo comitê de crédito sendo aprovado o empréstimo, antes da assinatura do contrato o cliente tem a oportunidade de conversar e revisar as cláusulas do contrato e deverá firmá-lo junto com nota promissória, oportunidade que receberá o cheque (15 min).

Normalmente o cliente não lê o contrato de crédito ou revisa as cláusulas de multa moratória e honorários do advogado que se encontram no contrato¹⁶. Estes aspectos são comunicados de forma verbal pelo atendente que apoia no momento da assinatura do contrato fazendo um breve repasse das condições contratadas. Em nenhum momento são comunicados os custos judiciais para os casos de cobrança judicial ou que esta será aos 40 dias de atraso de uma parcela. O cliente recebe o carnê de pagamento e o cheque para o desembolso¹⁷.

Indicador 3 – Variedade de canais de comunicação.

ICC BLUSOL possui diferentes canais para prospectar seus produtos. Os materiais publicitários são bastante instrutivos e apresentam simulações e exemplos de empréstimos, apresentando as taxas e as condições de pagamento (valor da parcela), conforme o setor produtivo que pertence o cliente. Por outra parte, o atendimento personalizado e os diferentes momentos de intervenção do pessoal da BLUSOL com os clientes proporcionam várias oportunidades para brindar informações sobre os produtos e serviços.

Indicador 4 – Comunicação do custo total.

ICC BLUSOL comunica o custo total através da taxa total conforme o prazo do empréstimo. Ademais e considerando o que já foi mencionado no indicador 2, os empregados informam o cliente sobre as condições do empréstimo.

Indicador 5 – Comunicação das condições do contrato e da cobrança.

Este é o indicador que ICC BLUSOL deve revisar suas práticas porque existe falta de informação ao cliente a respeito das condições de cobrança e do custo deste procedimento para o cliente. Especialmente, no caso daqueles clientes que utilizam como garantias os próprios bens do negócio, pois política de cobrança e procedimento para a recuperação judicial aos 45 dias de atraso de uma parcela vencida poderá acarretar a indisponibilidade dos bens dados em garantia, resultando para o cliente na sua total inviabilidade produtiva e econômica.

Indicador 6 – Tempo razoável para ler e fazer perguntas.

Análise do indicador no. 2 oferece uma demonstração dos tempos que o cliente está em contato com os colaboradores de ICC BLUSOL. No aspecto referente ao conhecimento das condições do contrato durante a assinatura deste, são repassadas as principais condições, isto é, montante do empréstimo, prazo, valor da parcela, taxa e data(s) para o pagamento. Este

¹⁶ Contrato e Abertura de Crédito, cláusulas: quarta, quinta e décima

¹⁷ Fluxograma e *modus operandi* – documento enviado pelo Coordenador Técnico, pág. 5 e 6

procedimento não demora mais de 15 minutos e, no caso de grupos solidários, é feita a leitura do contrato de crédito para todos os integrantes do grupo antes da assinatura do documento.

Os clientes de ICC BLUSOL na sua maioria são alfabetizados, 91,2% possuem escolaridade mínima e média¹⁸, possuindo condições para revisar as cláusulas. Neste aspecto em particular, o próprio carnê poderia incluir uma tabela com resumo das condições do contrato e advertência para pagamento pontual da parcela informando os benefícios disto (escala progressiva na classificação em BLUSOL) e, na hipótese do cliente estar enfrentando algum imprevisto ou problema, deve comunicar-se com BLUSOL antes do vencimento da parcela.

O Perfil de clientes de BLUSOL indica que 61,5% têm como principal fonte de receita o negócio, 63,6% dos clientes são responsáveis pelas despesas da casa e, 69,6% não investem em poupança. Assim, é importante advertir e aclarar os clientes que o ônus da inadimplência é alto citando exemplos sobre os cargos por multa moratória, honorários, perda da garantia ou custas judiciais, a possibilidade de lançamento do nome no serviço de proteção ao crédito.

Indicador 7 – Informações das contas precisas e pontuais.

Os clientes de ICC BLUSOL recebem informação completa e oportuna a respeito da dívida. Vale mencionar, que os agentes de crédito devem fazer uma visita ao empreendimento do cliente 60 dias posteriores a firma do contrato, oportunidade que brindam informações ao cliente.

RECOMENDAÇÕES

Elaborar um resumo das condições do contrato, incluindo informação sobre o ônus da cobrança. Promover a importância do pagamento pontual da parcela, informando os benefícios disto para escala de qualificação progressiva dos clientes BLUSOL e, caso o cliente passe por algum imprevisto ou problema deve comunicar-se com a instituição antes do vencimento de sua parcela.

¹⁸ Perfil Geral Cliente BLUSOL

PRINCÍPIO 2B – FIXAÇÃO RESPONSÁVEL DE PREÇOS

Uma instituição financeira pode medir-se com este princípio, oferecendo serviços de qualidade para o preço, demonstrando a sua competitividade no mercado, favorecendo um relacionamento benéfico em longo prazo com o cliente sobre a maximização do lucro em curto prazo. Prática consistente de preços transparentes é uma pré-condição para a implementação adequada deste princípio.

| <i>Indicador</i> | <i>Peso</i> | <i>Pontuação</i> | |
|---|-------------|------------------|------------|
| <i>1. Os preços não são subsidiados, são orientados para o mercado e competitivos dentro do país.</i> | .15 | 3 | + |
| <i>2. A instituição financeira não cobra aos clientes por sua própria ineficiência, como é demonstrado por uma comparação de indicadores de eficiência e rentabilidade dos concorrentes similares.</i> | .4 | 3 | +/- |
| <i>3. A instituição ganha uma taxa de retorno razoável para suportar as operações e crescer, permitindo que o cliente faça o mesmo.</i> | .15 | 3 | + |
| <i>4. A instituição financeira investe parte dos seus lucros para aumentar o valor para os clientes, tais como a redução das taxas de juro ou a adição ou melhoria de produtos e serviços.</i> | .15 | 3 | + |
| <i>5. Sanções de pré-pagamento ou taxas de encerramento de contas e outras sanções não são excessivas. Por exemplo, eles não impediriam um cliente de mudar para outro produto ou provedor, ou uma dívida exageradamente.</i> | .15 | 3 | + |
| Pontuação para o Princípio 2B | | | 3.0 |

RESUMO

ICC BLUSOL cumpre adequadamente com os indicadores deste princípio. As evidências revelam que a instituição busca estabelecer relações de longo prazo com seus clientes de forma a gerar benefícios recíprocos além de proporcionar condições para o crescimento da atividade produtiva de seus clientes.

A análise dos indicadores deste princípio se identificam as áreas de fortalezas (+) e áreas de risco(-) ou aperfeiçoamento (+/-).

Indicador 1. Preços são competitivos e orientados ao mercado

Os preços são competitivos e estão orientados ao mercado das OSCIPs. Apresentam, em alguns casos, taxas diferenciadas para os clientes com bom historial de crédito e classificados como clientes A e B.

Indicador 2. Não cobra dos clientes pela própria ineficiência.

ICC BLUSOL apresenta um nível de eficiência operativa moderada¹⁹. O custo operacional está dentro da média da indústria brasileira que se caracteriza por ser elevado se comparado a outros países da região, mas isto não repercute na taxa que segue os padrões do mercado das OSCIPs e ONGs.

Indicador 3. Taxa de retorno razoável que permite o crescimento junto com o cliente.

¹⁹ MicroRate, Qualificação Social, junho, 2011

ICC BLUSOL recebe funding estadual com um custo relativamente acessível, contudo oferece taxas mais baixas se comparadas às taxas oferecidas pelas OSCIPs que atuam na região. Além disto, oferece benefício de taxas diferenciadas que permitem a redução e os benefícios aos clientes com bom historial creditício junto à instituição.

Indicador 4. Re-inversão para agregar valor aos clientes.

ICC BLUSOL apresenta uma retenção de clientes alta e, embora não tenha institucionalizado serviços não financeiros se caracteriza por ações em favor de seus colaboradores, dos clientes e da comunidade. Um exemplo concreto disto é o Programa de Responsabilidade Social que resultou no reconhecimento público da casa legislativa estadual e o Balanço Social.

Por outra parte, oportuno mencionar também nos casos de contingencias ambientais como as “enchentes” de anos passados, foram estabelecidos programas para apoiar os clientes afetados e recuperar a dívida.

Indicador 5. Sanções por pagamento antecipado.

Deve observar a lei estadual no. 14.591 de 23 de dezembro de 2008 que assegura a publicação através de cartazes ou placas da informação que permite a todo o consumidor financeiro a liquidação antecipada do débito, total ou parcial, mediante a redução proporcional dos juros e demais acréscimos conforme estabelecido na Lei Federal 8.078, de 11 de setembro de 1990. ICC BLUSOL emite a CIRCULAR no. 25 de 18 de abril de 2012 que estabelece o procedimento a ser observado para aqueles clientes que buscam a liquidação antecipada da dívida.

RECOMENDAÇÃO

Estabelecer políticas más claras e aplicáveis sobre o benefício outorgado através das taxas diferenciadas para os clientes A e B.

PRINCÍPIO 3. PRÁTICAS DE COBRANÇA APROPRIADA.

Uma instituição financeira satisfaz este princípio tratando os clientes com dignidade mesmo quando estes não cumprem com os seus compromissos contratuais.

| <i>Indicador</i> | <i>Peso</i> | <i>Pontuação</i> | |
|--|-------------|------------------|-----|
| <i>1. Práticas aceitáveis e inaceitáveis de cobrança de dívidas são claramente definidas num código de ética, nas normas para os funcionários ou Manual de Cobrança de dívidas.</i> | .4 | 3 | +/- |
| <i>2. Os funcionários de cobrança recebem formação sobre práticas aceitáveis de cobrança de dívida e procedimentos. Internamente e, se aplicável, espera-se que os funcionários de cobrança por terceiros usem as mesmas práticas.</i> | .15 | 4 | + |
| <i>3. Os funcionários são informados antecipadamente sobre as penalidades pelo não cumprimento das políticas de cobrança e que as violações serão sancionadas.</i> | .15 | 3 | +/- |
| <i>4. A instituição usa uma política de garantias aceitáveis excluindo aquelas garantias adicionais que podem privar os clientes da sua capacidade de sobrevivência básica.</i> | .15 | 2 | - |
| <i>5. Políticas de refinanciamento ou reestruturação impedem a extensão automática de dívida e seguem um protocolo escrito.</i> | .15 | 3 | +/- |
| Pontuação | | 3.0 | |

RESUMO

ICC BLUSOL cumpre com os indicadores deste princípio. El Manual de Crédito no capítulo 3 ressalta a importância do respeito e valorização do cliente e de sua atividade econômica. Os aspectos de conduta ética são encontrados no Manual de Crédito. Adicionalmente, adverte sobre os riscos de conflitos de interesses e relações de amizade, sugerindo evitar relações de caráter emocional ou pessoal com os clientes. O capítulo 10 versa sobre o saneamento da carteira recomendando medidas claras e firmes com os inadimplentes.

É certo que ICC BLUSOL atua de forma imediata em face de impontualidade, ao primeiro dia de atraso do pagamento da parcela são tomadas medidas contundentes. As circulares no. 20 e 21 de dezembro de 2011 atualizaram o procedimento de cobrança estabelecendo que:

1º. Obrigatório informar o cliente no dia 1 de parcela vencida podendo aceitar duas datas para o pagamento até o dia 20 da parcela vencida.

2º. A partir do dia 22 é obrigatória a entrega da carta de cobrança de forma pessoal ao cliente e seu avalista.

3º. É obrigatória a inclusão no SPC, do cliente e avalista com atraso superior a 30 dias.

4º. Clientes com garantia deverão receber uma notificação extrajudicial apresentando 40 dias de atraso de uma parcela, quando o cliente tem 72 horas para efetuar o pagamento da parcela e da notificação, não o fazendo se dará início ao procedimento judicial.

A análise dos indicadores deste princípio se identificam as áreas de fortalezas (+) e áreas de risco(-) ou aperfeiçoamento (+/-).

Indicador 1. Práticas escritas em um manual.

Para este indicador a evidencia necessária é a existência de um documento onde se estabelecem normas de conduta (comportamento) àquelas pessoas que devem fazer a gestão da cobrança.

O Manual de Crédito e o Regimento Interno (no. 8.8 e 15 - págs. 08 e 11 respectivamente) são documentos que estabelecem o procedimento da cobrança. Inobstante isto, existe consciência entre os colaboradores que o cliente deve ser tratado com respeito em todos os momentos, inclusive quando apresenta atraso no pagamento de uma parcela.

Indicador 2. Capacitação dos empregados e de terceiros.

Os colaboradores de ICC BLUSOL recebem uma forte capacitação em todas as etapas do processo de crédito. Os agentes de crédito “I” ou de novo ingresso acompanham os agentes de crédito com maior experiência para aprender a forma de contato e, estratégias para intervenção com o cliente, especialmente, na etapa da gestão de cobrança com clientes inadimplentes. Para os colaboradores de novo ingresso com carteira, a gestão de cobrança é feita mediante o acompanhamento do gerente da agencia.

Toda a gestão de cobrança é feita pelos agentes de crédito com o apoio dos gerentes e, alguns casos excepcionais, pela administração. A cobrança judicial é feita por escritório de advocacia especializado. O advogado responsável trabalha com BLUSOL desde sua fundação conhecendo amplamente a filosofia institucional procedendo a cobrança jurídica pessoalmente.

Indicador 3. Os empregados são informados das sanções pelo não cumprimento das normas de conduta.

O Manual de Recursos Humanos e o Plano de Cargos e Salários são documentos internos que estabelecem vários parâmetros para às relações de trabalho. No entanto, não foi possível verificar nenhuma norma que indicasse sanções internas por faltas de conduta ou comportamento.

Oportuno mencionar que marco legal brasileiro estabelece limites que protegem os devedores de abusos no momento da cobrança da dívida. O Código de Proteção ao Consumidor possui normas específicas sobre práticas abusivas na cobrança da dívida²⁰. Por outra parte, a Consolidação das Leis do Trabalho, também estabelece normas que justificam a rescisão do contrato de trabalho por vontade do empregador para os casos elencados no artigo 482 (demissões por justa causa).

Para os objetivos deste indicador, é importante que a instituição informe seus colaboradores as condutas inaceitáveis com os clientes e que poderiam justificar uma sanção administrativa ou a rescisão contratual de acordo a sua gravidade.

Indicador 4. Política de Garantias.

Este indicador busca conhecer e identificar a política de garantias institucional exclui os bens de sobrevivência básica do cliente e de sua família. Oportuno, mencionar neste aspecto, que a lei brasileira protege os bens que asseguram a sobrevivência básica da família.

Por outro lado, ICC BLUSOL possui políticas de garantia consolidada no Manual de Crédito²¹ e Regimento Interno²². No entanto os documentos estabelecem as formas para constituir as garantias sejam elas reais ou bens móveis, através de alienação fiduciária, fiança ou aval.

Neste aspecto, oportuno comentar, que os bens dados em garantia, muitas vezes, são os próprios bens da atividade produtiva do cliente, por exemplo, as máquinas de costuras para as microempresárias que trabalham com facções. No caso destes clientes apresentarem

²⁰ CPC, Seção V - Da Cobrança de Dívidas.

Art. 42. Na cobrança de débitos, o consumidor inadimplente não será exposto a ridículo, nem será submetido a qualquer tipo de constrangimento ou ameaça.

Parágrafo único. O consumidor cobrado em quantia indevida tem direito à repetição do indébito, por valor igual ao dobro do que pagou em excesso, acrescido de correção monetária e juros legais, salvo hipótese de engano justificável.

Art. 42-A. Em todos os documentos de cobrança de débitos apresentados ao consumidor, deverão constar o nome, o endereço e o número de inscrição no Cadastro de Pessoas Físicas – CPF ou no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ do fornecedor do produto ou serviço correspondente. [\(Incluído pela Lei nº 12.039, de 2009\)](#)

²¹ Manual de Crédito Capítulo 6 – Garantias de Crédito.

²² Regimento Interno, 8.6 – Garantias, página 6.

inadimplência de uma parcela poderão ter os bens dado em garantia apreendidos por medidas judiciais no prazo de 45 do vencimento de uma parcela. Tal fato pode representar a inviabilidade econômica do cliente e de seu negócio.

ICC BLUSOL conhece seus clientes e os reconhece com sendo *seu principal patrimônio*²³. Têm como política e filosofia institucional exercer todos os meios para cobrar os empréstimos, entendendo isto, como uma forma de valorizar os bons pagadores e educar o cliente²⁴ o que é correto e muito importante. Contudo, após a data de pagamento de uma parcela são cobrados as taxas contratuais, mais os juros de mora (0,17% por dia), multa adicional (2%) e custo da notificação extrajudicial, sobre o saldo vencido (2%) e os, custos de cobrança maior de 45 dias de atraso. Iniciada a etapa da cobrança judicial o montante da dívida será acrescido dos honorários de advogado (10 ou 15%), custas judiciais (inclusive o custo de transporte para o traslado da garantia).

É inquestionável a importância da recuperação de um crédito na indústria das microfinanças, em razão da relação de confiança estabelecida. No entanto, fundamental refletir a respeito da “corresponsabilidade” entre ICC BLUSOL e o cliente no momento da assinatura de um contrato de microcrédito produtivo orientado. Esta corresponsabilidade é entendida pelos gerentes, isto é, “a cobrança começa na venda”²⁵ uma boa colocação resultará no pagamento pontual do contrato ou da comunicação antes do vencimento da parcela que não será possível efetuar o pagamento.

A corresponsabilidade deve ser compreendida em todo o processo, isto é, desde a prospecção até recuperação. Neste aspecto, analisando o perfil geral de cliente BluSol, 78.7% dos clientes não exerce outra atividade econômica, 61,5% o negócio é a fonte de sustento da vida familiar, 73.0% atua no setor de serviços, 57,3% a atividade produtiva constitui-se em facções, 64,6% são informais. Estes indicadores devem ser tomados em conta para identificar os fatores detonantes da impontualidade dos clientes, estabelecendo estratégias para prevenir a mora e oferecer soluções financeiras adequadas aos clientes, de forma que estes possam seguir trabalhando no setor que atuam.

Considerando os resultados do Perfil Geral de Cliente BLUSOL, se sugere uma revisão da política de cobrança, evitando onerar o cliente que apresenta problemas para o pagamento da dívida, encontrando soluções financeiras para que o cliente microempresário possa dar seguimento ao seu negócio e siga gerando emprego e renda.

Indicador 5. Reestruturação da dívida segue um protocolo escrito

O Regimento Interno prevê esta possibilidade²⁶, embora desaconselhe à prática. É omissivo no aspecto do procedimento. Os agentes de crédito não costumam refinar a dívida.

RECOMENDAÇÕES

Elaboração de um documento que consolide as políticas de recuperação e os procedimentos para gestão da cobrança, estabelecendo as condutas aceitáveis para os agentes de crédito nas etapas de recuperação e as sanções pelo incumprimento destas, oferecendo técnicas para a recuperação de dívida e soluções financeiras aos clientes que apresentam dificuldades para o

²³ Planejamento Estratégico, Título 5 - Valores; 5.7 – Valorização dos Clientes.

²⁴ Manual de Crédito, Sub Título 10.3.3 – Medida que reduzem a inadimplência.

²⁵ Comentário feito na reunião de entrega de resultados preliminares.

²⁶ Regimento Interno, Capítulo 11., pág. 99

pagamento, através de uma análise integral das condições do negócio, do setor em que atua e dos motivos que ocasionaram a impontualidade ou inadimplência.

Inclusão de cliente inadimplentes nas de auditoria internas.

PRINCÍPIO 4 – COMPORTAMENTO ÉTICO DOS FUNCIONÁRIOS

Uma instituição financeira satisfaz este princípio através da criação de uma cultura organizacional que valoriza altos padrões de ética entre os funcionários e a implementação de medidas para prevenir, detectar e corrigir corrupção e maus tratamentos aos clientes.

| <i>Indicador</i> | <i>Peso</i> | <i>Pontuação</i> | |
|--|-------------|-------------------|------------|
| <i>1. Os valores da organização, a cultura institucional recompensam altos padrões de comportamento ético e de serviço ao cliente.</i> | <i>.3</i> | <i>3</i> | <i>+</i> |
| <i>2. Um código escrito de ética empresarial define os valores da organização e os padrões de conduta profissional que se espera de todos os funcionários.</i> | <i>.1</i> | <i>2</i> | <i>-</i> |
| <i>3. O código de ética já foi revisto e aprovado pelo conselho e está incluído no livro de regras dos funcionários ou nas políticas administrativas.</i> | <i>.1</i> | <i>2</i> | <i>-</i> |
| <i>4. As regras dos funcionários incluem disposições específicas sobre o que é considerado comportamento aceitável ou inaceitável. As disposições descrevem sanções e ações que podem resultar na demissão do funcionário.</i> | <i>.1</i> | <i>2</i> | <i>+/-</i> |
| <i>5. Os procedimentos da área de recursos humanos prestam atenção à ética, por exemplo, na avaliação dos novos funcionários para avaliar a compatibilidade com os valores da organização.</i> | <i>.1</i> | <i>3</i> | <i>+</i> |
| <i>6. Os funcionários recebem orientação e cursos de atualização a respeito dos aspectos práticos dos códigos de conduta.</i> | <i>.1</i> | <i>3</i> | <i>+</i> |
| <i>7. Gerentes e supervisores examinam o comportamento ético dos funcionários, a sua conduta profissional e a qualidade de interação com os clientes como parte integrante da avaliação do desempenho dos mesmos.</i> | <i>.1</i> | <i>3</i> | <i>+</i> |
| <i>8. A organização tem uma auditoria interna robusta e um sistema de controle de fraude que detecta maus tratamentos aos clientes, tais como solicitação de subornos e favores ou usando coerção.</i> | <i>.1</i> | <i>3</i> | <i>+/-</i> |
| <i>Pontuação</i> | | <i>2.7</i> | |

RESUMO

ICC BLUSOL possui uma filosofia institucional consolidada, entendida e compartilhada pela maioria dos colaboradores. Os processos de recrutamento e seleção de pessoal consideram aspectos filosóficos, éticos e o caráter dos candidatos.

Existe a compreensão da filosofia institucional e um acompanhamento efetivo dos novos colaboradores. O sistema de remuneração e as condições para ascensão profissional²⁷ não indicam de forma expressa a valoração dos aspectos mencionados neste princípio. Não obstante, os objetivos do Plano de Cargos e Salários são “*garantir a excelência dos serviços prestados aos clientes externos e internos, através do reconhecimento da produtividade e perfeição técnica dos colaboradores, no exercício das atividades técnicas, administrativas e de gestão;...*”, entretanto, ainda não estão definidos os padrões a serem observados e avaliados para tanto.

Em razão do anterior, é possível afirmar que ICC BLUSOL cumpre com alguns dos indicadores deste princípio, contudo existem áreas para o aperfeiçoamento das práticas existentes.

A análise dos indicadores deste princípio se identificam as áreas de fortalezas (+) e áreas de risco(-) ou aperfeiçoamento (+/-).

Indicador 1. Comportamento ético é valorado

ICC BLUSOL é uma instituição que oferece atenção e tratamento aos clientes de forma personalizada. Os colaboradores conhecem os clientes e a atividade produtiva deste. Não foi

²⁷ Regulamento do Plano de Cargos e Salários, Capítulo VI.

possível verificar no Manual de Recursos Humanos ou no Regulamento do Plano de Cargos e Salários uma norma específica que reconheça e remunere o comportamento ou a conduta do agente do crédito e pessoal administrativo.

O Manual de Crédito, capítulo 3, versa sobre o Gerente de Crédito incluindo um título sobre “Postura Ética” onde são ressaltadas algumas condutas *adequadas* com os clientes. Destaca que a conduta do Agente de Crédito define a imagem da instituição²⁸. Adverte acerca dos riscos das relações comerciais transformarem-se em relações pessoais ou de amizade. O capítulo 3 do Manual de Crédito deveria ser aprofundado em um documento independente que reunisse a filosofia, missão, valores e condutas esperadas de todos os colaboradores.

Indicador 2. Expressados em um código de ética

ICC BLUSOL não possui um código de ética e\ou conduta que transmita e reforce os valores e princípios institucionais. As evidências que sustentam este indicador são código(s) ou documentos escritos que consolidam a filosofia corporativa e são utilizados para os processos de indução dos novos colaboradores, independentemente do cargo para o qual são contratados.

Indicador 3. Aprovação pelo Conselho e cumprimento por todos

Em que pese a importante atuação do Conselho Diretor de ICC BLUSOL, para este indicador a evidência necessária é a discussão e aprovação de um documento que consolide e comunique a todos os empregados os valores e princípios de ICC BLUSOL.

O Manual de Crédito é uma importante fonte de informação sobre a filosofia, o sentido de propósito, assim como os valores de uma Instituição Comunitária de Crédito. No entanto, o documento do Planejamento Estratégico identifica nos títulos 1 a 5 os aspectos referentes aos valores. Neste documento são elencados 14 valores que devem ser do conhecimento dos colaboradores.

Indicador 4. Comportamentos aceitáveis e inaceitáveis.

Como mencionado na análise dos indicadores anteriores, não foi possível identificar um documento específico que relacione as condutas sancionáveis. O Manual de Crédito faz referência aos riscos de conflitos de interesses e as dificuldades que isto pode ocasionar na gestão do contrato de crédito.

ICC BLUSOL observa a CLT (Lei que regula as relações de trabalho) e o contrato coletivo de trabalho como base para as relações de trabalho e as rescisões de contrato.

Indicador 5. Harmonização das Políticas de Recursos Humanos

ICC BLUSOL possui um Manual de Recursos Humanos que apresenta toda a estrutura organizacional, quadro funcional, padrões de remuneração (salários e benefícios), qualificação e capacitação. Embora não exista um processo estruturado para a seleção de novos colaboradores ICC BLUSOL segue um processo que se inicia através da convocatória que obedece ao perfil do cargo, passando pela revisão curricular e consulta nos organismos de Proteção ao Crédito (SPC Serasa), TRT (demandas trabalhistas), Cartório de Protestos. Os candidatos devem entrevistar-se com o gerente da agência que possui a vacante para posteriormente, entrevistar-se com o Gerente Administrativo.

Todos os agentes de créditos recebem um processo de indução a ICC BLUSOL, estudando a tecnologia creditícia e o microcrédito através do conhecimento do Manual de Crédito,

²⁸ Manual de Crédito, Capítulo 3, título 3.3, pag. 17.

Regimento Interno e as Circulares, plataforma tecnológica (sistemas), passando por um período de acompanhamento e treinamento em campo.

A capacitação dos agentes de crédito é complementada através da participação em Cursos para Agentes de Crédito promovidos pela Associação Estadual AMCRED-SC, quando os funcionários recebem uma complementação de toda a metodologia estudada no Manual e das práticas com o acompanhamento em campo.

Indicador 6. Formação dos colaboradores

ICC BLUSOL proporciona o primeiro treinamento técnico na própria instituição. A primeira semana de capacitação esta enfocada a leitura do Manual do Crédito, conhecimento do sistema de informação, planejamento estratégico, auditoria interna e contato com funcionários com experiência em administração de carteira. As três semanas seguintes estão destinadas a acompanhar outros agentes de crédito realizando, baixo a supervisão do gerente da filial, todas as atividades pertinentes à função.

Além disto, todos os agentes de crédito participam de outras duas capacitações externas, sendo a primeira para a Formação de Agentes de Crédito e, a segunda, para o aperfeiçoamento e competências técnicas, capacitações realizadas pela Associação Estadual ou por Agencia de Capacitação externas ²⁹.

Indicador 7. Supervisão por gerentes e supervisores do comportamento dos funcionários.

ICC BLUSOL não possui um sistema de controle ou supervisão sistematizado. Contudo, existe um grau de supervisão por parte dos gerentes de Unidades de Negócios os quais tem autonomia para resolver problemas administrativos supervisionando o processo metodológico, *“pois no ICC BLUSOL também tem a função de agente de crédito.”* ³⁰.

Indicador 8. Auditoria interna e sistemas de controle enfocados percepção de fraudes.

Conforme referido no indicador anterior, a instituição não possui um sistema de controle e supervisão institucionalizado. A área de auditoria tem realizado um trabalho efetivo, apresentando resultados desde sua criação. No entanto, é uma área que merece maior apoio e o desenvolvimento de controles que possam proporcionar informação oportuna para prevenção de fraudes ou práticas inadequadas com os clientes.

RECOMENDAÇÕES:

Elaboração de um Código (documento) que consolide a filosofia corporativa, comunicando seus princípios e valores, estabelecendo as condutas que *“identificam”* os colaboradores de ICC BLUSOL. Realizar um compromisso formal com os colaboradores de respeito ao Código (documento) que estabelece condutas e sanções para os casos de violação. Vinculação ao Plano de Cargos e Salários para os aspectos da avaliação de desempenho.

Fortalecer a Área de Auditoria Interna atribuindo maiores recursos e processos para a institucionalização de controles efetivos e oportunos que permitam a percepção de inconsistência evitando prejuízos ou danos aos clientes.

²⁹ Manual de Recursos Humanos, pág. 12

³⁰ Manual de Recursos Humanos, pág. 8, item 5.3.4

PRINCÍPIO 5 – MECANISMOS PARA SOLUÇÃO DE QUEIXAS

Uma instituição financeira mede-se segundo este princípio por ter um mecanismo para receber, processar e oferecer uma resposta em tempo adequado aos problemas apresentados pelos clientes.

Indicadores:

| Indicador | Peso | Pontuação | |
|---|------|------------|-----|
| 1. Uma política escrita requer que as reclamações dos clientes sejam tratadas com seriedade sendo investigadas profundamente e resolvidas pontualmente sem preconceitos. | .12 | 2 | - |
| 2. Existe um mecanismo para tramitar as reclamações ou queixas dos clientes, a instituição possui os recursos humanos necessários para o adequado funcionamento deste mecanismo. (Caixas de sugestões por si só não são adequadas). | .4 | 2 | - |
| 3. Os clientes são informados sobre os seus direitos de reclamação e sobre como proceder. | .12 | 2 | - |
| 4. Os funcionários são capacitados para lidar com reclamações e encaminhá-las para as pessoas indicadas para o efeito para investigação e resolução. | .12 | 2 | +/- |
| 5. Auditoria interna ou outros mecanismos de monitoria verificam se as reclamações são resolvidas duma maneira satisfatória. | .12 | 2 | - |
| 6. A informação de reclamações é usada para melhorar produtos, técnicas de vendas e outras formas de interação com os clientes. | .12 | 3 | +/- |
| Pontuação | | 2.1 | |

RESUMO

Este princípio tem por finalidade identificar os mecanismos e canais utilizados por uma instituição para receber, dar seguimento e oferecer uma resposta aos comentários, sugestões ou queixas de seus clientes.

ICC BLUSOL possui através da pág. web uma alternativa para os clientes se comunicarem. Entretanto, inexistente um mecanismo institucionalizado que os clientes possam utilizar para registrar suas queixas ou sugestões, tampouco, se promove o canal já existente.

Este princípio representa uma importante oportunidade para fortalecer esta área de proteção ao cliente, através da criação de canais para a comunicação entre o cliente e BLUSOL diretamente. Construindo, desta forma, a possibilidade de estabelecer um diálogo direto com a instituição sem a intervenção de terceiros, isto é, sem o filtro ou interpretação do agente de crédito ou gerente de unidade de negócio.

A análise dos indicadores deste princípio se identificam as áreas de fortalezas (+) e áreas de risco(-) ou aperfeiçoamento (+/-).

Indicador 1. Política escrita para o recebimento, processamento e resposta.

Como mencionado anteriormente ICC BLUSOL não possui um mecanismo que ofereça um canal para a comunicação direta com a Instituição através de outros funcionários, diferentes do agente de crédito ou do gerente de filial. Funcionários encarregados a atender e resolver problemas, dúvidas ou insatisfações dos clientes responsáveis por enviar uma resposta oportuna ao cliente não seguem um procedimento pré-estabelecido.

Indicador 2. Processo de gestão das reclamações ou queixas.

Não existe uma política que estabeleça e regule um sistema ou procedimento para o recebimento, seguimento e solução através de uma resposta concreta às reclamações dos clientes. Atualmente, foi designada uma assistente administrativa para revisar o correio da pág. Web, sendo a responsável por responder eventuais correios ou, de acordo ao tema repassa-lo para o Coordenador Técnico o qual deverá dar o seguimento.

Segundo o Perfil Geral de Cliente BluSol 50,1% dos clientes possuem computador e somente 30,5% tem acesso à internet banda larga. Estes dados indicam a necessidade de estabelecer outros canais de fácil acesso para a comunicação entre o cliente e BLUSOL.

Indicador 3. Informação e promoção para os clientes.

A legislação brasileira oferece a todos os consumidores inclusive do sistema financeiro, organismos para apresentação de queixas e reclamações. No caso específico, o PROCON é o organismo de proteção ao consumidor que oferece atenção às queixas dos consumidores ou usuários de BLUSOL.

ICC BLUSOL deve estabelecer um canal de comunicação e promove-lo junto aos clientes, para atender diretamente as reclamações ou queixa que possam existir evitando que clientes recorram ao PROCON local.

Vae mencionar que a existência de canais de queixas ou reclamações fortalece a relação de confiança já existente entre o cliente e a BLUSOL, proporcionando a perspectiva de acesso à Instituição (diferente do agente de crédito). Além disto, concretiza a ideia que ICC BLUSOL é formada por todos seus colaboradores e não exclusivamente por aquela pessoa que lhe oferece o crédito. O cliente merece ter a certeza e entender o que é ser cliente BLUSOL e, que isto significa receber a atenção adequada e o tratamento respeitoso em qualquer situação, porque isto deve receber todo o cliente de BLUSOL, é parte da filosofia da instituição e não “um privilegio” que brinda o (“seu”) agente crédito.

Os mecanismos para receber sugestões, reclamações e queixas, costumam estabelecer esta ponte que comunica o cliente com a INSTITUIÇÃO, transcendendo a relação de pessoalidade estabelecida com o agente de crédito ou gerente de sucursal, gerando um sentimento de segurança e lealdade à Instituição, pois o cliente percebe que existem outras instancias que estão disponíveis para atendê-lo e oferecer uma resposta em determinado tempo.

Indicador 4. Capacitação de funcionários.

Não existe um procedimento estabelecido ou capacitação específica para a atenção às queixas dos clientes, sendo repassadas às respectivas gerencias que, na medida do possível, buscam oferecer uma resposta ao cliente. Tampouco, se contempla o reporte ou a comunicação destes fatos à área de auditoria interna ou ao diretor administrativo ou coordenador técnico.

Indicador 5. Comunicação a Auditoria Interna

Inexistindo um processo ou procedimento estabelecido, a informação não é repassada a área de auditoria interna, correndo-se o risco que a informação permaneça com o gerente que ofereceu a resposta ao cliente.

Indicador 6. Utilização da Informação oriundas das reclamações e queixas.

Este indicador busca identificar evidencias sobre como é utilizada a informação originada das queixas dos clientes para a melhora de produtos ou dos procedimentos operativos.

Neste aspecto, oportuno ressaltar que os agentes de crédito assim como os gerentes conhecem os clientes, entende seu entorno e suas necessidades, sendo estimulada - pelos gerentes - a conversação sobre os comentários e informações advindos dos clientes.

ICC BLUSOL, ainda tem condições de fazer este tipo de interlocução direta entre os funcionários e gerentes e os cargos de mando e decisão. Contudo, as metas de crescimento são fortes e na medida em que o crescimento chega todos os processos e procedimento que estiverem padronizados assegurarão os resultados e, de alguma forma, não haverá perda das informações dos clientes.

RECOMENDAÇÕES:

Criar um mecanismo que ofereça aos clientes diferentes canais para expressar suas sugestões, reclamações ou queixas diretamente a ICC BLUSOL, estabelecendo um processo e um procedimento para o recebimento, investigação e resposta, em um prazo determinado e adequado ao cliente (interno ou externo). Adicionalmente, a emissão do reporte informativo à área operativa correspondente para ações de melhora, preventiva ou medidas corretivas caso sejam necessárias.

Promover os canais de comunicação direta com BLUSOL (correio eletrônico, linha telefônica, caixa de sugestões) nas agencias, materiais de publicitário e documentos (contrato, carnê de pagamento, nota promissória, etc...). Campanha de promoção do(s) canal(ais) através dos agentes de crédito com os clientes.

O canal de comunicação para os funcionários e o procedimento deve ser definido e a informação submetida ao responsável da área de recursos humanos.

Por outro lado, o desenvolvimento de um formulário “reportes ou relatórios de sugestões, comentários ou queixas” estandardizado para os atendentes e Gerentes das Unidades de Negócios comuniquem ao corporativo informações relevantes.

Reportes para Auditoria Interna de queixas identificadas como reiteradas ou que indiquem possibilidades do não cumprimento das normas operativas e\ou as politicas institucionais.

PRINCÍPIO 6: PRIVACIDADE DE DADOS DO CLIENTE

Uma instituição financeira cumpre este princípio pelo respeito à privacidade dos dados do cliente, garantindo a integridade e a segurança de suas informações, e pedindo a sua permissão para compartilhar informações com terceiros.

| <i>Indicador</i> | <i>Peso</i> | <i>Pontuação</i> | |
|---|-------------|------------------|-----|
| 1. A política de privacidade escrita regula a coleta, o processamento, utilização e distribuição de informações do cliente. | .15 | 2 | - |
| 2. <i>Existem</i> sistemas no local, incluindo os de Segurança de Tecnologias de Informação, e há pessoal qualificado para garantir a confidencialidade, segurança, precisão e integridade das informações pessoais e financeiras dos clientes. | .15 | 3 | +/- |
| 3. Os clientes sabem como suas informações serão usadas. Os funcionários explicam como os dados serão utilizados e pedem permissão para o usá-los. | .4 | 3 | + |
| 4. Para a utilização de informações do cliente em promoções, materiais de marketing e outras informações públicas é necessário o consentimento do cliente por escrito. Os clientes são convidados a manifestar o seu acordo por escrito para a partilha de informações pessoais com o público externo, incluindo agências de crédito. | .15 | 3 | + |
| 5. A instituição oferece informação, orientação ou palestras educativas para os clientes sobre como proteger as informações, códigos de acesso ou números PIN. | .15 | 3 | + |
| Pontuação | | 2.9 | |

RESUMO

ICC BLUSOL cumpre este princípio na medida em que tem mecanismos de proteção e segurança da informação dos clientes e medidas para proteção da base de dados. As agências tem níveis de segurança adequados. Existem oportunidades para aperfeiçoar algumas práticas para a proteção e sigilo dos dados dos clientes ou os documentos. Além disso, estabelecer uma política sobre a privacidade e confidencialidade para as rotinas operativas.

A análise dos indicadores deste princípio se identificam as áreas de fortalezas (+) e áreas de risco(-) ou aperfeiçoamento (+/-).

Indicador 1. Política de Privacidade escrita.

ICC BLUSOL não possui uma política escrita sobre a privacidade e sigilo dos dados dos clientes. O Manual de Crédito e o Regimento Interno são omissos no aspecto em particular. O Manual de Recursos Humanos e o Plano de Cargos e Salários não possuem nenhuma norma que ofereça orientação a respeito do tema. Inobstante isso, os colaboradores são informados a respeito da proteção dos dados e documentos dos clientes, por exemplo, documentos de garantias são guardados no cofre cujo acesso é mediante autorização da diretoria³¹, além disso, entendem a importância de cuidar dos dados pessoais e do negócio dos seus clientes.

Indicador 2. Sistemas seguros e capacitação dos funcionários.

O sistema utilizado por ICC BLUSOL (SIP WEB) oferece medidas de segurança para o acesso aos dados e informação dos clientes, além disso, mantém como política (não formalizada) a modificação periódica dos usuários e senhas de acesso especialmente na situação de demissão de agentes de crédito. A habilitação de um novo usuário é controlada pelo Diretor de

³¹ Circular no. 07, de 21 de julho de 2009.

Administração que autoriza o nível de acesso conforme o perfil de cargo exercido pelo novo colaborador.

Como medidas de maior segurança os acessos ao SIP WEB são disponíveis das 06h00min às 18h00min exclusivamente para os usuários que são agentes de crédito. Utiliza-se antivírus cuja atualização é automática e firewall com definição de bloqueio para os acessos desde outros países.

A possibilidade de perda de informação é baixa porque ICC BLUSOL possui um sistema de respaldo e backup virtual utilizando dois servidores, estes dados são conservados por cinco dias para posterior atualização automática.

O sistema SIP WEB não oferece a possibilidade de rastrear o gerar um historial dos acessos ou rotina de trabalho de um usuário, fato que poderia servir como um importante controle para a Instituição. Além disto, todos os equipamentos (computadores) tem habilitados pen drive o que favorece a copia de dados e fuga de informação.

Indicador 3. Compreensão e conhecimento por parte do cliente.

Os clientes de ICC BLUSOL sabem como será utilizada sua informação, isto é, nas diferentes etapas do processo de crédito os clientes são informados os motivos e como serão utilizadas as informações requeridas.

No aspecto do uso da imagem e história dos clientes para promoção publicitária, toda contratação, assim como as medidas necessárias para a autorização do uso da imagem própria, da família ou negócio é responsabilidade da agencia especializada que desenvolve a campanha publicitária.

Indicador 4. Consentimento escrito por parte do cliente.

O cliente autoriza a consulta as centrais de proteção ao crédito e são conscientes que poderão ter seus nomes incluídos nestes organismos, caso não paguem a parcela de seus créditos.

Por outra parte, como mencionado no indicador anterior, ICC BLUSOL contrata uma agencia especializada para a promoção de suas companhas publicitarias, sendo responsabilidade desta assegurar que o cliente autorize de forma expressa o uso de seus dados, história e imagem nas campanhas publicitarias.

Indicador 5. Educação ao cliente.

Este indicador busca identificar os mecanismos que a Instituição utiliza para ensinar ao cliente a proteger seus dados. No caso de ICC BLUSOL, antes que nada é importante retomar os dados do Perfil Geral do Cliente BLUSOL, os quais indicam que 90% dos clientes são bancarizados o que infere um conhecimento anterior sobre o uso de cartões e senhas.

Em que pese o anterior, ICC BLUSOL não possui nenhuma metodologia definida que atenda este indicador porque não possui atualmente tecnologia que o exija.

RECOMENDAÇÕES:

O contato com o cliente e o seguimento do crédito é um elemento fundamental para ICC BLUSOL, estando *implícito* o componente educativo que acompanha o crédito. É recomendável formalizar um programa de educação financeira, como forma de valorizar ainda mais os momentos de contato com os clientes.

Por outra parte, se recomenda desabilitar os portos de USB (*pen drive*) para evitar cópias da informação da carteira de clientes ou dados pessoais destes. No mesmo sentido, ainda que o risco seja diferente em face da possibilidade de rastrear os correios eletrônicos, se recomenda estabelecer uma restrição à capacidade dos arquivos adjuntos aos correios eletrônicos, evitando assim o uso indevido da informação institucional e dos clientes.

Por fim, sugerimos a ICC BLUSOL que mantenha um controle efetivo através do registro do acesso às pastas que contém os documentos e dados dos clientes uma vez que os arquivos não estão chaveados sendo livre o acesso a todos os colaboradores.

ANEXO I

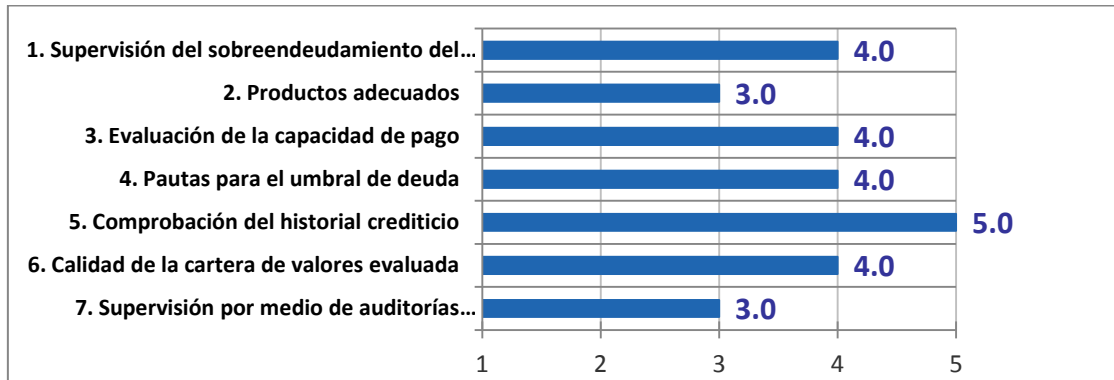
Tabela – Relação de pessoas entrevistadas.

| | | |
|---------------------------|------------------------------|--|
| Amadeu Trentini | Diretor Executivo | amadeu@blusol.org.br |
| Edilson Wilvert | Diretor Adm. Financeiro | edilson@blusol.org.br |
| Renato Ouriques | Coordenador Técnico | renato@blusol.org.br |
| Jaime Batista da Silva | Auditor Interno | Jaime@blusol.org.br |
| Tayná Suelen Nardes | Assistente Administrativo | tayna@blusol.org.br |
| Arlindo Sehem Filho | Gerente Ag. Blumenau | arlindo@blusol.org.br |
| Adriana Dos S. D. Paulini | Agente de Crédito Blumenau | adriana@blusol.org.br |
| Rafael W.W. Duarte | Atendente Blumenau | rafael@blusol.org.br |
| Manuela V. Kniss | Atendente Blumenau | manuela@blusol.org.br |
| Jairo Luis Lucini | Gerente Ag. Rio do Sul | jairo@blusol.org.br |
| Alessandra Burato | Atendente Rio do Sul | alessandra@blusol.org.br |
| Neuci A. Sartori Bogo | Agente de Crédito Rio do Sul | neuci@blusol.org.br |
| Elon | A. Técnica Informática | |
| Nilsom | Advogado | |
| Claudio Giovani Peixer | Presidente Conselho | |
| | | |

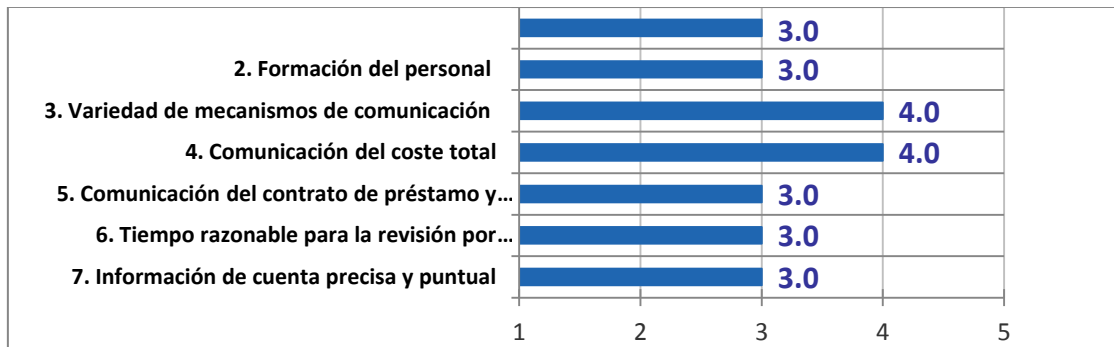
Anexo II

Gráficos

Princípio 1 – Prevenção do Sobre endividamento



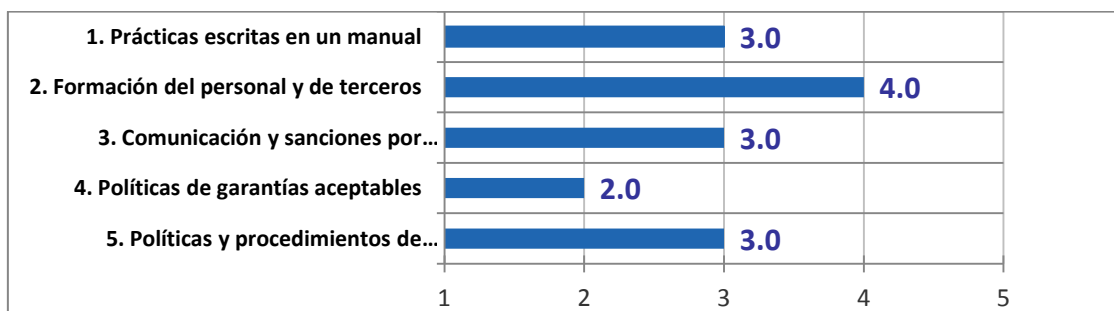
Princípio 2a - Transparência



Princípio 2b - Fixação de Preços Responsável



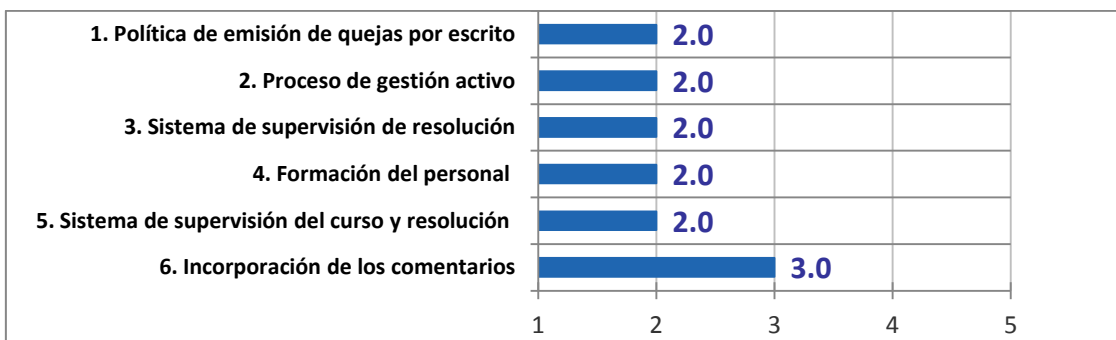
Princípio 3 - Prática de cobrança apropriada



Princípio 4 - Comportamento ético dos funcionários



Princípio 5 - Mecanismo para solução de queixas



Princípio 6 - Privacidade de dados dos clientes

