

# Curso: Princípios e Procedimentos no relacionamento com clientes - Resoluções CMN 4949 e BCB 155

<b>Curso: Princípios e Procedimentos no relacionamento com clientes - Resoluções CMN 4949 e BCB 155</b>	1
Módulo 1: Introdução ao relacionamento com clientes no setor financeiro	1
1.1 A Importância do Relacionamento com Clientes no Setor Financeiro	1
1.2 Visão Geral das Resoluções	2
Módulo 2: Resolução CMN 4949: Fundamentos para um Relacionamento Ético e Transparente no Setor Financeiro	2
2.1 Objetivo e Âmbito de Aplicação	2
2.2 Princípios de Ética, Responsabilidade, Transparência e Diligência	3
2.3 Procedimento de Pré-contratação, Contratação e Pós-contratação	3
2.4 Ações para Promover um Relacionamento Cooperativo e Equilibrado	4
2.5 Conclusão	4
Módulo 3: Resolução BCB 155: Relacionamento com Clientes em Administradoras de Consórcio e Instituições de Pagamento	4
3.1 Objetivo e Âmbito de Aplicação	4
3.2 Procedimentos Específicos para as instituições reguladas pela resolução	5
3.3 Ações para Promover um Relacionamento Cooperativo e Equilibrado	5
3.4 Tratamento Justo e Equitativo a Clientes e Usuários	6
Módulo 4: Comparação entre as Resoluções CMN 4949 e BCB 155	6
4.1 Introdução	6
4.2 Semelhanças entre as Resoluções	6
4.3 Diferenças entre as Resoluções	7
4.4 Aplicações Práticas, Elaboração e Implementação da Política	7
4.5 Conclusão	7

## Módulo 1: Introdução ao relacionamento com clientes no setor financeiro

### 1.1 A Importância do Relacionamento com Clientes no Setor Financeiro

No competitivo cenário do setor financeiro, o relacionamento com o cliente deixou de ser um diferencial para se tornar um fator determinante de sucesso. A construção de laços duradouros e baseados em confiança é fundamental para:

- **Fidelização:** Clientes satisfeitos tendem a permanecer por mais tempo na instituição, gerando maior receita e reduzindo custos de aquisição.

- **Diferenciação:** Em um mercado com muitas opções, o atendimento personalizado e a resolução eficiente de problemas podem destacar uma instituição da concorrência.
- **Melhoria Contínua:** O feedback dos clientes é uma rica fonte de informações para identificar oportunidades de melhoria nos produtos e serviços.
- **Promoção:** Clientes satisfeitos são os melhores promotores de uma marca, indicando a instituição para amigos e familiares.
- **Geração de Novos Negócios:** Um bom relacionamento pode levar à venda cruzada de produtos e serviços, aumentando o valor médio por cliente.

## 1.2 Visão Geral das Resoluções

Para construir um relacionamento sólido com os clientes no setor financeiro, é preciso adotar uma abordagem estratégica que envolva diversos aspectos, como:

- **Atendimento Personalizado:** Cada cliente possui necessidades e expectativas únicas. É fundamental oferecer um atendimento personalizado, que demonstre conhecimento sobre o cliente e suas particularidades.
- **Comunicação Eficaz:** A comunicação clara e transparente é essencial para construir confiança. Utilize uma linguagem simples e objetiva, evitando jargões técnicos.
- **Resolução Rápida de Problemas:** Os clientes esperam que seus problemas sejam resolvidos de forma rápida e eficiente. Invista em processos ágeis e em uma equipe de atendimento bem treinada.
- **Proatividade:** Antecipe as necessidades dos clientes e ofereça soluções antes mesmo que eles as solicitem.
- **Tecnologia:** Utilize ferramentas e tecnologias que facilitem a interação com os clientes, como chatbots, aplicativos e plataformas digitais.
- **Cultura Organizacional:** O relacionamento com o cliente deve ser uma prioridade em toda a organização. Incentive a colaboração entre os diferentes departamentos e promova uma cultura de atendimento focada no cliente.

**Em resumo, o relacionamento com o cliente no setor financeiro é um processo contínuo que exige dedicação, investimento e uma visão estratégica. Ao construir laços duradouros com seus clientes, as instituições financeiras podem aumentar sua competitividade, melhorar sua reputação e alcançar resultados de negócios mais sustentáveis.**

**Nos próximos capítulos, exploraremos em detalhes as resoluções que tratam do tema para as instituições financeiras, com os aspectos importantes para implementar um programa de relacionamento com o cliente de sucesso.**

## Módulo 2: Resolução CMN 4949: Fundamentos para um Relacionamento Ético e Transparente no Setor Financeiro

### 2.1 Objetivo e Âmbito de Aplicação

A Resolução CMN 4949/2019 representa um marco regulatório no setor financeiro brasileiro, estabelecendo normas e procedimentos para o relacionamento entre instituições financeiras

e seus clientes. Seu objetivo principal é promover um relacionamento mais justo, transparente e equilibrado, pautado pelos princípios da ética, responsabilidade e diligência.

O âmbito de aplicação da resolução abrange todas as instituições financeiras e demais autorizadas a funcionar pelo Banco Central do Brasil, excluindo administradoras de consórcio, às instituições de pagamento, às sociedades corretoras de títulos e valores mobiliários, as sociedades distribuidoras de títulos e valores mobiliários e às sociedades corretoras de câmbio, que tem norma própria a ser estudada nos módulos posteriores.

As normas estabelecidas pela resolução se aplicam a todas as fases do relacionamento com o cliente, desde a pré-contratação até o pós-contratação.

## 2.2 Princípios de Ética, Responsabilidade, Transparência e Diligência

A Resolução CMN 4949/2019 se baseia em quatro princípios fundamentais:

- **Ética:** As instituições financeiras devem agir com ética em todas as suas relações com os clientes, buscando sempre a boa-fé e a lealdade.
- **Responsabilidade:** As instituições são responsáveis por oferecer produtos e serviços adequados às necessidades e perfil de cada cliente, além de prestar informações claras e completas.
- **Transparência:** A transparência é um pilar fundamental do relacionamento com o cliente. As instituições devem divulgar todas as informações relevantes sobre os produtos e serviços oferecidos, de forma clara e objetiva.
- **Diligência:** As instituições devem agir com diligência na prestação de seus serviços, buscando sempre a melhor solução para seus clientes.

## 2.3 Procedimento de Pré-contratação, Contratação e Pós-contratação

A resolução estabelece procedimentos específicos para cada fase do relacionamento com o cliente:

- **Pré-contratação:** Nesta fase, a instituição deve:
  - Coletar informações completas e precisas sobre o cliente;
  - Oferecer produtos e serviços adequados ao perfil do cliente;
  - Fornecer todas as informações necessárias para que o cliente possa tomar uma decisão consciente;
  - Esclarecer todas as dúvidas do cliente de forma clara e objetiva.
- **Contratação:** Na fase de contratação, a instituição deve:
  - Celebrar contrato claro e completo, com todas as condições contratuais devidamente especificadas;
  - Utilização de redação clara, objetiva e adequada à natureza e à complexidade da operação ou do serviço, em contratos, recibos, extratos, comprovantes e documentos;
  - identificação dos usuários finais beneficiários de pagamento ou transferência em demonstrativos e extratos;

- tempestividade e inexistência de barreiras, critérios ou procedimentos desarrazoados para atendimento de demandas, transferência e cancelamento de relacionamento.
- **Pós-contratação:** Após a contratação, a instituição deve:
  - Manter o cliente informado sobre todas as operações realizadas em sua conta;
  - Oferecer canais de atendimento eficientes para solucionar dúvidas e reclamações, vedada a criação de qualquer dificuldade para o atendimento presencial em suas dependências, exceto nos casos estipulados na norma;
  - Monitorar continuamente a relação com o cliente, buscando oportunidades de melhoria.

## 2.4 Ações para Promover um Relacionamento Cooperativo e Equilibrado

Para promover um relacionamento cooperativo e equilibrado com seus clientes, as instituições financeiras devem:

- **Investir em treinamento:** Os colaboradores das instituições financeiras devem ser devidamente treinados para atender as exigências da resolução e oferecer um atendimento de qualidade.
- **Implementar ferramentas tecnológicas:** A utilização de ferramentas tecnológicas, como plataformas digitais e chatbots, pode facilitar a interação com os clientes e agilizar o atendimento.
- **Ouvir o cliente:** As instituições devem criar canais de comunicação para ouvir as opiniões e sugestões dos clientes, utilizando essas informações para melhorar seus produtos e serviços.
- **Promover a cultura de atendimento ao cliente:** O atendimento ao cliente deve ser uma prioridade em toda a organização, com todos os colaboradores engajados em oferecer a melhor experiência possível.

## 2.5 Conclusão

A Resolução CMN 4949/2019 representa um avanço significativo na regulamentação do setor financeiro brasileiro, estabelecendo um marco para um relacionamento mais justo, transparente e equilibrado entre instituições financeiras e seus clientes. Ao cumprir os princípios e procedimentos estabelecidos pela resolução, as instituições podem fortalecer sua reputação, aumentar a confiança dos clientes e contribuir para o desenvolvimento do mercado financeiro.

# Módulo 3: Resolução BCB 155: Relacionamento com Clientes em Administradoras de Consórcio e Instituições de Pagamento

## 3.1 Objetivo e Âmbito de Aplicação

A Resolução BCB nº 155/2021, assim como a CMN 4949/2019, tem como objetivo principal estabelecer princípios e procedimentos para garantir um relacionamento justo, transparente

e equilibrado entre as instituições financeiras e seus clientes. No entanto, a Resolução 155 possui um foco específico: **administradoras de consórcio, instituições de pagamento, sociedades corretoras de títulos e valores mobiliários, sociedades distribuidoras de títulos e valores mobiliários e sociedades corretoras de câmbio.**

O objetivo é adaptar as normas gerais da CMN 4949 às particularidades desses segmentos, garantindo que os clientes desses serviços também sejam beneficiados por um atendimento de qualidade e por práticas éticas.

A resolução mantém a necessidade de observância de princípios de ética, responsabilidade, transparência e diligência.

Também temos semelhantes premissas para pré-contratação, contratação e pós-contratação dos clientes, visando a segurança das relações.

### **3.2 Procedimentos Específicos para as instituições reguladas pela resolução**

Dada a natureza peculiar dos serviços prestados por estas instituições, a Resolução 155 estabelece procedimentos específicos para cada segmento.

#### **Administradores de Consórcio:**

Por ocasião da adesão a grupo de consórcio, as administradoras devem informar ao cliente os custos de participação, que contemplem, no mínimo, os itens a seguir listados:

- taxa de administração, inclusive quando antecipada;
- taxa de fundo de reserva, se houver; e
- seguro, se houver.

#### **Instituições de Pagamento:**

- identificação dos usuários finais beneficiários de pagamento ou transferência em demonstrativos e extratos de contas de registro e de pagamento, inclusive nas situações em que o serviço de pagamento envolver instituições participantes de diferentes arranjos de pagamento.

### **3.3 Ações para Promover um Relacionamento Cooperativo e Equilibrado**

As ações para promover um relacionamento cooperativo e equilibrado com os clientes, são semelhantes às previstas na CMN 4949. Entre elas, destacam-se:

- **Investimento em treinamento:** Os colaboradores das instituições devem ser devidamente treinados para atender as exigências da resolução e oferecer um atendimento de qualidade.

- **Implementação de ferramentas tecnológicas:** A utilização de ferramentas tecnológicas, como plataformas digitais e aplicativos, pode facilitar a interação com os clientes e agilizar o atendimento.
- **Ouvir o cliente:** As instituições devem criar canais de comunicação para ouvir as opiniões e sugestões dos clientes, utilizando essas informações para melhorar seus produtos e serviços.
- **Promover a cultura de atendimento ao cliente:** O atendimento ao cliente deve ser uma prioridade em toda a organização, com todos os colaboradores engajados em oferecer a melhor experiência possível.

### 3.4 Tratamento Justo e Equitativo a Clientes e Usuários

Um dos princípios fundamentais da Resolução 155 é o tratamento justo e equitativo a todos os clientes e usuários. Isso significa que as instituições devem:

- promover cultura organizacional que incentive relacionamento cooperativo e equilibrado com clientes e usuários; e
- dispensar tratamento justo e equitativo a clientes e usuários, considerando seus perfis de relacionamento e vulnerabilidades associadas.

### 3.5 Conclusão

A Resolução BCB 155 representa um avanço significativo na proteção dos direitos dos consumidores de serviços financeiros, especialmente aqueles que utilizam os serviços de instituições não bancárias. Ao cumprir as normas estabelecidas pela resolução, as instituições podem fortalecer sua reputação, aumentar a confiança dos clientes e contribuir para um mercado financeiro mais justo e transparente.

## Módulo 4: Comparação entre as Resoluções CMN 4949 e BCB 155

### 4.1 Introdução

As Resoluções CMN 4949 e BCB 155, embora tenham sido editadas em momentos distintos e com focos específicos, possuem um objetivo comum: estabelecer um marco regulatório para o relacionamento entre instituições financeiras e seus clientes, promovendo a transparência, a ética e a proteção dos consumidores. Neste capítulo, faremos uma análise comparativa entre as duas resoluções, destacando suas semelhanças, diferenças e aplicações práticas.

### 4.2 Semelhanças entre as Resoluções

- **Objetivo:** Ambas as resoluções visam garantir um relacionamento justo, transparente e equilibrado entre as instituições financeiras e seus clientes.
- **Princípios:** Tanto a CMN 4949 quanto a BCB 155 se baseiam nos princípios da ética, responsabilidade, transparência e diligência.

- **Procedimentos:** As duas resoluções estabelecem procedimentos similares para as diversas fases do relacionamento com o cliente, como pré-contratação, contratação e pós-contratação.
- **Foco no cliente:** Tanto a CMN 4949 quanto a BCB 155 colocam o cliente no centro das relações, buscando garantir seus direitos e proteger seus interesses.
- **Governança:** as duas resoluções tratam da necessidade de implementação de política de gerenciamento do relacionamento com clientes.

### 4.3 Diferenças entre as Resoluções

- **Âmbito de aplicação:** A CMN 4949 possui um âmbito de aplicação mais amplo, abrangendo todas as instituições financeiras autorizadas a funcionar pelo Banco Central. Já a BCB 155 se concentra em outras instituições autorizadas e reguladas.
- **Detalhamento:** A BCB 155, por ter um foco mais específico, apresenta um detalhamento maior em relação aos procedimentos e práticas a serem adotados.
- **Data de publicação:** A CMN 4949 foi publicada em 2019, enquanto a BCB 155 foi publicada em 2021.

### 4.4 Aplicações Práticas, Elaboração e Implementação da Política

A compreensão das semelhanças e diferenças entre as resoluções CMN 4949 e BCB 155 é fundamental para a elaboração e implementação de uma política de relacionamento com o cliente eficaz. Algumas aplicações práticas incluem:

- **Política e processos:** consistência de rotinas e de procedimentos operacionais afetos ao relacionamento com clientes e usuários, bem como sua adequação à política institucional de relacionamento;
- **Mapeamento de processos:** As instituições financeiras devem mapear seus processos internos para identificar os pontos de contato com o cliente e garantir que estejam em conformidade com as exigências das resoluções;
- **Treinamento de colaboradores:** É fundamental que todos os colaboradores envolvidos no atendimento ao cliente sejam treinados sobre as disposições das resoluções, a fim de garantir um atendimento de qualidade e evitar práticas abusivas;
- **Desenvolvimento de canais de comunicação:** As instituições devem oferecer canais de comunicação eficientes para que os clientes possam tirar dúvidas, registrar reclamações e receber informações sobre os produtos e serviços contratados; e
- **Monitoramento contínuo:** As instituições devem monitorar continuamente o cumprimento das resoluções, realizando auditorias internas e ajustando suas práticas conforme necessário.

### 4.5 Conclusão

As resoluções CMN 4949 e BCB 155 representam um marco importante para o setor financeiro brasileiro, estabelecendo um padrão de conduta mais ético e transparente nas relações com os clientes. Ao compreender as semelhanças e diferenças entre as duas resoluções, as instituições financeiras podem elaborar e implementar políticas de

relacionamento com o cliente mais eficientes e eficazes, contribuindo para a construção de um mercado financeiro mais justo e seguro.