# como a gente bode ser mais transparente RELATÓRIO DE OUVIDORIA 2° SEMESTRE 2019



# Índice

- ESTRUTURA DA OUVIDORIA
- の MENSAGEM DO DIRETOR DA OUVIDORIA
- MENSAGEM DA OUVIDORA
- o NOSSO PROPÓSITO
- POLÍTICA DE RELACIONAMENTO COM CLIENTES
- NOSSA VISÃO SOBRE OUVIDORIA
- ್ಲಿ GOVERNANÇA DA ÁREA
- AVANÇOS NO SEMESTRE
- ☆ INDICADORES
- © COMPROMISSO COM A SOCIEDADE
- CONSIDERAÇÕES FINAIS



# Transparência e diálogo COM a SOCIEdade



as próximas páginas, apresentaremos os desafios, conquistas e resultados da Ouvidoria do Santander Brasil ao longo do segundo semestre de 2019.

O material atende às disposições da Resolução CMN/BACEN Nº 4.433/2015 e está em linha com o nosso objetivo de ser um banco transparente.



## O relatório abrange as seguintes empresas do Grupo:

- · Aymoré Crédito, Financiamento e Investimento S.A.
- Banco Bandepe S.A.
- Banco Hyundai Capital Brasil S.A.
- · Banco RCI Brasil S.A.
- · Banco Santander (Brasil) S.A.
- Evidence Previdência S.A.
- PI Distribuidora de Títulos e Valores Mobiliários S.A.
- · Santander Brasil Administradora de Consórcio Ltda.
- · Santander Brasil Asset Management Distribuidora de Títulos e Valores Mobiliários S.A.
- · Santander Brasil Gestão de Recursos Ltda.
- · Santander Capitalização S.A.
- · Santander Corretora de Câmbio e Valores Mobiliários S.A.
- · Santander Leasing S.A. Arrendamento Mercantil
- · Santander Securities Services Brasil Distribuidora de Títulos e Valores Mobiliários S.A.
- · Super Pagamentos e Administração de Meios Eletrônicos S.A.

## Além das Instituições supervisionadas pela Susep (Superintendência de Seguros Privados):

- · Zurich Santander Brasil Seguros e Previdência S.A.
- Zurich Santander Brasil Seguros S.A.

# Como estamos estruturados



**Cliente Santander** 



**Sérgio Rial**Presidente



Alessandro Tomao Vice-Presidente Executivo Assuntos Jurídicos e Corporativos e Diretor da Ouvidoria



Monique Bernardes
Ouvidora

# 151 Funcionários Todos certificados





# **ESTAMOS CONECTADOS 24 HORAS, 7 DIAS POR SEMANA**





R RIO

APLICATIVO WAY



## **Central de Atendimento**

Consultas, informações e transações:

#### 4004 3535

(capitais e regiões metropolitanas)

(demais localidades)

#### 0800 702 3535

0800 723 5007

(pessoas com deficiência auditiva ou de fala)

## SAC

Reclamações, cancelamentos e informações:

# 0800 762 7777

Pessoas com deficiência auditiva ou de fala:

#### 0800 771 0401

No exterior, ligue a cobrar para: **55 (11) 3012 3336**Atendimento 24h por dia, todos os dias.

### Ouvidoria

Se não ficar satisfeito com a solução apresentada: **0800 726 0322** 

Pessoas com deficiência auditiva ou de fala:

### 0800 771 0301

Disponível das 8h às 22h, de segunda a sexta-feira, e aos sábados, das 9h às 14h, exceto feriados.



**f** SANTANDER BRASIL

**in** SANTANDER BRASIL

# O atendimento humano Na era do digital

A história nos mostra que as relações entre empresas e consumidores não são estáticas. Pelo contrário: elas são moldadas por um processo de permanente transformação, que reflete as mudanças ocorridas na sociedade ao longo do tempo.

Nos últimos anos, o processo de evolução se mostrou muito mais acelerado e profundo do que de costume. E o fator mais importante para desencadear esse movimento é amplamente conhecido: a tecnologia.

O mundo digital transformou não só a experiência de compra, mas a relação que se estabelece entre as duas partes dali em diante. Agora, bastam alguns toques no celular para realizar uma pesquisa, efetivar uma compra ou enviar uma mensagem para a empresa.

O Santander, como um banco que entende o espírito do seu tempo, também faz parte dessa história. Nós acreditamos nos benefícios da automação e investimos de forma massiva em tecnologia. O que não perdemos de vista é que antes do digital vêm as digitais. Por essa razão, continuamos a escutar o consumidor para entender como ele prefere ser atendido.

Dessa experiência, constatamos que os processos automáticos contribuem para a melhoria da satisfação, mas não dispensam um atendimento humano qualificado. Em alguns momentos, afinal, o Cliente se sente mais confortável ao conversar com alguém que entenda suas emoções, momento e necessidades.

Em plena era digital, portanto, estamos seguros de que oferecer também um atendimento humano de excelência é um sinal de respeito e grande diferencial competitivo.

Foi essa visão que nos levou a investir forte na equipe da Ouvidoria. Acreditamos que é essencial contar com um time de atendimento fácil de acessar, capacitado e dotado de autonomia. Não por acaso, fizemos avanços muito concretos nessas três frentes. Por exemplo, aumentamos em 20% a nossa equipe, estendemos os horários de atendimento, multiplicamos os treinamentos e alteramos as alçadas.

Esses investimentos nos deixam confiantes para melhorar nossos principais indicadores em 2020, como o First Call Resolution e o NPS. Esse é o caminho que pavimentamos para acelerar em direção ao objetivo de ser a melhor Ouvidoria do País.

Nosso papel, no entanto, não se esgota no reativo. Temos também uma função interna, que é usar o conhecimento que acumulamos sobre o Cliente para representá-lo na organização.

Isso se traduz em atividades como identificar causas-raízes de problemas e criar planos de ação em conjunto com as outras áreas; e alcança até momentos de inovação, como a concepção de um novo produto, que precisa ter a visão do consumidor.

É por isso que sabemos que nosso papel é ser a voz do Cliente em todo o ciclo da relação de consumo: no lançamento de um produto, no pós-venda e na transformação de feedbacks em melhorias.

Demos passos importantes em 2019, sobretudo na melhoria e agilidade de solução de reclamações de Clientes. Mas ainda vem muito mais pela frente. Sabemos para onde e como queremos ir. E 2020 é a hora de acelerar.

### **Alessandro Tomao**

Vice-presidente executivo Assuntos Jurídicos e Corporativos e diretor da Ouvidoria



Alessandro Tomao

Em plena era digital, estamos seguros de que oferecer também um atendimento humano de excelência é um sinal de respeito e grande diferencial competitivo.



# Um banco com 48 mil ouvidores

ano de 2019 foi particularmente intenso para nós!

Ao longo dos meses, fizemos entregas importantes, à altura da nossa ambição de oferecer uma experiência verdadeiramente de excelência ao Cliente.

Entre outros avanços, inauguramos o atendimento aos sábados (9h às 14h), o que é inédito entre os bancos; e ampliamos mais uma vez o horário de disponibilidade durante a semana, que agora vai até as 22h.

Também investimos forte no nosso time, com uma elevação de 64% nas horas dedicadas a capacitação e desenvolvimento, fechando 2019 com um total de 4.554 horas.

Um dos avanços mais importantes, no entanto, não está nos indicadores nem nas grandes realizações. Não tem nome nem data de lançamento. Está acontecendo no dia a dia e agora enquanto você lê essa carta; está se tornando parte da cultura organizacional do Santander.

Desde os meus primeiros dias na área, tenho uma convicção: **Ouvidoria não se faz sozinho. A missão da área, afinal, transcende ela própria.** 

A Ouvidoria precisa ser a voz do Cliente na organização. Precisa solucionar os casos mais difíceis com velocidade. Precisa transformar os feedbacks dos Clientes em ações concretas de melhoria operacional do banco. Nada disso acontece sem o envolvimento direto dos executivos das demais áreas e suas equipes.

Não dá para chegar ao nível de excelência sem que as outras equipes estejam imbuídas desse espírito de representar a "Voz do Cliente", de ser um catalisador de mudanças, de formar uma grande força-tarefa para aprimorar os serviços do banco. Fazer parte da Ouvidoria, afinal, não é ter o nome da área no crachá. É ser dotado dessa atitude. E foi nisso que avançamos tanto ao longo dos 12 meses.

A Ouvidoria do Santander não é um departamento isolado do restante da organização, que conhece as demais frentes de trabalho e de atendimento apenas de forma protocolar. Nós realmente vivemos o banco. Trabalhamos com as outras equipes como um time só. **Resolvemos os problemas, enfrentamos as dificuldades e celebramos as conquistas juntos**, pois somos a Chama Santander.

Cada passo que avançamos em 2019 foi dado não por uma pessoa ou área em particular, mas por essa grande força chamada Santander, composta de gente com as mais variadas funções, origens e competências.

Idealmente, queremos ir muito além e ter um banco não com uma Ouvidora, mas com 48 mil "ouvidores" de coração e alma.

Sabemos que há muito por fazer para chegar lá, mas estamos avançando. E é assim que vamos cumprir com excelência a nossa missão: oferecer o melhor atendimento aos Clientes em todas as oportunidades de contato.

# **Monique Bernardes**

Ouvidora



**Monique Bernardes** 

Desde os meus primeiros dias na área, tenho uma convicção:
Ouvidoria não se faz sozinho. A missão da área, afinal, transcende ela própria.



# Uma verdadeira obsessão pelo Cliente

ós, do Santander, temos um propósito muito claro, que norteia tudo o que fazemos: contribuir para que as pessoas e negócios prosperem.

É o nosso jeito de gerar valor para os Clientes, acionistas, fornecedores, funcionários e para a sociedade de maneira geral.

Temos convicção sobre o que fazer e como fazer.

Ao longo dos anos, ouvimos as pessoas para entender o que elas esperam de um banco. Desse processo, compreendemos que a expectativa é contar com uma instituição que apresente:

- · Serviços descomplicados e fáceis de operar;
- · Soluções e canais que atendam às necessidades e preferências dos Clientes;
- · Negócios e relações que sejam bons para todos.

Em outras palavras, queremos ser um banco Simples, Pessoal e Justo.





## **COMPROMISSO E TRANSPARÊNCIA**

Mais do que falar em compromisso com o consumidor, nós fazemos - e mostramos os resultados a quem queira ver.

Em 2017, nos tornamos o primeiro banco a adotar o NPS (*Net Promoter Score*) como um indicador de qualidade dos serviços pela ótica de quem mais importa: o Cliente.

Trata-se de metodologia de pesquisa que mede a satisfação e a lealdade dos consumidores, na qual eles próprios dão uma nota de zero a dez aos nossos serviços.

Hoje, o NPS é a principal métrica para avaliar e melhorar o desempenho dos nossos produtos e serviços. Tanto é que está vinculado à avaliação e remuneração dos nossos colaboradores.

No último trimestre de 2019, o NPS atingiu 55,5 pontos, uma evolução de 12,1 sobre o último trimestre de 2017 (ano de sua 1ª aferição), quando foi registrado 43,4 pontos.

A conversa banco-consumidor tem que ser muito mais transparente. Não há por que esconder. A forma mais inteligente de reduzir equívocos é no diálogo, na transparência e na verdade.

Sérgio Rial

Presidente do banco, em entrevista ao Valor Econômico.



# Cuidar dos relacionamentos exige COMPROMISSO e GESTÃO

m 2017, publicamos a nossa Política Institucional de Relacionamento com Clientes. O instrumento atende à Resolução nº 4.539 do Banco Central e sela formalmente o nosso compromisso com um atendimento justo, ético e transparente.

O documento contribui para dar consistência e qualidade ao serviço oferecido por nós, uma vez que orienta todas as áreas e funcionários sobre as premissas que devem ser adotadas no relacionamento com o consumidor.

A responsabilidade pela gestão e cumprimento da Política está a cargo de um dos nossos diretores estatutários e também Diretor de Atendimento da organização, Luis Guilherme Bittencourt, que lidera a disseminação e aperfeiçoamento.

Em 2019, a gestão da Política passou por avanços importantes. Conheça alguns deles:

 Reforçamos e formalizamos a governança da Política de Relacionamento com Clientes, garantindo o envolvimento da alta liderança;

- Transformamos os apontamentos gerados na governança da Experiência do Cliente e Política de Relacionamento em planos de ação para os Gestores das Áreas Centrais;
- Concentramos os planos de ação em um repositório único e estabelecemos um acompanhamento semanal;
- Criamos mecanismos para responsabilização dos Gestores das Áreas Centrais, que pode afetar a renumeração variável, inclusive de diretores e superintendentes regionais comerciais;
- Iniciamos os temas inerentes a *Suitability* e Conduta com planos específicos da Política de Relacionamento;
- Iniciamos a produção de um treinamento institucional sobre a Política e seus pilares de atuação.

E para 2020 desenvolveremos a Certificação na Academia Santander referente à Política.

A gestão da política de Relacionamento com Clientes tem total aderência à agenda de construção do melhor banco para os nossos Clientes, colaboradores, sociedade e acionistas. Em 2020, vamos continuar a evolução da gestão do relacionamento com Clientes, com atenção ao entendimento e tratamento de Clientes vulneráveis e com a suitability dos nossos produtos e serviços, buscando sempre a transparência, responsabilidade, respeito nas relações. O objetivo é construir um banco cada vez mais simples, pessoal e justo, que ajuda as pessoas e empresas a prosperarem.

Luis Guilherme Bittencourt

Diretor de Atendimento e responsável pela
Política Institucional de Relacionamento com Clientes



## FACILIDADE AO CLIENTE NA PALMA DA MÃO

No nosso canal no Youtube, os Clientes conseguem tirar dúvidas pesquisando de maneira autônoma, sem a necessidade de entrar em contato direto com um atendente.

Um exemplo é o Santander Resolve. Trata-se de uma playlist com tutoriais que ajudam a elucidar dúvidas frequentes. Os vídeos são bastante objetivos, com cerca de 1 minuto de duração, e abordam temas como desbloqueio de senha, anuidade de cartão e rotativo.



### **CLIENTE-SE**

É uma campanha organizacional criada para construir o pensamento e reafirmar o compromisso de todos pela excelência no atendimento ao Cliente. Além disso, evidenciar que a nossa atuação é muito mais que resolver reclamações e que nossa responsabilidade tem que estar em cada área, cada funcionário, independente da função.



NOSSA VOCAÇÃO É
NOS TRANSFORMAR
TODOS OS DIAS PARA
TRANSFORMAR A
VIDA DO CLIENTE
INDIGNE-SE,
TENHA ATITUDE,
CLIENTE-SE!

# Ouvidoria: o lugar em que investimos





m uma organização que trata a satisfação do Cliente como regra de ouro, a Ouvidoria naturalmente assume papel-chave. É ela, afinal, que se torna a voz do consumidor dentro da empresa nos casos mais sensíveis.

Conosco não poderia ser diferente. Na nossa visão, a Ouvidoria desempenha uma função estratégica, que se dá em duas dimensões.

Primeiro, no relacionamento particular com cada Cliente. Temos uma equipe capacitada, disponível e com grande autonomia, cujo objetivo é prestar um atendimento tão bom que seja capaz de reverter por completo a percepção do consumidor e ganhar a sua confiança de forma duradoura.

Segundo, sendo um agente de transformação interno. A Ouvidoria tem um termômetro muito eficiente da qualidade das relações com os nossos públicos. E, por desenvolver planos de identificação de causas-raízes e planos de ação em parceria com as demais áreas, tem a capacidade de engajar a organização toda na elaboração de melhorias continuas.

Para enfrentar desafios tão importantes, adotamos na nossa equipe um modelo próprio, com uma premissa clara: o atendimento só alcançará excelência e celeridade se os profissionais de atendimento forem os protagonistas do processo. E não se trata de um empoderamento meramente simbólico. Essa iniciativa vem acompanhada de forte investimento em capacitação e autonomia.

Esses dois conceitos são fundamentais, uma vez que nosso modelo prevê que, quando um funcionário atende um caso, deve fazê-lo do início ao fim, para que tenha total conhecimento sobre a ocorrência. Isso dá a eles mais protagonismo e senso de responsabilidade, ao mesmo tempo em que transmite segurança ao Cliente.



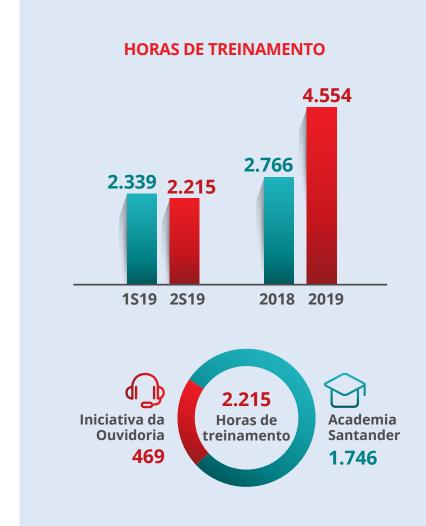
Poi essa visão que nos levou a investir forte na equipe da Ouvidoria. Acreditamos que é essencial contar com um time de atendimento fácil de acessar, capacitado e dotado de autonomia. Não por acaso, fizemos avanços muito concretos nessas três frentes. Por exemplo, aumentamos em 20% a nossa equipe, estendemos os horários de atendimento, multiplicamos os treinamentos e alteramos as alçadas...

Alessandro Tomao

Vice-presidente executivo Assuntos Jurídicos e Corporativos e diretor da Ouvidoria

Entre outros avanços, inauguramos o atendimento aos sábados (9h às 14h), o que é inédito entre os bancos; e ampliamos mais uma vez o horário de disponibilidade durante a semana, que agora vai até as 22h.





## TREINAMENTO PARA EMPODERAR (MAIS) NOSSOS OUVIDORES

No segundo semestre de 2019, totalizamos 2.215 horas de treinamento, das quais 1.746 horas de treinamento por meio da Academia Santander e 469 horas de treinamento por iniciativa da Ouvidoria. Parte da escolha dos treinamentos seguiu o uso da Ferramenta Protagonismo 2.0, que havia sido adotada no primeiro semestre. Na época, todos os funcionários da Ouvidoria foram convidados a utilizá-la e a escolher cursos livres e habilidades que gostariam de ter acesso para investir no seu futuro. Eles puderam se inscrever em temas como Inovação, Gestão de Projetos, Jornadas UX, Green/Yellow Belt, Design Thinking, Certificação Ágil, Mediação de conflitos, Comunicação não Violenta (CNV), Diversidade na Prática, entre outros. Dessa vez, as capacitações foram estendidas a toda a equipe do Jurídico do Santander, em mais uma iniciativa de aproximação entre as duas áreas.



# Como se faz Ouvidoria

Para que a Ouvidoria cumpra a sua função estratégica, de ser a voz do Cliente e ao mesmo tempo mobilizar a organização na direção de melhorias estruturantes, é essencial que tenha uma governança adequada e eficaz.

Isso significa, entre outras coisas, estar posicionada dentro da estrutura do banco de uma forma que permita endereçar assuntos com a liderança de forma fluída e contar com um conjunto de fluxos e processos que garanta o engajamento dos outros departamentos na resolução de problemas e desenvolvimento de planos de ação.

No Santander, a Ouvidoria está ligada à Presidência por meio do seu diretor, que responde diretamente para o CEO e integra o Comitê Executivo do banco. Esse modelo aproxima a área das mais altas instâncias decisórias, em total sintonia com o papel estratégico que desempenha.

O fato de estar na mesma estrutura de Assuntos Jurídicos também contribui. Integrados, os dois departamentos podem buscar uma atuação mais transversal no combate às causas-raízes e na construção de planos de ação e melhorias preventivas.

Atualmente, a operação da Ouvidoria se apoia na existência de cinco comitês. São eles:

# • Comitê Bacen e Experiência do Cliente Este fórum incorporou o antigo Comitê Bacen e aumentou a sua periodicidade de uma para três vezes na semana, com o objetivo de acelerar a transformação do atendimento de qualidade. Neste Comitê, também realizamos a validação e acompanhamento dos planos de ação que são apresentados no Fórum de

# Fórum de Reclamações É um report mensal de indicadores e pla

Reclamações com o presidente.

É um report mensal de indicadores e planos de ação com o CEO.

# • Comitê Local de Comercialização (CLC) Fórum mensal liderado pela área de Compliance.

Participam áreas como Jurídico, Marketing, Riscos, Operações, Varejo e Ouvidoria, entre outras.

A Ouvidoria emite parecer e tem poder de veto a fim de garantir que os produtos e serviços oferecidos estejam alinhados às normas internas e que a oferta seja adequada ao Consumidor.

## • Conselho de Administração e Comitê de Auditoria Apresentamos a ambos as reclamações registradas em

Apresentamos a ambos as reclamações registradas em todos os canais de relacionamento com o Cliente, temas de satisfação e as ações propostas para melhoria da experiência do consumidor.

## Comitê de Política de Relacionamento com Consumidores e usuários de produtos e serviços financeiros

Tem como premissa consolidar as diretrizes, solidificar objetivos estratégicos e promover os valores organizacionais em matéria de relacionamento com Clientes. Conta com a participação das áreas de negócios, Plataforma, Compliance, Ouvidoria, Auditoria Interna e Atendimento.

### **FÓRUNS EXTERNOS**

Além dos fóruns internos, participamos regularmente de fóruns externos, com o objetivo de promover a troca de conhecimentos, boas práticas e acompanhar as tendências do mercado.

- Federação Brasileira de Bancos (FEBRABAN): Comissão de Ouvidoria e Relações com Cliente
- Associação Nacional das Instituições de Crédito, Financiamento e Investimentos (Acrefi): Comissão de Relacionamento com Clientes e Ouvidoria
- Confederação Nacional das seguradoras (CNSEG): Comissão de Ouvidoria do CNSEG
- Associação Brasileira das Relações Empresa Cliente (ABRAREC): Comitê de Ouvidoria







# Horário estendido, porque uma ouvidoria deve ser simples de contatar

A Ouvidoria é responsável por tratar reclamações sensíveis, que já passaram por outros canais e ainda não tiveram uma solução completa. E, em respeito ao Cliente, buscamos diferentes caminhos para facilitar o contato e acelerar a correção do problema.

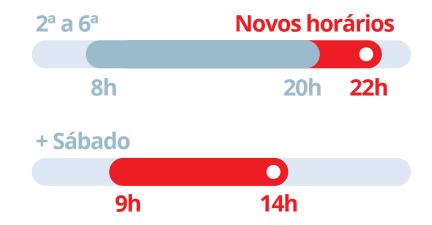
Percebemos que a necessidade das pessoas em falar conosco cresceu ao longo do tempo. Por isso, aumentamos a disponibilidade de atendimento para além do horário comercial.

Foi assim que no final de 2018 passamos a atender das 8h às 20h. Dada a boa receptividade, fomos além e em maio de 2019 nos tornamos a primeira Ouvidoria do Sistema Financeiro Nacional a atender aos sábados, das 9h às 14h.

Em agosto fizemos mais uma ampliação. Desde então, o atendimento nos dias de semana fica disponível não mais até as 20h, mas até as 22h.

Como resultado dessas medidas, mais do que dobramos o número de ligações atendidas na comparação entre outubro de 2018 e 2019.

# AMPLIAÇÃO DOS NOSSOS HORÁRIOS







# UM ANO REPLETO DE AVANÇOS:

do Atendimento da Ouvidoria.







números foram 3,82 na Pequisa de Solução Apresentada e 4,00 na Pesquisa



**45**%

no 1º Contato



ATENDIMENTO
AMPLIADO
até as 22h
nos dias de semana



# Ouvidoria não se faz sozinho

m 2019, um dos avanços mais importantes foi a aproximação da Ouvidoria com outras áreas. O trabalho em parceria e a disseminação do espírito de representar a voz do Cliente nos ajudaram a aperfeiçoar o serviço.

Conheça os depoimentos de alguns dos Clientes, executivos do Banco e funcionários da Ouvidoria, que viveram essa história de integração:

# A VOZ DO CLIENTE

Minha experiência com o trabalho da Ouvidoria foi muito gratificante. Eu estava receber o cartão que eu havia solicitado, porque os Correios não entregavam nunca. (...) Quando entrei em contato com a Ouvidoria, eles resolveram meu muito bem e me atenderam com prontidão. OBRIGADA, EQUIPE DA OUVIDORIA, **VOCÊS ESTÃO DE PARABÉNS!** 

Elisangela Roselia dos Santos De Carvalho



Entrei em contato com a Ouvidoria que acompanhou meu caso do começo ao fim. Graças a Bruna e a equipe da Ouvidoria Santander o meu problema foi resolvido. Agradeço de todo o coração toda a atenção que a equipe me deu.

Fernanda Paula Guimarães

# A VOZ DA LIDERANÇA

V Dentre os vários desafios ao longo da minha carreira, em abril de 2019 apresentou-se um muito especial. Fui chamado pelo Comitê Executivo para liderar um grupo de trabalho com o objetivo de reduzir drasticamente as reclamações dos Clientes. Com o apoio da Ouvidoria e um grupo formado por representantes de diferentes áreas e formações diversas, nos debruçamos nas reclamações e suas causas-raízes de uma forma ainda mais profunda e intensa. Deu tão certo e estamos todos tão envolvidos que seguiremos em 2020.



Vice-presidente executivo de Tecnologia e Operações



A Ouvidoria é parte importantíssima do nosso negócio, pois é onde se mede e se coletam informações materiais para um processo de feedback ativo e contínuo, com o intuito de aprimorar os produtos e serviços em prol dos Clientes.

Gustavo Alejo Viviani

Colocar o Cliente no centro das decisões foi pensar na experiência do início ao fim.. Revisando e eliminando vários processos, sistemas e procedimentos para melhor qualidade e transparência nos serviços prestados pelo banco, isso passou a fazer parte do DNA do banco.

Alexandre de Oliveira Superintendente Executivo de Soluções Integradas e atual Vice-presidente de Riscos (GetNet)



🔻 Ao longo do último ano, focamos em três frentes para redução de reclamações: a melhoria dos fluxos que garantam solução ao Cliente no primeiro contato; melhoria de processos com objetivo de reduzir a incidência de defeitos, ou seja, aplicação dos conceitos SixSigma; e revisão de regras de negócio para simplificação, o que traz mais transparência pela facilidade do entendimento. Este tem sido um trabalho intenso e constante de um time multidisciplinar, composto por Ouvidoria, Operações, Atendimento, Negócio, Prevenção a Fraude, entre outros participantes.

Claudia Chaves Sampaio Superintendente Executiva Plataforma de Cartões

# A VOZ DA OUVIDORIA

A Ouvidoria é uma área que, pela sua essência, necessita da interação e apoio de outras áreas do banco, com parceria e agilidade. Tenho percebido uma maior atenção, interesse e celeridade nas respostas e tratativa de casos. Noto que só é possível evoluir neste tema quando falamos a mesma língua, ou seja, com a disseminação de que a preocupação e cuidado da Ouvidoria é com o nosso Cliente...

Eduardo Dezsy Gomes Analista da Ouvidoria

No meu dia a dia, posso notar a proximidade e melhor relacionamento com as áreas do banco, que nos fornecem apoio diariamente. (...) Gratidão por poder vivenciar a experiência de fazer parte da Ouvidoria, nessa família que não mede esforços para capacitar e preparar nosso time, com treinamentos em diversos assuntos, além de nos motivar sempre. Isso é trabalho em equipe, cuidar e capacitar a todos....

Moana Silva de Souza Analista da Ouvidoria

A maior proximidade e parceria entre as áreas internas, com a facilitação para atuação em conjunto, permitiu uma maior troca de experiência e aprendizado, propiciando respostas mais assertivas e eficazes aos nossos Clientes. Além disso, gerou para a equipe da ouvidoria uma maior autonomia, com mais acessos e tendo como consequência o ganho de confiança necessária para tomada de decisões.

Daniele Regina Castro Moraes Supervisora da Ouvidoria



# Indicadores da Ouvidoria

**✓** 

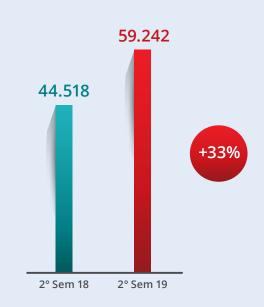
Conheça os números da Ouvidoria Santander:

## DISTRIBUIÇÃO DA DEMANDA PELO PAÍS

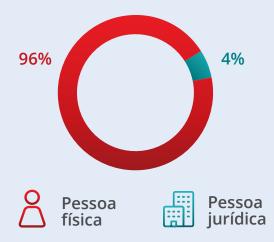
A Ouvidoria realizou
59.242
atendimentos
no 2° semestre de 2019.

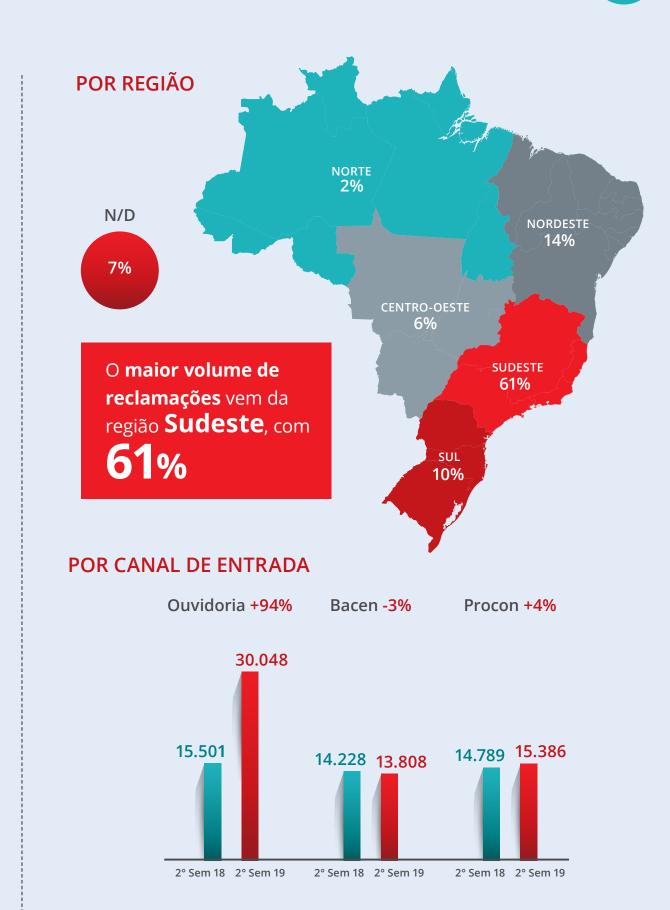


### **VOLUME DE ATENDIMENTO**



#### POR TIPO DE CLIENTE





O quadro acima demonstra um aumento significativo da procura do Cliente pela Ouvidoria. Isso se deve, entre outros fatores, a um ano de transformação, crescimento, ampla divulgação do canal na internet e ampliação do horário de atendimento (que resultou em um aumento de 1.103 horas de disponibilidade).

## PRAZO DE SOLUÇÃO

Trabalhamos constantemente na melhoria de processos em parceria com as áreas internas e os órgãos reguladores para oferecer a melhor solução para os Clientes e para que sejam atendidos no menor prazo possível.

No segundo semestre de 2019, a Ouvidoria atendeu as demandas em uma média de 3 dias úteis (2,84). Embora o resultado esteja dentro do prazo regulamentar de 10 dias com uma margem confortável, queremos muito mais: nosso objetivo é reduzir a zero. Atualmente, 86% das demandas são concluídas em até 5 dias.

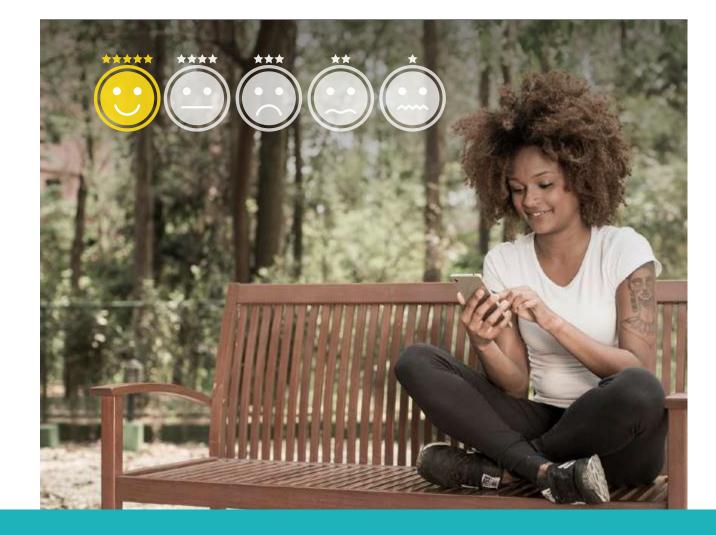


Na Ouvidoria, o prazo médio de solução é de 2,84 dias (dentro do prazo regulamentar de 10 dias). Queremos continuar reduzindo.

# PESQUISA DE SATISFAÇÃO DA OUVIDORIA

Em atendimento à Circular 3.880 e 3.881 do Banco Central do Brasil, implantamos em 2 de julho de 2018 a Pesquisa de Satisfação por meio de SMS, para avaliação direta da qualidade do atendimento prestado pela Ouvidoria.

A pesquisa foi estruturada de forma a obter notas de 1 a 5, sendo 1 o nível de satisfação mais baixo e 5 o mais alto. Com o resultado diário, nos guiamos para a melhoria contínua do atendimento.



# NOSSOS NÚMEROS, JULHO A DEZEMBRO DE 2019.

PESQUISA DE SOLUÇÃO APRESENTADA

ADA

PESQUISA DO ATENDIMENTO DA OUVIDORIA

4,00

3,82



# De olho no amanhã: um banco que contribui com a sociedade

ós, do Santander, queremos contribuir hoje para a construção de um amanhã mais próspero e sustentável para toda a sociedade. Por isso, transformamos os nossos negócios em verdadeiras alavancas de impacto positivo para o País do ponto de vista social e ambiental.

Um dos exemplos é a nossa atuação no mercado de microcrédito produtivo e orientado, que apoia pequenos empreendedores em comunidades muitas vezes desassistidas pelo sistema financeiro tradicional.

Em 17 anos, já são mais de R\$ 6,6 bilhões concedidos pelo Prospera Santander Microfinanças, que beneficiaram negócios e geraram renda para os empreendimentos e seu entorno. Sabemos, aliás, que a orientação financeira é um tema de interesse não só para esse público, mas para toda a sociedade. Afinal, no Brasil, apenas 32% das pessoas conseguem poupar e 63 milhões têm dívidas em atraso. E por isso criamos diversas formas de contribuir.

Uma das maneiras que encontramos de disseminar informações relevantes nesse sentido foi o voluntariado de Orientação Financeira, realizado no mês de maio de 2019. Durante o mês, abrimos as portas de parte das nossas agências aos sábados e nossa equipe ministrou palestras e atendimento individual a Clientes e não Clientes - uma ação inédita.

# NOSSA ATUAÇÃO EM SUSTENTABILIDADE SE PAUTA POR TRÊS PILARES:



Uso Eficiente e Estratégico do Capital Natural

NEGÓCIOS SOCIOAMBIENTAIS VIABILIZADOS

R\$ 15,9 bilhões



Desenvolvimento de Potenciais

**UNIVERSIDADES** 

20,7 mil bolsas de

estudo

universidades conveniadas



Economia Resiliente e Inclusiva

**PROSPERA** 

R\$ 1,2 bilhão de carteira de crédito

Outra vertente de impacto social é o nosso compromisso com o desenvolvimento de potenciais, especialmente por meio do investimento no ensino superior. Temos mais de 282 convênios acadêmicos, que incluem investimentos em projetos de mobilidade internacional, inovação e empreendedorismo. Além disso, já concedemos mais de 20,7 mil bolsas de estudo desde 2015.

Investimos fortemente ainda em negócios sustentáveis, como projetos de energia eólica e solar e de agricultura sustentável. A originação de crédito para energia limpa supera R\$ 1 bilhão em 2019.

Pela atuação do Prospera
Santander Microfinanças,
fomos considerados pela
revista Fortune, neste ano,
uma das dez empresas que
mais contribuem para tornar
o mundo melhor.

# NOSSOS COMPROMISSOS PARA UM AMANHÃ MELHOR:



30 %
DE MULHERES EM
POSIÇÕES DE
LIDERANÇA
ATÉ 2024

(*VERSUS* 26% EM NOSSAS POSIÇÕES DE LIDERANÇA ATUAIS) 100 %

DO CONSUMO
EM ENERGIA
RENOVÁVEL
EM NOSSAS
OPERAÇÕES
ATÉ 2025



ERRADICAÇÃO DO
CONSUMO
PLÁSTICO
DE USO ÚNICO
ATÉ 2020



# As bases de um grande 2020 já estão construídas

omo demonstramos ao longo deste relato, o Santander é um banco que tem compromisso absoluto com o Cliente - e que entende que, para oferecer um atendimento de excelência, uma das engrenagens que precisa estar funcionando com máximo desempenho é a Ouvidoria.

Sabemos que a área tem um papel estratégico na organização. Ela é, acima de tudo, um catalisador de mudanças no banco. Além de resolver os casos mais críticos, usa os feedbacks dos Clientes para desencadear melhorias de processos em outros departamentos. Sua função, portanto, não é meramente reativa. É preventiva, propositiva, evolutiva.

Ao longo do material, apresentamos nossos esforços para integrar a área aos demais times do banco, porque a missão de representar a voz do Cliente é tão abrangente que não pode ficar restrita a um único setor.

Mostramos, também, que o atendimento humano na era digital é um grande diferencial competitivo. E reportamos os avanços na nossa estratégia, que consiste em um tripé, formado por disponibilidade, autonomia e capacitação.

Ficamos confiantes com a melhora nos indicadores observada ao longo do ano, mas nunca satisfeitos.

Nos últimos anos, o Santander viveu uma transformação inegável, que foi reconhecida pelos Clientes, pelo mercado e pelos funcionários. Mas sabemos que, para manter essa curva de aprendizado e melhoria, a inovação nunca pode parar.

Estamos seguros de que em 2019 construímos os alicerces de um grande 2020. Nossa tarefa agora é acelerar, para que daqui 12 meses tenhamos dados ainda melhores e mais próximos das nossas grandes ambições.

**Alessandro Tomao** 

**Monique Bernardes** 



