

**inovação**  
**inovação** Concurso Inovação na  
**inovação** Gestão Pública Federal

*Experiência:*

**AGÊNCIA ITINERANTE**

Ministério da Fazenda

Banco do Nordeste do Brasil S.A.

Área de Suporte Estratégico — Ambiente de suporte Mercadológico

**Responsável:** Francisco Carlos Cavalcanti

**Equipe:** Evelyn Seligmann Feitosa; Gláucia Furtado Brasil de Almeida; Jacqueline Rocha Lima Medeiros; Luiz de Gonzaga Nunes Paiva; Melina Barbosa Albuquerque; Sandra Maria Monteiro Holanda

**Endereço:** Av. Paranjana, 5700, Bloco B2 superior, Passaré

Fortaleza, CE — CEP: 60740-000

Fax: 085 299 3051

Telefones: 085 299 3081

*e-mail:* fcc@banconordeste.gov.br

**Relato da situação anterior à introdução da inovação**

**Identificação dos problemas a serem resolvidos**

O Banco do Nordeste atua em todo o Nordeste do Brasil e no norte do estado de Minas Gerais (mantém ainda uma agência nas cidades do Rio de Janeiro, São Paulo, Belo Horizonte e Brasília), contando com uma rede de 174 agências. Com uma área de atuação bastante abrangente, de 1875 municípios, muitos dos quais com precárias infra-estrutura e condições de transporte, o acesso dos clientes atuais e potenciais às unidades operadoras se tornava, muitas vezes, difícil, em função também das distancias a serem percorridas. Esses fatores impediam o Banco de ter uma ação mais constante e uniforme em toda a Região. Com a criação da figura dos Agentes de Desenvolvimento "cuja principal atribuição é a de desenvolver articulações junto aos municípios com o objetivo de organizar demandas conseqüentes para ação de fomento do Banco", tornaram-se cada vez mais necessárias ações alternativas e inovadoras para atender ao incremento das demandas, que resultam, por conseguinte, na elevação da base de clientes.

**Descrição do projeto inovador**

Ocorre pelo deslocamento de funcionários das Agências, por um dia, para um dos municípios sob sua jurisdição. As visitas obedecem a um sistema de rodízio, sempre priorizando as comunidades com maiores demandas.

A Agência Itinerante é realizada em forte parceria com a Prefeitura do município, que cede um ponto de apoio, onde fica afixada a marca do Banco e o telefone do Cliente Consulta (Central de Serviço de Orientação ao Cliente), facilitando o contato entre o Banco e seus clientes-alvo: os agentes produtivos.

Objetiva facilitar o processo de atendimento do cliente-alvo do Banco, o agente produtivo, levando a ação negocial diretamente às comunidades, agregando valor ao cliente na medida em que reduz o custo de deslocamento e perda de tempo.

### **O que é considerado como inovação?**

O deslocamento físico de Unidade Operadora para disponibilizar produtos e serviços demandados pelos clientes (orientação técnica, cadastramento, recebimento de projetos, liberação de operações de financiamento, capacitação e outros)

### **Como foi implantada a experiência? Especificar as etapas da implantação.**

A Agência Centro Teresina foi escolhida para a ação-piloto, ficando responsável pela escolha do município de sua jurisdição ( recaindo sobre o município de Miguel Alves- PI ), articulação com o prefeito da cidade escolhida, organização e levantamento qualificado da demanda. Feito todo esse processo, foi marcada uma data (08/07/97) e escolhido um local para a instalação física da Agência Itinerante, como também articulado com parceiros (Sebrae, Emater, Prefeitura, etc), para ação conjunta. Este procedimento foi estendido a toda a rede de agências.

### **Concepção da experiência (se a idéia surgiu de uma pessoa ou de um grupo, dentro ou fora da instituição)**

A idéia surgiu na Agência do Banco do Nordeste em Angicos-RN, a partir de experiência vivenciada e foi citada como destaque em ata da reunião de seu Grupo de Assessoramento de Gestão (reunião de toda a equipe da unidade, com ata disponibilizada para toda a empresa). O Ambiente de Suporte Mercadológico captou a idéia e promoveu sua implementação em toda a rede de agências.

### **Clientela visada**

Clientes Ativos e potenciais (Agentes produtivos) domiciliados em municípios que não possuam agência do Banco do Nordeste.

### **Grau de participação dos quadros técnico-administrativos, da clientela ou de possíveis atores envolvidos**

A existência da Agência Itinerante é caracterizada pela presença física do gerente geral e/ou gerente executivo por ele delegado, juntamente com o Agente de Desenvolvimento responsável pelo município. Geralmente ocorre a participação de parceiros (funcionários da Prefeitura, Embrapa, Emater, Sebrae, e outros) para atendimento conjunto.

### **Grau de transparência, grau de responsabilidade e *accountability***

O grau de transparência e responsabilização fica caracterizado a partir da participação dos parceiros através da ação conseqüente de fomento, bem como de todo o processo de divulgação junto à comunidade acerca da presença da "Agência Itinerante".

## **Obstáculos encontrados**

### **Indicação dos principais obstáculos encontrados durante a implementação e das soluções para superá-las.**

Inicialmente, um pouco de resistência dos funcionários diretamente envolvidos, que temeram arcar com desgastes de viagens constantes. Foi solucionado através de várias ações para conscientização da importância das Agências Itinerantes como serviço inovador ao nosso cliente, de rodízio de pessoas e da conferência de credibilidade e destaque a esse instrumento (destaque em reuniões, citação em relatórios, na mídia interna e externa etc).

Outra dificuldade apresentada era a falta de estrutura física adequada ao atendimento e os custos envolvidos para sua alocação e dos demais recursos materiais necessários, o que foi resolvido pelo estabelecimento de uma rede de parceiros.

## **Recursos utilizados**

### **Os recursos financeiros, humanos e materiais envolvidos**

Em geral, os recursos necessários para a materialização de uma AGÊNCIA ITINERANTE, sejam eles financeiros, humanos e materiais envolvidos, são compartilhados entre o Banco e parceiros locais, tais como: Prefeitura Local, Entidades do Governo Federal, Estadual e Municipal e também Entidades Privadas.

### **Adequação dos gastos: os custos foram medidos? Houve redução dos mesmos?**

Veja que cabe ao Banco apenas o custo de deslocamento de seus funcionários, e que este não é significativo frente ao valor agregado aos nossos clientes e aos ganhos indiretamente auferidos pela potencialização dos negócios realizados, não julgamos necessário aprofundar a análise custo/benefício.

## **Relato da situação atual: mudanças efetivamente ocorridas**

### **Resultados quantitativos e qualitativos concretamente atingidos**

3.435 ocorrências de Agências Itinerantes até 11.Set.98, alcançando 424 municípios onde o Banco não dispõe de agência fixa em 1997 e 925 municípios em 1998; intensificação de ligações ao Cliente -Consulta; redução do número de clientes que se deslocam de outros municípios à sede das Agências; aumento do número de clientes e de negócios.

## **Mecanismos de avaliação de resultados e indicadores utilizados**

Grau de cobertura medido pela quantidade e municípios de ocorrências de Agências Itinerantes através do Sistema de Suporte Mercadológico.

### **Impacto observado na melhoria do ambiente de trabalho e na qualidade dos serviços prestados**

Maior agilidade na prestação de serviços ao mercado-alvo e maior nível de conforto oferecido clientes, na medida em que se evitam custos e delongas; redução do fluxo de clientes no recinto das Agências; aumento do número de clientes e de negócios.