**Projeto 12**

**FIQUE EM DIA**

**Projetos de Gestão Pública HIS**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|

|  |
| --- |
| **Entidade/Instituição proponente do Projeto**  |
|   | Companhia de Desenvolvimento Habitacional e Urbano – CDHU |
| **Estado e Cidade** |
|   | São Paulo - SP |
| **Título/Identificação do Projeto:** |
|   | Fique em Dia |
| **Categoria do Projeto:** |
|   | Ações/ e ou Programas Estruturantes no âmbito da gestão pública para o atendimento à habitação de interesse social |
| **Nome e Cargo do responsável pelo projeto junto à instituição inscrita:** |
|   | Martin Banhos Navarro - Gerência de Administração de Créditos Imobiliários |
| **Telefone com DDD do responsável pelo projeto:** |
|   | (11) 2505-2495  |
| **E-mail do responsável pelo projeto** |
|   | mnavarro@cdhu.sp.gov.br  |
| **Objetivos do projeto** |
|   | Promover a diminuição da inadimplência dos mutuários da CDHU e o incremento da pontualidade nos pagamentos por meio de ações de aproximação com as famílias beneficiadas, incluindo um processo gradativo de contatos que abrange desde visitas domiciliares até o uso de recursos da tecnologia (internet) com adoção da estratégia de autosserviço.  |
| **Beneficiários Diretos** |
|   | Mutuários da CDHU |
| **Beneficiários Indiretos** |
|   | Demanda habitacional de interesse social do Estado de São Paulo, por meio da ampliação da capacidade de investimento da Companhia. |
| **Detalhamento do Projeto** |
|   | A carteira da CDHU é composta por mais de 350.000 mutuários ativos, residentes em empreendimentos distribuídos em todo estado de São Paulo, o que confere ao o Projeto “Fique em dia!” ampla abrangência.A gestão da carteira está subdividida em 13 Núcleos Regionais, que administram grupos de empreendimentos, localizados em todas as regiões do interior do Estado, na capital e na RMSP – Região Metropolitana de São Paulo.Foram selecionados 65 mil mutuários, com inadimplência entre 3 e 36 prestações, com possibilidade de realização de acordo.O projeto foi elaborado em meados de 2014 e executado entre os meses de outubro a dezembro/2015. A ação foi concentrada no período entre 20 de novembro e 20 de dezembro de 2015, em razão do período de pagamento do 13º. Salário.O projeto teve como estratégia o autosserviço, com atuação em todas as regiões do Estado, de forma simultânea, caracterizando um avanço na questão da aproximação da CDHU com o mutuário. Foi enviado um código de acesso aos mutuários por correspondência, com formato diferenciado para consulta a débitos e possibilidades de parcelamento. A concepção do projeto foi sustentada no propósito de criar meios para facilitar o acesso ao contrato, pelos mutuários devedores, obtendo prontamente informações sobre os valores dos débitos e os períodos devidos. E o mais importante, remetendo a uma tela com o resumo de um pré-acordo da dívida, de tal modo que o interessado tivesse clareza da sua composição.Ao acessar o site, após a leitura dos procedimentos de segurança e autenticidade, e de tomar conhecimento dos termos da dívida e das condições ofertadas no pré-acordo, o mutuário, num simples comando de aceite, efetivava o acordo e, inclusive, imprimia o termo e a primeira prestação, já com a parcela do acordo. No geral, os mutuários não tiveram dificuldade em realizar o procedimento.Na construção desse projeto, no intento de aperfeiçoar o processo (autosserviço), a CDHU abriu mão de exigir amortização inicial (entrada mínima) e possibilitou o parcelamento por longo prazo, de tal modo que a parcela resultante da negociação, somada à prestação mensal, não onerasse o orçamento da família devedora e, por conseguinte, aumentasse a possibilidade de ser bem sucedida a regularização.O objetivo maior em termos de resultado era privilegiar o reestabelecimento do fluxo de caixa, com a retomada do pagamento das prestações e, por conseguinte, com ganho de escala, aumentando o volume dos valores arrecadados.A Campanha contou com forte divulgação da mídia impressa e falada, inclusive de mídias espontâneas, além de cartazes distribuídos nos trens da CPTM, nos postos do E-poupatempo e do Acessa SP e nos conjuntos habitacionais.Foram desenvolvidos materiais de apoio à Campanha – banners, camisetas, cartazes, faixas, cartilha, cartas, etc.A Campanha sedimentou a busca constante pela excelência no atendimento, por meio da melhoria dos processos e uso de tecnologia. Entre as lições aprendidas, destaca-se a necessidade de ouvir o cliente, avaliar, diagnosticar, propor melhorias por meio de projetos-piloto, e monitorar as ações.O trabalho deixou mais evidente para a Cia., que a cobrança, em especial pelo perfil dos mutuários e pelas características da carteira da CDHU, deve ser tratada como consequência e não, necessariamente, como o foco, ou seja, grande parte do esforço foi quanto à didática da abordagem, no sentido de conscientizar os devedores dos benefícios de se manter em dia, além de suas obrigações contratuais e riscos do não cumprimento pleno das cláusulas pactuadas. RESULTADOS - Campanha Fique em dia! Regularize!Inadimplência:Redução de 18,55% (mai/15 - pico) para 14,04% (dez/15), marca histórica de 13,71% em novembro/15.Arrecadação: Recorde histórico de arrecadação de prestações: R$ 61.978.270,40 (dezembro/15).Recorde histórico de arrecadação total R$ 678.246.912,76/2015.Regularizações:13.561 regularizações:11.429 acordos realizados - R$ 59,9 mm repactuados.2.132 pagamentos à vista - R$ 2,75 mm recebidos  |
| **Parcerias (mencionar as outras instituições que participam do projeto mesmo que não haja aporte financeiro relevante)**  |
|   | A Campanha Fique em Dia contou com o apoio de órgãos parceiros, cujos técnicos foram treinados para o atendimento ao mutuário, com foco na execução do acordo. Esses parceiros tiveram atuação importante enquanto multiplicadores da Campanha, e colaboradores no atendimento presencial.- E-poupatempo (43 postos)- AcessaSP (849 postos no Estado)- Agentes municipais de habitação (prefeituras) As ações foram alicerçadas na internet como a ferramenta que viabilizava a regularização de dívidas pelo site da CDHU, bastando ter um ponto de acesso, até da própria residência. No entanto, a participação dos parceiros foi condição essencial para estruturação e divulgação do projeto.Na continuidade de sua implementação o projeto inclui ações de monitoramento e gestão nas seguintes frentes de ação:Ações para os mutuários que aderiram à Campanha:- Monitoramento da pontualidade dos pagamentos;- Cobrança, via telefone;- Envio de SMS e WhatsAPP aos mutuários (agradecimento pela regularização);- Envio de boletos agrupados, relativos a prestações em atraso;- Cancelamento de acordos daqueles que voltaram a inadimplir.Ações para os mutuários que NÃO aderiram a Campanha:- Envio de SMS e WhatsAPP aos mutuários (solicitando a regularização);- Notificação extrajudicial; e- Acionamento judicial.  |
| **Investimento (colocar a entidade e o valor correspondente)** |
|   | Entidade Valor Total - R$CDHU R$ 817.157,20 |
| **Anexar a apresentação do projeto (arquivos em .pdf ou powerpoint) Obs: Nome do arquivo não pode conter acentuação e "ç"** |
|   | [CDHU\_Campanha\_Fique em dia.pdf](http://www.abc.habitacao.org.br/wp-content/uploads/gravity_forms/14/2016/03/CDHU_Campanha_Fique%20em%20dia.pdf)  |

 |