

# Política Específica de Relacionamento com Clientes e Usuários de Produtos e Serviços

**Áreas responsáveis:** Diretoria Controles Internos e *Compliance* (Dicoi).

**Regulamentação:** Resolução CMN 4.949, de 30 de setembro de 2021.

**Periodicidade de revisão:** No mínimo a cada três anos ou, extraordinariamente, a qualquer tempo.

## Introdução e Conceitos

Esta política orienta o comportamento do Banco do Brasil. Espera-se que as Entidades Ligadas ao Banco do Brasil (ELBBs) definam seus direcionamentos a partir dessas orientações, considerando as necessidades específicas e os aspectos legais e regulamentares a que estão sujeitas.

Esta política estabelece as diretrizes do Banco do Brasil no relacionamento com clientes e usuários de produtos e de serviços e na condução de suas atividades com observância de princípios de ética, responsabilidade, transparência e diligência, propiciando a convergência de interesses e a consolidação de imagem institucional de credibilidade, segurança e competência. Os critérios, requisitos, normas e procedimentos decorrentes da presente Política estão definidos em instruções normativas internas (IN).

Este documento está aderente ao Código de Ética do Banco do Brasil.

Esta política se aplica a todos os clientes e usuários de produtos e serviços, com especial atenção aos clientes vulneráveis. Esta política reconhece que cada segmento de mercado tem necessidades, interesses e objetivos distintos. Portanto, busca oferecer produtos e serviços adequados a cada grupo, desde a sua concepção e sem condicionar o fornecimento de um produto ou serviço ao fornecimento de outro.

Para todas as Unidades que desempenhem atividades afetas ao relacionamento com clientes e usuários de produtos e serviços, a implementação da Política deve prever:

- Se funcionários do Banco do Brasil, programa de treinamento e disseminação interna de suas disposições;
- Se empresas prestadoras de serviços, a previsão contratual da capacitação dos seus empregados;
- Todas as Unidades do Banco deverão estabelecer mecanismos de gestão para garantir a integral implementação desta Política.

Para fins desta Política, são considerados os seguintes conceitos:

- **Canais de Atendimento:** <https://www.bb.com.br/site/pra-voce/atendimento/>
  - **Atendimento Presencial:** Atendimento físico em todas as agências, mesmo com a disponibilidade de outros canais, exceto em situações previstas em lei.
  - **Canais Digitais:** Canais de atendimento, como internet banking e aplicativo, com funcionalidades completas e segurança.
  - **Canal de Denúncias:** Canal de comunicação por meio do qual funcionários, colaboradores, clientes, usuários, parceiros e fornecedores podem relatar, sem necessidade de identificar-se, situações com indícios de ilicitude de qualquer natureza, garantindo

a integridade e a transparência dentro da instituição e contribuindo assim para um ambiente corporativo mais ético e justo.

- **Ouvidoria Externa:** A Ouvidoria Externa do Banco do Brasil tem como responsabilidade atender solicitações não resolvidas previamente pelos canais regulares de atendimento. Ela também trata com questões encaminhadas por órgãos de defesa do consumidor, como o Bacen e a CVM, e atua na mediação de conflitos entre a instituição e os clientes. Para demandas específicas, como as de deficientes auditivos ou de fala, existe um serviço especializado com acessibilidade para os clientes.
- **Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC):** Atendimento telefônico gratuito em todo o território nacional, e para clientes no exterior com ligação a cobrar, disponível 24 horas por dia, 7 dias por semana, para informações, dúvidas, reclamações e cancelamentos. O SAC também está disponível online, incluindo autoatendimento para pessoas físicas, e interage com consumidores em plataformas como Consumidor.gov, Reclame Aqui e redes sociais.
- **Clientes e Usuários:** Pessoas físicas ou jurídicas que adquiram, contratem ou utilizem produtos e serviços financeiros do Banco do Brasil.
- **Clientes Vulneráveis:** Consumidores que, devido às suas características ou circunstâncias pessoais, sendo essas temporárias, esporádicas ou permanentes, possam demonstrar menor capacidade de compreensão para análise e tomada de decisões ou de representar seus próprios interesses e mais propensos a sofrer danos do que o consumidor tradicional. Essa condição pode ser, dentre outras possibilidades, a idade, alguma deficiência, a baixa escolaridade, a baixa maturidade digital, um momento de superendividamento, ou mesmo a combinação de mais de uma característica e em diferentes graus.
- **Colaboradores:** Administradores, funcionários, contratados e prestadores de serviços.
- **Conhecimento do Cliente e Adequação:** Conhecimento profundo do perfil de cada cliente e usuário, desde a concepção de produtos e serviços, para oferecer soluções adequadas às suas necessidades, perfil de risco, vulnerabilidade e capacidade financeira.
- **Monitoramento, Avaliação e Melhoria Contínua**
  - **Avaliação:** Realização de avaliações periódicas da efetividade da política, dos mecanismos de controle e do cumprimento da regulamentação, com participação das três linhas de defesa.
  - **Melhoria Contínua:** Implementação de planos de ação para corrigir deficiências, aprimorar processos e garantir a melhoria contínua do relacionamento com os clientes, com base no feedback e nas análises realizadas.
  - **Monitoramento:** Acompanhamento contínuo do desempenho da política por meio de métricas e indicadores, como pesquisas de satisfação, reclamações, indicadores de desempenho de produtos e serviços, e outras informações relevantes.
- **Oferta de Produtos e Serviços**
  - **Adequação ao Público-Alvo:** Desenvolvimento e aprimoramento de produtos e serviços adequados às necessidades e perfil de cada segmento de clientes, com atenção especial aos clientes vulneráveis, considerando suas necessidades desde a fase de concepção.

- **Comunicação Clara e Transparente:** Utilização de linguagem clara e objetiva na divulgação e publicidade de produtos e serviços, por meio do canal de escolha do cliente, informando sobre características, riscos, público-alvo, custos e benefícios.
- **Educação Financeira:** Processo que promove melhorias na compreensão dos produtos e serviços financeiros, com potencial de transformar realidades, impulsionar tomada de decisão fundamentada, estimular a sustentabilidade na realização dos negócios e elevar o bem-estar e a saúde financeira das pessoas.
- **Enquadramento da Oferta:** Processo de assegurar que a oferta e a recomendação de produtos e serviços sejam adequadas ao perfil do cliente, definição de público-alvo, com informações claras sobre características, riscos e custos, garantindo o pleno entendimento e a livre escolha.
- **Prevenção de Venda Casada e Práticas Abusivas:** Processo de assegurar que a contratação de produtos e serviços seja livre e consciente, sem condicionamentos ou práticas abusivas.
- **Produtos e Serviços Financeiros:** Qualquer bem, material ou imaterial, ou atividade remunerada, comercializado pelo Banco do Brasil ou por empresa parceira, seja entidade ligada ou terceira, incluindo todos os produtos e serviços bancários, de crédito, seguros, investimentos e demais soluções financeiras oferecidas pelo Banco.
- **Público-alvo:** Grupo de pessoas ou empresas com características semelhantes, cujas necessidades e desejos podem ser atendidos pelos produtos ou serviços de uma empresa específica. Pode-se traçar estratégias focadas neste grupo.
- **Relacionamento com clientes e usuários de produtos e de serviços:** Compreende as fases de pré-contratação, de contratação e de pós-contratação de produtos e de serviços.
- **Relacionamento Cooperativo, Equilibrado e Justo:** Promover uma cultura de respeito, colaboração, justiça e equilíbrio nos interesses de clientes, usuários e acionistas.
- **Transparência e Segurança:** Adequação, segurança e sigilo das operações e serviços, com linguagem clara e objetiva em contratos e documentos, informando prazos, valores, riscos e direitos.
- **Tratamento Digno, Justo e Equitativo:** Oferecer informações claras, atendimento tempestivo e sem barreiras, considerando o perfil e vulnerabilidade de cada cliente, respeitando a diversidade e promovendo a inclusão.

#### **Enunciados:**

- I. Fortalecemos a cultura do respeito e valorização à diversidade em todas as suas manifestações, promovendo um ambiente inclusivo e seguro junto aos nossos clientes, usuários, funcionários e terceirizados;
- II. Desenvolvemos produtos e serviços financeiros que atendam às necessidades específicas de cada público-alvo, considerando seu perfil, comportamento de consumo e grau de vulnerabilidade, garantindo assim a adequação e a pertinência das soluções financeiras disponibilizadas;
- III. Oferecemos produtos e serviços adequados às necessidades, aos interesses e aos objetivos de clientes e usuários de cada segmento de mercado, com

- integridade, inovação, qualidade, segurança e tempestividade, sem condicionar o fornecimento de produto ou serviço ao fornecimento de outro produto ou serviço;
- IV.** Promovemos um modelo de relacionamento cooperativo e justo com clientes e usuários;
  - V.** Oferecemos tratamento digno, cortês e equitativo respeitando os interesses e os direitos do consumidor;
  - VI.** Oferecemos orientações e informações claras, confiáveis e oportunas, explicitando, inclusive, direitos e deveres, responsabilidades, custos ou ônus, penalidades e eventuais riscos existentes na execução de operações e na prestação de serviços para permitir aos clientes a melhor decisão nos negócios, considerando o seu perfil e comportamento de consumo;
  - VII.** Garantimos a confidencialidade, integridade e disponibilidade dos dados dos nossos clientes e usuários, tratando esses dados de forma transparente, com respeito aos direitos dos titulares e à necessidade de consentimento para coleta e uso, exceto nos casos expressamente previstos em lei;
  - VIII.** Asseguramos o atendimento presencial em nossas dependências, mesmo com a disponibilidade de outros canais, como o Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC), Ouvidoria Externa, CRBB e Canais Digitais, ressalvados nos casos previstos em legislação ou regulamentação específica.
  - IX.** Respeitamos a vontade dos clientes com interesse na extinção da relação contratual relativa a produtos e serviços ou na transferência de relacionamento para outra instituição;
  - X.** Adotamos ações de educação financeira que possam contribuir para que os clientes gerenciem adequadamente seus recursos e que incentivem a formação de poupança, a organização e o planejamento do orçamento pessoal e familiar e a compreensão e o uso consciente de produtos e serviços financeiros.
  - XI.** Estimulamos a comunicação dos clientes e usuários com a Empresa e consideramos suas manifestações no desenvolvimento e melhoria das soluções em produtos, serviços e relacionamento, propiciando a convergência de interesses e a consolidação de imagem institucional de credibilidade, segurança e competência;
  - XII.** Priorizamos o diálogo e buscamos a solução das demandas de clientes e usuários de forma rápida e precisa visando garantir a sua satisfação com nossos produtos e serviços, sem ter que recorrer a órgãos externos;
  - XIII.** Dispensamos atenção especial no tratamento aos clientes considerados vulneráveis;
  - XIV.** Buscamos a adequada identificação e qualificação dos clientes e usuários, tanto no início quanto na manutenção do relacionamento com a Instituição;
  - XV.** Norteamos o relacionamento com os nossos clientes, inclusive os do Setor Público, resguardando possíveis conflitos de interesse, atuando na prevenção e combate à corrupção e observando os princípios de cooperação, transparência, legalidade e ética.
  - XVI.** Monitoramos a ocorrência de falhas nas transações, envolvendo cobranças e débitos indevidos, e adotamos as providências necessárias para resolução dos casos identificados, com correção massificada para todos os clientes e não apenas para aqueles que contestarem, de forma tempestiva e efetiva, a fim de evitar ou corrigir transtornos para clientes e usuários.