

1 Área responsável

1.1 Superintendência Controles Internos e Integridade.

2 Abrangência

2.1 Esta Política orienta o comportamento da BB Seguridade. Espera-se que as empresas Controladas, Investidas e Participações definam seus direcionamentos a partir dessas orientações, considerando as necessidades específicas e os aspectos legais e regulamentares a que estão sujeitas.

3 Público-alvo

3.1 Esta Política se destina a todos os membros de órgãos de governança, dirigentes, funcionários e terceiros da BB Seguridade e de suas sociedades Controladas e Investidas, no exercício de suas atividades profissionais.

4 Regulação

4.1 Lei nº 13.303, de 30 de junho de 2016.

4.2 Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.

4.3 Decreto nº 8.945, de 27 de dezembro de 2016.

4.4 Resolução CMN nº 4.949, de 30 de setembro de 2021.

4.5 Resolução CNSP nº 382, de 04 de março de 2020.

4.6 Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018.

5 Periodicidade de Revisão

5.1 Esta Política deve ser revista, no mínimo, a cada 3 (três) anos, ou extraordinariamente, a qualquer tempo, e submetida ao Conselho de Administração para aprovação. Após a aprovação e publicação, ela será encaminhada a todos a qual se destina (membros de órgãos de governança, dirigentes, funcionários e terceiros da BB Seguridade e de suas

sociedades Controladas e Investidas, no exercício de suas atividades profissionais), para conhecimento.

6 **S**umário **E**xec**u**tivo

- 6.1 Esta Política estabelece as diretrizes que devem ser observadas no que se refere ao relacionamento com clientes e usuários de produtos e serviços de seguros, capitalização, previdência complementar e planos odontológicos durante todo o seu ciclo de vida.
- 6.2 Engloba a observância, na condução de suas atividades, durante todo o ciclo de vida do produto com o cliente, aos princípios ética, responsabilidade, transparência e diligência, propiciando a convergência de interesses e consolidação de imagem institucional de credibilidade, segurança e competência.

7 **C**onceitos

7.1 Para fins desta Política são considerados os seguintes conceitos:

- 7.1.1 Canais de relacionamento do Banco do Brasil - Atualmente o Banco do Brasil possui uma série de canais de relacionamento (Agências, Terminais de Auto Atendimento, Site bb.com.br, Aplicativo Banco do Brasil, Central de Relacionamento Banco do Brasil, Whatsapp, entre outros).
- 7.1.2 Canal de Interação – É o ponto onde a comunicação é realizada, o ponto de contato entre a empresa e o cliente.
- 7.1.3 Ciclo de Vida do Produto - Todas as fases do produto de seguro, de capitalização ou de previdência complementar aberta, abrangendo desde a sua concepção, desenho, desenvolvimento, intermediação e distribuição, até o cumprimento de todas as obrigações junto ao cliente, inclusive em relação a eventuais alterações contratuais, renovações e tratamento de reclamações.
- 7.1.4 BB Seguros – Marca comercial que representa os negócios que compõe o conglomerado BB Seguridade perante seus clientes, conforme definições do Plano Estratégico de Comunicação BB Seguros (PEC).
- 7.1.5 Cliente BB Seguros – Todo o cliente do Banco do Brasil que possuir ao menos um produto do conglomerado BB Seguridade, adquirido via BB Corretora.
- 7.1.6 Demais Canais – Além dos Canais de atendimento do Banco do Brasil, existem ainda nas empresas do conglomerado e disponíveis no mercado, uma série de canais que pode ser utilizada para relacionamento com clientes. Neste documento estes canais serão chamados de Canais Próprios.

7.1.7 Relacionamento – Todo o contato com cliente BB Seguros em todo o ciclo de vida com produto, independente do canal, teor, necessidade ou momento.

7.1.8 Clientes Vulneráveis: são os 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.

8 Valores Associados

8.1 Confiabilidade, Respeito ao Cliente e Sentimento de Dono.

9 Diretrizes

9.1 Prevemos capacitação periódica para funcionários e prestadores de serviços quando estes exercerem atividades afetas ao relacionamento com clientes ou usuários de produtos e serviços de seguros, capitalização, previdência complementar e planos odontológicos.

9.2 Oferecemos orientações e informações claras, confiáveis e oportunas, para permitir aos clientes a melhor decisão nos negócios, considerando o seu perfil e comportamento de consumo.

9.3 Oferecemos tratamento digno, cortês e equitativo respeitando os interesses e os direitos do consumidor.

9.4 Ofertamos produtos e serviços de forma clara e adequada às necessidades de clientes e usuários de cada segmento de mercado, com inovação, qualidade, segurança e tempestividade, adotando práticas que minimizem a possibilidade de má compreensão e sem condicionar o fornecimento de produto ou serviço ao fornecimento de outro produto ou serviço.

9.5 Promovemos um modelo de relacionamento cooperativo e justo com clientes e usuários durante todo o ciclo de vida dos produtos.

9.6 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.

9.7 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.

- 9.8 Priorizamos o diálogo e buscamos tratamento tempestivo e adequado a eventuais solicitações e reclamações efetuadas pelos clientes e pelos seus representantes, visando garantir a sua satisfação com nossos produtos e serviços, sem ter que recorrer a órgãos externos.
- 9.9 Asseguramos o sigilo das transações dos clientes e a proteção e privacidade de seus dados pessoais, exigidas pela legislação que trata da proteção de dados pessoais, inclusive no tocante às regras de boas práticas e de governança.
- 9.10 Pautamos o relacionamento com nossos clientes em uma comunicação clara e objetiva, com visual e linguagem unificados para manter a identidade do conglomerado, em linha com o Plano Estratégico de Comunicação BB Seguros (PEC).
- 9.11 Buscamos de maneira proativa, manter o cliente informado sob aspectos legais e operacionais de seu produto, além de oferecer sugestões de uso e informações de seu ecossistema que possam aumentar a percepção da compensação da escolha do produto como sendo a melhor solução para sua necessidade.
- 9.12 Procuramos gerar valor ao cliente com o fornecimento de informações e esclarecimentos sobre a empresa, seus produtos, características, benefícios e serviços oferecidos, até a prestação em si dos serviços contratados.
- 9.13 Utilizamos como meio de comunicação, os canais de relacionamento do Banco do Brasil e canais alternativos, contratados por nossas Investidas ou diretamente pela BB Corretora.
- 9.14 Mantemos o cliente próximo, informado e assessorado, realizando abordagens não intrusivas, com nível adequado de informações, realizadas no canal mais conveniente para cada cliente. Toda comunicação feita pela BB Seguros, independente da origem, faz parte de estratégia previamente alinhada entre o canal de interação e a BB Seguridade.
- 9.15 Conhecemos o cliente, suas necessidades e objetivos, de forma a tornar o relacionamento relevante, pessoal e consultivo, entregando valor ao longo de todo o ciclo de vida do cliente com o produto.
- 9.16 Otimizamos a comunicação com clientes BB Seguros, em busca de alcance, engajamento e aproveitando cada momento de contato.
- 9.17 Comunicamo-nos de forma proativa e consistente, com foco na atenção, na relevância e na satisfação.
- 9.18 Dispensamos atenção especial aos clientes considerados vulneráveis.
- 9.19 Respeitamos e encorajamos a diversidade e a pluralidade do conjunto de pessoas com as quais mantemos relacionamento.

9.20 Monitoramos o cumprimento da Política de Relacionamento com Clientes e Usuários de Produtos e Serviços por meio de métricas e indicadores adequados, que assegurem sua efetividade e a identificação e a correção tempestivas de eventuais deficiências.

10 Data da última aprovação pelo Conselho de Administração

10.1 24 de maio de 2024.

11 Disposições Finais

11.1 Exceções a esta Política e casos omissos deverão ser encaminhados para deliberação do Conselho de Administração.

12 Tabela de Controle de Versionamento

12.1

Vigência	24.05.2024 a 24.05.2027
Versão	3
Histórico de Alterações	Adequação da Política à Res. CNSP 382/2020