



POLÍTICA DE RELACIONAMENTO COM CLIENTES

1. DEFINIÇÕES

Para fins da **Política**, entende-se por:

- 1.1. “**Cliente(s)**”: todo e qualquer cliente ou usuário, pessoa física ou jurídica, independente da renda, faturamento, patrimônio ou segmento, que possa adquirir, contratar ou usar ou que tenha usado, contratado ou adquirido qualquer produto ou serviço, bancário ou financeiro, oferecido ou distribuído pelo **Safra**;
- 1.2. “**Produto(s)**”: todo e qualquer produto ou serviço, bancário, financeiro, securitário ou de investimento (e.g., conta-corrente, cheque especial, empréstimo, com garantia ou não, cartão de crédito e débito, financiamento de veículos, empréstimo consignado, seguros, previdência, fundos de investimento), desenvolvido, oferecido ou distribuído pelo Safra; e,
- 1.3. “**Colaborador(es)**”: todos e quaisquer funcionários e colaboradores do **Safra**, independente de cargo ou posição, e todos e quaisquer terceirizados contratados pelo Safra para desempenhar funções afetas a relacionamento com os clientes (e.g. correspondentes no país, atendentes de call centers).

2. OBJETIVOS

- 2.1. A sustentabilidade dos negócios e a perenidade da instituição são os objetivos estratégicos de longo prazo do **Safra**;
- 2.2. Tendo em vista que tais objetivos dependem da satisfação dos **Clientes** e que os **Clientes** são ativos intangíveis do **Safra**, a confiabilidade nos **Produtos** e nos **Colaboradores** e a credibilidade da instituição são os elementos mais importantes e essenciais do relacionamento entre **Safra** e **Clientes**;
- 2.3. Neste sentido, o **Safra** conduz suas atividades e relacionamento com **Clientes** observando os mais altos padrões éticos e as melhores práticas de mercado, de maneira a alcançar a convergência de interesses do **Safra** e de **Clientes** e a consolidação da imagem institucional de tradição, segurança, solidez e eficiência.

3. PRINCÍPIOS

- 3.1. Os **Colaboradores**, no relacionamento com **Clientes**, devem (i) conduzir suas atividades com observância de princípios de ética, responsabilidade, transparência, competência e diligência, (ii) observar a **Política** e (iii) zelar pela reputação de credibilidade do **Safra**;
- 3.2. O **Safra** está comprometido com o atendimento de qualidade e a construção de relacionamentos produtivos e de longo prazo com **Clientes**. Portanto, consistentemente, (i) promove uma cultura institucional que incentiva o relacionamento cooperativo e equilibrado com **Clientes**; (ii) busca o seu tratamento justo e equitativo pela instituição; e, (iii) garante a conformidade e a legitimidade dos Produtos com a legislação aplicável (i.e., leis, resoluções, instruções e políticas e normativos internos);
- 3.3. O **Safra** assegura a adequação (*suitability*) dos **Produtos** aos perfis dos **Clientes**, por meio dos processos (i) de conhecimento profundo de **Clientes**, (ii) de concepção e desenvolvimento de **Produtos** e (iii) de avaliação detalhada de **Clientes** e **Produtos**, de forma a oferecer, sugerir, contratar e distribuir o **Produto** mais adequado para cada **Cliente**. Os **Produtos** são pensados em termos das necessidades dos **Clientes** que devem satisfazer;
- 3.4. O **Safra**, permanentemente, estimula a prestação de informações a respeito de **Produtos** de forma clara, completa e precisa e o atendimento de demandas de **Clientes** de forma tempestiva e conclusiva. Da mesma forma, não impõe barreiras ou impeditivos desarrazoados para o término de relação contratual, bem como para a transferência de relacionamento para outra instituição;



3.5. A consistência de rotinas e procedimentos operacionais, pertinentes ao relacionamento com **Clientes**, é certificada por meio de (i) manuais de procedimento e boas práticas (específicos), (ii) programa de treinamento, de forma a orientar e capacitar **Colaboradores** para um atendimento com qualidade, agilidade, eficiência, ética e transparência na oferta, distribuição e pós-venda de **Produtos** e (iii) políticas de incentivos adequadas para **Colaboradores**. A satisfação dos **Clientes** e a qualidade dos **Produtos** são responsabilidade dos **Colaboradores**, e são asseguradas por uma instituição com uma equipe dedicada, ágil e flexível e pronta para atender as necessidades dos **Clientes** e com um portfólio completo de **Produtos**.

4. DIRETRIZES

- 4.1. **Concepção, desenvolvimento e requisitos de segurança:** o desenvolvimento de um **Produto** deve levar em consideração o perfil dos **Clientes** que compõem o público-alvo do **Produto** disponibilizado, avaliando suas características e sua complexidade e verificando a adequação do **Produto** ao público-alvo. A adequação ao perfil do **Cliente** é mandatória para todo e qualquer **Produto** (incluindo, conta-corrente, empréstimo, com garantia ou não, cartão de crédito, seguros, previdência, fundos de investimento etc.) disponibilizado pelo **Safra**. O processo de adequação do **Produto** deve abranger as necessidades dos **Clientes** nas fases de pré-contratação, efetiva contratação, pós-contratação e eventual encerramento do relacionamento, seja, por exemplo, quitação, antecipada ou não, de empréstimo, encerramento de conta corrente ou, ainda, cancelamento de cartão de crédito. Adicionalmente, durante o processo de desenvolvimento de **Produto**, devem ser considerados os requisitos de segurança e a legislação aplicável, bem como às solicitações dos órgãos reguladores e autorreguladores competentes que interfiram nas especificações do **Produto**;
- 4.2. **Oferta, recomendação, contratação ou distribuição:** o **Safra** deve assegurar que a oferta, direta ou indireta, por meio de qualquer canal presencial ou remoto, de **Produtos** seja adequada às necessidades, aos interesses e aos objetivos dos **Clientes**. Durante o atendimento (seja oferta, distribuição ou pós-venda) de **Produtos**, os **Colaboradores** devem se comportar de maneira apropriada e transparente, agindo sempre com boa-fé e orientando os **Clientes** quanto às características do **Produto**, inclusive custos, juros e encargos, e dos efeitos da utilização do **Produto** para o **Cliente**. Os **Colaboradores** devem informar e esclarecer, adequadamente e com base no perfil do **Cliente**, todas as características e os riscos de cada **Produto**, garantindo o enquadramento do **Cliente** no perfil do público-alvo utilizado. Eventual não enquadramento deve ser transparente para o **Cliente**, inclusive quando o não enquadramento for constatado posteriormente à contratação. Os esclarecimentos e informações devem ser precisas, corretas e fidedignas e possibilitar que o **Cliente** simule as condições efetivas do **Produto**. O **Cliente** deve estar sempre ciente de que a contratação de cada **Produto** pode ser feita de forma individualizada;
- 4.3. **Tarifas e custos:** o **Cliente** deve ser adequadamente informado sobre (i) os serviços que compõem cada um dos pacotes, (ii) os pacotes padronizados, (iii) os preços aplicáveis a cada um dos pacotes e (iv) os serviços essenciais. Os termos de contratação devem indicar (a) a composição do pacote com o respectivo valor da tarifa, (b) a periodicidade de pagamento e (c) a faculdade do **Cliente** em não contratar os pacotes, podendo, então, o **Cliente**, utilizar a conta corrente mediante o pagamento individualizado das tarifas. Os **Clientes** devem ser avisados do nível de utilização dos serviços incluídos no pacote que tiver contratado. O **Cliente** deve ser informado, formalmente, sobre o encerramento ou cancelamento de benefício de preço ou isenção com antecedência mínima de 30 (trinta) dias;
- 4.4. **Divulgação e publicidade:** a divulgação ou publicidade da oferta de **Produto** deve utilizar linguagem simples e clara, permitir fácil leitura, especialmente pelos meios eletrônicos, e ser audível nas contratações por voz, além de identificar a instituição ofertando o **Produto**. A divulgação ou publicidade da oferta deve ser sempre direcionada aos **Clientes** que se enquadrem no público-alvo do **Produto** específico e incluir todas as relevantes do **Produto**, conforme documento interno de aprovação do **Produto**;



- 4.5. **Coleta, tratamento e manutenção de informações de Clientes:** a coleta, o tratamento e a manutenção de informações relacionadas aos **Clientes** devem ser conduzidas pelo **Safra** com responsabilidade, ética, lealdade e organização, sempre observando o sigilo das informações do **Cliente** e sua privacidade;
- 4.6. **Gestão do atendimento, incluindo registro e tratamento de demandas e mediação de conflitos:** todas as demandas, reclamações e sugestões de **Clientes** devem ser devidamente registradas e receber número de protocolo para sua identificação, análise e tratamento formal e adequado. Os **Colaboradores** devem informar, diligentemente, os **Clientes** sobre dúvidas, reclamações e providências necessárias. Os **Clientes** devem ser atendidos de maneira receptiva e os **Colaboradores** devem tratar, efetiva e sistematicamente, as demandas, reclamações e sugestões recebidas, garantindo o retorno das informações ao **Cliente** e a solução adequada das ocorrências registradas. Eventuais conflitos entre os **Clientes** e o **Safra** devem ser apropriadamente mediados pela área de Ouvidoria, conforme disposto nos itens 5.6 e 5.7 abaixo, com o intuito de obtenção de solução definitiva para a demanda ou a reclamação;
- 4.7. **Crédito, cobrança, liquidação antecipada e inadimplemento:** no processo de oferta de crédito aos **Clientes**, o **Safra** deve disponibilizar, previamente à contratação, todos os termos e condições aplicáveis ao **Produto** ofertado, incluindo a possibilidade de simulação pelos **Clientes**, de modo a propiciar a livre e consciente tomada de decisão, e ofertas de crédito mais adequadas aos interesses, necessidades e objetivos dos **Clientes**. Para contratação de empréstimos de curto prazo e com taxas de juros mais elevadas, tais como cheque especial ou adiantamento a depositante, o **Safra** deve sempre alertar o **Cliente** sobre a utilização do crédito de forma consciente e que determinadas ofertas de crédito se destinam somente ao uso emergencial. O **Safra** deverá priorizar, sempre que possível e de acordo com as necessidades de cada **Cliente**, empréstimo consignado ou modalidades de crédito com garantias, em detrimento de outras modalidades, com características e finalidades semelhantes, mas com taxas de juros mais elevadas. O **Safra** deve, sempre e consistentemente, esclarecer para os **Clientes**, de forma clara, precisa e objetiva as consequências do inadimplemento de obrigações e o procedimento a ser observado para solicitação de liquidação antecipada. O **Safra** deve acatar as solicitações de liquidação antecipada, total ou parcialmente, dos **Clientes**, com redução proporcional dos juros. O **Safra** deve adotar procedimentos para atender os pedidos de negociação de dívidas, pautados por critérios de justiça, equidade, transparência, sustentabilidade e diligência. O **Safra** deve disponibilizar planos de negociação de dívidas adequados, observando suas políticas de concessão de crédito, cobrança e negociação específicas e as premissas de crédito responsável, que poderão incluir a remissão, total ou parcial, de tarifas, juros e/ou correção monetária. Os **Clientes** inadimplentes, assim como os adimplentes que evidenciem poder incorrer no inadimplemento, devem ter suas propostas de negociação de dívidas devidamente tratadas pelo **Safra**, de acordo com suas políticas de concessão de crédito, cobrança e negociação específicas e as premissas de crédito responsável;
- 4.8. **Extinção da relação contratual e transferência de relacionamento para outra instituição:** o **Safra** não deve impor barreiras ou impeditivos desarrazoados para terminar relação contratual com **Cliente** ou transferir relacionamento para outra instituição. Em tais processos de extinção ou transferência, o **Safra** deve atuar, sempre e consistentemente, de maneira cooperativa e equilibrada com **Clientes**, observando princípios de ética, responsabilidade, transparência, competência e diligência e buscando tratamento justo e equitativo pela instituição para todos os **Clientes**;
- 4.9. **Metas e incentivos ao desempenho de Colaboradores:** eventuais políticas de incentivos adotadas pelo **Safra** e direcionadas aos **Colaboradores** devem considerar cancelamentos de contratações após sua efetivação e reclamações de **Clientes** sobre vendas com vícios e contemplar incentivos negativos para o caso de descumprimento das regras da **Política**. Tais políticas de incentivos não devem prever remuneração variável baseada exclusivamente em comissão por vendas de **Produtos**;
- 4.10. **Monitoramento:** o **Safra** deve (i) monitorar a aderência à **Política**, (ii) acompanhar métricas, estatísticas e indicadores, aferindo os resultados, avaliando, periodicamente, as pesquisas de satisfação, o desempenho, o atendimento, inclusive



a qualidade das posturas dos **Colaboradores**, e as reclamações e (iii) mensurar a efetividade da **Política**, dos processos, dos procedimentos, dos manuais de boas práticas e dos controles. Os métodos de monitoramento, acompanhamento e mensuração acima deverão ser testados, periodicamente, pela Auditoria Interna. Os dados, os registros e as informações oriundas dos métodos de mensuração, acompanhamento e monitoramento, bem como dos controles, testes e trilhas de auditoria, além dos processos, procedimentos e manuais de boas práticas conexos, ficarão à disposição do Banco Central do Brasil, por de 5 (cinco) anos;

- 4.11. **Seleção e recrutamento:** o **Colaborador** que atende e se relaciona com **Clientes** deve ter habilidade de relacionamento interpessoal. Adicionalmente, na seleção e recrutamento de **Colaboradores** que se relacionarão com **Clientes**, o **Safra** deve priorizar, sempre que possível, candidatos com as seguintes características: iniciativa, comprometimento, flexibilidade e adequada comunicação oral e escrita;
- 4.12. **Treinamento:** os **Colaboradores** que desempenhem atividades conexas com o relacionamento com **Clientes** devem ser, apropriadamente, treinados e qualificados em relação a **Resolução** e a **Política**, além dos processos, procedimentos e manuais de boas práticas aplicáveis as suas áreas, de forma a assegurar a satisfação dos **Clientes** em relação a oferta, distribuição e pós-venda de **Produtos**. O treinamento e a capacitação devem contar com materiais de apoio e ferramentas tecnológicas adequadas. A **Política**, os processos, procedimentos e manuais de boas práticas (e revisões e atualizações) devem ser destacadamente disponibilizados na Intranet do Safra e objeto de termos de adesão específicos, de forma a sempre manter os **Colaboradores** atualizados e cientes das melhores práticas para a condução dos relacionamentos com **Clientes** e da postura condizente com os princípios e valores da instituição. O treinamento e a capacitação devem ser revistos e aperfeiçoados, continuamente, de maneira a sempre preparar os **Colaboradores**, novos ou atuais, para o mais alto padrão e qualidade de atendimento.

5. RESPONSABILIDADES

- 5.1. **Conselho de Administração:** aprovar a **Política** e suas atualizações;
- 5.2. **Diretor de Relacionamento com Clientes e Usuários:** garantir a aderência da instituição e dos **Colaboradores** à **Política**;
- 5.3. **Áreas de Negócios e Administrativas:** (i) definir, de maneira apropriada, processos e procedimentos e elaborar manuais de boas práticas, aplicáveis a cada área, em consonância com a **Resolução** e a **Política**, que devem orientar a prospecção, a oferta, a recomendação, a contratação e a distribuição de **Produtos** às **Clientes**, e (ii) garantir que seus respectivos **Colaboradores** sejam treinados e capacitados de acordo com o programa de treinamento;
- 5.4. **Compliance, Riscos Operacionais e Controles Internos:** (i) assegurar a conformidade com a **Resolução** e a **Política** e a consistência de processos, procedimentos e manuais de boas práticas,, (ii) coordenar o desenvolvimento do programa de treinamento de **Colaboradores**, (iii) disseminar a **Política**, (iv) coordenar o desenvolvimento de mecanismos para controle e mitigação dos riscos e ferramentas de aferição de métricas, estatísticas e indicadores, para subsidiar planos de ação para falhas operacionais (v) monitorar a aderência à **Política** e (vi) avaliar, periodicamente, a efetividade de (i), (ii), (iii), (iv) e (v) acima, identificando e corrigindo eventuais deficiências;
- 5.5. **Auditoria Interna:** (i) auditar e testar periodicamente os mecanismos para acompanhamento, controle e mitigação de riscos estabelecidos na **Política** e a sua eficácia e efetividade e (ii) avaliar a adequação e a conformidade dos processos, procedimentos e manuais de boas práticas;
- 5.6. **Serviço de Atendimento ao Cliente (“SAC”):** (i) atender as demandas dos **Clientes**, referentes às informações, dúvidas, reclamações ou cancelamentos de **Produtos** e (ii) identificar outras demandas apresentadas pelos **Clientes**, buscando nas respectivas áreas as soluções necessárias para as ocorrências registradas;



- 5.7. **Ouvidoria:** (i) analisar e tratar, adequada e formalmente, as reclamações dos **Clientes** que não foram satisfatoriamente solucionadas pelo **SAC**, prestar os esclarecimentos necessários aos reclamantes sobre suas demandas e providências adotadas, (ii) engajar áreas e **Colaboradores** para obter os esclarecimentos e providências necessárias para as soluções das demandas, (iii) desenvolver métricas, estatísticas, indicadores e relatórios acerca das demandas, objetivando o aprimoramento dos controles internos e da qualidade dos **Produtos** e dos atendimentos e (iv) atuar como mediador de conflitos entre a instituição e os reclamantes;

Validade: Exercício 2018

Revisão: Abril de 2019