BancoDaycoval

Políticas Nº 420

Publicado em: **05/05/2025**
Revisão: **8**
Válido até: **30/04/2026**

Assunto: Política Institucional de Relacionamento com Clientes e Usuários de Produtos e de Serviços Financeiros

1) Objetivo
2) Aplicação
3) Implementação
4) Da Avaliação Periódica
5) Aprovação
6) Regra(s) Regulamenta(es)
7) Regra(s) de Execução do Negócio
8) Governança, Papéis e Responsabilidades
9) Diretrizes
9.1) Gestão de Atendimento
9.2) Do Relacionamento com o Consumidor
10) Ciclo de Vida dos Produtos
10.1) Da Concepção de Produtos
10.1.1) Perfil de Clientes
10.1.2) Acessibilidade às pessoas com deficiências
10.2) Da Pré-contratação
10.2.1) Da Oferta de Produtos
10.3) Da Contratação de Crédito e da Prestação de Serviço
10.3.1) Do Atendimento Presencial
10.3.2) Da Contratação por Meios Remotos
10.3.3) Da divulgação de Informação nos locais de Contratação.
10.4) Pós-contratação
11) Mecanismos de Metas e Incentivos
12) Sigilo e Privacidade das Informações
12.1) Da segurança de informações e operações
12.2) Canal "Não Perturbe"
13) Mecanismos de Acompanhamento
13.1) Gestão de Consequência
14) Disseminação (Interna e Externa)
14.1) Ciência da Política
14.2) Programa de Treinamentos
14.3) Divulgação
15) Guarda dos Registros e Informações
16) Exceções

Este PDF foi gerado através do visualizador de documentos

1) Objetivo

Estabelecer as regras e as diretrizes, que visam à constituição de relacionamento transparente e sólido, compatíveis com a natureza e com o perfil dos clientes e usuários do Conglomerado Prudencial Daycoval ("Conglomerado"), aumentando a satisfação e proporcionando uma aproximação contínua, em consonância com o determinado pelo Conglomerado nas políticas internas , regulamentações e legislações vigentes.

2) Aplicação

A todos os colaboradores do Conglomerado, abrangendo as fases de pré-contratação, de contratação e de pós-contratação de produtos e de serviços.

3) Implementação

Imediata, a partir da publicação na Intranet Corporativa - Portal de Instrumentos Normativos.

4) Da Avaliação Periódica

O conteúdo desta política deve ser objeto de avaliação e revisão, no mínimo, anual, pelo gestor responsável pela área de Relações com Clientes e Diretor responsável pela Res. CMN nº 4.949, de 2021.

5) Aprovação

Esta política deve ser submetida para avaliação e aprovação do Conselho de Administração, conforme previsto no art. 6º, parágrafo § 1º, inciso I, da Res. CMN nº 4.949, de 2021.

6) Regra(s) Regulamenta(es)

Resolução CMN nº 4.949, de 30 de setembro de 2021: Dispõe sobre princípios e procedimentos a serem adotados no relacionamento com clientes e usuários de produtos e de serviços.
Resolução BCB nº 155, de 14 de outubro de 2021: Dispõe sobre princípios e procedimentos a serem adotados no relacionamento com clientes e usuários de produtos e de serviços pelas administradoras de consórcio, pelas instituições de pagamento, pelas sociedades corretoras de títulos e valores mobiliários, pelas sociedades distribuidoras de títulos e valores mobiliários e pelas sociedades corretoras de câmbio autorizadas a funcionar pelo Banco Central do Brasil. (Redação dada, a partir de 1º/3/2024, pela Resolução BCB nº 368, de 25/1/2024.)
Resolução CMN nº 3.516, de 06 de dezembro de 2007: Veda a cobrança de tarifa em decorrência de liquidação antecipada de contratos de concessão de crédito e de arrendamento mercantil financeiro e estabelece critérios para cálculo do valor presente para amortização ou liquidação desses contratos.
Resolução CMN nº 3.919, de 25 de novembro de 2010: Altera e consolida as normas sobre cobrança de tarifas pela prestação de serviços por parte das Instituições Financeiras e demais instituições autorizadas a funcionar pelo Banco Central do Brasil.
Resolução CMN nº 4.860, de 23 de outubro de 2020: Dispõe sobre a constituição e o funcionamento de componente organizacional de Ouvidoria pelas instituições financeiras e demais instituições autorizadas a funcionar pelo Banco Central do Brasil.
Resolução CMN nº 4.935, de 29 de julho de 2021: Dispõe sobre a contratação de correspondentes no País pelas instituições financeiras e pelas demais instituições autorizadas a funcionar pelo Banco Central do Brasil.
Resolução Conjunta nº 8, de 21 de dezembro de 2023: Dispõe sobre medidas de educação financeira a serem adotadas por instituições financeiras, instituições de pagamento e demais instituições autorizadas a funcionar pelo Banco Central do Brasil.
Resolução CMN nº 5.057, de 15 de dezembro de 2022: Dispõe sobre a portabilidade de operações de crédito e de arrendamento mercantil financeiro.
Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990: Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências.
Lei nº 10.048 de 08 de novembro de 2000: Dá prioridade de atendimento às pessoas que especifica, e dá outras providências.
Lei nº 10.741, de 01 de outubro de 2003: Dispõe sobre o Estatuto do Idoso e dá outras providências.
Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018: Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD).
Decreto nº 10.046, de 9 de outubro de 2019: Dispõe sobre a governança no compartilhamento de dados no âmbito da administração pública federal e institui o Cadastro Base do Cidadão e o Comitê Central de Governança de Dados.
Decreto nº 11.034, de 5 de abril de 2022: Regulamenta a Lei nº 8.078 de 11 de setembro de 1990 - Código de Defesa do Consumidor, para estabelecer diretrizes e normas sobre o Serviço de Atendimento ao Consumidor.
Febraban - Consolidação dos Normativos de Autorregulação do eixo relacionamento com o consumidor - CNRC - Normativo Sarb nº 27/2023.
Norma nº 24: Estrutura de Controles Internos.
Norma nº 366: Normas API - Adequação do Perfil do Investidor (*Suitability*).
Política nº 21: Política de Novos Produtos.
Política nº 22: Política de Gerenciamento de Risco Operacional.
Política nº 96: Política do Componente Organizacional de Ouvidoria.
Política nº 1149: Política de Proteção de Dados.
Política nº 227: Código de Conduta.
Política nº 1471: Educação Financeira
Comitê nº 1020: Comitê Operacional de Novos Produtos.

Este PDF foi gerado através do visualizador de documentos

7) Regra(s) de Execução do Negócio

Não se aplica.

8) Governança, Papéis e Responsabilidades

Conselho de Administração	• Aprovar a instituição das regras e diretrizes para os Canais de Atendimento, de acordo com os objetivos e missão do Conglomerado, regulamentações e legislações vigentes.
Diretor responsável pela Res. CMN nº 4.949, de 2021.	• Estabelecer as regras e as diretrizes para promover a cultura organizacional que incentive o relacionamento cooperativo e equilibrado com os clientes e usuários.
Comitê Operacional de Canais de Atendimento ao Cliente (Central de Atendimento e Canais de Atendimento Digital)	• Assegurar a aderência do Conglomerado às regulamentações e legislações vigentes, relacionadas aos seus produtos e serviços de atendimento ao cliente, visando ao cumprimento de suas diretrizes e estratégias; • Assegurar a gestão do atendimento prestado a clientes e usuários, inclusive o registro e o tratamento de demandas; • As ações acima devem ser realizadas, de acordo com a composição e responsabilidades estabelecidas no documento do Comitê Operacional de Canais de Atendimento ao Cliente (Central de Atendimento e Canais de Atendimento Digital); • Analisar as ações de monitoramento referentes a essa Política; • Acompanhar a efetividade e cumprimento do estabelecido nesta Política, bem como os Planos de Ação quando verificada deficiências em relação aos aspectos normatizados pela PRC; • Acompanhar e validar os indicadores de relacionamento com cliente na gestão de incentivo ;
Superintendência de Relações Com Clientes (1ª Linha de Defesa)	• Estabelecer regras e diretrizes de excelência no atendimento ao cliente, no âmbito administrativo e comercial e para cumprimento das áreas que atuam nos Canais de Contato, embasadas nas regulamentações e legislações vigentes, bem como nas estratégias definidas pelo Conglomerado para o cumprimento e implementação dos princípios descritos neste Normativo em toda a Instituição, para promover a cultura organizacional que incentive o relacionamento cooperativo com clientes e usuários; • Assegurar a aderência do Conglomerado, de acordo com o determinado neste Normativo, legislações e regulamentações vigentes (pertinentes ao relacionamento com clientes e usuários), visando o cumprimento de suas diretrizes e estratégias; • Realizar monitoria para análise da qualidade dos atendimentos realizados aos clientes e usuários de serviços, por meio de métricas, indicadores e demais ferramentas de gerenciamento a implementação das regras deste Normativo, a avaliação de sua efetividade e a identificação de correção de eventuais deficiências; • Identificar e implementar inovações ou melhorias nos sistemas ou processos que envolvem o relacionamento com clientes e usuários de produtos e serviços; • Realizar quando necessário testes de qualidade para verificação da resolutividade dos pedidos ou reclamações;

Este PDF foi gerado através do visualizador de documentos

	• Realizar o acompanhamento e controle para cumprimento dos prazos; • Acompanhar os indicadores de atendimento para aderência à Política de Relacionamento com Clientes e usuários de Produtos e Serviços e diretrizes desta norma, devendo sugerir melhorias nos processos, sistemas com objetivo de resolutividade nos canais; • Acompanhar as leis vigentes, visando a manter descritos neste documento devidamente atualizados; • Criar o material e disponibilizar para o Treinamento e reciclagem sobre a Política Institucional de Relacionamento com Clientes e Usuários de Serviços e Produtos Financeiros.
Ouvidoria (1ª Linha de Defesa)	• Mediar os conflitos entre o Conglomerado e os clientes e usuários de seus produtos e serviços; • Participar do processo de disseminação e acompanhamento desta Política, visando a garantir sua efetividade.
Gestores das áreas responsáveis pelos Produtos, Negócios e Serviços do Conglomerado (1ª Linha de Defesa)	• Assegurar a consistência das rotinas e dos procedimentos operacionais pertinentes ao relacionamento de clientes e usuários na concepção, oferta, recomendação, contratação e distribuição de produtos e serviços, bem como em sua extinção da relação contratual; • Assegurar os requisitos de segurança pertinentes aos produtos e serviços, bem como sua correta divulgação e publicidade; • Assegurar a cobrança adequada de tarifas; • Assegurar o cumprimento de regras concernentes à liquidação antecipada de dívidas ou de obrigações; bem como de transferência de relacionamento para outra instituição a pedido do cliente; • Garantir o cumprimento das determinações deste Normativo por todos os integrantes de suas equipes, bem como pela utilização e gestão do ativo em nível gerencial ou diretivo; • Disponibilizar aos Canais de Atendimento, as regras e as diretrizes de cada serviço e produto.
Governança, Riscos e Compliance (2ª Linha de Defesa)	• Por meio de métricas e indicadores, acompanhar, controlar e propor mitigadores de riscos, com vistas a assegurar: - o monitoramento do cumprimento da política e regulamentações vigentes; - a avaliação da sua efetividade; e - a identificação e a correção de eventuais deficiências. • Proceder de acordo com as regras e diretrizes estabelecidas na Política de Gerenciamento de Risco Operacional e na Estrutura de Controles Internos.
Auditoria Interna (3ª Linha de Defesa)	• Realizar testes periódicos relacionados ao monitoramento e controle, efetuado pela área de Relações com Clientes, da implementação das disposições deste Normativo, do seu cumprimento, da avaliação de sua efetividade e a identificação de correção de eventuais deficiências.

Este PDF foi gerado através do visualizador de documentos

Marketing	• Assegurar a correta divulgação e publicidade de produtos e serviços.
Recursos Humanos	• No processo de admissão deve ser disponibilizado ao colaborador o "Declaração de aceite a Políticas Institucionais" obrigatórias; • Realizar treinamentos e reciclagem sobre Política Institucional de Relacionamento com Clientes e Usuários de Serviços e Produtos Financeiros; • Controlar e acompanhar a efetividade da realização do Curso e Treinamento em relação a Política de Relacionamento com Clientes e Usuários de Serviços e Produtos Financeiros.
Jurídico	• Nos contratos firmados com prestadores de serviços deve garantir que conste cláusula contratual na qual concordem e se comprometam a observar às disposições estabelecidas nesta política, responsabilizando-se pelas consequências legais e contratuais decorrentes da inobservância, por seus colaboradores e pela empresa; • Garantir a realização de análises preventivas dos contratos de prestadores de serviços ou terceiros contratados, de acordo com a legislação civil e regulamentações vigentes.
Todos os colaboradores e prestadores de serviços ou terceiros contratados do Conglomerado	• Cumprir as determinações deste Normativo, bem como caso tomar conhecimento de qualquer tipo de fragilidade ou irregularidade de qualquer natureza, que viole as regras definidas ou afete seus princípios, informar ao Canal de Comunicação - Denúncias e/ou ao superior imediato para o devido registro e ações necessárias.

Este PDF foi gerado através do visualizador de documentos

9) Diretrizes

O Conglomerado Prudencial Daycoval ("Conglomerado") tem a missão de oferecer soluções financeiras com excelência, segurança e agilidade, contribuindo para o desenvolvimento de seus clientes e parceiros, seguindo preceitos de sustentabilidade econômica e responsabilidade social. Assim, esta política visa a garantir o cumprimento da missão, seguindo os princípios de ética, responsabilidade, transparência e diligência, propiciando a convergência de interesses e a consolidação de imagem institucional de credibilidade, segurança e competência, bem como regras a serem adotadas no relacionamento com clientes e usuários de produtos e serviços.

O conjunto de nossos valores corporativos deve ser a nossa identidade e deve estar replicado na condução das atividades de todos os colaboradores do Conglomerado, em conformidade com este Normativo e seus respectivos princípios, visando ao bom e eficiente atendimento de nossos clientes e usuários, devendo tratar todos com igualdade de direitos e sem qualquer distinção, com respeito ao ser humano e a à individualidade

Conforme disposto no Art. 6º, § 2º, da Resolução CMN 4.949, de 30 de setembro de 2021, foi adotada política única, cujas regras abrangem as fases de pré-contratação, de contratação e de pós-contratação de produtos e serviços, e se aplicam para o Conglomerado Prudencial Daycoval ("Conglomerado").

9.1) Gestão de Atendimento

As regras e diretrizes estabelecidas neste Normativo determinam como os colaboradores, prestadores de serviços e envolvidos devem proceder, refletindo a ética, diligência, transparência e responsabilidade do Conglomerado, demonstrando esforços para colocar seus valores, sua visão e missão em prática, devendo todos primarem pela qualidade e diligência.

O Conglomerado deve ter uma postura ética, zelando pelo respeito permanente e pela preservação da civilidade, da cortesia e da empatia, dispensando tratamento justo e equitativo, de acordo com o determinado no Código de Conduta.

Para certificação da observância dos princípios norteadores deste Normativo, deve-se assegurar que as estratégias e diretrizes no âmbito comercial e administrativo sejam orientadas a promover a cultura organizacional que incentive relacionamento cooperativo e equilibrado com clientes e usuários, assegurando conformidade e legitimidade de produtos e de serviços desde sua concepção, considerando seus perfis de relacionamento e eventuais vulnerabilidades associadas.

Para que seus clientes e usuários tenham acesso às informações adequadas sobre os produtos e serviços contratados e disponibilizados pelo Conglomerado, todas as informações relacionadas às características destes e informações referentes ao tratamento de suas demandas devem ser disponibilizadas aos clientes nos canais de contato e/ou ambiente virtual.

Para assegurar a aderência do Conglomerado às legislações e regulamentações vigentes, relacionadas aos seus produtos e serviços de atendimento ao cliente, é imprescindível o cumprimento das diretrizes e regras estabelecidas neste Normativo, bem como dos procedimentos descritos no Manual de Procedimentos SAC e CAC (Central de Atendimento e Canais de Atendimento Digital).

9.2) Do Relacionamento com o Consumidor

Esta política tem por objetivo estabelecer diretrizes e procedimentos que promovam o aperfeiçoamento dos padrões de qualidade e serviços no relacionamento com os clientes.

Os princípios que sintetizam os compromissos são:

I. Ética e legalidade, agir de modo ético, razoável e justo em relação ao funcionamento do mercado, à sociedade e ao meio-ambiente, respeito à livre concorrência e a liberdade de iniciativa, atuar em conformidade com a legislação e regulamentação vigentes;
II. Respeito ao cliente, com tratamento de forma justa e transparente, com atendimento eficiente, cortês e digno, assistir o consumidor na avaliação dos produtos e serviços adequados às suas necessidades e garantir a segurança e confidencialidade de seus dados pessoais, conceder crédito de forma responsável e incentivar o uso consciente do crédito;
III. Comunicação eficiente, que significa conceder informações de forma responsável e que sejam úteis, em linguagem simples, acessível e no tempo oportuno para permitir ao consumidor tomar decisões melhores, informadas, conscientes e embasadas;
IV. Melhoria contínua, que estabelece o compromisso de aperfeiçoar padrões de conduta, elevar a qualidade dos produtos, níveis de segurança e eficiência dos serviços.

Este PDF foi gerado para uso de visualização de documentos

Nos atendimentos realizados aos consumidores serão observadas as seguintes regras:

I. Qualquer que seja o canal de atendimento, observadas as normas aplicáveis, todos os consumidores devem ser tratados sem discriminação por sexo, idade, cor, religião, estado civil ou condição física;
II. Será receptiva a quaisquer reclamações, considerando-as para a melhoria contínua dos seus serviços e provendo resposta às demandas que o exigirem;
III. Os colaboradores e prepostos, em qualquer dos canais de atendimento, estarão aptos a receber e encaminhar as suas demandas, ou, conforme o caso, a orientar o consumidor quanto aos canais de atendimento adequados;
IV. Adotar meios eficientes de comunicação e relacionamento, inclusive o eletrônico, com os consumidores, na medida da disponibilidade e possibilidade do Banco;
V. Assegurar informações úteis e operações eficientes e simples, observadas a regulação vigente e as normas de proteção ao consumidor;
VI. Não deve ser admitida a imposição de barreiras mediante critérios ou procedimentos desarrazoados que impeçam o término de relação contratual ou transferência de relacionamento para outra instituição (portabilidade) por solicitação do cliente, devendo ser respeitada as condições contratuais pactuadas, legislação e regulamentação vigente.
Este procedimento deve ser seguro, eficiente, simplificado, com informações claras e transparentes, observando o cumprimento das regras e prazos previstos na legislação e regulamentação vigente, e ainda, deve promover o relacionamento cooperativo e equilibrado com o cliente, observando princípios de ética, responsabilidade, transparência e diligência, sempre atentando-se ao público potencialmente vulnerável.

VII. Serão adotadas as medidas previstas na Norma nº 524,- Canais de Contato de Primeira Instância - Clientes e -Usuários e Manual nº 523 - Manual de Procedimentos SAC/CAC.
Nos tratamentos das demandas será garantido:

I. Tempestividade;
II. Segurança;
III. Privacidade;
IV. Resolutividade da demanda;
V. Dignidade;
VI. Boa-fé;
VII. Transparência;
VIII. Eficiência;
IX. Eficácia;
X. Celeridade;
XI. Cordialidade.

10) Ciclo de Vida dos Produtos

O ciclo da vida dos produtos para fins desta Política consubstancia-se em concepção do produto, pré-contratação, na contratação e na pós-contratação.

10.1) Da Concepção de Produtos

A concepção dos produtos deve ser desenhada estabelecendo o público alvo e perfil dos clientes e usuários, nos termos da Política de Novos Produtos, devendo ser submetido ao Comitê de Novos Produtos para que haja sempre convergência de interesses entre a necessidade do cliente e do Banco, devendo o Comitê verificar a aderência do novo produto à presente Política.

10.1.1) Perfil de Clientes

Devem ser respeitadas as regras e políticas que tem por objetivo estabelecer critérios de "adequação de produtos e serviços" adequados ao perfil do cliente, assim, como a qualidade e segurança, com vistas a sustentabilidade e à harmonia das relações de consumo nas operações financeiras, bem como assegurar que a oferta de produtos e serviços financeiros seja adequada às necessidades, aos interesses e aos objetivos dos consumidores.

Para fins dessa política, seguem alguns perfis de clientes:

Este PDF foi gerado através do visualizador de documentos

a) Clientes Investidores:

A análise do Perfil Investidor (API) é uma metodologia desenvolvida para auxiliar o cliente a identificar o seu perfil de investidor e consta na Norma n. 366.

A classificação dos tipos de perfis definidos na Avaliação de Perfil e Investimento contém as características a seguir: (i) Perfil Conservador; (ii) Perfil Moderado; (iii) Perfil Arrojado, nos termos da referida norma.

b) Clientes Tomadores de Crédito:

Para a contratação de crédito responsável deve-se verificar a adequação da oferta de crédito realizada ao perfil econômico e à capacidade de pagamento do consumidor contratante.

Nas lâminas de novos produtos, resultantes da conclusão do comitê de novos produtos, devem levar em consideração se existe a possibilidade de clientes com perfil vulnerável.

c) Clientes com Perfil Vulnerável:

São considerados vulneráveis, dentre outros, os consumidores que, devido a sua condição pessoal, demonstrem menor capacidade de compreensão e discernimento para análise e tomada de decisões ou de representar seus próprios interesses.

Podem ser consideradas características dos públicos vulneráveis, isoladamente ou em conjunto, dentre outras:

I.Capacidade civil;
II. Deficiência física ou mental;
III. Doença grave, nos termos da legislação;
IV. Superendividamento;
V. Grau de escolaridade;
VI. Habilidade e/ou maturidade digital;
VII. Idade, nos termos estabelecidos pela Lei nº 10.741/2003 (Estatuto do Idoso), com idade igual ou superior a 60 anos.;
VIII. Renda.

A análise das vulnerabilidades deve levar em consideração toda a base de clientes do Conglomerado, devendo ser criado modelo para identificação e instituição de mecanismos de proteção mitigatórios de risco especificamente voltados ao público potencialmente vulnerável.

A oferta de produtos e serviços será adequada às necessidades, interesses e aos objetivos dos consumidores potencialmente vulneráveis, que terão acesso a informações claras e transparentes, proporcionando-lhes plenas condições para uma tomada de decisão consciente a respeito de seus produtos e serviços, sendo que deverá ser dado amplo conhecimento dos mecanismos de proteção voltados a este público

O cliente que se enquadrar na categoria de público vulnerável deve ter atendimento especial e prioritário conforme normas específicas de cada produto, se aplicável.

Com o objetivo de sensibilizar e promover o aculturamento dos colaboradores, o Conglomerado adota medidas e aplica treinamento para conhecimento de todos, sobre os mecanismos de proteção voltados ao público vulnerável previsto nesta Política e demais normativos.

10.1.2) Acessibilidade às pessoas com deficiências

Para garantir o acesso a todas as pessoas, o Conglomerado Daycoval disponibiliza acessos e canais exclusivos para as pessoas com deficiência, buscando investir em processos, infraestrutura e tecnologia:

• Atendimento Acessível em Libras (língua brasileira e sinais): Está disponível no sítio de Internet, o Atendimento em Libras, para Surdos e Pessoas com Deficiência Auditiva, podendo ser acessado por meio da página https://www.daycoval.com.br/, sendo possível a tradução virtual do conteúdo do site de português para Libras através de uma solução de acessibilidade web. Realiza concomitantemente, tradução de textos, imagens, PDF, links etc., por um avatar animado, da Língua Portuguesa para Língua Brasileira de Sinais (LIBRAS). Auxiliando assim um melhor entendimento para aqueles que têm como primeira língua a LIBRAS.

• Atendimento Acessível em Voz: Realiza concomitantemente a leitura de textos, imagens, PDF, links etc. em português, espanhol e inglês através de voz, auxiliando todas as Pessoas com alguma dificuldade de leitura como, por exemplo, as pessoas com baixa visão, pessoas com deficiência visual, síndrome de down e disléxicos.

Este PDF foi gerado através do visualizador de documentos

• Atendimento com recursos de leitura e acessibilidade como por exemplo: Contraste Invertido, Contraste Escuro, Contraste Claro, Contraste Dessaturado, Links Destacados. ,Guia De Leitura, Máscara De Leitura, Fonte Amigável Para Dislexia, Espaçamento de Texto, Aumentar O Tamanho Do Texto, Texto Alternativo Para Imagens e Pausa De Animação.

• Central de Atendimento a Surdos e Pessoas com Deficiência Auditiva ou de Fala: Está disponível o canal exclusivo que pode ser acessado através do número 0800 775 2005.

• Chat Bot (Dayane): Está disponível o Chat Bot e atendimento via Assistente Virtual, Dayane, que pode ser acessado na página do Site, https://www.daycoval.com.br/atendimento, ou via Whats App através do número +11 99111 6583 e via aplicativo do Banco Daycoval.

• Para atendimento presencial, as instalações físicas da sede administrativa possuem acessibilidade a pessoas com mobilidade reduzida ou cadeirantes.

10.2) Da Pré-contratação

O Conglomerado deve transmitir informações completas a respeito dos produtos e serviços oferecidos a seus clientes e usuários, que devem receber no ato da contratação todas as informações a respeito de custos e despesas das operações.

Os contratos devem ser redigidos de forma clara e inteligível apresentando os encargos e características do produto, devendo prever as condições e implicações em caso de extinção da relação contratual.

O resumo contratual de crédito deve assegurar transparência, lealdade, informações objetivas e eficiência nas relações com o cliente.

Os materiais de comunicação e as ações promocionais devem ser utilizados de forma clara, objetiva e transparente sempre em conformidade com a legislação e regulamentação vigente, sendo que as vendas devem ser conduzidas de tal forma que visem ao total esclarecimento do cliente e usuário sobre as condições contratuais que lhe estão sendo ofertadas.

Respeitadas as características e limitações de cada mídia e veículo, a publicidade dos produtos de crédito deverá envolver elementos e processos que orientem o uso responsável do crédito em consideração à Educação Financeira.

Para a execução de ações de Educação Financeira, são adotados os princípios:

I. **Valor para o cliente:** levar a clientes e usuários informações e ações úteis e relevantes para a sua vida financeira, inclusive a forma de concessão de incentivos;
II. **Amplo alcance:** garantir acesso às ações ao universo de seus clientes e usuários;
III. **Adequação e personalização:** disponibilizar conteúdo, linguagem, momento e canal mais adequados para as ações frente às características e às necessidades dos clientes e usuários e considerando o nível de complexidade e risco dos produtos e serviços financeiros;
IV. **Avaliação e aprimoramento:** mensurar a efetividade das ações em face a seus objetivos, melhorando a abordagem utilizada a cada interação com os clientes e usuários.

Os anúncios não conterão informação de qualquer natureza que, direta ou indiretamente, por implicação, omissão, exagero ou ambiguidade, leve o consumidor a erro.

10.2.1) Da Oferta de Produtos

O compromisso com o respeito ao cliente integra as políticas e diretrizes de comunicação, publicidade e oferta de operações de crédito, as quais devem ser claramente estabelecidas, divulgadas e disseminadas, com indicação clara e objetiva dos meios colocados à disposição do consumidor para obtenção de esclarecimentos, observações e com orientação para o uso responsável do crédito.

Considera-se "oferta", a disponibilização de serviços ou produtos para contratação direta ou mediante correspondente no país, por meio de qualquer canal presencial ou remoto e distinta de marketing ou publicidade.

A oferta de produto de crédito ou serviços ao consumidor, inclusive por meios eletrônicos, telefone e/ou correspondente, deve ser objetiva, clara, precisa, leal, correta e completa, adequada à natureza e à complexidade da operação ou do serviço, sobre todos os aspectos essenciais ao produto ou serviço prestado e devem ser abordadas todas as características do produto, permitindo o entendimento do conteúdo e a identificação de : taxas, tarifas incidentes, eventuais pagamentos a terceiros envolvidos na operação, eventuais seguros, tributos, custo efetivo total (CET), prazos, datas, locais e demais condições.

Este PDF foi gerado através do visualizador de documentos

A oferta de produtos, sem prejuízo de outras normas aplicáveis deverá:

I. Utilizar linguagem simples, clara e sempre que possível sem o uso de expressões técnicas ou jurídicas;
II. Permitir fácil leitura especialmente pelos meios eletrônicos e ser audível nas contratações por voz;
III. Identificar a Instituição Financeira que realiza a oferta;
IV. Ser direcionada aos clientes que se enquadrem no público alvo para oferta do produto ou serviço ofertado.

Para fins de contribuir para a solidez e a eficiência do Sistema Financeiro Nacional, no momento da contratação deve-se informar ao cliente com a promoção de ações efetivas de Educação Financeira para que os clientes gerenciem adequadamente seus recursos, em alinhamento ao Conceito de Cidadania Financeira, contribuindo para o uso consciente de produtos e serviços financeiros, incluindo crédito.

Nas operações de crédito realizadas mediante canais remotos, o cliente deverá ser alertado sobre os cuidados a serem adotados na escolha do tipo de modalidade de crédito contratado, assim como sobre a possibilidade de esclarecer suas dúvidas e sobre o procedimento e prazo para desistência da contratação.

10.3) Da Contratação de Crédito e da Prestação de Serviço

Na contratação dos produtos e serviços ofertados deve ser verificada a adequada oferta de crédito a ser realizada com base no perfil econômico e à capacidade de pagamento do consumidor contratante, por meio das informações declaradas e disponíveis nos bancos de dados públicos e privados de crédito, dados estes que também devem permitir identificar e qualificar os clientes e usuários para fins de início e manutenção de relacionamento.

A oferta de produtos e serviços financeiros deve ser adequada as necessidades, aos interesses e aos objetivos dos clientes e usuários, com observância aos consumidores potencialmente vulneráveis e idosos, que terão acesso a informações claras e transparentes,

proporcionando-lhes plenas condições para tomada de decisão consciente a respeito dos produtos e serviços.

Devem ser prestadas aos clientes, de forma clara e precisa, as informações para sua livre escolha e tomada de decisão, incluindo os seus direitos e deveres, responsabilidades, custos, penalidades e eventuais riscos relacionados ao produto ou serviço, tais como definidos nos Termos e Condições do Contrato.

O resumo contratual tem por objetivo assegurar de forma transparente, clara e precisa a informação sobre as principais cláusulas do contrato de crédito e não substitui ou afasta o contrato celebrado, podendo ser enviado, quando aplicável, por meios eletrônicos, como serviços de mensageiras, correios eletrônicos ou demais meios que dê ao cliente ciência e transparência da operação que está celebrando.

Os Termos e Condições do contrato serão elaborados em linguagem simples que facilite o entendimento do cliente, com destaque para as cláusulas mais relevantes para a tomada de decisão consciente.

Ainda deve ser informada a identificação dos usuários finais, beneficiários de pagamento ou transferência, em demonstrativos e extratos de contas de depósitos e contas de pagamento pré-paga, inclusive nas situações em que o serviço de pagamento envolver instituições participantes de diferentes arranjos de pagamento. O encaminhamento de instrumento de pagamento ao domicílio do cliente ou sua habilitação deve ocorrer somente mediante sua expressa solicitação ou autorização.

A consulta e o registro das informações pessoais do cliente observarão os limites da legislação específica sobre o tratamento de dados pessoais.

10.3.1) Do Atendimento Presencial

O Conglomerado disponibilizada o canal de atendimento presencial, para os clientes e usuários de produtos que desejarem registrar solicitações, reclamações ou buscar informações.

O atendimento é realizado por atendentes especializados do SAC e/ou Central de Atendimento ao Cliente que, recepcionam os clientes e/ou usuário de produtos e/ou não clientes, podendo prestar esclarecimentos imediatos ou realizam o registro de suas solicitações, buscando solucionar e orientar para que o atendimento ocorra de forma esclarecedora e resolutiva com a satisfação do cliente.

Este PDF foi gerado através do visualizador de documentos

O Conglomerado garante a acessibilidade com a adaptação do atendimento conforme regras previstas na ABNT e demais normas em vigor.

10.3.2) Da Contratação por Meios Remotos

A contratação originária de crédito por meios remotos deve seguir diretrizes e procedimentos mínimos que assegurem confiança, qualidade, transparência e eficiência da contratação.

Consideram-se meios remotos de contratação de crédito os canais não presenciais disponibilizados que permitam a contratação de operações de crédito por clientes, pessoas físicas, a saber:

I. Telefone;
II. Dispositivos móveis de comunicação (*Mobile Banking);*
III. Internet (*Internet Banking).*

Nas contratações realizadas por meios remotos, o direito de desistência poderá ser exercido, a critério do consumidor, pelo mesmo meio utilizado para a contratação, sem prejuízo de outros meios disponibilizados, podendo o cliente desistir da contratação no prazo até sete dias do recebimento dos valores.

10.3.3) Da divulgação de Informação nos locais de Contratação.

Os serviços prestados ou colocados à disposição dos consumidores podem ser remunerados mediante tarifas, que deverão ser informadas quando aplicáveis aos produtos e serviços, sua periodicidade e progressividade, conforme o caso, bem como a forma pela qual são cobradas, devendo estar prevista no contrato firmado ou ter sido o respectivo serviço previamente autorizado pelo cliente.

As tarifas serão disponibilizadas em local visível nas agências e na Internet, em tabelas com as tarifas de cada tipo de serviço, bem como com a relação dos produtos e serviços não tarifados segundo as normas do Banco Central do Brasil. A mesma regra se aplica aos correspondentes no país, cuja divulgação é obrigatória em seus recintos.

No momento da contratação deve ser esclarecido para o consumidor, de forma clara e objetiva quais as consequências da falta de pagamento e qual o procedimento para solicitar a liquidação antecipada de pagamento, total ou parcial.

10.4) Pós-contratação

(i) Canais de Contato e Tratamento de Demandas

Entende-se por canais de contato os pontos que o Daycoval disponibiliza para a inteiração com clientes e usuários, seja presencial ou por meio de soluções telefônicas ou digitais, ou qualquer outra que por ventura estabeleça o contato do cliente e/ou usuário com o Conglomerado.

O Daycoval deve sempre zelar pela facilidade do contato de seu cliente para solicitação de serviços, incluindo o fornecimento de contratos, recibos, extratos, comprovantes e outros documentos e informações relativos a operações e a serviços, bem como para o esclarecimento de dúvidas por meio de seus canais de contato, seja na pré-contratação, na contratação e na pós-contratação.

O tratamento das demandas, solicitações e reclamações deve ser feito de forma tempestiva visando sempre à resolutividade, conforme disposto na Norma Canais de Contato de Primeira Instância - Clientes e Usuários, bem como na Política do Componente Organizacional de Ouvidoria.

Nos casos em que as demandas não puderem ser solucionadas imediatamente, durante o atendimento, será priorizado o tratamento de demandas registradas pelos consumidores idosos nos canais de atendimentos, sendo levado em consideração a idade e demais características do consumidor idoso nas soluções de eventuais reclamações desse público.

(ii) Mediação

A Ouvidoria, nos termos do que dispõe a Política do Componente Organizacional de Ouvidoria, tem a responsabilidade de assegurar a estrita observância das normas legais e regulamentares relativas aos direitos do consumidor e de atuar como canal de comunicação de última instância entre o Conglomerado, clientes e usuários de seus produtos e serviços, inclusive na mediação de conflitos.

Este PDF foi gerado através do visualizador de documentos

(iii) Gestão de Cobrança

No processo de cobrança para clientes em situação de inadimplência ou com obrigações em atraso, deve ser feito de forma respeitosa, devendo ser dispensado tratamento tolerante e paciente e de acordo com a política de crédito responsável será disponibilizado ao cliente inadimplente, mediante solicitação, proposta de tratamento e negociação de dívidas, havendo política de monitoramento preventivo dos consumidores endividados, com a adoção de medidas ativas e preventivas.

Serão adotadas medidas de transparência e confiança no tratamento dos superendividados, com o estabelecimento dos procedimentos para atender aos pedidos de negociação de dívidas serem analisados caso a caso, segundo as regras de cada produto e negócio.

O tratamento e a negociação das dívidas do cliente em situação de endividamento são expressões do exercício da liberdade e negociação e serão orientados pelos seguintes princípios, sem prejuízo de outros aplicáveis:

I. Exercício da liberdade de negociação;
II. Equidade e boa-fé;
III. Transparência do processo;
IV. Sustentabilidade do acordo e concessão responsável do crédito;
V. Orientação financeira do consumidor e
VI. Acesso aos canais de tratamento e negociação.

Os consumidores adimplentes que evidenciem poder incorrer no inadimplemento, mediante solicitação também devem receber tratamento de acordo com as respectivas políticas de negociação e premissas de crédito responsável.

Na negociação de dívidas com o consumidor será sempre considerada a sustentabilidade de acordo e quando possível, mediante a política de crédito vigente, contemplando a totalidade dos débitos existentes e quando não for possível a negociação da totalidade dos débitos, o cliente deve receber informações sobre quais dívidas estão sendo objeto da negociação e quais valores ou contratos permanecerão pendentes, com a indicação da forma e canais para

negociá-los e informação quanto às consequências do não pagamento.

No caso de clientes com capacidade reduzida de pagamento será realizado o tratamento e a negociação de dívidas de forma ativa e receptiva, devendo haver o recebimento de propostas apresentadas pelos clientes, com respostas claras, precisas e objetivas para os respectivos pedidos.

A dívida do cliente poderá ser transferida para uma empresa de cobrança, que tratará do cliente de forma cordial e respeitosa, contatando-o nos horários legalmente permitidos.

11) Mecanismos de Metas e Incentivos

Os sistemas de metas e incentivos ao desempenho de empregados e terceiros que atuem em seu nome devem ser aderentes às diretrizes e princípios deste Normativo, devendo:

I - promover o equilíbrio das metas de resultados e de incentivos associadas ao desempenho de funcionários e de correspondentes no País com as diretrizes e os valores organizacionais previstos na política institucional; e

II - tratar adequadamente eventuais desvios relacionados ao contido no item I.

12) Sigilo e Privacidade das Informações

O Conglomerado deve estar sempre em busca de obter as informações necessárias sobre seu cliente, com o intuito exclusivo de aprimorar o seu conhecimento sobre estes e, consequentemente, de potencializar o relacionamento com o cliente.

As informações do cliente devem ser utilizadas de maneira adequada nos canais de contato com objetivo maior de beneficiá-lo, sendo que o Conglomerado deve manter controle das informações fornecidas pelo seu cliente, de forma a preservar sua integridade e obedecer aos padrões de segurança e confidencialidade, sempre em conformidade com as regulamentações e legislações vigentes no País, como estabelece a Política de Segurança da Informação, devendo estabelecer a coleta, tratamento e manutenção de informações dos cientes em bases de dados.

Este PDF foi gerado através do visualizador de documentos

Deve ser assegurada a privacidade e o sigilo de todas as informações pessoais do cliente, mesmo quando ele não for mais cliente.

O Daycoval não comercializa, cede ou troca os dados de seu cliente.

Todos os parceiros comerciais, fornecedores e colaboradores devem estar comprometidos a manter absoluto sigilo no tocante às informações, aos dados e aos documentos recebidos dos clientes.

Serão observados os mais estritos padrões éticos no trato de informações pessoais, não revelando detalhes sobre a movimentação financeira a ninguém, exceto:

I. Se tiver que fornecer informações por determinação legal, regulatória ou judicial; ou
II. Se o cliente solicitar ou permitir revelar as suas informações.

12.1) Da segurança de informações e operações

O Conglomerado possui Política de Proteção de Dados e Política de Privacidade e Termos de Uso, divulgadas no sitio eletrônico, que estabelecem as regras e diretrizes para o tratamento dos dados pessoais, além de medidas eficazes e capazes de demonstrar a observância e o efetivo cumprimento de normas de Proteção de Dados Pessoais dos Titulares, bem como procedimentos para o exercício dos direitos do titular, em conformidade com a Lei nº 13.709/2018 - Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD).

Desta forma, os procedimentos visam proteger os dados e documentos do consumidor, considerando, dentre outras, as seguintes medidas:

I. Manter os processos e sistemas seguros e confiáveis, de modo a preservar a integridade, confiabilidade, segurança e sigilo das transações realizadas nos canais de atendimento;
II. Disponibilizar informações que capacitem o consumidor a seguir os procedimentos e utilizar adequadamente os dispositivos de segurança;
III. Efetuar, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, eventuais alterações que o consumidor solicite para

reparar inexatidão de seus dados.
IV. Avisar quando gravar conversas telefônicas;
V. Informar os procedimentos e canais disponíveis para comunicar o extravio ou o roubo de cheque ou cartão.
VI. Adotar as diretrizes previstas na LGPD e na Política de Proteção de Dados.

12.2) Canal "Não Perturbe"

São disponibilizados aos clientes os canais das Centrais de Atendimento ao Cliente, sendo SAC, CAC, Chat Institucionais, que possuem autonomia para registrar o protocolo solicitando o bloqueio de ligações para clientes que desejarem não receber ligações de telemarketing.

É disponibilizada a opção de Tratamento de dados, que será utilizada em situações em que o cliente deseja retirar, bloquear ou excluir telefone, e-mail ou outro meio de comunicação por acionamentos do Banco ou de seus parceiros.

13) Mecanismos de Acompanhamento

Área de Relações com Clientes (1ª Linha de Defesa)

Instituir mecanismos de acompanhamento, de controle e de mitigação de riscos, de forma a assegurar a implementação da regras estabelecidas nesta política, garantir o seu cumprimento pelos colaboradores afetos ao relacionamento com clientes por meio de métricas e indicadores adequados, a avaliação da sua efetividade e a identificação e correção de eventuais deficiências encontradas em relação aos aspectos normatizados nesta política, que deverão ser submetidas ao Comitê Operacional de Canais de Atendimento ao Cliente para análise de planos de ação e, gestão de consequências, quando aplicável.

Área de Governança, Riscos e Compliance (2ª Linha de Defesa)

Identificar, avaliar, acompanhar, monitorar e controlar os riscos envolvidos nos mecanismos de acompanhamento e de controle instituídos pela área de relações com clientes, por meio de indicadores e demais ferramentas de gerenciamento de riscos, que visam a garantir o cumprimento da política e regulamentações vigentes, bem como, identificar oportunidades de melhoria ou ajustes em processos, em função das avaliações realizadas, atuando junto a área, para alinhamento de plano de ação mitigatório, quando aplicável, conforme determinado na Política de Gerenciamento de Risco Operacional.

Este PDF foi gerado através do Visualizador de documentos

O resultado do trabalho deve ser apresentado por meio de relatório ao Comitê de Governança, Riscos e Compliance e, posteriormente é dado ciência ao Conselho de Administração.

Auditoria Interna (3ª Linha de Defesa)

Realizar testes periódicos, consistentes com os controles internos desta instituição, relativos aos mecanismos de acompanhamento, de controle e de mitigação de riscos, realizados pela área de relações com clientes, que asseguram a implementação, cumprimento e efetividade das regras estabelecidas nesta política, visando a avaliar a adequação, a conformidade, a eficiência e eficácia destes processos.

13.1) Gestão de Consequência

O descumprimento as políticas internas e/ou na legislação vigente pode sujeitar o colaborador às sanções legais, às medidas disciplinares e administrativas, independentemente do cargo ocupado pelo colaborador, conforme previsto no item 7.8, do Código de Conduta.

Para os prestadores de serviços (correspondentes), dependendo da gravidade, as medidas podem incluir advertências, aplicação de multas, suspensão das atividades do correspondente e, em casos mais severos, rescisão do contrato com o correspondente, conforme previsto no plano de qualidade dos correspondentes (ID527).

Importante ressaltar que as regras estabelecidas no Código de Conduta também se aplicam aos prestadores de serviços ou terceiros contratados pelo conglomerado, conforme previsto no item 2 deste Código de Conduta.

14) Disseminação (Interna e Externa)

14.1) Ciência da Política

No processo de admissão todos os colaboradores devem receber e dar ciência ao conteúdo desta política.

Na contratação de prestadores de serviços deve constar em contrato cláusula que garanta o cumprimento das regras estabelecidas nesta política. Assim como, sua responsabilidade pelas consequências legais e contratuais decorrentes da inobservância, por seus colaboradores e pela empresa.

14.2) Programa de Treinamentos

A área de Relações com Clientes deve disponibilizar conteúdo atualizado do curso relacionado a este normativo à área de Recursos Humanos, para a atualização da plataforma de treinamentos, por meio da qual, é realizada a disseminação deste conteúdo para os colaboradores e prestadores de serviços ou terceiros contratados pelo conglomerado.

Ainda devem ser disponibilizados na plataforma de treinamentos os cursos da autorregulação Febraban, dentre eles, os relacionados ao eixo relacionamento com o consumidor.

Assim como, a área de Recursos Humanos deve prever programa de treinamento a empregados e prestadores de serviços que desempenhem atividades afetas ao relacionamento com clientes e usuários, de modo a proporcionar conforto, segurança, saúde e desempenho eficiente no trabalho.

14.3) Divulgação

Esta política deve ser divulgada para o público interno e externo, por meio dos seguintes canais:

Este PDF foi gerado através do visualizador de documentos

• Portal de Instrumentos Normativos do Banco - PIN disponível na intranet da instituição para acesso de todos os colaboradores;

• No site institucional nas páginas de atendimento e relações com investidores por meio dos links https://www.daycoval.com.br/atendimento e https://ri.daycoval.com.br/pt/governanca-corporativa/politicas-institucionais, respectivamente.

15) Guarda dos Registros e Informações

Os dados e os registros gerados no Processo de Relacionamento com o Cliente, bem como os testes e trilhas de auditoria devem ser mantidos por 05 (cinco) anos, para consulta dos gestores envolvidos, dos Órgãos Reguladores e da Alta Administração do Conglomerado Daycoval.

16) Exceções

Exceções a este Normativo devem ser aprovadas, em primeira instância, pela Diretoria Executiva.

Política Institucional de Relacionamento com Clientes e Usuários de Produtos e de Serviços Financeiros
Propriedade do Banco Daycoval S.A.
Acesso interno. Proibida a divulgação para o público externo, sem autorização prévia.