



# III-AS-5-006(P) – Política de Relacionamento com Clientes e Usuários de Produtos e Serviços Financeiros

## Level 4 Standard

<b>Effective Date</b>	08/Set/2022
<b>Applicable to</b>	BNY Mellon (Brazil)
<b>Standard Owner</b>	Brazil ASD CAO Team (Wilson Benatti / Carla Lira)
<b>Standard Author</b>	Brazil ASD CAO Team (Wilson Benatti / Carla Lira)
<b>Periodic Review</b>	24 meses

### Addenda \* Leave blank if not applicable

Type	Addendum Name	Addendum Owner
<input type="checkbox"/> Region	N/A	N/A
<input type="checkbox"/> Department		
<input type="checkbox"/> Product		
<input type="checkbox"/> Legal Entity		
<input type="checkbox"/> Region	N/A	N/A
<input type="checkbox"/> Department		
<input type="checkbox"/> Product		
<input type="checkbox"/> Legal Entity		

\*An addendum captures an approved nuance, variation, or deviation, in manner or means, of accomplishing the objectives of a stated principle, rule or practice from the established minimum requirement articulated within this document.

# Índice

1	Introdução/Propósito.....	3
2	Aplicabilidade e Escopo .....	3
3	Disposições da Política – Standard Statement(s).....	4
3.1	Detalhamento da Política.....	5
4	Governança e Responsabilidades.....	10
5	Aderência & Controle.....	15
6	Adendo.....	15
7	Apêndices.....	15
7.1	Definições .....	15
7.2	Governança do Documento.....	16
7.3	Controle de Versão.....	17
7.4	Hierarquia do Documento .....	17
7.5	Outros documentos aplicáveis .....	18

# 1 Introdução/Propósito

O propósito da Política de Relacionamento com Clientes e Usuários de Produtos e Serviços Financeiros (“Política”) é descrever os requisitos de controle, processos e atividades relacionados ao relacionamento com os clientes e usuários de produtos e serviços financeiros. Este relacionamento requer um constante aprimoramento objetivando a elevação dos padrões de transparência, segurança e ética.

Com base na percepção do BNY Mellon, e no escopo de atuação de seus serviços e produtos oferecidos, para fins desta Política, será considerado o mesmo conceito de clientes definido no âmbito do Suplemento Brasil à Política Global – Prevenção à Lavagem de Dinheiro e Combate ao Financiamento do Terrorismo / Conheça seu Cliente e Manual.

Ainda no entendimento desta Política, usuários são definidos como sendo os prestadores de serviços dos fundos de investimento administrados pelo BNY Mellon, tais como gestores, distribuidores, agentes autônomos de investimentos, custodiantes, entre outros.

Neste sentido, a presente Política tem como objetivo consolidar e estabelecer procedimentos na condução das nossas atividades com a observância preponderante dos princípios éticos, de responsabilidade, transparência e diligência, propiciando a convergência de interesses e a consolidação da imagem institucional de credibilidade, segurança e competência.

Por meio da promoção de cultura organizacional buscamos incentivar o relacionamento cooperativo e equilibrado com clientes e usuários, com tratamento justo e equitativo; e assegurando a legitimidade e a conformidade com o arcabouço de leis, regulações e normas internas de produtos e serviços.

O BNY Mellon, por meio de seus funcionários, deverá sempre buscar um tratamento justo e equitativo de clientes e usuários, considerando seus perfis de relacionamento e vulnerabilidade associados, tendo como objetivo a não discriminação de clientes; a prestação de informações a clientes e usuários de forma clara e precisa a respeito de produtos e serviços; o atendimento de demandas de forma tempestiva; e a inexistência de barreiras, critérios ou procedimentos descabidos para a extinção da relação contratual; bem como, para a transferência de relacionamento para outra instituição.

## 2 Aplicabilidade e Escopo

Esta Política somente é aplicável ao conglomerado prudencial, do qual o BNY Mellon Banco S.A. é o líder (“BNY Mellon”), bem como, a todas as áreas que possuem relacionamento direto com clientes e usuários de produtos e serviços financeiros.

- Em linha com o disposto na Resolução vigente 4.949, de 30 de setembro de 2021, do Conselho Monetário Nacional, o relacionamento com clientes e usuários abrange as fases de pré-contratação, de contratação e de pós-contratação de produtos e serviços.

### 3 Disposições da Política – Standard Statement(s)

O relacionamento com os clientes e o processo de venda de produtos de investimentos engloba todo o percurso desde a apresentação do produto ao cliente (oferta/prospecção) – incluindo quem oferta, o que oferta e para quais clientes oferta; até a venda do produto propriamente dita e/ou à prestação dos serviços prospectados.

Neste sentido, o BNY Mellon:

- Mantém políticas e procedimentos que visam a formalizar as melhores práticas no relacionamento com clientes e usuários de produtos e serviços financeiros;
- Estabelece processos operacionais internos referentes ao relacionamento com clientes e usuários, bem como sua adequação a esta Política quanto aos seguintes aspectos:
  - i. Identificação e qualificação de clientes e de usuários para fins de início e manutenção de relacionamento;
  - ii. Concepção de produtos e de serviços;
  - iii. Oferta, recomendação, contratação ou distribuição de produtos e serviços;
  - iv. Requisitos de segurança relacionados a produtos e a serviços;
  - v. Cobrança de tarifas em decorrência da prestação de serviços;
  - vi. Divulgação e publicidade de produtos e de serviços;
  - vii. Coleta, tratamento e manutenção de informações dos clientes em bases de dados;
  - viii. Gestão do atendimento prestado a clientes e usuários, inclusive o registro e o tratamento de demandas;
  - ix. Mediação de conflitos;
  - x. Sistemática de cobrança em caso de inadimplemento de obrigações contratadas;
  - xi. Extinção da relação contratual relativa a produtos e serviços;
  - xii. Liquidação antecipada de dívidas ou de obrigações;
  - xiii. Transferência de relacionamento para outra instituição.
- ▲ Estabelece o perfil dos clientes que compõem o público-alvo para os produtos e serviços disponibilizados, considerando suas características e complexidade.

O perfil supracitado deve incluir informações relevantes para cada produto ou serviço.
- Promove o equilíbrio das metas de resultados e de incentivos associadas ao desempenho de funcionários com as diretrizes e os valores organizacionais previstos nesta Política.
- Trata adequadamente eventuais desvios relacionados ao item acima.
- Institui mecanismos de acompanhamento, de controle e de mitigação de riscos com vistas a assegurar:
  - A implementação desta Política;
  - O monitoramento do seu cumprimento, inclusive por meio de métricas e indicadores adequados;

- A avaliação da sua efetividade; e
  - A identificação e a correção de eventuais deficiências.
- Mantém uma estrutura de governança adequada para a implementação, o monitoramento de conformidade e a avaliação da eficácia desta Política por meio de testes periódicos pelos times de Auditoria Interna, Compliance, Risk Management e Control Management, de acordo com o planejamento.

Os dados, os registros e as informações relativas aos mecanismos de controle, processos, testes e trilhas de auditoria são mantidos à disposição do Banco Central do Brasil (BACEN) pelo prazo mínimo de cinco anos.

### **3.1. Detalhamento da Política**

#### **3.1.1 Valores do BNY Mellon**

Nossos valores nos dão a estrutura necessária para que tomemos nossas decisões e para guiar nossa conduta empresarial. Incorporar tais valores a nossas ações nos ajuda a fazer a coisa certa e a proteger a reputação de nossa Companhia.

Na base de nosso Código de Conduta estão nossos Valores: Paixão por excelência, Integridade, Força na diversidade e Coragem para liderar.

Estes valores ressaltam nosso compromisso em ser uma instituição financeira direcionada ao cliente e confiável, dirigida por uma equipe global e capacitada a ter desempenho superior em todos os mercados em que trabalhamos.

- Paixão por excelência: nos esforçamos para sermos extraordinários;
- Integridade: fazemos o que é certo, sempre. Desafiamos uns aos outros – mesmo quando é desconfortável.
- Força na diversidade: procuramos quem está faltando e ajudamos todos a se sentirem incluídos. Investimos no sucesso uns dos outros.
- Coragem para liderar: assumimos os riscos necessários para liderar. Crescemos e seguimos em frente a partir dos fracassos.

#### **3.1.2 Ética e Transparência**

Objetivando um relacionamento transparente, honesto, claro e tempestivo com o cliente, o BNY Mellon trabalha para que esteja sempre apto a desenvolver produtos adequados às expectativas dos diversos perfis de clientes.

Para que seus clientes tenham fácil e constante acesso às informações sobre os produtos comercializados pelo BNY Mellon, todas as informações relacionadas às características destes produtos devem ser disponibilizadas aos clientes nos canais de relacionamento.

O BNY Mellon mantém uma postura ética, zelando pelo respeito permanente e pelo foco no cliente, confiança no trabalho em equipe e na excelência. Estes preceitos constam no Código de Conduta do BNY Mellon que está disponível para consultas nos canais de relacionamento da Companhia.

### 3.1.3 Canais de Relacionamento

Para cativar e conquistar o cliente é necessário manter disponíveis diferentes canais de relacionamento, adequados às suas características e necessidades, conforme a seguir:

- **Atendimento Telefônico (SAC)**

Atendimento disponível ao cliente por meio de um número que permite a realização de chamadas, onde podem ser esclarecidas dúvidas sobre produtos, acolhimento de reclamações, sugestões e solicitações diversas.

- **Atendimento pela Ouvidoria**

A missão da Ouvidoria é atender o cliente, buscar informações internamente, avaliar se a questão é procedente ou não, resolvê-la no menor prazo possível e quando aplicável, adotar novos procedimentos para que a situação não volte a ocorrer.

O serviço de Ouvidoria é responsável por receber, registrar, analisar, instruir e responder a consultas, sugestões, reclamações, críticas, elogios e denúncias de clientes sobre as atividades relacionadas ao mercado que atuamos, que não tenham sido satisfatoriamente solucionadas pelos canais de atendimento habituais da instituição. São disponibilizadas aos clientes três formas de contato com a Ouvidoria: site da Instituição, número de telefone e endereço de e-mail específicos.

- **Atendimento Presencial**

Atendimento aos clientes que se dirigem pessoalmente ao BNY Mellon.

- **Atendimento Eletrônico/Portal/Site da Companhia**

Atendimento com serviços e consultas disponíveis para acesso via internet.

- **Atendimento por Correspondências**

Disponível para o encaminhamento de dúvidas, solicitações, reclamações e sugestões por meio de instrumentos diversos como: carta, fax, telegrama e outros, proporcionando a formalização do atendimento.

- **Canais alternativos**

Atendimento às demandas específicas por meio de palestra, videoconferência.

- **Atendimento via Relationship Manager (RM)**

Atendimento realizado pelo Relationship Manager (RM) às demandas específicas de gestores de fundos de investimentos, distribuidores, clientes de controladoria fiduciária, administradores fiduciários e agentes autônomos de investimentos (AAIs).

### 3.1.4 Requisitos para um Atendimento de Qualidade

- **Assertividade**  
Qualidade que reúne várias competências emocionais por meio de um comportamento ativo, direto e honesto.
- **Atualização**  
Manter-se atualizado com relação a decisões da gestão e todas as informações do cliente.
- **Comunicação**  
Habilidade de conduzir o atendimento de maneira clara e objetiva para informar, esclarecer e orientar.
- **Postura**  
Reação ou maneira de agir durante o atendimento prestado ao cliente.
- **Conhecimento e Capacitação**  
Informação adquirida pelo estudo, treinamento, material de apoio, experiência e ferramentas tecnológicas adequadas.
- **Relacionamento**  
Capacidade de interagir e acolher o cliente.
- **Comprometimento**  
Pró-atividade no atendimento das demandas do cliente, buscando superar as expectativas.
- **Disponibilidade**  
Condição de se fazer presente por meio de diversos canais de relacionamento.
- **Inovação**  
Capacidade de identificar necessidades para apontamento de melhorias e propostas para novos produtos e serviços.
- **Percepção**  
Capacidade de traduzir o anseio do cliente prestando informação adequada no primeiro contato.
- **Resiliência**  
Capacidade humana para enfrentar, vencer e ser fortalecido ou transformado por experiências de adversidade.

Adicionalmente, de modo a reforçar a qualidade de nosso atendimento, nossos clientes e usuários contam com o atendimento particular e personalizado através de nossos Relationship Managers (RMs); além de contar com canais como o SAC, Ouvidoria, portal/site do BNY Mellon e envio de correspondências.

### 3.1.5 Comunicação

O BNY Mellon mantém procedimentos com o objetivo de transmitir informações completas a respeito dos produtos e serviços oferecidos ao seu cliente.

Os materiais de comunicação e as ações promocionais do BNY Mellon são utilizados de forma clara, objetiva, transparente e sucinta, sempre em conformidade com as leis do País.

Ainda que uma comunicação seja norteada por exigências legais, o BNY Mellon trabalha para que seu conteúdo seja claro e relevante.

### 3.1.6 Privacidade da Informação

O BNY Mellon busca obter informações pertinentes sobre seus clientes, com o intuito de ampliar a segurança, de atender às normas vigentes, e de aprimorar o seu conhecimento sobre os mesmos e, conseqüentemente, de potencializar os relacionamentos.

O BNY Mellon mantém procedimentos para assegurar o controle das informações fornecidas pelo seu cliente, de forma a preservar sua integridade, garantir a sua disponibilidade e obedecer aos padrões de segurança e confidencialidade, sempre em conformidade com legislação aplicável, incluindo a Lei nº 13.709/18 (Lei Geral de Proteção de Dados).

### 3.1.7 Canais de Reporte

O BNY Mellon coloca à disposição de seus funcionários, colaboradores, clientes, usuários, parceiros e fornecedores canais específicos para a comunicação de situações com indícios de ilicitude, de qualquer natureza, relacionadas às atividades da Instituição, de acordo com a regulamentação em vigor. Para saber como entrar em contato com tais canais, deve-se acessar o Código de Conduta, na parte pública do site e consultar o capítulo “Como relatar uma preocupação”. A identificação de quem está fazendo a comunicação não será necessária.

Ademais, também se encontra disponível no site as informações para entrar em contato com o SAC e a Ouvidoria.

#### • Tratamento de Reclamação de Clientes e Usuários

Os processos relativos ao tratamento das reclamações de clientes e usuários devem ser estabelecidos para assegurar que todas as reclamações serão registradas, escaladas, acompanhadas, supervisionadas e solucionadas dentro dos prazos definidos e que todas as áreas pertinentes serão envolvidas.

As reclamações envolvendo, mas não se limitando a (i) riscos relacionados a perdas financeiras, (ii) problemas recorrentes com cliente que podem resultar na finalização do relacionamento, (iii) quebra significativa dos procedimentos adotados em prol do atendimento aos requerimentos regulatórios aplicáveis, e (iv) demais casos em que o responsável pela área avalie a reclamação como sendo de alto grau de impacto para os negócios devem ser escalados imediatamente.

#### • Control Center

Reclamações sensíveis, tais como: reclamações que geram perda financeira, notificação formal recebida do cliente e casos de recorrência; são registradas e protocoladas pelos Relationship Managers no sistema global *Control Center* e são disponibilizadas ao RM responsável.



### 3.1.8 Diferenciais Desejados

- Excelência na prestação do serviço;
  - Atendimento personalizado, padronizado e qualificado, mesmo à distância;
  - Compromisso social refletido na continuidade e na excelência dos serviços, assegurando a satisfação e o bem-estar do cliente;
  - Informações transparentes, precisas, corretas e fidedignas;
  - Compartilhamento das informações com responsabilidade, agilidade, ética, lealdade e organização;
  - Tratamento efetivo e sistemático das sugestões e reclamações recebidas, garantindo o retorno das informações ao cliente;
  - Qualidade no atendimento: serviço esperado x serviço oferecido;
- Capacidade da Equipe
  - Atualização técnica e tecnológica sistemática;
  - Disseminação e aperfeiçoamento contínuo de padrões em processos de trabalho;
  - Incentivo à motivação e ao desenvolvimento humano;
  - Transformação de informação em conhecimento;

- Monitoramento e Indicadores de Desempenho:

Realização do monitoramento de atividades como:

- Pesquisa de Satisfação realizada com determinada periodicidade junto aos cotistas distribuídos por AAls;
- Relatórios de Controle Gerencial com as seguintes informações: fundos novos constituídos pelos clientes (Gestores) na concorrência, KPIs de Operations (alteração de regulamento, reprocessamento e abertura de horário) com foco nos 10 Gestores com maiores números de ocorrências, reclamações de clientes e entregas de tecnologia para o mês;
- Atualização da ferramenta Engage para relacionamentos com clientes atendidos pelos RMs (gestores de fundos de investimentos, distribuidores, clientes de controladoria fiduciária, administradores fiduciários e AAls) ;

Indicadores de Desempenho (acompanhar referenciais de mercado):

- Prazo de processamento de atualizações cadastrais;
- Novos fundos de investimentos e/ou renegociações implementadas no mês, cujos termos comerciais não foram revisados pelos Relationship Managers

### 3.1.9 Fator Humano

As competências são habilidades e comportamentos que contribuem para um desempenho superior. Estes podem ser utilizados para efetivamente selecionar, desenvolver e promover funcionários em todos os níveis.

Embora algumas competências sejam essenciais para todas as empresas, nossa organização definiu quais atributos são diferenciais do BNY Mellon para criar vantagem competitiva.

Dentre as competências principais definidas pela instituição, destacam-se:

- Foco no cliente:

O propósito básico em focar no cliente é o de construir um forte relacionamento e a oferta de soluções centradas no mesmo.

As pessoas mais importantes em qualquer organização são os clientes. Em algumas atividades, existe um link para clientes externos e em outras a conexão é mais indireta.

Organizações vencedoras são sempre orientadas para o cliente e responsivas. As estratégias vencedoras sempre incluem uma lente voltada para o cliente. Ter sucesso significa prestar atenção permanente às necessidades dos clientes e se adaptar à medida que estes evoluem. É necessário avaliar e ser flexível, compreender e responder. O foco no cliente abre o pensamento, impulsiona a inovação, e cria uma organização ágil.

- Habilidades específicas:

Empatia, dinamismo, pró-atividade e iniciativa, comprometimento, fluência na comunicação verbal e escrita, capacidade de relacionamento interpessoal, espírito de equipe, flexibilidade, equilíbrio emocional, gerenciamento de riscos, e trabalhar em um ambiente com prazos rígidos.

### **3.1.10 Relacionamento com Clientes e Usuários**

O BNY Mellon, ao orientar e disponibilizar informações aos seus clientes e usuários, busca pautar-se pela responsabilidade, transparência, confiança e qualidade, a fim de mitigar eventuais conflitos de interesses.

A Instituição adota políticas de forma a evitar que qualquer meta ou incentivo adotado interfira na imparcialidade ou estimule conflito de interesses.

### **3.1.11 Escalamento**

O BNY Mellon considera qualquer possível quebra de regra, lei, regulamentação, política ou padrões éticos de negócios como muito graves. Nossa cultura corporativa de "Fazer o que é Certo" capacita todos os funcionários com o conhecimento e os recursos necessários para identificar, notificar e reportar assuntos em tempo hábil.

Esta Política exige que os funcionários do BNY Mellon levem aos seus gerentes, ou ao Compliance, certas questões preocupantes imediatamente e em alguns casos, dentro de 24 horas, para seus gerentes e para o departamento Jurídico ou de Compliance, para assegurar uma ação e supervisão adequada do caso.

### **3.1.12 Aprovações**

Esta Política deve ser revisada e aprovada pela Diretoria.

## 4 Governança e Responsabilidades

Papéis	Responsabilidades
Cabe à Diretoria	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Aprovar, e supervisionar os processos relativos ao planejamento, à operacionalização, à manutenção e à revisão desta Política;</li> <li>▪ Definir os objetivos estratégicos e valores organizacionais que pautarão o relacionamento institucional do BNY Mellon com os seus clientes e usuários;</li> <li>▪ Avaliar a eficácia desta Política;</li> <li>▪ Dar ampla divulgação interna desta Política.</li> </ul>
Cabe aos Relationship Managers (RM)s e ao Relationship Development (RD)s (quando o BNY Mellon atua no papel de Administrador Fiduciário, conforme definido adiante)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Definir processos que devem ser realizados para a prospecção de clientes;</li> <li>▪ Participar dos programas de treinamento de funcionários e prestadores de serviços que desempenham atividades afetas ao relacionamento com clientes e usuários;</li> <li>▪ Zelar pelo atendimento e relacionamento com os gestores de fundos de investimentos, distribuidores, clientes de controladoria fiduciária, administradores fiduciários e AAls; por diversos canais de comunicação: presencial, remoto e virtual, garantindo que os valores do BNY Mellon estejam presentes.</li> </ul>
Cabe ao Compliance:	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Avaliar a aderência desta Política às normas e regulamentações vigentes.</li> <li>▪ Atuar como ponto de contato em relação ao esclarecimento de dúvidas ou interpretações acerca da Regulamentação que rege esta Política.</li> </ul>
Cabe à área de Brazil Control Management	<p>Trabalhar em conjunto com as áreas de negócios e auxiliá-los para que haja adequados mecanismos de acompanhamento, controle e de mitigação de riscos com o objetivo de assegurar:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Adequada avaliação e testes da efetividade dos controles executados para o atendimento a esta Política;</li> <li>▪ Identificação de erros dos controles executados para atendimento a esta Política, incluindo materialização de risco operacional;</li> <li>▪ Escalonamento de falhas de controle à Diretoria de forma imediata e efetiva, buscando o desenvolvimento de ações para corrigir eventuais deficiências.</li> </ul>

Papéis	Responsabilidades
Cabe ao Risk Management Brazil	<p data-bbox="574 327 1468 394">Atuar na supervisão e questionamento da primeira linha de defesa quanto ao gerenciamento contínuo de riscos com vistas a assegurar:</p> <ul data-bbox="597 426 1468 957" style="list-style-type: none"><li data-bbox="597 426 1468 533">▪ A identificação de riscos materiais em processos chave, analisando o desenho dos controles existentes e remediação dos mesmos quando da identificação de vulnerabilidade;</li><li data-bbox="597 562 1468 669">▪ O escalonamento, investigação e reporte ao fórum de governança adequado quanto a erros, perdas e riscos potenciais, assegurando a implementação de ações corretivas;</li><li data-bbox="597 699 1247 726">▪ O acompanhamento de indicadores chave de risco;</li><li data-bbox="597 756 1468 863">▪ Que processos, riscos e controles sejam continuamente reavaliados e apropriadamente ajustados de forma que o risco residual seja considerado aceitável pela Instituição;</li><li data-bbox="597 892 1468 957">▪ A avaliação/aprovação de novos produtos e mudanças em processos sob a perspectiva de gerenciamento de risco.</li></ul>

Papéis	Responsabilidades
Cabe ao Product Management:	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Supervisão e Governança de recursos de TI e este impacto nos negócios, lidando com problemas de produtos, respectivos requisitos regulatórios e suporte a produção</li><li>▪ Manter e publicar nossa taxonomia de produtos e soluções, incluindo detalhes de serviços para cada produto e solução</li><li>▪ Manter o registro de todos os desenvolvimentos de produtos, aprovações e documentos importantes</li><li>▪ Manutenção do nosso site de compartilhamento de informações e gerenciamento de produtos</li><li>▪ Alinhamento de acordos estratégicos com nossos recursos de produtos e negócios</li><li>▪ Pesquisa sobre o impacto de mudanças regulatórias relevantes em nossos clientes, produtos e serviços</li><li>▪ Desenvolvimento de estratégias específicas de produtos e casos de negócios</li><li>▪ Manter o conhecimento dos produtos e capacidades dos concorrentes, preços e desenvolvimentos</li><li>▪ Realizar análises para identificar oportunidades e melhorias no relacionamento com o cliente para gerar receita incremental ou proteger a receita existente</li><li>▪ Experiência em gerenciamento de produtos – utilização da Gestão de Produtos como campo de treinamento de outras equipes.</li></ul>
Cabe à Auditoria Interna	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Realizar testes periódicos consistentes com os controles internos da Instituição e também aqueles definidos nesta Política.</li></ul>

Papéis	Responsabilidades
Cabe à Ouvidoria	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Receber, registrar, analisar, instruir e responder a consultas, sugestões, reclamações, críticas, elogios e denúncias de clientes sobre as atividades relacionadas ao mercado que atuamos, que não tenham sido satisfatoriamente solucionadas pelos canais de atendimento de primeira instância, como o Serviço de Atendimento ao Cliente (SAC);</li><li>▪ Prestar os esclarecimentos necessários e dar ciência aos reclamantes acerca do andamento de suas demandas e das providências adotadas;</li><li>▪ Informar aos reclamantes o prazo previsto para a resposta final;</li><li>▪ Encaminhar resposta conclusiva para a demanda dos reclamantes;</li><li>▪ Comunicar-se com os componentes organizacionais internos da instituição para obter os esclarecimentos e providências necessários à instrução e solução da demanda, mantendo acompanhamento de forma a assegurar que o reclamante seja respondido nos prazos estabelecidos;</li><li>▪ Desenvolver estatísticas e relatórios acerca das demandas para servir de subsídio à adoção de medidas que mitiguem a ocorrência de falhas operacionais e de atendimento, com fins de contribuir para o aprimoramento dos controles internos e da qualidade dos serviços prestados no mercado de valores mobiliários;</li><li>▪ Atuar como mediador de conflitos entre a instituição e os reclamantes</li></ul>
Cabe ao RH	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Aplicar programa de treinamento de funcionários e prestadores de serviços que desempenham atividades relativas ao relacionamento com clientes e usuários.</li></ul>

Papéis	Responsabilidades
Cabe aos colaboradores	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ser responsável pela implementação das disposições desta Política;</li> <li>▪ Observar e zelar pelo cumprimento da presente Política;</li> <li>▪ Acionar os RMs, quando necessário, para consulta sobre situações que envolvam conflito com esta Política, ou mediante a ocorrência de situações nela descritas;</li> <li>▪ Garantir o atendimento das necessidades dos clientes, prezando pela ética e o bom relacionamento, assegurando o resultado da Companhia de acordo com seus objetivos;</li> <li>▪ Assegurar a transparência, integridade e exatidão na divulgação de informações;</li> <li>▪ Zelar pelo atendimento e relacionamento com o cliente nos diversos canais de comunicação: presencial, remoto e virtual, garantindo que os valores do BNY Mellon estejam presentes;</li> <li>▪ Participar dos programas de treinamento de funcionários e prestadores de serviços que desempenham atividades referentes ao relacionamento com clientes e usuários.</li> </ul>

## 5 Aderência & Controle

O Owner e/ou os contatos listados na primeira página devem ser consultados caso haja solicitações de dispensa ou exceções relativas a essa Política.

## 6 Adendo

N/A

## 7 Apêndices

### 7.1. Definições

N/A

## 7.2. Governança do Documento

### 7.2.1 Revisão Periódica

Esta Política de ser revisada e aprovada em até 24 meses, ou quando o BNY Mellon identificar a necessidade, bem como a disseminação interna será realizada com base nas diretrizes corporativas.

Nota: Se esta política exigir mudanças fora da data de revisão periódica e for revisada em sua totalidade no momento em que as mudanças forem incorporadas, a data da revisão periódica será atualizada.

### 7.2.2 Propriedade/Questionamentos

A propriedade desta política é do Owner indicado abaixo. As perguntas devem ser direcionadas ao Proprietário ou Contato(s) indicado(s) abaixo:

Policy Owner	Policy Approver(s)	Version	Review and Approval Date	Next Review Date	Additional Contact(s) for Questions
Brazil ASD CAO Team (Wilson Benatti / Carla Lira)	Directors from BNY Mellon Brazil – BMC (Business Management Committee)	1.5	08/Set/2022	30/Set/2024	Wilson Benatti e Carla Lira



### 7.3. Controle de Versão

Número da versão	Data da alteração	Autor da alteração	Descrição da alteração
1.5	11 de Agosto de 2022	Carla Lira – CAO Team Aline Pamplona – CAO team	. Adaptação do conteúdo da Política aos requerimentos da Resolução CMN 4.949, de 30/Setembro/2021
1.4	08 de Fevereiro de 2022	Priscila Albuquerque – CAO team Aline Pamplona – CAO team	. Adaptação do conteúdo da Política ao novo template corporativo (Level 4 – Standard) conforme estabelecido pelo Policy Governance Office (PGO).  . Revisão das políticas relacionadas.
1.3	12 de Novembro de 2020	-	Revisão periódica da Política, pequenos ajustes de texto.
1.2	02 de Setembro de 2020	-	A Política foi alterada de Tier II para Tier III pois é aplicável, exclusivamente, ao Brasil Asset Servicing
1.1	24 de Maio de 2019	-	-
1.0	24 de Novembro de 2017	-	-

### 7.4. Hierarquia do Documento

Tipo de Documento	Nome do Documento	Relacionamento
Corporate Policy Level 4 Standard	III-AS-5-006(P) – Política de Relacionamento com Clientes e Usuários de Produtos e Serviços Financeiros	Aplicável a todas as áreas do BNY Mellon Brazil que possuem relacionamento direto com clientes e usuários de produtos e serviços financeiros

## 7.5. Outros documentos aplicáveis

<b>Tipo do Documento</b>	<b>Nome do Documento</b>
Tier III	<u><a href="#">III-OA-0.004: Governance of Asset Servicing Policies and Procedures</a></u>
Tier II	<u><a href="#">II-A-100: Consumer Privacy Policy</a></u>
Tier I	<u><a href="#">I-A-014: Reputational Risk Policy</a></u>
Level 3 / Tier III	<u><a href="#">I-A-185: Handling of Customer Complaints</a></u> <u><a href="#">III-AS-5-005(P): Tratamento de Reclamação de Clientes - Brasil – AS</a></u>
Level 2	<u><a href="#">I-A-001(P): Compliance e ética</a></u>
N/A	<u><a href="#">I-A-010(P): Código de Conduta</a></u>
Tier I	<u><a href="#">I-G-033: On-Boarding, Monitoring, and Off-Boarding of Client Relationships/Business</a></u>
Level 2	<u><a href="#">I-G-034: Product Governance</a></u>
Tier III	<u><a href="#">III-AS-5-007(E): Business Acceptance Committee (BAC) – Brazil – AS</a></u>
Tier I	<u><a href="#">I-G-033: On-Boarding, Monitoring, and Off-Boarding of Client Relationships/Business</a></u>
Tier III	<u><a href="#">III-AS-0-006: Pricing Approval - Global - AS</a></u>
Level 3	<u><a href="#">I-A-200(P): Política de Treinamento de Compliance</a></u>
Tier I	<u><a href="#">I.N.310(P): Política de Proteção da Informação</a></u>
Tier I	<u><a href="#">I-A-121: Safety of Client Assets and Cash Deposits</a></u>