

POLÍTICA DE RELACIONAMENTO COM CLIENTES E USUÁRIOS DE PRODUTOS E SERVIÇOS FINANCEIROS



DISPOSIÇÕES GERAIS

1 DISPOSIÇÕES GERAIS

- 1.1** A presente Política de Relacionamento com clientes e usuários de produtos e serviços financeiros do Banco do Nordeste, doravante denominada Política, dispõe sobre princípios e diretrizes que orientam os colaboradores do Banco, bem como seus parceiros institucionais quanto ao relacionamento com seus clientes, principalmente os chamados públicos vulneráveis. Define os principais conceitos, objetivos, público-alvo, compromissos, papéis e responsabilidades das unidades organizacionais que desempenham direta ou indiretamente atividades relacionadas a clientes e usuários de produtos e serviços financeiros.
- 1.2** Esta Política foi elaborada tendo como referencial a Resolução nº 4.539/2016 da CMN e norteadas pelas Políticas já existentes no Banco do Nordeste, a exemplo da Política de Atuação Mercadológica, Política de Integridade e Ética, das Normas de Conduta, da Política de Privacidade de Dados e pelo Planejamento Estratégico do Banco.
- 1.3** A presente Política tem caráter interdisciplinar e permeia toda a estrutura organizacional do Banco do Nordeste. Considera, para fins de atendimento das necessidades, as fases da jornada do cliente e usuário de produtos e serviços financeiros, incluindo as fases de pré-contratação, contratação e pós-contratação. Baseada nesse ciclo de atendimento, propõe constante melhoria no relacionamento com os públicos-alvo, melhor detalhados nos itens que se seguem.

2 CONCEITOS

2.1 Público-Alvo

2.1.1 Clientes e usuários

Usuário, como o nome já sugere, é aquele que faz uso dos produtos e serviços financeiros do Banco do Nordeste.

Cliente é aquela pessoa física ou jurídica que possui, por exemplo, um cadastro no Banco, uma conta corrente, um financiamento ou empréstimo, como também, faz uso de produtos e serviços financeiros próprios do Banco do Nordeste ou comercializados em parcerias estratégicas ou em acordos operacionais.

Para fins de aplicação, a presente Política não faz distinção entre Usuário e Cliente.

2.1.1.1 Perfil de Clientes

O perfil dos clientes que constituem o público-alvo dos produtos e serviços ofertados pelo Banco é estabelecido em função:

- Da proposta de valor por segmento (1026-05-03);
- Dos níveis de priorização dos produtos e serviços (1026-05-05);
- Dos canais priorizados em cada etapa do ciclo de atendimento. (1026-05-08).

2.1.1.2 Segmentação de Clientes

A ação do Banco do Nordeste no mercado passa a seguir uma política de segmentação, definida por meio de critérios que ca-

CONCEITOS

racterizam cada um dos segmentos, assegurando uma atuação direcionada das ações desenvolvidas pelo Banco.

Para cada segmento, considerando seus diferenciais e a estratégia do Banco, corresponde uma declaração de “proposta de valor”. Esses valores estão centrados na busca pela melhor experiência relacional com o cliente, sendo desdobradas pelos processos centrais do Banco, pelos produtos e serviços, determinando o posicionamento da instituição diante de cada segmento e o nível de relacionamento oferecido.

Os segmentos prioritários do Banco do Nordeste que são considerados públicos vulneráveis são: Pessoas Físicas (idosos, pessoa com deficiência, pessoas de baixa escolaridade), Microempreendedor Urbano, Microempreendedor Rural e Agricultura Familiar.

2.1.1.2.1 Proposta de Valor por Segmento

Para cada segmento é definida uma proposta de valor considerando a estratégia empresarial e o posicionamento do Banco diante das necessidades dos clientes e das condições especiais a partir de programas de governo específicos e/ou direcionados à função do Banco do Nordeste de banco de desenvolvimento. Definem-se, ainda, os produtos, serviços e canais de atendimento específicos.

2.1.2 Público Vulnerável

Vulnerável significa uma pessoa frágil e incapaz de algum ato. Ser vulnerável é ser susceptível de ser ferido ou ofendido. O Código do Consumidor parte da presunção absoluta de vulnerabilidade do consumidor. Em seu Artigo 4º, inciso I, esclarece:

CONCEITOS

“Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios: I - Reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo”.

O Princípio da Vulnerabilidade destaca quatro tipos de vulnerabilidade, quais sejam: técnica, informacional, jurídica e econômica.

O Banco do Nordeste considera público vulnerável seus clientes que possuem as seguintes características:

- Clientes com idade acima de 60 anos;
- Clientes analfabetos ou alfabetizados, mas sem escolaridade;
- Clientes endividados - Pessoa Física de boa-fé que se encontra impossibilitada de quitar suas dívidas sem um grave prejuízo à sua dignidade;
- Pessoas portadoras de deficiência – Pessoa Física que apresente algum problema de ordem física, motora e ou cognitiva, que necessite de ajuda de terceiros para utilizar os produtos e ou serviços prestados pela Instituição.

O público vulnerável do Banco do Nordeste está concentrado, em sua grande maioria, nos segmentos de Microfinanças Urbana e Rural que se relacionam com o Banco por meio dos programas de microcrédito produtivo orientado, denominados de Crediamigo e Agroamigo Banco do Nordeste, respectivamente.

A vulnerabilidade desses segmentos consiste, principalmente, na baixa e ou nenhuma escolaridade, muitos atuam na informalidade.

CONCEITOS

Também são considerados públicos vulneráveis do Banco do Nordeste aposentados e pensionistas que recebem seus benefícios de aposentadoria do INSS e que se enquadram nas características citadas no item 3.2, seguinte.

2.2 Jornada do Cliente - ciclo de atendimento

É o caminho percorrido pelo cliente desde o primeiro contato com a marca Banco do Nordeste, seja por meio de uma propaganda ou atendimento numa agência bancária / central de atendimento, no momento da contratação de um empréstimo ou financiamento, seja pela experiência no desembolso das parcelas, nos momentos de pagamento, até fechar um ciclo de atendimento. A jornada acontece numa sequência de experiências de contato com a marca, que variam conforme cada perfil de cliente e com as características dos produtos ou serviços financeiros do Banco. A Jornada do Cliente contempla as fases de pré-contratação, contratação e pós-contratação de produtos e serviços.

Conhecer qual é a jornada de cada segmento de cliente permite ao Banco do Nordeste propor melhorias nos seus processos de atendimento, contribuindo para aumentar a satisfação de seus clientes e para sustentabilidade da instituição. O Ciclo de relacionamento com clientes contempla as etapas da Atração, Informações, Venda, Relacionamento Transacional e Pós-venda.

2.3 Política de Atuação Mercadológica do Banco do Nordeste – normativo interno (1026 - Manual Básico Marketing)

A atuação mercadológica do Banco do Nordeste define diretrizes relacionadas ao posicionamento de mercado pretendido pela organização no médio e longo prazo e abrange análises estratégicas, envolvendo a caracterização da arena competitiva, definição de segmentos-alvo e política de segmentação, gestão de portfólio de produtos e serviços e definição de estratégias de canais de atendimento.

Denomina-se Política de Atuação Mercadológica a junção de vetores: segmentação, portfólio de produtos e canais de distribuição a um ciclo de atendimento.

2.4 Política de Integridade e Ética do Banco do Nordeste– normativo interno (1903 - Manual Básico Controles Internos)

O Programa de Integridade consiste no conjunto de mecanismos e procedimentos internos de integridade, auditoria, incentivo à denúncia de irregularidade e na aplicação efetiva de códigos de ética e de conduta, políticas e diretrizes, pensadas e implementadas de forma sistêmica, com o objetivo de detectar e sanar desvios, fraudes, irregularidades e atos ilícitos praticados contra a administração pública, nacional ou estrangeiras, conforme dispõe o Art. 41 do Decreto n. 8.420/2015.

Implementada em conformidade com a Lei 12.846/2013, a Política de Integridade e Ética objetiva detectar e sanar eventuais desvios, fraudes, irregularidades e atos ilícitos praticados contra a administração pública.

2.5 Código de Conduta Ética e Integridade do Banco do Nordeste – documento interno constante da Intranet.

O Código de Conduta Ética e Integridade do Banco do Nordeste estabelece os princípios e valores que norteiam a conduta de seus profissionais nos relacionamentos internos e com os diversos segmentos da sociedade.

Os princípios que fundamentam a conduta ética no Banco do Nordeste são: justiça, honestidade, democracia, cooperação, disciplina, governança, sustentabilidade, compromisso, confiança, civilidade, transparência, igualdade e respeito.

O Banco conta com uma Comissão de Ética para difusão dos princípios éticos e do Código de Conduta, proporcionando um elevado padrão de comportamento que contribua efetivamente para a lisura e transparência das ações praticadas na condução dos negócios.

CONCEITOS

2.6 Política de Privacidade de Dados do Banco do Nordeste – documento interno constante da Intranet.

O Banco do Nordeste reafirma seu compromisso em cumprir, plenamente, a legislação do Sigilo Bancário, de proteção de dados pessoais, em especial a Lei nº 13.709/2018 (Lei Geral de Proteção de Dados – aqui também chamada de LGPD). A presente Política de Privacidade contém informações a respeito do modo como tratamos os Dados Pessoais dos usuários que acessam nossos produtos/serviços ou de parceiros de negócios. O objetivo desta Política é esclarecer, aos interessados, acerca dos tipos de Dados Pessoais que são coletados, a forma como os Dados são tratados e, os motivos da coleta e a forma como o usuário poderá interagir conosco para atualizar e gerenciar estas informações. Esta Política foi elaborada em conformidade com a Lei Federal nº 12.965 de 23 de abril de 2014 (Marco Civil da Internet) e com a Lei Federal nº 13.709, de 14 de agosto de 2018 (Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais).

2.7 Planejamento Estratégico do Banco do Nordeste

O Planejamento Empresarial do Banco do Nordeste, modelo baseado nos pressupostos da metodologia de Gestão para Resultados (GpR), prioriza o desenvolvimento e a transformação regional em todas as ações, mensurando o desempenho e analisando os principais aspectos associados ao cumprimento da finalidade da instituição. A Gestão para Resultados prevê a identificação de quantos e quais insumos são requeridos, quais ações são executadas, quantos e quais produtos e serviços são entregues e quais os impactos finais a serem alcançados.

O Planejamento Empresarial do Banco do Nordeste é um processo que possibilita analisar a realidade, avaliar e definir caminhos, construir um referencial futuro, definir um trâmite adequado para envolver na sua construção e implementação tanto a alta administração como as demais áreas, monitorar e avaliar o desempenho alcançado e retroalimentar todo o processo.

Sua finalidade é direcionar os esforços organizacionais na busca sistemática para obtenção dos resultados almejados para o Banco e para a sociedade na qual se encontra inserido. Consiste em um processo de construção do direcionamento estratégico de modo a garantir a sua sustentabilidade e compõe-se dos planos: estratégico, tático e operacional.

2.8 Programa de Ação do Banco do Nordeste

O Programa de Ação é o instrumento que operacionaliza o Planejamento Estratégico do Banco, transformando os indicadores estratégicos em metas, indicadores operacionais e projetos, distribuídos em três dimensões:

- Contratar é o esforço da unidade no cumprimento de suas atribuições. Compõe de indicadores que mensuram se as entregas estão em consonância com o que o Banco espera delas.
- Conformer é a qualidade do trabalho. Compõe-se de indicadores que medem se a unidade contratou seguindo normas e regulamentos internos e externos.
- Performar reflete a contribuição das unidades para os resultados do Banco.

Para mediação / apuração da aderência desta Política com o objetivo de buscar cada vez mais aperfeiçoar os serviços oferecidos e a satisfação dos clientes, o Banco do Nordeste utiliza indicadores próprios no Programa de Ação.

PÚBLICO-ALVO

PRINCÍPIOS

3 PÚBLICO-ALVO

- 3.1** O Banco do Nordeste mantém relacionamento comercial e de longo prazo com clientes de diversos segmentos e portes, constantes na Política de Atuação Mercadológica. As orientações descritas nesta Política e em outras que tratam da relação do Banco com os clientes e usuários de produtos e serviços financeiros, devem ser praticadas por todos que fazem a instituição, incluindo também instituições parceiras de negócios ou que trabalham em todo processo de atendimento aos públicos vulneráveis dos programas de microfinanças.
- 3.2** Dentre o público-alvo, a presente Política destaca atenção diferenciada para aqueles considerados como público vulnerável, a partir de características demográficas, a saber: baixa escolaridade, baixa renda, endividados, pessoas portadoras de deficiência ou com mobilidade reduzida; idosos com idade igual ou superior a 60 anos, e os maiores de 80 anos, com prioridade especial, como explicado no item 2.1.2 Público Vulnerável.

4 PRINCÍPIOS

- 4.1** Os princípios e as disposições contidas nesta Política devem ser observados e cumpridos por todos os administradores, empregados e colaboradores do Banco do Nordeste, sobretudo os que interagem com clientes e usuários, bem como por instituições parceiras de negócios, especialmente na implementação dos programas de microfinanças e empresas terceirizadas envolvidas no atendimento direto a clientes e usuários dos produtos e serviços financeiros do Banco.

- 4.2** O atendimento prestado pelo Banco do Nordeste durante toda a jornada do cliente, é pautado por condutas éticas e de integridade, buscando sempre a atuação competente, responsável, transparente e diligente.
- 4.3** O Banco do Nordeste assume o compromisso de manter rigor em todas as suas ações de atendimento para a plena convergência de seus interesses com os de seus clientes. O bom relacionamento mantido entre Banco e cliente favorece a sustentabilidade institucional no longo prazo e o consequente cumprimento de sua missão.
- 4.4** O Banco do Nordeste, presta atendimento observando os seguintes princípios:
- 4.4.1 Integridade e ética:** persegue o cumprimento do disposto na Política de Integridade e Ética, consubstanciada em normativos internos, e no Código de Conduta Ética e Integridade;
 - 4.4.2 Responsabilidade:** contribui de maneira proativa, clara e tempestiva para a solução das demandas dos clientes, zelando pela confidencialidade das informações e construindo uma relação de confiança mútua;
 - 4.4.3 Transparência:** mantém relacionamento transparente, honesto e claro com os clientes e usuários desde a comunicação publicitária até os momentos de atendimento presenciais, inclusive, em consonância com o direito constitucional de acesso à informação da chamada “Transparência Ativa” de promover a divulgação de informações de interesse coletivo ou geral nos seus sítios na Internet, à luz da Lei de Acesso à Informação;
 - 4.4.4 Empenho e Respeito:** busca, constantemente, a excelência na prestação dos serviços, com eficácia, diligência e agilidade, norteando suas ações na construção de relações comerciais duradouras e respeitadas;

PRINCÍPIOS

4.4.5 Privacidade e Proteção de Dados: reafirma o compromisso em cumprir a legislação de proteção de dados pessoais e de sigilo bancário, zelando pelas informações de seus clientes.

4.4.6 Perfil do Cliente: o Banco do Nordeste busca ofertar os seus produtos / serviços, observando o perfil do cliente. Para tanto, sua dinâmica de atendimento, seus produtos e serviços são desenvolvidos com características apropriadas a cada tipo de cliente, como seguros, linhas de crédito, fundos de investimentos, pacote de tarifas, dentre outras iniciativas.

4.4.7 Sigilo Bancário: assegura a privacidade de informações garantidas pela Constituição Federal, mantendo a guarda de informações como dados pessoais, operação bancárias saldos e investimentos de seus clientes.

4.4.8 Segmentação do Cliente: a Política de Atuação Mercadológica descreve a segmentação de clientes do Banco do Nordeste, com a respectiva proposta de valor por segmento, qual seja:

Propostas de Valor e Pilares dos Segmentos

Segmento	Proposta de Valor	Pilares da Proposta de Valor
Corporate	Financiamento de longo prazo com impacto no desenvolvimento da região	Atratividade do crédito produtivo;
Empresarial		Canais especializados para operacionalização do crédito produtivo e focados no gerente de relacionamento.
Micro e Pequenas Empresas	Soluções financeiras abrangentes para a empresa na região de atuação	Oferta abrangente de produtos bancários básicos;
		Utilização de ampla oferta de canais alternativos;
		Acesso a iniciativas de desenvolvimento;
		Posicionamento do Banco como especialista no nicho.
Agronegócio - Pessoa Física	Financiamento de longo prazo com impacto no desenvolvimento da região	Atratividade do crédito produtivo Canais especializados para operacionalização do crédito produtivo e focados no gerente de relacionamento.
Pequeno e Miniprodutor Rural	Soluções financeiras abrangentes para produtores rurais	Oferta abrangente de produtos bancários básicos;
		Utilização de ampla oferta de canais alternativos;
		Acesso a iniciativas de desenvolvimento.

PRINCÍPIOS

Segmento	Proposta de Valor	Pilares da Proposta de Valor
Microempreendedor Rural	Oportunidade de crédito para a produção e bancarização dos microempreendedores na região de atuação	Crédito focado na atividade produtiva;
		Cesta de produtos básicos focados no crédito;
		Atendimento focado no assessor de crédito/gerente;
		Caráter orientador no relacionamento;
Microempreendedor Urbano	Oportunidade de crédito para a produção e bancarização dos microempreendedores na região de atuação	Crédito focado na atividade produtiva;
		Cesta de produtos básicos focados no crédito como seguros prestamista e conta corrente;
		Atendimento focado no assessor de crédito/gerente;
		Caráter orientador no relacionamento.
Agricultura Familiar	Soluções financeiras abrangentes para o agronegócio na região de atuação	Oferta abrangente de produtos bancários básicos;
		Utilização de ampla oferta de canais alternativos;
		Acesso a iniciativas de desenvolvimento;
		Posicionamento do Banco como especialista no nicho.

PRINCÍPIOS

Segmento	Proposta de Valor	Pilares da Proposta de Valor
Pessoa Física	Relacionamento focado na gestão de recursos e oferta básica de crédito para pessoas vinculadas ao perfil produto	Oferta de produtos básicos relacionados à captação de recursos e limites de crédito (Cheque Especial e Cartão);
		Relacionamento gerenciado majoritariamente via canais alternativos (Internet Banking, Mala Direta, ATM);
		Abordagem aos clientes PF relacionados ao perfil produtor; em especial sócios, empresários e executivos.
Entidades Representativas	Relacionamento focado na gestão de recursos e oferta de serviços financeiros	Oferta de produtos básicos relacionados à captação de recursos e limites de crédito (Cheque Especial e Cartão);
		Relacionamento gerenciado majoritariamente via canais alternativos (Internet Banking, Mala Direta, ATM).
Governo	Veículo de intermediação de recursos para a região de atuação alavancando a infraestrutura do Banco	Intermediador de recursos do setor público, em todas as instâncias, para o Nordeste;
		Gerenciador e financiador de recursos para projetos estruturados e de infraestrutura na região Nordeste;
		Relacionamento institucional a partir de área especialista.

DIRETRIZES COMPROMISSOS

5 DIRETRIZES

5.1 As diretrizes que norteiam esta Política estão apoiadas nos seguintes pilares:

- 5.1.1 Equidade no atendimento justo e igualitário a todos os clientes e usuários, principalmente aos públicos mais vulneráveis, fortalecendo a relação entre as partes na construção de relacionamentos sustentáveis.
- 5.1.2 Cultura organizacional pautada no relacionamento cooperativo e equilibrado com clientes e usuários.
- 5.1.3 Conformidade dos produtos e serviços, assegurando a adequação do produto ou serviço ao perfil do cliente e a sua legitimidade e concordância.

6 COMPROMISSOS

6.1 O Banco do Nordeste, no cumprimento dos princípios e diretrizes desta Política, assume o compromisso de dispensar tratamento justo e equitativo aos clientes e usuários, especialmente ao público vulnerável, adotando as seguintes recomendações negociais/empresariais:

- 6.1.1 Atuar com esmero no conhecimento das necessidades de cada segmento de clientes de modo a ofertar, com assertividade, produtos e serviços adequados ao perfil do cliente/usuário;
- 6.1.2 Prestar informações sobre produtos e serviços de forma clara e precisa, em linguagem acessível e adequada a cada perfil de clientes e usuários;

COMPROMISSOS

- 6.1.3** Permitir a liquidação antecipada de dívidas ou outras obrigações, observando as condições contratuais firmadas e a legislação vigente;
- 6.1.4** Garantir ao cliente a prerrogativa de livre escolha ou de cancelamento de eventuais contratos de uso de produtos ou serviços financeiros, informando os seus direitos e obrigações para que possa decidir conscientemente;
- 6.1.5** Atender às demandas de forma precisa, ágil e tempestiva;
- 6.1.6** Prezar para que os documentos emitidos pelo Banco do Nordeste utilizem redação adequada à sua complexidade de modo a permitir o correto entendimento de seu conteúdo, especialmente aqueles destinados ao público vulnerável;
- 6.1.7** Facilitar o atendimento de pleito referente ao cancelamento da relação contratual, bem como a solicitação de transferência do relacionamento para outra instituição;
- 6.1.8** Preservar o sigilo e a integridade das informações e transações realizadas, contribuindo para desenvolvimento de uma relação de confiança mútua;
- 6.1.9** Investir, permanentemente, na capacitação dos empregados, bolsistas e jovens aprendizes que realizam atividades voltadas para o atendimento e relacionamento com clientes, exigindo o mesmo das empresas fornecedoras de colaboradores terceirizados;
- 6.1.10** Promover o diálogo com os clientes, como forma de conhecer suas necessidades de produtos, serviços e processos relacionados ao atendimento para a oferta de soluções adequadas;
- 6.1.11** Incentivar a boas práticas da educação financeira, especialmente junto aos seus públicos vulneráveis atendidos pelos programas de microfinan-

COMPROMISSOS

ças urbana e rural, contribuindo com os empreendimentos assistidos, e conseqüente inclusão financeira, social e redução das desigualdades intra e interregionais.

- 6.1.12** Incorporar no financiamento das atividades produtivas de seus clientes, a ações e projetos que visem à sustentabilidade socioambiental, a inovação tecnológica, de produtos e processos, favorecendo a sustentabilidade do planeta e a longevidade dos negócios financiados.
- 6.1.13** Potencializar, a partir de programas próprios, como o PRODETER ou Programas de Governo, a participação dos agentes econômicos locais no processo de desenvolvimento sustentável, favorecendo a melhoria das condições e qualidade de vida das pessoas.
- 6.1.14** Promover o financiamento solidário, integrado e orientado das atividades produtivas, especialmente aquelas que viabilizam os empreendimentos desenvolvidos pelo público vulnerável atendido pelos programas Crediamigo e Agroamigo.
- 6.1.15** Ser diligente na gestão do portfólio de produtos e serviços, apresentando soluções para os segmentos de clientes que desenvolvem diversas atividades econômicas, contemplando empreendedores de todos os portes, desde o dos segmentos de microfinanças, o pequeno agricultor familiar, ao grande empresário da indústria, comércio, serviços ou do segmento governo.
- 6.1.16** Fortalecer e disseminar as estratégias para canais de atendimento contidas na Política de Atuação Mercadológica, observando a proposta de valor e a relação entre segmentos, produtos e canais, para melhor entrega de soluções para os clientes.

PAPEIS E RESPONSABILIDADES GOVERNANÇA E GERENCIAMENTO DA POLÍTICA

6.1.17 Desenvolver e divulgar campanhas publicitárias de acordo com os perfis dos clientes, adequando a linguagem de comunicação ao perfil de cada segmento, em especial aos que fazem parte do público vulnerável.

7 PAPEIS E RESPONSABILIDADES

7.1 Todas as unidades organizacionais relacionadas com esta Política asseguram conhecer e aderir as rotinas e procedimentos operacionais afetos ao atendimento aos clientes e usuários, especialmente ao público vulnerável.

7.2 Os papéis e responsabilidades estão identificados por unidade organizacional na Matriz de Responsabilidades (3403-10-19).

8 GOVERNANÇA E GERENCIAMENTO DA POLÍTICA

8.1 As ações de cumprimento desta Política são coordenadas pela Diretoria de Controle e Risco e gerenciadas e executadas de forma descentralizada, contínua e sistemática pelas unidades organizacionais relacionadas na Matriz de Responsabilidades.

8.2 Faz parte da Política a formulação de métricas e indicadores gerenciais, como mecanismo de acompanhamento, avaliação, controle e mitigação de risco. A elaboração das métricas e indicadores gerenciais conta com a participação das unidades responsáveis, compondo o Programa de Ação corporativo.

GOVERNANÇA E GERENCIAMENTO DA POLÍTICA

- 8.3** As evidências das atividades realizadas pelas unidades organizacionais, constantes na Matriz de Responsabilidades, devem ser arquivadas, por essas unidades, pelo prazo de cinco anos para eventual avaliação da governança e das áreas de controle interno ou externo.
- 8.4** A execução da função de controle interno nas fases de pré-contratação, contratação e pós-contratação, constantes da jornada do cliente, é realizado, em primeira linha de defesa pelas unidades executoras, enquanto o gerenciamento e o monitoramento, e em segunda camada de defesa, serão feitos pelas unidades gestoras dos processos relacionados aos produtos e serviços financeiros, de acordo com a Política de Conformidade (compliance) e a Matriz de Responsabilidades.
- 8.5** Os mecanismos de controle e de mitigação de risco de conduta ficam a cargo de cada unidade organizacional, de acordo com as políticas corporativas vigentes e em especial as emanadas da Área de Controles Internos e Compliance, Segurança Corporativa e Gestão de Riscos ou da Auditoria Interna.
- 8.6** O descumprimento das ações previstas na Matriz de Responsabilidades pelas unidades organizacionais são objeto de avaliação dos colegiados disciplinares, de acordo com as competências e alçadas, para os devidos desdobramentos.
- 8.7** A identificação de ocorrências e recomendações visando à correção de eventuais deficiências pode ser objeto de verificação de conformidade pela 2ª linha de defesa do Banco, conforme prevê a Matriz de Responsabilidades.
- 8.8** Os dados, os registros e as informações relativas aos mecanismos de controle, processos, testes e trilhas de auditoria devem ser mantidos à disposição dos órgãos de controle interno ou externo pelo prazo mínimo de cinco anos.

AVALIAÇÃO E PERIODICIDADE

8.9 A observância para quaisquer desvios às diretrizes desta Política, podem ser relatadas pelos empregados, clientes ou usuários por meio dos canais de atendimento e de denúncia do Banco do Nordeste e sua inobservância está sujeita à apuração de responsabilidade conforme previsto nos manuais de instâncias de decisões administrativas.

9 AVALIAÇÃO E PERIODICIDADE

9.1 A efetividade da Política de relacionamento é medida pelo conjunto de indicadores que compõem o índice de cumprimento desta Política, mensurada anualmente no Programa de Ação do Banco.

9.2 A Política de Relacionamento com Clientes e Usuários de Produtos e Serviços Financeiros, ordinariamente, é revisada a cada três anos, mas poderá ser revisada em periodicidade diferente, caso ocorra a necessidade em função de novos normativos externos e internos, mudanças no direcionamento estratégico dentre outras.

