

**POLÍTICAS ADMINISTRATIVAS**

Emissão: 26/06/2020

**POLÍTICA INSTITUCIONAL DE PRÁTICAS DE CONDUTA E TRATAMENTO ADEQUADO AO CLIENTE**

Revisão: 19/06/2023

**1. INTRODUÇÃO**

A Prudential do Brasil (POB) atua com elevados padrões éticos e de transparência.

O Código de Ética e Conduta – Fazendo as Escolhas Certas reflete os valores da companhia e a conduta esperada. A companhia também espera que os colaboradores, prestadores de serviços, corretores franqueados e demais parceiros de negócios da POB ajam de forma leal com os Clientes.

O foco no Cliente, princípio destacado como um dos nossos valores essenciais, demonstra que a POB prioriza fornecer produtos e serviços de qualidade aos nossos Clientes, conforme suas necessidades, por todo o ciclo de vida do produto contratado.

**2. OBJETIVO**

Conforme disposto nas legislações locais e melhores práticas de mercado, esta Política tem como objetivo nortear a condução das atividades para uma relação honesta, equilibrada e de igualdade entre a oferta de produtos e serviços da POB e os interesses, necessidades e capacidades dos Clientes, de forma a assegurar a credibilidade do negócio. Esta política será revisada anualmente.

**3. ABRANGÊNCIA**

Esta Política é aplicável ao conglomerado da POB - Prudential do Brasil Seguros de Vida S.A. e Prudential do Brasil Vida em Grupo S.A., possuindo âmbito corporativo e abrangendo os colaboradores, prestadores de serviços terceirizados e intermediários.

**4. CONCEITOS E DEFINIÇÕES**

Para fins desta Política, considera-se:

**4.1 Clientes**

No segmento de vida individual, são os segurados ou clientes potenciais (*prospects*), as pessoas responsáveis pelo pagamento dos prêmios e seus respectivos representantes.

No segmento de vida em grupo, são os Estipulantes responsáveis pelo pagamento dos prêmios da(s) apólice(s), os segurados ou clientes potenciais (*prospects*).

## 4.2 Ciclo de vida do produto

Todas as fases do produto, abrangendo desde a sua concepção, desenho, desenvolvimento, intermediação e distribuição, até o cumprimento de todas as obrigações junto ao cliente, inclusive em relação a eventuais alterações contratuais, renovações, benefícios e tratamento de reclamações.

## 4.3 Intermediários

Significa, conjuntamente, os corretores franqueados da POB e demais corretores que tenham relacionamento com a POB.

Os estipulantes são equiparados aos intermediários.

## 4.4 Política

Significa esta Política Institucional de Práticas de Conduta e Tratamento Adequado ao Cliente e seus anexos:

- Código de Ética e Conduta – Fazendo as Escolhas Certas
- Política de Gestão e Governança de Fornecedores
- Manual de Compliance
- Política de Aprovação de Conteúdo
- Política de Proteção de Dados Pessoais
- Política de Ouvidoria

## 4.5 Suitability

Significa o oferecimento de produtos e soluções de seguros adequados ao perfil do cliente, o que significa estarem alinhados com os seus objetivos, capacidade financeira e necessidades, em todas as fases do processo, desde a fase da prospecção e por todo o ciclo de vida do produto.

## 5. DIRETRIZES

A POB, em consonância com a legislação vigente, deverá se comprometer com a aderência de colaboradores, terceiros, prestadores de serviços, Intermediários e parceiros comerciais às diretrizes abaixo descritas.

### 5.1 Práticas de conduta nos negócios

A POB e os Intermediários devem conduzir suas tratativas e relacionamento com Clientes observando os princípios de ética, responsabilidade, transparência, diligência, lealdade, honestidade, probidade, boa-fé objetiva, livre iniciativa e livre concorrência, promovendo o **tratamento adequado ao Cliente e fortalecimento da confiança no sistema de seguros privados**.

## 5.2 Produtos comercializados

**O seguro de vida individual** oferecido pela POB é altamente personalizado, sendo possível realizar combinações de produtos e coberturas que atendam à necessidade e ao perfil individual de cada Cliente.

Todo produto possui seu mercado alvo previamente definido. Os produtos comercializados buscam atender a clientes que tenham preocupações tais como:

- Ausência inesperada perante à família;
- Educação dos filhos;
- Realização de projetos e sonhos;
- Pagamento de despesas emergenciais;
- Manutenção de padrão de vida;
- Arcar com custos com inventário;
- Assistência Funeral;
- Suporte financeiro em situações de doenças graves ou acidentes; e
- Sucessão empresarial e proteção de pessoa chave.

**O seguro de vida em grupo**, da mesma forma, oferece soluções de seguros personalizadas, desenhadas a partir do estudo das necessidades do negócio.

Independentemente do porte da empresa, os produtos comercializados buscam atender a clientes que tenham preocupações tais como:

- Suporte à família do colaborador;
- Proteção para atender a convenções coletivas;
- Estratégia para retenção de talentos;
- Proteção em viagens corporativas; e
- Segurança para quem faz ou participa de eventos.

**O seguro de vida massificado** é um modelo de negócios adotado pela Prudential do Brasil que oferece a clientes produtos simplificados a preços competitivos, através de parceiros comerciais, por meio de uma jornada digital. Este modelo também pode conter assistências como:

- Serviços de telemedicina;
- Descontos em farmácia;
- Emergência dental.

A POB apenas permitirá a comercialização de produtos devidamente aprovados e registrados formalmente na SUSEP.

### **5.3 Cultura organizacional de transparência e tratamento adequado ao Cliente**

Para fins desta Política, as condições mínimas para o tratamento adequado ao Cliente devem observar, os seguintes aspectos:

- O desenvolvimento, a promoção, a intermediação, a distribuição e a venda de produtos que atendam ao interesse, à necessidade e ao perfil do Cliente;
- A adoção de medidas que tenham por objetivo minimizar o risco de venda de produtos não apropriados ou não adequados ao Cliente, incluindo portabilidades, quando for o caso;
- O aconselhamento e orientações adequados ao Cliente, mitigando assimetria de informações que possam dificultar sua decisão por produtos que atendam ao seu interesse, necessidade e perfil;
- O tratamento de avisos de sinistros e eventos cobertos, resgates, portabilidades, reclamações e demandas de forma adequada e tempestiva;
- A proteção da privacidade de dados pessoais, na forma da legislação vigente; e
- O provimento proativo e efetivo de informação clara e adequada antes, durante e depois da venda do produto, por todo o seu ciclo/sua vigência. É importante, portanto, ter transparência nas informações ao Cliente, o que abrange:
  - ✓ Informação sobre o comissionamento que incide sobre a intermediação do contrato de seguro de vida, responsabilidade direta dos Intermediários;
  - ✓ Informações acerca do produto contratado, coberturas e eventuais exclusões, constituição de valor de resgate (quando aplicável), dentre outras descritas nas condições gerais tanto no momento da venda quanto no pós-venda;
  - ✓ Elaboração de materiais de marketing, campanhas e formulários internos adotando os *disclaimers* adequados, que sigam as aprovações necessárias conforme Política de Aprovação de Conteúdo; e

- ✓ Informações disponíveis nos diferentes canais de mídias sociais e website, observando a transparência na linguagem.

#### **5.4 Processo de *Suitability***

O processo de *Suitability* visa a adoção e manutenção formalizadas de critérios, parâmetros e procedimentos para a oferta e distribuição de produtos na medida certa e sob devida justificativa de negócio a cada cliente, a começar antes da contratação, observando-se:

- O desenho e o desenvolvimento de cada produto e respectivos canais de distribuição de acordo com seu mercado-alvo;
- A identificação dos objetivos, necessidades financeiras, comerciais e pessoais de acordo com o perfil de cada Cliente;
- A adequação dos produtos, serviços e operações a tais objetivos e necessidades identificadas para cada Cliente;
- A compatibilidade dos produtos, serviços e operações à capacidade financeira do Cliente;
- O entendimento do Cliente quanto às características do produto a ser contratado, eventuais carências e restrições de contratação quando aplicável; e
- O entendimento do Cliente, quando houver situações que lhe tragam qualquer parte desfavorável financeiramente ao negócio, o que poderá ocorrer, por exemplo, pela contratação de seguro na POB com o propósito de substituir um seguro contratado na Prudential ou em outra seguradora.

No segmento de vida individual, a venda baseada nas necessidades já faz parte do modelo de negócios e traduz o conceito de *suitability*.

Ambos os canais de distribuição (franquia e parcerias estratégicas) dispõem de ferramentas que auxiliam o corretor na coleta de informação apropriada para identificação do produto e capital segurado que melhor se adequa às necessidades do Cliente antes mesmo do preenchimento da proposta de seguro de vida, que reflete sua decisão final.

No segmento de vida em grupo, as necessidades do estipulante, bem como informações acerca do porte da empresa, número de vidas seguradas, dentre outras são identificadas pelo corretor e documentadas no processo de cotação para que seja oferecida a solução mais adequada.

No segmento de produto massificados, a oferta de produtos simplificados e assistências a preços competitivos se dá através de empresa(s) parceira(s) de forma remota. Trata-se de seguros distribuídos coletivamente ou individualmente, destinados àqueles que desejam usufruir das vantagens do seguro de vida a um custo-benefício atrativo.

#### **5.5 Prestação de serviços a Clientes em nome da POB**

A prestação de serviços a Clientes em nome da POB, incluindo as parcerias estratégicas, deverá obedecer às diretrizes descritas nesta Política.

O ciclo de vida de prestadores de serviços/terceiros se dará através do Processo de Gestão e Governança de Fornecedores (*Vendor Governance*), consolidado em Política específica, obedecendo as etapas a seguir:

Planejamento e análise de risco, que determinará o nível de diligência necessária ao prestador de serviço > *Due Diligence* > Negociação > Monitoramento > Encerramento do Contrato.

Os parceiros estratégicos, especificamente, estão sujeitos às seguintes etapas de diligências prévias, a depender da sua complexidade e escopo:

Background Check > Preenchimento de Formulário *Due Diligence* e envio de documentação suporte para análise > Reunião de entrevista com representantes do parceiro.

As remunerações são previamente acordadas entre as partes e devidamente estabelecidas em contrato.

É importante, ainda, manter o devido acompanhamento tempestivo sobre o serviço provido.

## **5.6 Capacitação**

As áreas internas e os prestadores de serviço terceirizados que desempenhem atividades que afetem o relacionamento com o Cliente realizam periodicamente treinamentos definidos pela POB para capacitação. Todos devem buscar o tratamento adequado ao Cliente conforme disposto nas diretrizes desta Política.

As trilhas de treinamento e comprovação da realização devem ser armazenadas por cada área responsável pela capacitação e atualização das áreas que possuem relacionamento com o Cliente.

## **5.7 Tratamento justo**

A POB busca o fornecimento de soluções apropriadas e justas às queixas e preocupações dos Clientes, de forma soberana a interesses comerciais.

## **5.8 Satisfação do Cliente**

A POB estabelece meios de acompanhamento e recebimento de *feedbacks* de Clientes em relação ao entendimento da contratação do seguro e sua satisfação ao longo de sua jornada.

## **5.9 Melhores Práticas com o Cliente**

A POB busca que as informações prestadas durante o ciclo de vida do produto sejam adequadamente entendidas pelos clientes. Adicionalmente, todos os colaboradores e intermediários devem adotar comunicação e tratamento adequados ao grau de conhecimento técnico do cliente, buscando prestar

esclarecimentos dos riscos envolvidos nos processos e transações, prezando pela transparência e melhor atendimento de acordo com suas necessidades.

#### **5.10 Prevenção a conflito de interesses**

A relação entre a POB e o Intermediário não deve prejudicar o tratamento adequado e efetivo ao Cliente, devendo ficar claro qualquer conflito de interesses decorrente desta relação.

Adicionalmente, políticas de remunerações, comissões, bônus e demais incentivos financeiros a executivos, colaborador, prestadores de serviços terceirizados e Intermediários não podem fomentar um conflito de interesses com as diretrizes de tratamento adequado ao Cliente dispostas nesta Política.

#### **5.11 Conformidade regulatória**

A POB zela pela conformidade ao Código de Defesa do Consumidor, Resolução CNSP nº 382/2020 bem como à legislação pertinente, tais como definição de prazos para atendimento a reclamações, pagamento de sinistros e outros.

### **6. RESPONSABILIDADES**

Abaixo elencamos os principais agentes e suas responsabilidades no que tange a esta Política.

#### **6.1 Colaboradores e prestador de serviços**

Os Colaboradores e prestadores de serviços são responsáveis por:

- Compreender e cumprir esta Política, observando disposições aplicáveis à sua área de atuação;
- Realizar tempestivamente treinamentos e reciclagens que lhe forem disponibilizados;
- Atuar de forma colaborativa e proativa em todo processo que incorra direta ou indiretamente no atendimento ao Cliente; e
- Envolver a área de Experiência do Cliente sempre que um processo, ação, demanda de TI, projeto ou iniciativa, gerar impacto em clientes.

#### **6.2 Diretor que representa a POB perante a Susep**

O Diretor responsável pela Política e indicado formalmente à Susep é responsável por zelar pela observância do seu cumprimento, bem como estimular a boa prática no que tange ao tratamento adequado ao Cliente.

#### **6.3 Executivos**

Os Executivos são responsáveis por:

- Manterem e reforçarem o compromisso da POB no cumprimento desta Política e de disposições legais correspondentes; e
- Providenciar a correção de eventuais deficiências de controle identificadas, ou a análise de planos de adequação a eventuais alterações na legislação pertinente ao assunto desta Política.

#### **6.4 Gestores**

Os Gestores são responsáveis por:

- Disseminar continuamente entre suas equipes a cultura e a conscientização corporativa quanto ao tema nesta Política, bem como incentivar a observância desta e da legislação pertinente;
- Manter postura vigilante nos relacionamentos da POB, sob sua gestão, com parceiros, prestadores de serviços, fornecedores e representantes com poder de negociar e interagir com Clientes em nome da POB; e
- Providenciar a correção de eventuais deficiências de controle identificadas, ou a análise de planos de adequação a eventuais alterações na legislação pertinente ao assunto desta Política, no que se refere a processos sob sua gestão.

#### **6.5 Corretores franqueados, demais corretores que tenham relacionamento com a POB e estipulantes (Intermediários)**

Os Intermediários são responsáveis por compreenderem o disposto na Resolução CNSP nº 382/2020 e cumprirem as diretrizes estabelecidas nesta Política, sobretudo no que diz respeito à transparência de informações e tratamento adequado ao Cliente, além de promoverem a venda baseada de acordo com as necessidades/perfil (*suitability*) do cliente.

#### **6.6 Comercial**

As Áreas Comerciais são responsáveis por:

- Promoverem a cultura de venda baseada nas necessidades dos Clientes, bem como viabilizar treinamentos para os intermediários acerca do tema, de forma a entregar sempre a melhor solução ao Cliente; e
- Monitorarem e supervisionarem indicadores de qualidade de venda dos intermediários com base em registros de reclamações, cancelamentos, desistências e demais pontos que possam demonstrar algum grau de insatisfação do Cliente no negócio.

#### **6.7 Treinamento**



As Áreas de Treinamentos dos intermediários, são responsáveis por:

- Promoverem a cultura de vendas baseadas em necessidades/ recursos necessários por meio de treinamentos;
- Proverem tempestivamente treinamento e material adequado aos intermediários, bem como todo o suporte necessário para uma venda correta, justa e adequada ao Cliente, se atentando ao disposto nas diretrizes desta Política; e
- Acompanharem e identificarem eventuais necessidades de melhorias ou adaptações da dinâmica de treinamentos.

### **6.8 Operações (prestação de serviços e atendimentos a Clientes no pós-venda)**

Operações (Áreas de prestação de serviços e atendimento a Clientes no pós-venda) são responsáveis por:

- Realizarem tempestivamente treinamentos de capacitação técnica dos colaboradores e prestadores terceirizados que possuem atividade afeta ao relacionamento com o Cliente, tal como Soluções e Atendimento/Call Center e Benefícios/Sinistros;
- Estabelecerem métricas de qualidade e com isso, monitorarem e supervisionarem a performance no atendimento e demais serviços a Clientes, tanto pelos colaboradores quanto pelas empresas e pessoas contratadas para serviços terceirizados, tendo em vista identificarem eventuais deficiências ou necessidades de melhorias;
- Garantirem o atendimento às demandas de Clientes conforme prazos regulatórios, inclusive dos prestadores de serviços terceirizados, quando aplicável; e
- Realizarem diligências no processo de escolha e contratação de empresas para serviços terceirizados a Clientes.

### **6.9 Produtos**

A Área de Produtos é responsável por:

- Prover previamente ao lançamento, apoio técnico sobre novos produtos a todas as Áreas voltadas para comercialização, atendimento e prestações de serviços a Clientes; e
- Assegurar que os produtos distribuídos pela POB se encontram com status de conformidade legal.

### **6.10 Vendor Governance**

A Área de *Vendor Governance* é responsável por oferecer o suporte às Áreas que contratam empresas para prestarem serviços à POB na identificação de possíveis impactos a Clientes, bem como no processo de diligências para avaliar a escolha.

### **6.11 Ouvidoria**

A Área de Ouvidoria é responsável por:

- Observar as diretrizes desta Política na conciliação de conflitos e atendimento à Política de Ouvidoria; e
- Manter-se atualizado acerca do modelo de negócios e novos produtos.

### **6.12 Marketing Institucional**

É responsável por promover e monitorar o uso apropriado de mídias sociais e websites nos negócios da POB.

### **6.13 Compliance**

A Área de Compliance é responsável por:

- Revisar e atualizar esta Política;
- Zelar pelas melhores práticas de conduta;
- Apurar fatos relacionados a condutas impróprias; e
- Verificar o cumprimento desta Política e da legislação pertinente com a realização de testes periódicos e acompanhamento de planos de ação aplicáveis.

### **6.14 Jurídico**

A área Jurídica é responsável por interpretar a legislação e as normas regulatórias sobre o assunto bem como monitorar e comunicar alterações.

## 6.15 Auditoria Interna

A Auditoria Interna é responsável por realizar a execução de programa anual que verifique o cumprimento dos procedimentos descritos nesta Política, conforme previsto na Resolução CNSP nº 382/2020.

## 7. DISPOSIÇÕES FINAIS

O não cumprimento desta Política sujeita a POB a sanções e penalidades previstas na Resolução CNSP nº 382/2020, que varia da aplicação de multa pecuniária até a suspensão da comercialização dos produtos. Esse documento será mantido à disposição da Susep.

## 8. GOVERNANÇA

<u>Elaboração</u> Compliance	<u>Aprovações</u> Compliance Diretor responsável pela Resolução CNSP nº 382/2020 junto à Susep Conselho de Administração
---------------------------------	---

## RESUMO DE ALTERAÇÕES

Página	Descrição da Alteração	Data
6	Inclusão do capítulo “5.9 Melhores Práticas com o Cliente” e renumeração.	14/06/2021
----	Atualização ao longo do documento	07/06/2022
	Atualização ao longo do documento	19/06/2023