



POLÍTICA DE RELACIONAMENTO COM CLIENTES



SUMÁRIO

1. OBJETIVO	2
2. APLICAÇÃO	2
3. RESPONSABILIDADES	2
4. DESCRIÇÃO DA POLÍTICA	3
4.1. NORMAS	3
4.1.1. Negociação	3
4.1.2. Avaliações adicionais do cliente	4
4.1.3. Atividades prévias ao início da prestação dos serviços	5
4.1.4. Validação da execução dos serviços	6
4.1.5. Cobrança a clientes	6
4.1.6. Recebimentos adicionais ou concessão de descontos	7
4.2. Regras para concessão de hospitalidade, brindes, patrocínio e participação em eventos com agentes públicos, ex-agentes públicos e órgãos reguladores ou clientes	7-8
5. ANEXOS	8



1.OBJETIVO

Estabelecer as diretrizes, responsabilidades, procedimentos e controles de relacionamentos com clientes da DECAL Brasil.

2. APLICAÇÃO

- I. Comitê de Compliance;
- II. Gerência Geral;
- III. Gerência Administrativa;
- IV. Gerência de Operações;
- V. Grupo DECAL;
- VI. Área de Operações;
- VII. Contabilidade.

3. RESPONSABILIDADES

- I. **Comitê de Compliance** - Responsável por tratar os conflitos de interesse durante o processo comercial, incluindo contas a receber; Garantir que todos os envolvidos com o cliente tenham acesso às regras de *compliance* da DECAL Brasil e do cliente.
- II. **Gerência Geral** – Realizar as negociações de contratos com clientes; Negociar qualquer recebimento adicional; Garantir a comunicação com o grupo DECAL; Manter o relacionamento da DECAL Brasil com os clientes; Garantir que, no processo de negociação, sejam respeitadas todas as regras de *compliance* da DECAL Brasil e do cliente;
- III. **Gerência Administrativa** – Apoiar a Gerência Geral no processo de negociações dos contratos; Garantir que todas as regras de *compliance* da DECAL Brasil e do cliente sejam respeitadas ao longo do relacionamento; Acompanhar todos os recebimentos realizados.
- IV. **Gerência de Operações:** Apoiar a Gerência Geral nas etapas de negociação dos contratos; Garantir que as equipes de Operações que possuem relacionamento com o cliente (incluindo órgãos fiscalizadores) possuem independência na relação direta com o cliente; Garantir que todos os colaboradores da área de operações tenham conhecimento das regras de *compliance* do cliente;



- V. **Grupo DECAL** – Aprovar os contratos firmados com clientes na DECAL Brasil;
- VI. **Área de Operações** – Garantir que todas as etapas de validação da prestação do serviço, incluindo aquelas que possuem validação do cliente (incluindo órgãos fiscalizadores) estejam de acordo com as regras de *compliance* da DECAL Brasil; Informar a administração sobre qualquer conflito de interesse com funcionários do cliente (incluindo órgãos fiscalizadores);
- VII. **Contabilidade** – Garantir que as notas fiscais emitidas para os clientes estejam de acordo com as regras contratuais definidas e respeitando as políticas de *compliance* da DECAL Brasil;

4. DESCRIÇÃO DA POLÍTICA

4.1. Normas

4.1.1 Negociação

- I. Sempre que a DECAL Brasil disponibilizar a prestação de tancagem para o mercado, a Gerência Geral é a responsável por coordenar todo o processo de comunicação e relacionamento com os possíveis clientes e com o Grupo DECAL;
- II. Antes do início das negociações, a Gerência Geral deve garantir junto a área de operações que a DECAL Brasil possui capacidade técnica e operacional para a prestação do serviço, garantido que a DECAL Brasil não se comprometa com um contrato sem capacidade de atendê-lo.
- III. As negociações da DECAL Brasil com clientes públicos, devem ser realizadas preferencialmente por mais de um membro da DECAL Brasil. Caso não seja possível, é requerida a presença de mais de um membro do cliente e os resultados da reunião devem ser formalizados e encaminhados para administração da DECAL Brasil ou para o Grupo DECAL.



- IV. As aprovações e validações de qualquer contrato de prestação de serviços que envolva o recebimento de numerários pela DECAL Brasil devem ser comunicadas formalmente ao grupo DECAL pela Gerência Geral da DECAL Brasil antes do início do vínculo.

4.1.2. Avaliações adicionais do cliente

Antes do início da prestação dos serviços, a equipe administrativa da DECAL Brasil deve realizar avaliações prévias do cliente, quanto a classificação do cliente (agente público, ex-agente público, órgão público e empresas públicas e privadas), avaliação de exposição do cliente e conflito de independência.

- I. **Classificação do cliente** – Identificar se o cliente pode ser enquadrado como Agente Público, Ex-Agente Público, Órgão Regulador ou Empresas Públicas e Privadas.

Caso o cliente seja classificado como Agente Público, Ex-Agente Público, Órgão Regulador ou Empresa Pública, antes do início da prestação dos serviços, a Gerência Geral deve comunicar formalmente para o Comitê de Compliance sobre o vínculo com o cliente.

- II. **Exposição do cliente** – Deve ser realizada uma avaliação de *Due Dilligence* do cliente, para identificação de possíveis registros em listagens disponibilizadas pelo Governo Brasileiro:

- a) Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS);
- b) Cadastro Nacional de Empresas Punidas (CNEP);
- c) Pessoas Politicamente Expostas (PPE).

Caso seja identificada alguma menção do cliente nas listagens disponibilizadas pelo Governo Federal, o Comitê de Compliance deve ser formalmente comunicado e requerida uma aprovação para início do vínculo. Adicionalmente, é requerida uma aprovação formal do grupo DECAL prévia a prestação dos serviços, conforme política de *Due Dilligence*.



III. Conflitos de interesse

- A equipe administrativa deve realizar uma avaliação de possíveis conflitos de interesse entre funcionários da DECAL Brasil com o cliente. A avaliação deve ser realizada com o apoio da equipe de RH, responsável por este mapeamento conforme política de Contratação de Funcionários.
- Caso seja identificado algum conflito de interesses, a equipe administrativa deve comunicar formalmente ao Comitê de Compliance e ao gestor de pessoas da DECAL Brasil que possui conflito de interesse com membros do cliente.
- É de responsabilidade da equipe administrativa garantir que o funcionário da DECAL Brasil que possui relação com o cliente não participe de nenhuma atividade que envolva:
 - a) Julgamento;
 - b) Avaliação/Validação;
 - c) Negociação;
 - d) Pagamento/Recebimento.

4.1.3. Atividades prévias ao início da prestação dos serviços

Antes do início da prestação dos serviços pela equipe da DECAL Brasil, o Comitê de Compliance e a equipe administrativa devem garantir que:

- I. Todos os funcionários da DECAL Brasil envolvidos direta ou indiretamente com a prestação do serviço tenham acesso as regras de *compliance* aplicadas pelo cliente, quando existir, para garantir que as regras mais restritivas sejam aplicadas na relação;



- II. Todos os envolvidos direta ou indiretamente com o cliente tenham pleno conhecimento técnico das atividades realizadas para prestação dos serviços contratados.

4.1.4. Validação da execução dos serviços

- I. A equipe de operações é a responsável pelo processo de medição dos serviços prestados e avaliação dos valores definidos. Cabe à equipe de operações documentar as medições para que sejam confrontadas com as medições do cliente (ou órgão fiscalizador).
- II. Quando identificada divergência entre as medições da DECAL Brasil e a posição do cliente (ou órgão fiscalizador), acima dos limites definidos contratualmente, é requerida a realização de uma medição adicional por outro membro da DECAL Brasil para validação dos números.

4.1.5. Cobrança a clientes

- I. A equipe de Contabilidade é a responsável por emitir as notas fiscais de cobrança de acordo com os relatórios de medição elaborados pelo cliente. Ainda, os valores informados pelo cliente devem ser avaliados e comparados com as medições realizadas pela DECAL Brasil.
- II. As notas fiscais de cobrança são geradas a partir do alinhamento dos valores presentes nos relatórios de medição gerados pela DECAL Brasil e pelo cliente, e aprovação da gerência administrativa da DECAL Brasil.

4.1.6. Recebimentos adicionais ou concessão de descontos

- I. Quando houver cobranças em valores divergentes aos definidos em contrato (adicionais ou descontos), caso o cliente seja classificado como Agente Público, Ex-Agente Público, Órgão Regulador ou Empresa Pública (vide item “4.1.2. Avaliações



adicionais do cliente”), e o valor exceder em 0,5% do valor contratual, é requerida comunicação da cobrança/desconto ao Comitê de Compliance da DECAL Brasil.

4.2. Regras para concessão de hospitalidade, brindes, patrocínio e participação em eventos com agentes públicos, ex-agentes públicos e órgãos reguladores ou clientes

É terminantemente vedado oferecer, receber ou prometer brindes, presentes, patrocínios, hospitalidade, participação em eventos ou qualquer outra vantagem a agentes públicos, ex-agentes, empresas privadas, órgãos da administração direta ou indireta ou terceiros influenciadores, em troca de favorecimento pessoal ou ilícito ao ofertante ou licitante.

§ 1º - Excetua-se a proibição do *caput* se:

- I. o valor do brinde ou da vantagem não ultrapassar o valor estabelecido pela Comissão de Ética Pública (CEP) ou pelo Código de Conduta da Alta Administração Federal (CCAAF);
- II. O valor da hospitalidade estiver de acordo com os padrões locais para as relações comerciais.

§ 2º Todo brinde, vantagem, patrocínio ou hospitalidade institucional a ser dado e/ou recebido a/de um agente público, ex-agente público, órgão da administração direta ou indireta ou terceiro influenciador deve ser previamente analisado e autorizado pelo Comitê de Compliance. Adicionalmente à aprovação do comitê, o beneficiário é responsável por registrar o recebimento na planilha de transparência da DECAL Brasil.

Para efeitos deste Código, considera-se:

- **Agente público** –aquele que por força de lei, contrato ou qualquer ato jurídico, preste serviços de natureza permanente, temporária, excepcional ou eventual, ainda que sem retribuição financeira, a órgão ou entidade da Administração Pública, direta ou indireta.
- **Brinde** –objeto nas seguintes definições:



POLÍTICA DE RELACIONAMENTO COM CLIENTES

Código: D.PC.08.S

- ✓ Não tenha valor comercial ou seja distribuído por entidade de qualquer natureza a título de cortesia, propaganda, divulgação habitual ou por ocasião de eventos ou datas comemorativas de caráter histórico ou cultural;
 - ✓ Sua periodicidade de distribuição não seja inferior a 12 (doze) meses; e
 - ✓ Seja de caráter geral e, portanto, não se destine a agraciar exclusivamente uma determinada pessoa.
- **Patrocínio** –apoio financeiro concedido a projetos de iniciativa de terceiros, com objetivo de divulgar atuação, fortalecer conceito, agregar valor à marca, incrementar vendas, gerar reconhecimento ou ampliar relacionamento do patrocinador com seus públicos de interesse.
 - **Presente** –objeto ou serviço de uso ou consumo pessoal com valor comercial. Não é considerado presente para fins desta política:
 - ✓ Prêmio em dinheiro ou bens concedidos por entidade acadêmica, científica ou cultural, em reconhecimento por contribuição de caráter intelectual;
 - ✓ Prêmio concedido em razão de concurso de acesso público ao trabalho de natureza acadêmica, científica, tecnológica ou cultural;
 - ✓ Bolsa de estudos vinculada ao aperfeiçoamento profissional ou técnico, desde que o patrocinador não tenha influência em decisão que possa ser tomada pelo empregado, em razão do cargo que ocupa;
 - ✓ Benefícios concedidos a clientes.

5. ANEXOS

Anexo I – F.PC.01.S Planilha Transparência