

POLÍTICA DE TRATAMENTO DE CLIENTES

CARDIF

Janeiro 2023



**BNP PARIBAS
CARDIF**

The insurer
for a changing
world

ÍNDICE

DEFINIÇÕES

1. OBJECTO E ÂMBITO DE APLICAÇÃO

1.1. OBJECTO

1.2. ÂMBITO

2. PRINCÍPIOS ADOTADOS NO TRATAMENTO DOS CLIENTES

2.1. PRINCÍPIOS GERAIS

2.2. PRINCÍPIOS ESPECÍFICOS E IMPACTOS NO NEGÓCIO

3. ORGANIZAÇÃO PIC

4. DESIGN DE PRODUTO

5. ADEQUAÇÃO DO PRODUTO ÀS NECESSIDADES E SITUAÇÃO DOS CLIENTES

6. INFORMAÇÃO ENTREGUE AO CLIENTE

7. CONFLITOS DE INTERESSES

8. TRATAMENTO DAS RECLAMAÇÕES

9. OPERAÇÕES PÓS-VENDA E TRATAMENTO DE SINISTROS

10. INFORMAÇÃO A PRESTAR NO ÂMBITO DA POLÍTICA ANTIFRAUDE

11. GOVERNAÇÃO: FUNÇÕES E RESPONSABILIDADE, REPORTE INTERNO E MONITORIZAÇÃO

12. DIVULGAÇÃO DA POLÍTICA

DEFINIÇÕES

Nos termos e para os efeitos do disposto no presente Regulamento e, em conformidade com o previsto nas disposições legais e regulamentares aplicáveis, entende-se por:

- **“Clientes”**: os tomadores de seguros, segurados, beneficiários e terceiros lesados, no âmbito da atividade seguradora, bem como os associados, contribuintes, participantes e beneficiários, no âmbito da atividade de gestão de fundos de pensões;
- **“Empresas de seguros”**: i) as empresas de seguros com sede em Portugal, ii) as sucursais de empresas de seguros com sede em outro Estado membro da União Europeia, iii) as empresas de seguros com sede em outro Estado membro da União Europeia que exerçam atividade em regime de livre prestação de serviços, e iv) as sucursais de empresas de seguros de um país terceiro, na aceção prevista no Regime Jurídico de Acesso e Exercício da Atividade Seguradora e Resseguradora);
- **“Reclamação”**, a manifestação de discordância em relação a posição assumida por empresa de seguros ou de insatisfação em relação aos serviços prestados por esta, bem como qualquer alegação de eventual incumprimento, apresentada por tomadores de seguros, segurados, beneficiários ou terceiros lesados. Não integram o conceito de reclamação as declarações respeitantes ao processo de negociação contratual, as interpelações para cumprimento de deveres legais ou contratuais, as comunicações inerentes ao processo de regularização de sinistros e eventuais pedidos de informação ou esclarecimento;

1. OBJECTO E ÂMBITO DE APLICAÇÃO

1.1. OBJECTO

O presente documento é elaborado em cumprimento do disposto no Artigo 154.º da Lei n.º 147/2015, de 9 de setembro (que aprova o regime jurídico de acesso e exercício da atividade seguradora e resseguradora) e da Norma Regulamentar ASF n.º 7/2022-R, devendo proceder-se à sua revisão sempre que esta norma for alterada ou revogada.

O presente documento tem por objeto definir a Política de Tratamento de Clientes da **CARDIF**, acolhendo, em simultâneo, os princípios da Política “Protection of Interest of Client” na expressão anglo-saxónica, ou, traduzida, Política de Proteção dos Interesses dos Clientes – doravante abreviadamente designada por “Política PIC” do Grupo BNP Paribas Cardif.

1.2. ÂMBITO

A presente Política aplica-se às seguintes Entidades:

- a) **CARDIF ASSURANCE VIE**, com sede em Boulevard Haussemann 1 – Paris e com sucursal em Portugal, sita na Torre Ocidente – Rua Galileu Galilei, n.º 2, 10.º piso, Benfica, 1500-392 Lisboa, NIPC/matricula na Conservatória do Registo Comercial de Lisboa n.º 980 148 243, inscrita na Autoridade de Supervisão de Seguros sob o número de matrícula 1138 (consulta disponível em www.asf.com.pt).
- b) **CARDIF ASSURANCES RISQUES DIVERS**, com sede em Boulevard Haussemann 1 – Paris e com sucursal em Portugal, sita na Torre Ocidente – Rua Galileu Galilei, n.º 2, 10.º piso, Benfica, 1500-392 Lisboa, NIPC/matricula na Conservatória do Registo Comercial de Lisboa n.º 980 148 243, inscrita na Autoridade de Supervisão de Seguros sob o número de matrícula 1139 (consulta disponível em www.asf.com.pt).

(doravante simplesmente designadas em conjunto por “**CARDIF**”).

A presente Política tem em linha de conta todos os canais de distribuição utilizados pela **CARDIF**, garantindo que lhe são extensíveis os princípios, regras e procedimentos adotados no quadro do respetivo relacionamento com os clientes. Assim, sempre que parte do processo comercial seja conduzido por terceiros independentes, esta Política é-lhes também aplicável e a **CARDIF** desenvolverá todos os esforços no sentido de fornecer informações e formação a esses intermediários, a fim de os ajudar a cumprir

os princípios básicos estabelecidos nesta Política e a atuar no melhor interesse dos Clientes.

A **CARDIF** está empenhada em assegurar que os Clientes sejam tratados de forma honesta, justa e profissional.

O tratamento dos Clientes de forma justa é basilar para a cultura corporativa da **CARDIF**, assegurando que:

- A empresa tem uma visão clara que apoia o tratamento justo dos Clientes;
- O tratamento justo dos Clientes é um objetivo fundamental que deve orientar o comportamento e os valores de todos os colaboradores;
- Os colaboradores detêm qualificação adequada, em especial os que contactam com Clientes, e recebem formação para efeitos do cumprimento das disposições legais e regulamentares aplicáveis e sempre que se revele necessário;
- A tomada de decisões em todos os níveis reflete o tratamento justo dos Clientes;
- Existem controlos implementados que monitorizam e asseguram que os Clientes estão a ser tratados de forma justa.

O objetivo desta Política é estabelecer os princípios, regras e procedimentos fundamentais no relacionamento com os Clientes, formulando um conjunto de padrões mínimos para garantir aos Clientes um tratamento justo, equitativo, diligente e transparente.

Todas as políticas relacionadas com os Clientes devem ser conjugadas com os princípios orientadores desta Política e de acordo com a Política PIC do Grupo BNP Paribas Cardif que aborda cinco regras fundamentais de organização e Conduta e foi concebido para mitigar os seguintes grandes riscos genéricos:

EXIGÊNCIAS E NECESSIDADES DOS CLIENTES	Risco de venda de um Produto que não satisfaça as necessidades e situação do Cliente.
INFORMAÇÃO ENTREGUE AO CLIENTE	Risco de que sejam fornecidas ao Cliente informações enganosas e/ou pouco claras que não lhe permitam tomar uma decisão informada.

CONFLITOS DE INTERESSE PIC	Risco de não agir no interesse dos Clientes, dando prioridade aos interesses do Grupo BNP Paribas, dos seus colaboradores, dos seus parceiros ou de outros Clientes.
TRATAMENTO DAS RECLAMAÇÕES DOS CLIENTES	Risco de as Reclamações dos Clientes não serem devidamente tratadas.
OPERAÇÕES PÓS-VENDA E TRATAMENTO DE SINISTROS	Risco de que os pedidos e reclamações dos Clientes não sejam devidamente tratados de acordo com os termos e condições do contrato.

2. PRINCÍPIOS ADOTADOS NO TRATAMENTO DOS CLIENTES

2.1. PRINCÍPIOS GERAIS

A **CARDIF** coloca os Clientes no centro das suas operações.

O foco no Cliente é um pilar fundamental da sua visão e valores corporativos, e o princípio do tratamento justo dos Clientes é transposto nos modelos e procedimentos operacionais.

Espera-se que todos os Colaboradores adiram a esta política e adequem os respetivos procedimentos operacionais em conformidade com a mesma, quer no tratamento de Clientes internos como externos, garantindo o respeito pelos princípios de tratamento justo.

Tratar os Clientes de forma justa significa que a **CARDIF** tem como princípios orientadores:

- Tratar os Clientes de forma equitativa, diligente e transparente;
- Dar resposta adequada às necessidades de informação e esclarecimento dos Clientes, atendendo ao respetivo perfil e à natureza e complexidade da situação;
- Instituir os mecanismos necessários para assegurar que não são comercializados pela empresa de seguros produtos de seguros com

características desajustadas face ao perfil e às necessidades dos respetivos tomadores de seguros ou segurado;

- Tratar os dados pessoais recolhidos junto dos clientes, em conformidade com os princípios relativos ao tratamento de dados pessoais e demais obrigações aplicáveis, decorrentes da legislação aplicável, bem como a indicação do local onde se encontra disponível a política sobre a proteção de dados e a informação sobre os direitos dos titulares neste âmbito;
- Prevenir e gerir conflitos de interesses, designadamente no âmbito da gestão de reclamações;
- Assegurar a gestão célere e eficiente dos processos relativos a clientes, designadamente em matéria de sinistros e de gestão de reclamações;
- Assegurar que os Colaboradores detêm qualificação adequada, em especial os que contactam com Clientes, e recebem formação para efeitos do cumprimento das disposições legais e regulamentares aplicáveis e sempre que necessário;
- Fornecer produtos e serviços que atendam às necessidades dos Clientes;
- Comunicar de forma atenciosa, direta, clara e justa com Clientes;
- Minimizar as reclamações dos Clientes e tratá-las sempre de forma justa, eficiente e célere;
- Garantir a implementação de um programa fiável de segurança da informação e proteção de dados;
- Assegurar a confidencialidade da informação do Cliente;
- Obter o respeito e confiança dos nossos Clientes;
- Promover a qualificação adequada dos Colaboradores, em especial os que contactam diretamente com Clientes no sentido de assegurar a qualidade do atendimento, presencial e não presencial.

A CARDIF assegura aos Clientes que:

- Tratar os Clientes de forma justa é fundamental para a cultura corporativa;
- Os produtos e serviços são projetados para atender às suas necessidades;
- Recebem informações claras, completas e transparentes e que o desempenho do produto e o serviço estão de acordo com as suas expectativas;

- Não enfrentam dificuldades no pós-venda não razoáveis, nomeadamente para mudar o produto, mudar de segurador ou de entidade gestora, enviar uma participação de sinistro ou fazer uma reclamação;
- Os sinistros e as reclamações são tratados de forma célere e diligente, profissional e imparcial.

Estes princípios devem ser tidos em consideração em todas as fases do processo comercial e o seu impacto será devidamente avaliado.

2.2. PRINCÍPIOS ESPECÍFICOS E IMPACTOS NO NEGÓCIO

A **CARDIF** deve implementar medidas relevantes para garantir que as regras de organização e conduta do PIC são tidas em consideração em toda a relação com os Clientes e em cada fase do ciclo de vida dos Produtos, quer atuem como fabricante ou como distribuidor de um Produto.

As secções subsequentes desta política baseiam-se nestas regras de organização e conduta:

- Organização PIC
- Design de produto
- Adequação do Produto às necessidades e situação dos Clientes
- Informação entregue ao Cliente
- Conflitos de interesses PIC
- Tratamento de reclamações dos clientes
- Operações Pós-Venda e Tratamento de Reclamações

3. ORGANIZAÇÃO PIC

As regras organizacionais do PIC devem ser concebidas de modo a permitir que a **CARDIF** implemente as regras de conduta do PIC.

Com o apoio do Compliance e das demais funções do Grupo, a **CARDIF** deve implementar uma estrutura organizacional que permita:

- Compreender os regulamentos aplicáveis à sua atividade (e em particular a toda a gama de Produtos, tipos de Clientes e canais de distribuição em que os

Produtos são distribuídos aos Clientes) e aplicar quaisquer alterações a estes regulamentos;

- Identificar os principais riscos do PIC utilizando a Avaliação de Riscos do Negócio à luz da regulamentação aplicável à sua atividade e da metodologia de gestão de riscos de conformidade do BNP Paribas Cardif;
- Definir, implementar e documentar uma estrutura de 1º nível, incluindo governança, procedimentos de desktop, treinamento, controles e relatórios para cumprimento desta política;
- Tratar de forma adequada as Reclamações dos Clientes. A análise de Reclamações de Clientes ajuda a melhorar os processos e sistemas; e
- Verificar se os pedidos e reclamações dos Clientes são tratados adequadamente de acordo com os termos e condições do contrato: a promessa que fazemos nos termos e condições do contrato deve ser entregue ao Cliente.

A implementação desta estrutura organizacional requer o envolvimento da gestão da a **CARDIF**.

4. DESIGN DE PRODUTO

A **CARDIF** deve:

- Manter, operar e rever um processo adequado e proporcional para a aprovação de Produtos de seguros e quaisquer adaptações significativas;
- Estabelecer um Comité Local de Validação de Produto, que é uma parte fundamental do processo de aprovação do Produto;
- Garantir que os Conflitos de Interesse sejam considerados durante todo o processo de concepção e revisão dos Produtos. Em especial: assegurar que as situações de Conflitos de Interesses que possam ter um impacto negativo nos interesses dos Clientes são identificadas e geridas;
- Garantir que a estrutura do Produto e/ou incentivos não encoraje ninguém a vendê-lo de forma a promover os interesses de qualquer distribuidor (no caso de uma relação B2B2C) ou de qualquer funcionário do BNP Paribas Cardif (no caso de negócios B2C), em detrimento dos interesses do Cliente;

- Se aplicável, ter um procedimento local para garantir que um acordo esteja em vigor com todos os acordos de co-design definindo as respetivas funções e responsabilidades antes da venda dos Produtos.

5. ADEQUAÇÃO DO PRODUTO ÀS NECESSIDADES E SITUAÇÃO DOS CLIENTES

Aplicam-se os seguintes princípios:

- A **CARDIF** deve determinar o tipo e quantidade de informação necessária para estabelecer as Demandas e Necessidades dos Clientes. Deverá ser prestada especial atenção:
 - às perguntas feitas no processo de recolha de informação que são suscetíveis de serem compreendidas pelo Cliente; e
 - à coerência das informações obtidas está sujeita a um nível razoável de verificação;
- Produto que é oferecido ao Cliente deve ser consistente com as Demandas e Necessidades do Cliente;
- A **CARDIF** deve garantir que os Clientes estão dentro do Mercado Alvo;
- Para os Produtos CPI, a **CARDIF** deve garantir que não existem problemas de incompatibilidade entre o acordo de crédito e o Produto CPI aquando da venda do Produto;
- A **CARDIF** deve fornecer informações suficientes sobre os Produtos aos Clientes para ajudá-los a tomar uma decisão informada;
- Em todos os casos, instruções claras para subscrever um Produto devem ser dadas pelo Cliente (o Cliente deve dar consentimento explícito para comprar um Produto);
- Processos manuais ou automatizados devem ser definidos e implementados pelo Negócio para verificar se os Produtos oferecidos aos Clientes são adequados;
- A existência e a eficiência destes processos devem ser regularmente revistas pela 1ª e 2ª Linhas de Defesa;
- Se um Cliente desejar subscrever um Produto que não pareça satisfazer o seu conhecimento e experiência, Exigências e Necessidades ou se o Cliente não tiver fornecido informações suficientes, o Cliente deve ser formalmente prevenido, explicando as razões pelas quais o Produto pode não ser

consistente ou não ser adequado. O aviso deve ser sempre feito antes de o Produto ser fornecido ao Cliente e enviado num Suporte Duradouro;

- Se o Cliente ainda desejar assumir o Produto apesar de ter sido avisado, e se a conclusão da transação for suscetível de ser contra o interesse do Cliente, o Produto não deve ser oferecido (se for permitido não oferecê-lo de acordo com os regulamentos aplicáveis).

6. INFORMAÇÃO ENTREGUE AO CLIENTE

As informações entregues aos Clientes devem ser validadas para garantir que estão em conformidade com a legislação e regulamentos aplicáveis.

Durante o ciclo de vida do Produto, a **CARDIF** deve aplicar o seguinte princípio: "Os clientes devem receber informações em tempo útil, que sejam claras, justas, transparentes, compreensíveis e não enganosas, tanto na forma como na substância, seja qual for o tipo de formato (incluindo os digitais).

Seguem-se exemplos de como aplicar o princípio acima referido:

- **Termos e condições do produto:**
 - Produto deve ser de fácil explicação e compreensão pelos Clientes pertencentes ao Mercado-Alvo;
 - Os termos e condições são escritos de forma simples e clara, para que os Clientes os compreendam; e
 - Os termos e condições incluem diagramas ou infografias para ajudar a explicar informações complicadas.
- **Marketing/publicidade:**
 - O material de marketing deve incluir informação chave sobre o Produto e incluir os principais benefícios e inconvenientes (quando o meio/canal de distribuição/tipo de marketing o permitir) para garantir que o Cliente pode tomar uma decisão informada;
 - Qualquer informação que não apresente os benefícios e inconvenientes de um Produto de forma equilibrada é considerada enganosa; e
 - O momento e o destaque das divulgações devem ser tidos em conta (por exemplo, uma divulgação de aviso importante na parte inferior de um

anúncio por e-mail no tamanho de fonte 7 não deve ser considerada clara).

- **Venda:**

A **CARDIF** deve fornecer:

- aos distribuidores, todas as informações necessárias para permitir que os distribuidores compreendam completamente como o Produto está estruturado e precificado para treinar sua força de vendas para ser capaz de fornecer conselhos precisos aos seus Clientes; e
- aos Clientes, todas as informações necessárias para que os Clientes estejam numa posição informada antes de tomarem a decisão de compra do Produto. As informações sobre o Produto devem incluir (mas não estar limitadas a):
 - características significativas - são os riscos que o Produto foi concebido para cobrir ou os objetivos do Produto oferecido);
 - benefícios;
 - inconvenientes - podem incluir as exclusões significativas da cobertura/riscos e/ou do excesso/franquia; e
 - custos - podem incluir o que estão a pagar, incluindo o custo dos produtos, serviços e aconselhamento escolhidos, com um nível de pormenor adequado.

- **Operações de pós-venda e sinistros:**

- Quando um Produto é alterado, e dependendo da regulamentação local, um resumo da alteração deve ser enviado ao Cliente para que este seja informado;
- Quando um Produto é renovado (tacitamente ou não), de acordo com exigência regulamentar, deverá ser enviado ao Cliente um documento a informar sobre a renovação para que esteja bem informado sobre o conteúdo e nível de garantias;
- Os processos de tratamento de reclamações e reclamações incluem informações regulares sobre o estado do caso para o Cliente e todas as informações são claras para entender.

7. CONFLITOS DE INTERESSES

Um conflito de interesses é uma situação em que um interveniente tem a capacidade de promover um interesse em detrimento de outros interesses que essa pessoa tem o dever superior de proteger.

Um interesse é qualquer tipo de vantagem, que pode provavelmente proporcionar um benefício ou evitar uma perda, para si mesmo ou para uma relação de si mesmo. Tal benefício ou perda pode ser de qualquer tipo: financeiro, reputacional, profissional, comercial, pessoal, coletivo, monetário ou não monetário.

A **CARDIF** deve assegurar que os Conflitos de Interesses não afetam negativamente os interesses dos seus Clientes.

Em conformidade com a Política de Conflitos de Interesses do BNP Paribas Cardif, a **CARDIF** deve:

- Identificar os Conflitos de Interesses que possam impactar negativamente os interesses dos Clientes;
- Definir o quadro relacionado para prevenir os riscos; e
- Mitigar o impacto potencial dos Conflitos de Interesses identificados e, como medida de último recurso, caso o conflito não possa ser mitigado, divulgá-lo aos Clientes.

Em especial:

- Os Produtos devem ser desenhados tendo em consideração os interesses dos Clientes;
- A estrutura do Produto e/ou incentivos não devem encorajar ninguém a vendê-lo de forma a promover os interesses de qualquer distribuidor ou de qualquer funcionário da **CARDIF**, em detrimento dos interesses do Cliente;
- Os objetivos de vendas e/ou a formação ministrada aos distribuidores ou aos colaboradores da **CARDIF** não devem incentivar a oferta de um Produto em detrimento de outro Produto mais adequado às necessidades e situação do Cliente;
- A política de remuneração dos colaboradores deve promover um comportamento profissional em conformidade com as normas definidas no

Código de Conduta do BNP Paribas, e assegurar o tratamento justo dos Clientes;

- Quaisquer pagamentos e/ou benefícios (incentivos) pagos/recebidos de terceiros associados à venda do Produto devem ser justificáveis;
- Para assegurar o tratamento justo dos Clientes, não deve haver qualquer vantagem ou tratamento preferencial indevido na sua oferta a determinados Clientes e não a outros (ausência de discriminação); e

8. TRATAMENTO DAS RECLAMAÇÕES

A **CARDIF** deve ter um quadro eficaz para gerir as Reclamações dos Clientes em conformidade com a legislação e os regulamentos aplicáveis.

O tratamento das Reclamações é da responsabilidade da **CARDIF**: a **CARDIF** tem o dever de tratar de forma justa as reclamações dos clientes, o que significa que as reclamações são tratadas de forma justa, transparente e atempada e de implementar medidas corretivas o mais rapidamente possível caso sejam identificados erros.

Podem ser chamados peritos da **CARDIF** e funções integradas, se e quando necessário, para ajudar na elaboração de respostas, analisar as causas profundas e contribuir para a definição/implementação de medidas corretivas.

A **CARDIF** deve estabelecer processos operacionais adequados para lidar com as reclamações dos Clientes de forma justa e eficiente. Estes processos operacionais devem assegurar que:

- As reclamações são tratadas de forma rápida e justa;
- Sejam fornecidas orientações razoáveis para ajudar o tomador do seguro a apresentar um pedido de indemnização e a fornecer informações adequadas sobre o seu progresso;
- As alegações não são rejeitadas injustificadamente; e
- As reclamações são resolvidas prontamente assim que os termos de liquidação são acordados.

9. OPERAÇÕES PÓS-VENDA E TRATAMENTO DE SINISTROS

A **CARDIF** deve assegurar que todos os seus compromissos, nomeadamente nos termos e condições dos seus Produtos, são respeitados e que cumprem as Normas locais aplicáveis, bem como o regulamento interno do BNP Paribas Cardif.

A **CARDIF** deve configurar processos operacionais adequados para lidar com os pedidos operacionais do Cliente de forma eficiente, incluindo:

- Processamento de alterações às políticas – A **CARDIF** deve assegurar que os pedidos do Cliente para alterar uma política são feitos prontamente e executados com precisão;
- Identificação e correção de processos que levem a maus resultados para os Clientes;
- Processos para identificar um descompasso entre o produto de seguros e o prazo ou valor do crédito;
- Processamento de reembolsos – A **CARDIF** deve assegurar que os reembolsos são corretos e prontamente tratados, recebendo os Clientes o valor de reembolso adequado conforme estabelecido nos termos e condições do Produto;
- Notificação de rescisão da apólice – A **CARDIF** deve assegurar que tem processos em vigor para notificar o Cliente em tempo útil (aviso prévio que permite ao Cliente tomar medidas) de que a sua apólice deve ser rescindida devido à idade, à reforma ou à apólice que chega ao final do seu prazo fixo;
- Processamento de pedidos de cancelamento – A **CARDIF** deve garantir que não existem barreiras ao tratamento dos pedidos dos Clientes para cancelar a sua política e que tais pedidos são tratados prontamente;
- Renovações – A **CARDIF** deve assegurar que as renovações são enviadas aos Clientes em tempo útil e prestar-lhes informação suficiente para que possam tomar uma decisão informada sobre a renovação da sua política; e
- Controlos e indicadores para gerir eficientemente as operações de pós-venda – a **CARDIF** deve assegurar que existem controlos adequados da 1ª Linha de Defesa para gerir as operações pós-venda (incluindo sinistros). Isso pode incluir Key Performance Indicators sobre o tempo médio de espera para chamadas telefónicas, o período médio para processar um reembolso, etc.

10. INFORMAÇÃO A PRESTAR NO ÂMBITO DA POLÍTICA ANTIFRAUDE

A **CARDIF** tem implementada uma Política de prevenção, deteção e reporte de práticas de fraude. A informação a prestar aos tomadores de seguros, segurados, beneficiários ou terceiros lesados, no âmbito da Política Antifraude é estabelecida na respetiva Política.

11. GOVERNAÇÃO: FUNÇÕES E RESPONSABILIDADE, REPORTE INTERNO E MONITORIZAÇÃO

O Comité de Direção de cada entidade do Grupo BNP Paribas Cardif é responsável por supervisionar o cumprimento da presente política.

O Comité de Direção e a gestão de topo devem demonstrar um comprometimento visível e ativo na implementação desta Política, sendo todos os gestores da **CARDIF** responsáveis por garantir o cumprimento da Política dentro da sua área de responsabilidade, esperando-se igualmente que demonstrem comprometimento visível e ativo com a mesma.

Exige-se ainda a todos os Colaboradores que demonstrem estes princípios nos seus comportamentos no âmbito do seu trabalho diário, mantendo sempre o foco no Cliente.

A verificação do cumprimento desta Política será realizado pelo Compliance.

Na monitorização do cumprimento da política serão considerados nomeadamente os seguintes mecanismos de reporte:

- a) relatórios relativos à gestão de reclamações;
- b) relatórios do encarregado pela proteção de dados;
- c) relatórios de auditoria que incidam sobre questões relativas à política;
- d) relatórios do Compliance que incidam sobre questões relativas à política;
- e) relatórios de controlo interno.

12. DIVULGAÇÃO DA POLÍTICA

A presente Política é objeto de comunicação específica na **CARDIF** e aos seus canais de distribuição, e encontra-se permanentemente disponível e acessível na intranet.

Esta Política é ainda divulgada ao público através da respetiva disponibilização nos sítios na internet da **CARDIF**, bem como, sempre que solicitado, através da entrega em suporte papel.