



Política de **Relacionamento**

com clientes e usuários



Nome Documento

Política de Relacionamento com Clientes e Usuários

Versão

V1

Editor

FTR

Multicom.net

Boas-vindos à **Política de relacionamento com clientes e usuários.**

Pautada nas obrigações regulatórias oriundas do BACEN e do CMN, principalmente a Resolução BCB nº 155 de 14/10/2021 e Resolução CMN nº 4.949 de 30/9/2021, a presente política dispõe sobre princípios e procedimentos a serem adotados no relacionamento com clientes e usuários de produtos e de serviços ofertados pela Multicom.

A Multicom encoraja e investe em uma cultura organizacional que incentive relacionamento cooperativo e equilibrado com clientes e usuários. Além disso, reforça a necessidade de um tratamento justo e equitativo, considerando os perfis de relacionamento e as vulnerabilidades associadas às partes interessadas.

Para atingir o compromisso com os clientes, é preciso inovar e oferecer um suporte diferenciado. O time de relacionamento com o cliente tem o compromisso de valorizar os clientes e buscar soluções de forma humanizada, rápida e precisa.

A Política Institucional de Relacionamento com Clientes e Usuários conduzirá as atividades da empresa com observância de princípios de ética, responsabilidade, transparência e diligência, propiciando a convergência de interesses e a consolidação de imagem institucional de credibilidade, segurança e competência.

Boa leitura!

José Tadeu Bijous

Sumário

1. Abrangência	4
2. Objetivo	4
3. Definições	4
4. Diretrizes	5
Planejamento Estratégico e Cultura Organizacional	5
Transparência, Ética e Compliance	5
Credenciamento/Mercado	6
Canais de Relacionamento	6
Atendimento, Retenção e Fidelização	6
Prevenção à Fraude	7
Suporte Operacional	7
Qualidade e Eficiência na Prestação de Serviços	7
Conformidade Regulatória	7
5. Disposições Gerais	9

Abrangência

A Política deverá ser cumprida pelos colaboradores, empregados, terceirizados, diretores, gerentes, coordenadores, estagiários, membros de Comitês e membros dos Conselhos Fiscal e Administração, bem como a quaisquer pessoas ligadas a Multicom como terceiros, fornecedores ou parceiros, que em função do seu cargo, posição ou que de forma contratual, atuem em nome da Empresa.

Objetivo

A presente Política de Relacionamento com o Cliente (“Política”) tem por objetivo dispor sobre os deveres de condução do relacionamento com os Clientes Multicom, a fim de garantir o atendimento das necessidades dos Cliente, bem como fortalecer a relação entre as partes, abrangendo as fases de pré-contratação, contratação e pós-contratação de produtos e de serviços e em observância dos princípios de ética, responsabilidade, transparência e diligência

Para a Multicom, em razão das operações financeiras e de tecnologia, a Política de Relacionamento com Clientes é essencial para assegurar conformidade regulatória, promover confiança e credibilidade no mercado, e garantir a eficiência e segurança das operações.

Definições

Compliance	Significa estar em conformidade com a legislação, as regulamentações, as normas e procedimentos, externos e internos, e com os princípios corporativos que garantem as melhores práticas de mercado e de Governança Corporativa.
Programa de Compliance	Este programa engloba um conjunto de medidas destinadas a prevenir e identificar práticas inadequadas, conforme as normas estabelecidas por órgãos reguladores, parceiros e pela própria Empresa. Foca na identificação e mitigação de riscos, implementando ações preventivas e corretivas. Além disso, visa fortalecer uma cultura organizacional que valorize a adesão às regras e a conduta ética.
Stakeholders	Todas as pessoas, grupos ou entidades que têm interesse ou são afetados pelas atividades de uma organização, incluindo acionistas, colaboradores, fornecedores, a comunidade e os órgãos reguladores/poder público.
Ética	Refere-se ao conjunto de normas e valores que orientam o comportamento das pessoas em sociedade. Diferente da lei, que é imposta por uma autoridade e tem sanções específicas, a ética é regulada pelo senso moral e pela autoavaliação do indivíduo em relação às expectativas sociais e pessoais.

Corrupção

de forma geral, consiste em obter vantagem indevida mediante atos ilícitos que causem prejuízos a organizações públicas ou privadas, tais como: oferecer ou dar, direta ou indiretamente (por meio de terceiros), vantagem indevida a agentes públicos (nacionais ou estrangeiros) ou privados - ou ainda a pessoas a eles relacionadas, visando retribuição direcionada a interesses particulares, em detrimento do interesse público ou de determinada Empresa.

Bacen

Abreviação/acrônimo de Banco Central do Brasil.

Diretrizes

Direcionador: Promover uma cultura organizacional que incentive um relacionamento cooperativo e equilibrado com clientes e usuários, oferecendo tratamento justo e equitativo, considerando os perfis de relacionamento e as vulnerabilidades associadas.

1. Planejamento Estratégico e Cultura Organizacional

1.1. A nossa história é marcada pelo compromisso com a excelência operacional por meio da utilização de tecnologia de ponta em integração eletrônica, meios de pagamento e aplicações na nuvem.

Nosso compromisso é garantir a transformação digital dos clientes, desenvolvendo de forma permanente as tecnologias que estarão na base das inovações que estão por vir.

Nossos valores são claros: atitude agregadora; credibilidade; competência profissional; foco no cliente; proatividade e relacionamento interpessoal.

1.2. Faz parte do nosso DNA, o treinamento periódico dos colaboradores e prestadores de serviços envolvidos em toda a cadeia de relacionamento com o Cliente, ou seja, pré-venda, venda e pós-venda.

1.3. A política será avaliada periodicamente para garantir sua eficácia e alinhamento com os objetivos estratégicos.

2. Transparência, Ética e Compliance

2.1. A Multicom mantém relações com os clientes de forma transparente, honesta e ética, em conformidade com o Código de Ética e demais políticas de Compliance.

2.2. Os colaboradores devem garantir a confidencialidade das informações, incluindo os dados pessoais, conforme previsto na Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais ("LGPD") e demais políticas da Empresa sobre o tema, visando construir e preservar uma relação de confiança e transparência.

2.3. A Empresa investe no controle da coleta, tratamento e manutenção das informações dos clientes, de forma a preservar a integridade, disponibilidade e confidencialidade, obedecendo aos padrões de segurança e privacidade, sempre em consonância com a Política de Segurança da Informação e Privacidade (PSIP), Política de Segurança Cibernética e a Política de Privacidade externa, além da legislação vigente no País.

2.4. Os colaboradores devem manter sigilo absoluto sobre as informações e dados dos clientes e atuar com ética, responsabilidade e transparência, conduzindo suas atividades de acordo com as normas e políticas/diretrizes internas da empresa.

3. Credenciamento/Mercado

3.1. O credenciamento de clientes é realizado de forma ágil e segura em âmbito nacional.

3.2. A Multicom disponibiliza informações claras sobre regras e condições para a tomada de decisão informada dos clientes.

3.3. Nossa intenção é focar na manutenção e expansão de mercados, proporcionando uma imagem de empresa inovadora, mantendo um time de especialistas atualizado tecnicamente, para cuidar pessoalmente das necessidades dos clientes.

3.4. A participação em novos mercados deve proporcionar à Companhia a imagem de uma empresa inovadora e comprometida com a geração de soluções que atendam às necessidades dos Clientes.

4. Canais de Relacionamento

4.1. Disponibilizamos canais de relacionamento para esclarecimento de dúvidas, sugestões, críticas e reclamações, com suporte técnico 24 horas por dia, e atendimento comercial de 8 às 18, por diversos canais de atendimento (<https://multicom.net/contato/>).

4.2. A Multicom utiliza informações obtidas nos canais de relacionamento para direcionar as demandas dos clientes para as áreas responsáveis, garantindo respostas eficientes e personalizadas, sempre seguindo os padrões de segurança mencionados.

4.3. Faz parte do escopo dos Canais de Relacionamento: prestar informações claras, objetivas e verídicas sobre contratos e outras informações pertinentes ao produto, operações e serviços. Prezamos pela transparência.

5. Atendimento, Retenção e Fidelização

5.1. Buscamos atendimento eficaz para resolver dificuldades e problemas dos clientes. Os contatos recepcionados por meio dos Canais de Atendimento serão devidamente registrados e tratados com a devida acurácia e responsabilidade necessária.

5.2. Ações de atendimento, retenção e fidelização estão sempre em desenvolvimento e são constantemente aperfeiçoadas para o melhor relacionamento com o Cliente. Trabalhamos em melhoria contínua.

5.3. A Multicom realizará periodicamente pesquisa de satisfação com os Clientes com o indicador Net Promoter Score ("NPS"), para aprimorar a eficiência operacional.

6. Prevenção à Fraude

6.1. Os riscos de fraude e perdas financeiras dos Clientes são mitigados por meio de medidas de prevenção, detecção, conscientização, consultoria, monitoramento e ações imediatas em relação às ocorrências identificadas a partir do fortalecimento do compliance interno e da cultura de integridade.

6.2. Manteremos a segurança do onboarding e das transações conforme os padrões do mercado de meios de pagamento.

7. Suporte Operacional

7.1. As adequações dos serviços e das soluções de captura são sustentadas às necessidades atuais e futuras do mercado e dos clientes.

7.2. As atividades de suporte operacional asseguram a qualidade, agilidade e eficiência nos serviços prestados, minimizando custos e melhorando processos de forma contínua.

8. Qualidade e Eficiência na Prestação de Serviços

8.1. A Empresa tem como premissa aumentar a excelência operacional de dos clientes, através da utilização de tecnologia de ponta em integração eletrônica, meios de pagamento e aplicações na nuvem. É possível que existam coletas de informações relevantes para cada produto ou serviço, observando os limites legais e regulatórios.

8.2. A Multicom investe em metodologias e frameworks reconhecidos para monitoramento e avaliação dos fornecedores e das partes interessadas, processos de due diligence, com o objetivo de garantir a qualidade, continuidade e eficiência nos serviços prestados.

A missão da Multicom é ser reconhecida no mercado como a melhor opção em soluções de meios de pagamento e arrecadação.

9. Conformidade Regulatória

Em conformidade com a legislação vigente (Res. nº 155 BACEN), asseguramos:

I - Adequação dos produtos e serviços ofertados ou recomendados às necessidades, aos interesses e aos objetivos dos clientes e usuários;

II - Integridade, conformidade, confiabilidade, segurança e sigilo das transações realizadas, bem como legitimidade das operações contratadas e dos serviços prestados;

III - Prestação, de forma clara e precisa, das informações necessárias à livre escolha e à tomada de decisões por parte de clientes e usuários, explicitando, inclusive, direitos e deveres, responsabilidades, custos ou ônus, penalidades e eventuais riscos existentes na execução de operações e na prestação de serviços;

IV - Utilização de redação clara, objetiva e adequada à natureza e à complexidade da operação ou do serviço, em contratos, recibos, extratos, comprovantes e documentos destinados ao público, de forma a permitir o entendimento do conteúdo e a identificação de prazos, valores, encargos, multas, datas, locais e demais condições;

V - Identificação dos usuários finais beneficiários de pagamento ou transferência em demonstrativos e extratos de contas de pagamento, inclusive nas situações em que o serviço de pagamento envolver instituições participantes de diferentes arranjos de pagamento; e

VI - Identificação dos usuários finais beneficiários de pagamento ou transferência em demonstrativos e extratos de contas de registro e de pagamento, inclusive nas situações em que o serviço de pagamento envolver instituições participantes de diferentes arranjos de pagamento;

VII - Tempestividade e inexistência de barreiras, critérios ou procedimentos desarrazoados para:

- a)** o atendimento a demandas de clientes e usuários, incluindo o fornecimento de contratos, recibos, extratos, comprovantes e outros documentos e informações relativos a operações e a serviços;
- b)** a extinção da relação contratual relativa a produtos e serviços, incluindo o cancelamento de contratos; e
- c)** a transferência de relacionamento para outra instituição, se aplicável.

Disposições Gerais

Esta Política deve ser observada em conjunto com outras políticas, regimentos, códigos, decretos, portarias, Normas ISO e demais instrumentos normativos e orientativos adotados pela Empresa.

Com o objetivo de garantir a transparência e o tratamento adequado das informações geradas no âmbito da Empresa, esta política será revisada quando necessário e analisada pelo conselho de administração ou pela Diretoria Executiva, que são corresponsáveis por sua aprovação e alteração.

Para assegurar a conformidade, a empresa realizará auditorias periódicas e investirá em monitoramento contínuo de suas práticas e procedimentos. O objetivo é identificar e corrigir qualquer desvio das normas vigentes, garantindo que a instituição opere dentro dos parâmetros legais e regulatórios. A empresa deve manter-se atualizada sobre quaisquer mudanças nas regulamentações, adaptando suas políticas e procedimentos conforme necessário para continuar em conformidade com todas as exigências legais.

Qualquer revisão ou atualização será comunicada internamente aos funcionários e divulgada publicamente.

As dúvidas acerca das disposições desta política deverão ser esclarecidas pela Área de Compliance.

Para fins de cumprimento regulatório, indicamos como diretor responsável pela gestão da presente política e cumprimento das obrigações previstas na resolução 155 do Bacen e 4949 do CMN na área de Compliance.

Esta política entra em vigor a partir da data de sua aprovação pela alta administração da Empresa e permanecerá em vigor até que seja revisada e atualizada de acordo com as necessidades da Empresa.

Rio de Janeiro, 18 de julho de 2024.

Referências

- Resolução BCB nº 155, de 14/10/2021
- Resolução CMN nº 4.949 de 30/9/2021