
	Tipo do Documento: POLÍTICA INSTITUCIONAL - PÚBLICO	Código: P-RELCLI	
	Título do Documento POLÍTICA DE RELACIONAMENTO COM CLIENTES E USUARIOS DE PRODUTOS E SERVICOS	Revisão: 00	Página: 2 de 8

ÍNDICE

- 1. Introdução**
- 2. Dos Princípios**
- 3. Programa de treinamento de empregados e prestadores de serviços que desempenhem atividades afetas ao relacionamento com clientes e usuários**
- 4. Do Gerenciamento da Política Institucional de Relacionamento com Clientes e Usuários**
- 5. Auditoria Interna e Registro das Informações**
- 6. Divulgação desta Política**
- 7. Revisão e Aprovação**
- 8. Anexos**

	Tipo do Documento: POLÍTICA INSTITUCIONAL - PÚBLICO	Código: P-RELCLI	
	Título do Documento POLÍTICA DE RELACIONAMENTO COM CLIENTES E USUÁRIOS DE PRODUTOS E SERVIÇOS	Revisão: 00	Página: 3 de 8

1. Introdução

Este manual é elaborado em função do advento da Resolução Bacen n. 4539, de 24 de novembro de 2016, que dispõe sobre princípios e política institucional de relacionamento com clientes e usuários de produtos e de serviços financeiros.

2. Dos Princípios

A PARMETAL DTVM conduz suas atividades 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. Desta forma, são suas práticas:


- I - Promover cultura organizacional que incentive relacionamento cooperativo e equilibrado com clientes e usuários;
- II - Dispensar tratamento justo e equitativo a clientes e usuários; e
- III - assegurar a conformidade e a legitimidade de produtos e de serviços.

O tratamento justo e equitativo a clientes e usuários abrange, inclusive:

- I - A prestação de informações a clientes e usuários de forma clara e precisa, a respeito de produtos e serviços;
- II - O atendimento a demandas de clientes e usuários de forma tempestiva; e
- III - a inexistência de barreiras, critérios ou procedimentos desarrazoados para a extinção da relação contratual relativa a produtos e serviços, bem como para a transferência de relacionamento para outra instituição, a pedido do cliente.

3. Programa de treinamento de empregados e prestadores de serviços que desempenhem atividades afetas ao relacionamento com clientes e usuários

Treinamento quanto a Atendimento de Clientes e Usuários: E política da PARMETAL DTVM zelar sempre pelo bom atendimento de seus clientes, por parte de seus colaboradores. Por isso novos colaboradores são treinados por colaboradores mais experientes, sempre lado a lado, para que o mesmo possa melhor absorver a rotina e para que já comece a se acostumar aos clientes e usuários. Os novos colaboradores começam a atuar sozinhos apenas depois, que se verifica que já existe o completo entendimento da rotina, e que o mesmo já está apto a

	Tipo do Documento: POLÍTICA INSTITUCIONAL - PÚBLICO	Código: P-RELCLI	
	Título do Documento POLÍTICA DE RELACIONAMENTO COM CLIENTES E USUÁRIOS DE PRODUTOS E SERVIÇOS	Revisão: 00	Página: 4 de 8

conhecer as particularidades dos principais clientes.

4. Do Gerenciamento da Política Institucional de Relacionamento com Clientes e Usuários


A PARMETAL DTVM deve assegurar a consistência de rotinas e de procedimentos operacionais afetos ao relacionamento com clientes e usuários em relação a sua adequação à esta política, inclusive quanto aos seguintes aspectos:

- I - Concepção de produtos e de serviços;
- II - Oferta, recomendação, contratação ou distribuição de produtos ou serviços;
- III - requisitos de segurança afetos a produtos e a serviços;
- IV - Cobrança de tarifas em decorrência da prestação de serviços;
- V - divulgação E publicidade de produtos e de serviços;
- VI - coleta, tratamento E manutenção de informações dos clientes em bases de dados;
- VII - gestão do atendimento prestado a clientes e usuários, inclusive o registro e o tratamento de demandas;
- VIII - mediação de conflitos;
- IX - Sistemática de cobrança em caso de inadimplemento de obrigações contratadas;
- X - Extinção da relação contratual relativa a produtos e serviços;
- XI - liquidação antecipada de dívidas ou de obrigações;
- XII - transferência de relacionamento para outra instituição, a pedido do cliente; e
- XIII - eventuais sistemas de metas e incentivos ao desempenho de empregados e de terceiros que atuem em seu nome.

A PARMETAL DTVM deve estabelecer o perfil dos clientes que compõem o público-alvo para os produtos e serviços disponibilizados, considerando suas características e complexidade. Neste perfil, deve haver a inclusão de informações relevantes para cada produto ou serviço.

A PARMETAL DTVM possui mecanismos de acompanhamento, de controle e de mitigação de riscos, que serão acompanhadas pelo departamento de *Gerenciamento de Risco Operacionais*, com vistas a assegurar:

- I - A implementação das suas disposições;

	Tipo do Documento: POLÍTICA INSTITUCIONAL - PÚBLICO	Código: P-RELCLI	
	Título do Documento POLÍTICA DE RELACIONAMENTO COM CLIENTES E USUARIOS DE PRODUTOS E SERVICOS	Revisão: 00	Página: 5 de 8

II - O monitoramento do seu cumprimento, inclusive por meio de métricas e indicadores adequados;

III - a avaliação da sua efetividade; e

IV - a identificação E a correção de eventuais deficiências

5. Auditoria Interna e Registro das Informações

Os mecanismos de que trata o Capítulo 4, acima, devem ser submetidos a testes periódicos pela auditoria interna, consistentes com os controles internos da instituição.

Os dados, os registros e as informações relativas aos mecanismos de controle, processos, testes e trilhas de auditoria devem ser mantidos à disposição do Banco Central do Brasil pelo prazo mínimo de cinco anos.

6. Divulgação desta Política

Esta política será amplamente divulgada nas agências e no site da instituição.

7. Revisão e Aprovação


Esta política deve e aprovada pela diretoria da instituição e objeto de revisão periódica.

8. Anexos

1- Negociação de Ouro – Rotinas e Procedimentos em Relação a Clientes;

2- Operações de Cambio de Moedas Estrangeiras - Rotinas e Procedimentos em Relação a Clientes;

3- Aquisição de ouro de origem primaria (mineral ou reciclagem) - Rotinas e Procedimentos em Relação a Clientes;

	Tipo do Documento: POLÍTICA INSTITUCIONAL - PÚBLICO	Código: P-RELCLI	
	Título do Documento POLÍTICA DE RELACIONAMENTO COM CLIENTES E USUARIOS DE PRODUTOS E SERVICOS	Revisão: 00	Página: 6 de 8

ANEXO 1 - Negociação de Ouro – Rotinas e Procedimentos em Relação a Clientes

1. Público Alvo: Investidores e Aplicadores em geral.

2. Conceção: Ativo financeiro de Renda Variável, sujeito a oscilações positivas ou negativas, que sofre interferências do mercado interno e internacional, sensível a taxa de cambio e movimentações de preços do petróleo.

3. Oferta, recomendação, distribuição: Os contatos são realizados por telefone, chats, e-mails corporativos, por operadores próprios ou através de prestadores de serviço (empresas) especialmente contratados para este fim, caso em que estará devidamente informado no site da Instituição.

4. Requisitos de Segurança: Por se tratar de valores, a instituição deve tratar todas as informações fornecidas pelo/ao cliente com o maior sigilo possível, sendo proibido combinar horários exatos de liquidação física, informar a existência ou não de estoque, volumes que a instituição/cliente opera e sobre a realização de operações com outros clientes. Ao cliente deve ser informado para que não comente com amigos, terceiros em geral, ou até mesmo ao próprio operador aonde guarda seu estoque de ouro.

5. Cobrança de Tarifas: Não existe a cobrança de taxa de custódia para o ouro adquirido na PARMETAL DTVM. Se cobra R\$ 8,00 por embalagem/lingote/barra, a ser cobrado antes da entrega do ouro. Também se cobra o custo da entrega/delivery a depender do local de entrega.

6. Divulgação e Publicidade: Pode ocorrer em diversos meios de comunicação, não havendo qualquer restrição neste sentido.

7. Coleta, tratamento e manutenção de informações dos clientes em bases de dados: Os dados coletados dos clientes são mantidos em sistemas próprios da instituição e destinam-se exclusivamente para o uso interno na instituição, em suas atividades. Os mesmos são protegidos pela lei de sigilo bancário e só poderão ser disponibilizados a terceiros, mediante requisição de autoridade pública através de determinação judicial.

8. Gestão do atendimento prestado a clientes e usuários, inclusive o registro e o tratamento de demandas: O atendimento de clientes *preferencialmente* através de um operador ou gerente especialmente destinado a atendê-lo, com o objetivo de proporcionar um atendimento mais pessoal e humano. As requisições podem ser feitas diretamente ao mesmo ou através de nosso site. Os atendimentos são oferecidos seguindo as seguintes premissas:

SAC-Serviço de Atendimento ao Cliente: Primeiro atendimento ao cliente, a instituição busca o atender o mais prontamente possível ao cliente, informando prazo de atendimento e número de protocolo; Ouvidoria: A ser utilizado nas situações aonde o cliente não consegue ter sua demanda atendida através do SAC, devido ao esgotamento do prazo ou não estar satisfeito com a solução oferecida.

9. Mediação de conflitos: Primeiramente pelo SAC. Se necessário posteriormente a OUIVODORIA media os conflitos e como último recurso segue para o departamento jurídico.


10. Sistemática de cobrança em caso de inadimplemento de obrigações contratadas: Caso o cliente não consiga honrar operação que esteja confirmada com seu operador/gerente, o mesmo entrara em contato para solicitar esclarecimentos. A instituição pode se reservar no direito de adotar em relação a este cliente especificamente, a necessidade de primeiro realizar o pagamento para somente depois confirmar a operação.

11. Extinção da relação contratual relativa a produtos e serviços: O cliente é livre para operar quando desejar, dentro do horário de trabalho da instituição. Não há a necessidade de o cliente se manifestar quanto ao desejo de não realizar operações com a instituição. A instituição poderá suspender/encerrar negócios com o cliente, sempre que área de *Compliance e Controles Internos* e de *Gerenciamento de Riscos* recomendar, sem quaisquer esclarecimentos adicionais.

12. Liquidação antecipada de dívidas ou de obrigações: Normalmente não aplicável para este produto/serviço. Porém poderá ocorrer, no caso de a instituição decidir pela suspensão ou encerramento da relação de negócios, pelo motivo do Item 11.

13. Transferência de relacionamento para outra instituição, a pedido do cliente: Não aplicável para este produto/serviço.

14. Eventuais sistemas de metas e incentivos ao desempenho de empregados e de terceiros que atuem em seu nome: A instituição não confere metas e/ou incentivos a seus colaboradores, no sentido de forçar operações. A medição do desempenho sofre outras métricas.

	Tipo do Documento: POLÍTICA INSTITUCIONAL - PÚBLICO	Código: P-RELCLI	
	Título do Documento POLÍTICA DE RELACIONAMENTO COM CLIENTES E USUARIOS DE PRODUTOS E SERVICOS	Revisão: 00	Página: 7 de 8

Anexo 2- Operações de Cambio de Moedas Estrangeiras - Rotinas e Procedimentos em Relação a Clientes

1. Público Alvo: Viajantes internacionais.

2. Conceção: A instituição negocia Moedas estrangeiras em *papel moeda*, com fins de atender as necessidades de seus clientes em viagens ao exterior.

3. Oferta, recomendação, distribuição: Os contatos são realizados por principalmente pessoalmente, mas também por telefone, chats, e-mails corporativos, por operadores próprios ou através correspondentes de câmbio, especialmente contratados para este fim. No caso de *correspondentes de câmbio*, as operações realizadas pelos mesmos estarão limitadas a USD 3.000,00 (três mil dólares americanos) e relação dos mesmos estará devidamente informada no site da instituição.

4. Requisitos de Segurança: Por se tratar de valores, a instituição deve tratar todas as informações fornecidas pelo/ao cliente com o maior sigilo possível, sendo **proibido** combinar horários exatos de liquidação física, informar a existência ou não de estoque, volumes que a instituição/cliente opera e sobre a realização de operações com outros clientes.

5. Cobrança de Tarifas: Se cobra apenas o custo da entrega/delivery a depender do local de entrega, se for o caso.

6. Divulgação e Publicidade: Pode ocorrer em diversos meios de comunicação, não havendo qualquer restrição neste sentido.

7. Coleta, tratamento e manutenção de informações dos clientes em bases de dados: Os dados coletados dos clientes são mantidos em sistemas próprios da instituição e destinam-se **exclusivamente** para o uso interno na instituição, em suas atividades. Os mesmos são protegidos pela lei de sigilo bancário e só poderão ser disponibilizados a terceiros, mediante requisição de autoridade pública através de determinação judicial.

8. Gestão do atendimento prestado a clientes e usuários, inclusive o registro e o tratamento de demandas: O atendimento de clientes *preferencialmente* através de um **operador ou gerente** especialmente destinado a atendê-lo, com o objetivo de proporcionar um atendimento mais pessoal e humano. As requisições podem ser feitas diretamente ao mesmo ou através de nosso site. Os atendimentos são oferecidos seguindo as seguintes premissas:

SAC-Serviço de Atendimento ao Cliente: Primeiro atendimento ao cliente, a instituição busca o atender o mais prontamente possível ao cliente, informando prazo de atendimento e número de protocolo; Ouvidoria: A ser utilizado nas situações aonde o cliente não consegue ter sua demanda atendida através do SAC, devido ao esgotamento do prazo ou não estar satisfeito com a solução oferecida.

9. Mediação de conflitos: Primeiramente pelo SAC. Se necessário posteriormente a OUIDORIA media os conflitos e como último recurso segue para o departamento jurídico.


10. Sistemática de cobrança em caso de inadimplemento de obrigações contratadas: Caso o cliente não consiga honrar operação que esteja confirmada com seu operador/gerente, o mesmo entrará em contato para solicitar esclarecimentos. A instituição pode se reservar no direito de adotar em relação a este cliente especificamente, a necessidade de primeiro realizar o pagamento para somente depois confirmar a operação.

11. Extinção da relação contratual relativa a produtos e serviços: O cliente é livre para operar quando desejar, dentro do horário de trabalho da instituição. Não há a necessidade de o cliente se manifestar quanto ao desejo de não realizar operações com a instituição. A instituição poderá suspender/encerrar negócios com o cliente, sempre que área de *Compliance e Controles Internos* e de *Gerenciamento de Riscos* recomendar, sem quaisquer esclarecimentos adicionais.

12. Liquidação antecipada de dívidas ou de obrigações: Normalmente não aplicável para este produto/serviço. Porém poderá ocorrer, no caso de a instituição decidir pela suspensão ou encerramento da relação de negócios, pelo motivo do item 11.

13. Transferência de relacionamento para outra instituição, a pedido do cliente: Não aplicável para este produto/serviço.

14. Eventuais sistemas de metas e incentivos ao desempenho de empregados e de terceiros que atuam em seu nome: A instituição não confere metas e/ou incentivos a seus colaboradores, no sentido de forçar operações. A medição do desempenho sofre outras métricas.

 PARMETAL	Tipo do Documento: POLÍTICA INSTITUCIONAL - PÚBLICO	Código: P-RELCLI	
	Título do Documento POLÍTICA DE RELACIONAMENTO COM CLIENTES E USUÁRIOS DE PRODUTOS E SERVIÇOS	Revisão: 00	Página: 8 de 8

ANEXO 3 - Aquisição de ouro de origem primária (mineral ou reciclagem) - Rotinas e Procedimentos em Relação a Clientes

1. Público Alvo: Mineradores e pessoas físicas possuidoras de joias usadas.

2. Conceção: Ouro primário e aquele que adentra ao mercado financeiro, a partir da primeira aquisição realizada por instituição financeira, quando a natureza do ouro deixa de ser mercadoria e passa a ser de ativo financeiro.

3. Oferta, recomendação, distribuição: Os contatos são realizados principalmente pessoalmente nos postos de compra (próprios ou não) e agências (apenas em algumas), mas também por telefone, chats, e e-mails corporativos, através de operadores próprios ou através de prestadores de serviço (empresas) especialmente contratados para este fim, caso em que estará devidamente informado no site da instituição.

4. Requisitos de Segurança: Por se tratar de valores, a instituição deve tratar todas as informações fornecidas pelo/ao cliente com o maior sigilo possível, sendo **proibido** combinar horários exatos de liquidação física, informar a existência ou não de estoque/dinheiro, volumes que a instituição/cliente opera e sobre a realização de operações com outros clientes. Ao cliente deve ser informado para que não comente com amigos, terceiros em geral, ou até mesmo ao próprio operador aonde guarda seu estoque de ouro.

5. Cobrança de Tarifas: Poderá haver o repasse de custos incorridos no caso de retirada do ouro pela PARMETAL DTVM, no local informado pelo cliente.

6. Divulgação e Publicidade: Preferencialmente nas regiões de produção (mineral), mas também em grandes centros urbanos (joias usadas), através de anúncios que captem o público alvo.

7. Coleta, tratamento e manutenção de informações dos clientes em bases de dados: Os dados coletados dos clientes são mantidos em sistemas próprios da instituição e destinam-se **exclusivamente** para o uso interno na instituição, em suas atividades. Os mesmos são protegidos pela lei de sigilo bancário e só poderão ser disponibilizados a terceiros, mediante requisição de autoridade pública através de determinação judicial.

8. Gestão do atendimento prestado a clientes e usuários, inclusive o registro e o tratamento de demandas: O atendimento de clientes *preferencialmente* através de um operador ou gerente especialmente destinado a atendê-lo, com o objetivo de proporcionar um atendimento mais pessoal e humano. As requisições podem ser feitas diretamente ao mesmo ou através de nosso site. Os atendimentos são oferecidos seguindo as seguintes premissas:

SAC-Serviço de Atendimento ao Cliente: Primeiro atendimento ao cliente, a instituição busca o atender o mais prontamente possível ao cliente, informando prazo de atendimento e número de protocolo; Ouvidoria: A ser utilizado nas situações aonde o cliente não consegue ter sua demanda atendida através do SAC, devido ao esgotamento do prazo ou não estar satisfeito com a solução oferecida.

9. Mediação de conflitos: Primeiramente pelo SAC. Se necessário posteriormente a OUIVODORIA media os conflitos e como último recurso segue para o departamento jurídico.

10. Sistemática de cobrança em caso de inadimplemento de obrigações contratadas: Caso o cliente não consiga honrar operação que esteja confirmada com seu operador/gerente, o mesmo entrara em contato para solicitar esclarecimentos. A instituição pode se reservar no direito de adotar em relação a este cliente especificamente, a necessidade de primeiro realizar a entrega do ouro para somente depois confirmar a operação.

11. Extinção da relação contratual relativa a produtos e serviços: O cliente é livre para operar quando desejar, dentro do horário de trabalho da instituição. Não há a necessidade de o cliente se manifestar quanto ao desejo de não realizar operações com a instituição. A instituição poderá suspender/encerrar negócios com o cliente, sempre que área de *Compliance e Controles Internos* e de *Gerenciamento de Riscos* recomendar, sem quaisquer esclarecimentos adicionais.

12. Liquidação antecipada de dívidas ou de obrigações: Normalmente não aplicável para este produto/serviço. Porém poderá ocorrer, no caso de a instituição decidir pela suspensão ou encerramento da relação de negócios, pelo motivo do item 11.

13. Transferência de relacionamento para outra instituição, a pedido do cliente: Não aplicável para este produto/serviço.

14. Eventuais sistemas de metas e incentivos ao desempenho de empregados e de terceiros que atuem em seu nome: A instituição não confere metas e/ou incentivos a seus colaboradores, no sentido de forçar operações. A medição do desempenho sofre outras métricas.