

BRB ADMINISTRADORA E CORRETORA DE SEGUROS S.A.	Revisão	01
POLÍTICA DE GESTÃO DO RISCO REPUTACIONAL E DE IMAGEM DA BRB ADMINISTRADORA E CORRETORA DE SEGUROS S.A.	Página	1/5

TÍTULO	POLÍTICA DE GESTÃO DO RISCO REPUTACIONAL E DE IMAGEM DA BRB ADMINISTRADORA E CORRETORA DE SEGUROS S.A.
CLASSIFICAÇÃO	NORMA ESTRATÉGICA
FINALIDADE	Estabelecer as diretrizes para o desenvolvimento das atividades de gestão do Risco Reputacional e de Imagem na BRB Administradora e Corretora de Seguros S.A.
ELABORAÇÃO	Gerência de Conformidade e Risco – GECOR.
HOMOLOGAÇÃO	Gerência de Governança e Controle – GEGOC; Consultoria Jurídica – COJUR.
INÍCIO DE VIGÊNCIA	27/07/2018.
FIM DE VIGÊNCIA	Até a aprovação de nova revisão.
NORMAS EXTERNAS RELACIONADAS	Circular SUSEP nº 445, de 02 de julho 2012; Lei Anticorrupção nº 12.846, de 1º de agosto de 2013; Política do Banco, aprovada pelo Conselho de Administração – CONSAD, 18/04/2018.
NORMAS REVOGADAS	Versão 00: Reunião 130ª do Conselho de Administração – CONSAD, 20/07/2016.
APROVAÇÃO	Versão 00: Reunião 130ª do Conselho de Administração – CONSAD, 20/07/2016. Revisão 01: Reunião 185ª do Conselho de Administração – CONSAD, 27/07/2018.

BRB ADMINISTRADORA E CORRETORA DE SEGUROS S.A.	Revisão	01
POLÍTICA DE GESTÃO DO RISCO REPUTACIONAL E DE IMAGEM DA BRB ADMINISTRADORA E CORRETORA DE SEGUROS S.A.	Página	2/5

SUMÁRIO

DISPOSIÇÕES GERAIS	3
PRINCÍPIOS.....	3
ÂMBITO E VALIDADE.....	5

BRB ADMINISTRADORA E CORRETORA DE SEGUROS S.A.	Revisão	01
POLÍTICA DE GESTÃO DO RISCO REPUTACIONAL E DE IMAGEM DA BRB ADMINISTRADORA E CORRETORA DE SEGUROS S.A.	Página	3/5

DISPOSIÇÕES GERAIS

PRINCÍPIOS

Art. 1º. Os seguintes princípios e diretrizes norteiam a gestão do Risco Reputacional e de Imagem na BRB Administradora e Corretora de Seguros S.A.:

I – disponibilizar e prestar informações relevantes em tempo hábil, a fim de garantir a qualidade, transparência, veracidade, equidade e tempestividade na prestação de informações a todas as partes relacionadas: clientes, contrapartes, controlador, órgãos governamentais, comunidade, fornecedores, colaboradores, supervisores.

II – zelar por uma imagem positiva da Corretora perante as partes relacionadas.

III – divulgar, reforçar e preservar a imagem institucional da BRB Administradora e Corretora de Seguros S.A. como prestadora de serviços e agente de fomento da economia do DF e regiões de influência.

IV – garantir a adequada gestão dos riscos operacionais e dos processos institucionais de forma a mitigar o risco da exposição da imagem da Corretora.

V – apresentar-se ao mercado e à sociedade em geral de maneira unificada, íntegra e padronizada, de forma a preservar seus valores.

VI – atuar junto aos pontos de atendimento, com o intuito de mitigar os impactos de mudanças adversas que afetem a reputação da BRB Administradora e Corretora de Seguros S.A.

VII – garantir que o compartilhamento de informações internas da Corretora seja feito com responsabilidade e ética, observando o sigilo e obedecendo a legislação vigente.

VIII – aprimorar o relacionamento da BRB Administradora e Corretora de Seguros S.A. com as partes relacionadas por meio de apoio a projetos com vistas a associar a sua marca aos resultados alcançados por esses eventos na comunidade do Distrito Federal, visando realçar a imagem Institucional da Companhia.

IX – garantir que os patrocínios concedidos estejam vinculados ao cumprimento de sua missão, visão e valores, para a geração de novos negócios e consolidação da imagem da Corretora de forma positiva.

BRB ADMINISTRADORA E CORRETORA DE SEGUROS S.A.	Revisão	01
POLÍTICA DE GESTÃO DO RISCO REPUTACIONAL E DE IMAGEM DA BRB ADMINISTRADORA E CORRETORA DE SEGUROS S.A.	Página	4/5

X – atuar de acordo com as melhores práticas de comunicação nas redes sociais.

XI – garantir o monitoramento das redes sociais com o objetivo de analisar a exposição da Corretora.

XII – manter em níveis aceitáveis os indicadores de reclamações, oferecendo resposta adequada e tempestiva aos clientes.

XIII – promover e divulgar parcerias, convênios e outras oportunidades estratégicas de negócio observando as diretrizes dessa Política.

XIV – divulgar, com responsabilidade e transparência, a implantação de novos produtos e serviços prestados pela Corretora de interesse dos clientes e da população em geral.

XV – informar a todos os colaboradores acerca dos fatos/notícias referentes à Corretora, de forma a mantê-los cientes sobre as realizações da empresa, sempre se pautando na ética profissional, na veracidade dos fatos, no bom relacionamento com público interno e na apuração responsável das informações.

XVI – manter bom relacionamento com os principais veículos de comunicação.

XVII – monitorar as notícias sobre a BRB Administradora e Corretora de Seguros S.A, em qualquer mídia, seja televisiva, radiofônica, impressa ou web, visando ao acompanhamento de recepção da notícia pelo público-alvo e à definição de estratégias.

XVIII – analisar os enfoques diferentes das publicações em mídia, frente a um mesmo assunto, garantindo posicionamento tempestivo e conciso da Corretora.

XIX – garantir informação tempestiva à Alta Administração acerca do que está sendo veiculado a respeito da Companhia nos principais veículos de comunicação e redes sociais.

XX – garantir que o arcabouço normativo da BRB Administradora e Corretora de Seguros S.A. esteja alinhado à proteção da reputação da Companhia, estando diretamente relacionadas ao tema as Políticas de Responsabilidade Socioambiental, de Gestão de Pessoas, de Prevenção e Combate à Corrupção, de Prevenção à Lavagem de Dinheiro e ao Financiamento do Terrorismo e o Código De Conduta Ética.

BRB ADMINISTRADORA E CORRETORA DE SEGUROS S.A.	Revisão	01
POLÍTICA DE GESTÃO DO RISCO REPUTACIONAL E DE IMAGEM DA BRB ADMINISTRADORA E CORRETORA DE SEGUROS S.A.	Página	5/5

XXI – adotar procedimentos, controles e padrões de comportamento, a fim de garantir que a BRB Administradora e Corretora de Seguros S.A., atenda à legislação vigente no que tange à Prevenção à Lavagem de Dinheiro, ao Combate ao Financiamento do Terrorismo e à Lei Anticorrupção, com objetivo de assegurar a imagem e reputação da Companhia.

XXII – garantir a análise prévia de riscos reputacionais e de imagem no lançamento de produtos e serviços com a marca BRB.

ÂMBITO E VALIDADE

Art. 2º. Esta política possui validade de dois anos, a contar da data de sua aprovação.

Parágrafo único. A norma poderá ser revisada extraordinariamente a qualquer momento, mediante justificativa do gestor.