

**POLÍTICA DE APROVAÇÃO DE NOVOS PRODUTOS DO BANCO BIC, S.A.**

---



**BancoBIC**

Crescemos Juntos

## ÍNDICE

CAPÍTULO I - ENQUADRAMENTO.....	3
CAPÍTULO II - DEFINIÇÕES.....	3
CAPÍTULO III - ÂMBITO E OBJECTIVOS DA POLÍTICA .....	4
CAPÍTULO IV - TERMOS E CONDIÇÕES NAS FASES DE CRIAÇÃO DE NOVOS PRODUTOS (DESENVOLVIMENTO/ APROVAÇÃO/ IMPLEMENTAÇÃO E ACOMPANHAMENTO) .....	4
CAPÍTULO V - APROVAÇÃO, ACOMPANHAMENTO E ALTERAÇÃO DA POLÍTICA.....	7

## CAPÍTULO I - ENQUADRAMENTO

Os princípios constantes na Política de Aprovação de Novos Produtos adoptados pelo Banco BIC, S.A. (adiante também designado “Banco BIC”) visam definir Procedimentos a adoptar mediante a Concepção de Novos Produtos e Serviços, comercializados pelas Áreas de negócios do Banco.

A presente Política regula os processos de identificação, avaliação, decisão mediante a criação de Novos Produtos e Serviços, bem como a Alteração de Produtos Existentes no Banco.

Pelo potencial risco que comportam, a criação e comercialização de Produtos e Serviços devem ser justificadas tendo em conta os superiores interesses do Banco BIC, devendo ser efectuadas com total transparência, adequada fiscalização, e nas condições normais de mercado e concorrência e ponderação de interesses, objectivos e características dos clientes.

As orientações desta política dizem respeito a procedimentos de governação e de monitorização de produtos, como parte integrante dos seus requisitos organizacionais gerais ligados aos seus sistemas de controlo interno. Referem-se a estratégias, funções e processos internos destinados à concepção de produtos, à sua colocação no mercado e à revisão dos mesmos ao longo do seu ciclo de vida. Estabelecem procedimentos adequados com vista a assegurar o respeito pelos interesses, objectivos e características do mercado alvo.

## CAPÍTULO II - DEFINIÇÕES

Salvo disposição em contrário, aos termos utilizados e definidos neste documento aplicam-se as seguintes definições:

**Cliente:** Qualquer pessoa singular ou colectiva que seja beneficiário e contratante de produtos e serviços do Banco;

**Produtos e Serviços:** São todos os produtos e serviços colocados à disposição dos clientes do Banco, nomeadamente, contratos de crédito para bens imóveis e móveis, depósitos, serviços de pagamento, outros meios de pagamento, como por exemplo, cartas de crédito, moeda electrónica, outras formas de crédito ao consumo.

**Contrato Bancário:** Contrato a estabelecer entre Banco BIC e o cliente, cujo objecto seja a aquisição de bens ou serviços postos à disposição do Banco.

**Precário:** Tabela de Comissões que incorpora os valores de todas as comissões bem e a Tabela de Taxas de Juro que contém informação relativa às taxas de juro representativas do Banco.

### CAPÍTULO III - ÂMBITO E OBJECTIVOS DA POLÍTICA

A Política de Aprovação de Novos Produtos visa definir os princípios a adoptar no que concerne à Concepção e Gestão de produtos e Serviços a comercializar pelas Redes Comerciais (Agências, Centros de Empresas e/ou Investimentos e *Private*).

Sem embargo aos princípios que constam deste documento, a criação de novos produtos e serviços enquadra-se no Plano de Negócios do Banco.

O circuito regulador da Concepção de Produtos e Serviços encontra-se repartido por fases, sendo elas:

- Desenvolvimento;
- Aprovação;
- Implementação;
- Acompanhamento;

Com a formalização deste circuito nas suas diferentes fases, os principais objectivos são:

- Definir as estruturas do Banco que devem ser envolvidas no processo de criação e lançamento de Produtos e Serviços;
- Adequar as propostas de novos Produtos e Serviços à estratégia e objectivos do Banco;
- Identificar, avaliar e controlar os diferentes tipos de risco associados ao Produto e Serviço;
- Gestão e controlo eficaz dos novos Produtos e Serviços;
- Garantir a conformidade legislativa, normas e regulamentos locais e internacionais.

Nestes termos, a política de criação e comercialização de produtos e serviços bancários do banco, deve:

- Identificar o público-alvo de cada produto ou serviço;
- Testar o produto ou serviço antes da sua colocação no mercado;
- Definir e implementar uma estratégia de comercialização;
- Prestar toda a informação relevante aos clientes;
- Monitorizar os produtos e serviços após a sua colocação no mercado;
- Adoptar medidas corretivas sempre que se justifique.

### CAPÍTULO IV - TERMOS E CONDIÇÕES NAS FASES DE CRIAÇÃO DE NOVOS PRODUTOS (DESENVOLVIMENTO/ APROVAÇÃO/ IMPLEMENTAÇÃO E ACOMPANHAMENTO)

#### 1. FASE DE DESENVOLVIMENTO

A criação ou alteração de Produtos e Serviços é liderada pela Direcção de *Marketing* e poderá ser sugerida por outras áreas do banco, nomeadamente Estruturas Comerciais, através dos responsáveis das respectivas áreas, que endereçam à DM (Direcção de *Marketing*) as suas sugestões, para que em articulação com as Redes Comerciais, seja analisada a oportunidade e prioridade de desenvolvimento do Produto ou Serviço, dando assim início ao processo formal.

#### ➤ Concepção do Produto ou Serviço

Nesta fase inicial de definição do Produto /Serviço, a DM junto das áreas intervenientes, efectua uma análise inicial nas seguintes vertentes:

- Planeamento (enquadramento no plano de negócios/orçamento);
- Técnica (sistemas operacionais);
- Processual (circuitos procedimentais e contabilísticos, operativa associada);
- Regulamentar (conformidade com legislação, regulamentos, contratos, determinações específicas oriundas de entidades externas de supervisão, códigos de conduta estabelecidos com Clientes);
- Riscos expectáveis (operacional, crédito e mercado).

➤ Caracterização do produto ou serviço

Esta caracterização fica substanciada na elaboração de suporte documental com a intervenção e apoio das áreas responsáveis pelas vertentes comercial, técnica, processual, operacional e de planeamento do lançamento do Produto/Serviço, sendo elas:

- Direcção de Organização e Qualidade (DOQ), no âmbito das necessidades ao nível processual e procedimentos;
- Direcção de Sistemas de Informação (DSI), necessidades ao nível dos sistemas aplicativos;
- Direcção de Suporte Operações (DSO) e Direcção de Pagamentos e Estrangeiro (DPE), necessidades ao nível do processamento das operações;
- Direcção Internacional e Financeira (DIF), no âmbito da definição do *pricing*, viabilidade financeira, gestão da cobertura dos riscos de mercado;
- Direcção de Controlo e Gestão e/ou Direcção de Contabilidade (DC), no âmbito do plano de negócios /orçamento, consumo de capital, procedimentos contabilísticos e fiscais, rendibilidade, informação de gestão;
- Direcção jurídica e de Contencioso (DJC), no âmbito do enquadramento legal e fiscal do Produto ou Serviço;
- Redes comerciais (Agências, Centros de Empresas / Investimentos, e Private);

*Elaboração de Suporte documental que deve conter:*

- Ficha de Produto/Serviço destinada à Área Comercial, em que se define o tipo de Produto/Serviço, o segmento/destinatário, as características do mesmo, a caracterização fiscal e o "*pricing*" do Produto/Serviço; tendo em conta o parecer junto das áreas responsáveis pelas vertentes comercial, processual e operacional.
- Ficha Técnica Informativa - FTI de Depósitos Bancários, e de acordo com o artº 4, do Aviso Nº 13/2016 do BNA (Banco Nacional de Angola) - Deveres de Informação no âmbito Depósitos Bancários, em que é disponibilizado ao Cliente, em momento anterior ao da abertura da conta à Ordem/ Prazo, a FTI com a descrição e características do produto.
- Formulário do Produto /Serviço;
- Contrato a estabelecer entre o Banco BIC e os clientes, elaborado pela Direcção Jurídica e de Contencioso (DJC).

É definido o valor a imputar ao Cliente (despesa/comissão) do Produto/Serviço, com base numa análise pormenorizada dos custos e encargos operacionais, assim como uma pesquisa junto da concorrência.

Estabelece-se princípios e circuitos, nomeadamente: registo, pré-análise, análise processual e funcional de desenvolvimentos informáticos.

### Identificação de riscos associados ao Produto ou Serviço

Este processo prevê a recolha de informação complementar do Produto/Serviço, nomeadamente identificação, avaliação e controlo de riscos, definição de riscos, definição dos objectivos comerciais e nível de incumprimento, junto às áreas do Banco consideradas relevantes dada a natureza do Produto ou Serviço, para a identificação dos riscos e controlos que possibilitem a mitigação dos mesmos, sendo elas:

- Direcção de Análise de Risco de Crédito (DARC), no âmbito do risco de crédito;
- Direcção de Risco (DR), no âmbito do Risco Operacional;
- Direcção Internacional e Financeira (DIF), no âmbito dos riscos de mercado;
- Gabinete de Compliance (GC), no âmbito respeitantes à não conformidade da lei, regulamentos;
- Redes comerciais, no âmbito da definição dos objectivos comerciais, nível de incumprimento esperado e riscos enquadrados na actividade comercial.

É endereçada aos membros da Comissão Executiva, a documentação relativa ao processo de desenvolvimento do Produto ou Serviço, sendo a Ficha de Produto, Ficha Técnica informativa/complementar, proposta de preço e outros pareceres relevantes, para análise e preparação das decisões a tomar em reunião desta Comissão.

### 2. FASE DE APROVAÇÃO

O novo Produto/ Serviço ou alteração de Produto/ Serviço já existente, faz-se aprovar em Comissão Executiva, tendo por base os documentos já mencionados no ponto anterior.

Após aprovado Produto/Serviço internamente pela Comissão Executiva, é reportado ao Banco Nacional de Angola (BNA), via email o contrato/ impresso, a Ficha Técnica Informativa (FTI) e o respectivo preço, para análise, aprovação/ licenciamento do Produto/ Serviço.

### 3. FASE DE IMPLEMENTAÇÃO

A implementação do novo Produto/ Serviço ou alteração de Produtos/ Serviços já existentes, é da responsabilidade da DM, bem como do apoio de outros órgãos e inicia-se com a execução de desenvolvimentos informáticos/ parametrização, realização de testes e passagem a produção do produto no BANKA, por intermédio da Direcção de Sistemas de Informação (DSI), com a correspondente entrega dos documentos criados e divulgados por parte da Direcção de Marketing (DM), a Ficha Técnica Informativa, e o preço aprovado para implementação.

A DM divulga a documentação e informação (Ficha de produto, preço) à Direcção de Organização e Qualidade (DOQ), e desenvolve em conjunto, normativos internos/ impressos a disponibilizar aos utilizadores das Áreas de negócios envolvidas, no âmbito do lançamento do Produto/ Serviço.

Caso aplicável, a DM em colaboração com a Direcção de Recursos Humanos e Formação (DRHF), traça um plano de formação inerente ao novo Produto/ Serviço.

É elaborado um plano de comunicação e de publicidade a nível interno e externo.

A DJC assegura toda a componente contratual de suporte ao Produto/Serviço, certificando a respetiva conformidade com os quadros legais vigentes;

O Gabinete de Compliance (GC) pronuncia-se antes do lançamento do Produto/ Serviço, acerca da conformidade da documentação produzida com os requisitos regulamentares nacionais e internacionais impostos pelas entidades competentes.

#### 4. FASE DE ACOMPANHAMENTO

A Direcção de *Marketing* comunica à Direcção de Risco, em caso de existirem falhas relacionadas com o lançamento/manutenção do Produto/ Serviço, nomeadamente a nível da subscrição, operacionalização que por ventura exponham o banco a risco operacional.

Por sua vez, a Direcção de Risco, mediante análise das falhas comunicadas, propõe ou solicita a adopção de medidas mitigadoras do risco operacional por parte dos órgãos directamente envolvidos e acompanha a respectiva implementação.

As Áreas responsáveis por outros riscos, asseguram a monitorização do Produto/Serviço em fase pós lançamento.

Cabe às Áreas de Controlo de Gestão, o acompanhamento e análise da rentabilidade do Produto/Serviço, e à Direcção de Auditoria e Inspeção, a monitorização do Produto/Serviço, no âmbito das suas acções, por forma a identificar eventuais deficiências ou oportunidades de introdução de melhorias, perspetivando o fortalecimento do sistema do controlo interno.

### **CAPÍTULO V - APROVAÇÃO, ACOMPANHAMENTO E ALTERAÇÃO DA POLÍTICA**

1. A presente Política é aprovada pela Comissão Executiva do Banco BIC, podendo ser alterada por deliberação deste órgão.
2. A adequação, eficácia e cumprimento das medidas estabelecidas nesta Política são objecto de acompanhamento e avaliação regular pela Direcção de *Marketing*.
3. A Direcção de *Marketing* reporta à Comissão Executiva, por intermédio do seu Administrador de pelouro.
4. O Banco BIC assume igualmente o compromisso de proceder a uma revisão regular desta Política, a fim de assegurar que a mesma se adequa ao objectivo das actividades bancárias realizadas pelo Banco, bem como à sua estrutura organizacional, obrigando-se a ajustar esta Política em função de eventuais alterações dos pressupostos com base nos quais ela foi definida.

Documento Aprovado em Conselho de Administração		
NOME	VERSÃO	DATA APROVAÇÃO
POLITICA DE APROVAÇÃO DE NOVOS PRODUTOS DO BANCO BIC, S.A.	01	29/04/2021
	02	24/11/2022