Docusign Envelope ID: 0FD6FB07-AE87-43E1-9948-9F2E56948951

I. Compra (fornecedores)

1.1 Requisitos gerais

É política da organização cumprir com toda a legislação aplicável.

Para efeito das relações comerciais em geral, a empresa segue a legislação aplicável, nacional ou do mercado em que exerce a sua atividade, e o Código Comercial.

1.2 Requisitos específicos

Para efeitos do controlo e monitorização do desempenho dos seus fornecedores externos, a organização define os seus requisitos da compra, no âmbito da Qualidade, Ambiente, Segurança de Informação e outros, aquando dos pedidos de cotação, encomendas ou assinatura de contratos, conforme aplicável. Estes requisitos estão sempre relacionados com os processos, produtos ou serviços a fornecer, nomeadamente, especificações (características funcionais e de desempenho, referências e/ou boas práticas aceites e acordadas), condições comerciais (preços e condições de pagamento) e logística (quantidades, prazo e condições de entrega, prazos de resposta a urgências, garantias de comunicação e informação de incidentes ou alertas de ocorrências). Ocasionalmente, poderão ser apresentados outros requisitos para o controlo e monitorização do desempenho dos fornecedores, nos âmbitos de gestão aplicáveis.

Para esse efeito, "Os requisitos expressos e acordados serão utilizados para controlo na receção e aceitação do fornecimento. Não-conformidades e reclamações serão usadas para a monitorização/avaliação periódica do fornecedor, quando aplicável".

II. Venda (clientes)

2.1 Requisitos gerais

É política da organização cumprir com toda a legislação aplicável.

Docusign Envelope ID: 0FD6FB07-AE87-43E1-9948-9F2E56948951

Para efeito das relações comerciais em geral, a empresa segue a legislação aplicável, nacional ou do mercado em que exerce a sua atividade, e o Código Comercial.

2.2 Requisitos específicos

Para efeito da avaliação da perceção da satisfação dos clientes, a organização utiliza um conjunto de indicadores possíveis, nomeadamente: variações do volume de compras, reclamações rececionadas e aceites, devoluções de produtos, não aceitação de serviços, elogios, recomendações, prémios e não-conformidades relacionadas tratadas.

A avaliação é feita individualmente por cliente, com base na determinação de correlação entre dois ou mais dos indicadores possíveis.

São avaliados os clientes que integrem o “top” 80% do volume de vendas da organização

Para efeito da avaliação da perceção da satisfação dos clientes, a organização utiliza um questionário que é periodicamente distribuído aos clientes. Os dados recolhidos são tratados e servem de indicador interno para a avaliação da perceção da satisfação dos clientes.

Signed by:
CF65BC265009438...

Miguel Margarido
(Branch President)