

Política de Remuneração pela Distribuição de Produtos de Investimentos

Este documento tem como finalidade elucidar as regras e procedimentos adotados pelo Banco Mercantil do Brasil S/A e demais empresas de seu conglomerado ("Grupo Mercantil do Brasil") quanto à sua política de remuneração para a atividade de Distribuição de Produtos de Investimentos em cumprimento ao disposto nas Regras e Procedimentos para Transparência na Remuneração dos Distribuidores da Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiros e de Capitais ("ANBIMA").

1. Aspectos Gerais

Conforme dispõe o Código para Distribuição de Produtos de Investimento da ANBIMA, a atividade de Distribuição de Produtos de Investimento consiste em: (i) oferta de Produtos de Investimento de forma individual ou coletiva, resultando ou não em aplicação de recursos, assim como a aceitação de pedido de aplicação por meio de agências bancárias, plataformas de atendimento, centrais de atendimento, Canais Digitais, ou qualquer outro canal estabelecido para este fim; e (ii) atividades acessórias prestadas aos investidores, tais como manutenção do portfólio de investimentos e fornecimento de informações periódicas acerca dos investimentos realizados.

Neste contexto, o Banco Mercantil do Brasil S/A atua na Distribuição de Produtos de Investimentos de emissão própria e de terceiros, assim como de fundos administrados pelo Grupo Mercantil do Brasil.

Para a atividade de Distribuição, o Banco Mercantil do Brasil S/A utiliza sua rede de agências, pontos de atendimento, administração central e canais digitais. Os profissionais responsáveis pela atividade de Distribuição são devidamente habilitados pelas certificações necessárias, estando em conformidade ao Código ANBIMA de Regulação e Melhores Práticas para o Programa de Certificação Continuada.

Quanto à seleção e recomendação de produtos, o Grupo Mercantil do Brasil, com o propósito de realizar a oferta adequada ao perfil de investimento de cada cliente, faz uso de instrumentos para coleta de informações específicas, tais como seus objetivos, preferências, relação de risco e retorno, horizonte de investimento, expectativas e nível de conhecimento sobre a matéria, que serão interpretadas por metodologia aplicada, permitindo assim, a apuração do perfil do investidor. Todos os aspectos descritos e apurados nesta metodologia norteiam a atuação dos agentes de comercialização e distribuição, conforme Política Institucional de *Suitability* do Grupo Mercantil do Brasil.

2. Forma de remuneração da instituição pela Distribuição de Produtos de Investimentos

2.1. Produtos de Investimento

O portfólio de investimentos distribuídos pelo Banco Mercantil do Brasil S/A, bem como suas respectivas formas de remuneração, está descrito a seguir:

2.1.1. CDB, DPGE, LCA, LCI, LF e Poupança

A remuneração destes produtos é dada por meio dos **spreads** praticados. Estes **spreads** podem ser compreendidos como a diferença entre o custo de captação destes

2.1.2. CRI, CRA e Debêntures

Mercado Secundário: remuneração em função do **spread** obtido entre o preço de venda e compra do título.

2.1.3. Fundos de Investimentos

A instituição é remunerada pela distribuição de cotas de Fundos de Investimento, próprios, através da **Taxa de Administração** de cada fundo.

2.1.4. Renda Variável (Ações, Derivativos e FIs)

Remuneração por taxa de corretagem para as negociações realizadas através da Mesa de Operações de acordo com tarifas disponibilizadas no site.

Atualmente, há isenção da taxa de corretagem para as operações realizadas através do *Home Broker*.

2.2. Remuneração dos Profissionais

A remuneração dos profissionais envolvidos na comercialização dos produtos de investimento é composta por um valor fixo e uma parcela variável. Quanto ao componente variável, sua composição leva em consideração, dentre outros fatores, o volume, canal de contratação, o tipo e a modalidade dos produtos distribuídos.

Os ganhos obtidos com a distribuição dos fundos de investimentos próprios e os demais produtos de investimento de emissão do Banco Mercantil do Brasil S/A ou de seu conglomerado econômico são destinados ao conglomerado, que, conseqüentemente, remunera a área distribuidora.

3. Potenciais conflitos de interesse

Como potenciais conflitos de interesse relacionados a Distribuição de Produtos de Investimentos, podemos destacar:

- Comercialização de produtos de baixa complexidade, para alavancagem de resultados imediatos;
- Venda de produtos em função de campanhas de remuneração, desconsiderando a adequação da oferta ao perfil de investidor do cliente;
- Priorização da oferta de produtos de emissão própria em detrimento a produtos de terceiros.

4. Mitigadores

Com o propósito de mitigar eventuais conflitos de interesse, o Banco Mercantil do Brasil S/A dispõe de Política Institucional de Relacionamento com Clientes e Usuários e Política Institucional de *Suitability*. Desta forma, os agentes de comercialização e Distribuição de Produtos de Investimento devem observar o perfil de investidor do cliente para realizar recomendações de produtos. Nesse sentido, após a aferição de seu perfil, o investidor recebe recomendação dos produtos mais adequados para sua carteira. Logo, a oferta de produtos de investimentos realizada pelos profissionais envolvidos nesta atividade, é

balizada pela necessidade e perfil do cliente, de forma independente e isenta quanto ao emissor dos produtos.

Sua experiência nos inspira

Mesmo com as orientações mencionadas, o investidor que desejar aplicar em produtos não adequados ao seu perfil terá sua intenção de investimento autenticada.

O Grupo Mercantil do Brasil avalia diariamente os clientes cujas aplicações ocasionaram em divergência entre seus produtos de investimento e seu perfil de investidor. Esses clientes são abordados por meio de ações comerciais e orientados a reavaliar seu perfil ou a procurar seus gerentes de relacionamento para alocação de recursos em produtos compatíveis com seu perfil.

Adicionalmente, os colaboradores do Grupo Mercantil do Brasil responsáveis pela Distribuição de Produtos de Investimentos são submetidos aos treinamentos de portfólio de produtos, estando esta atividade restrita ao controle de certificação que habilite seu exercício, bem como ser aderente ao Código de Ética do Mercantil do Brasil S/A, onde cada colaborador recebe orientações quanto às políticas e normas que nortearão sua conduta e comportamento.

Os procedimentos acima estão descritos na Política Institucional de *Suitability*, que é destinada a todos os colaboradores que atuam na criação e oferta de produtos de investimento, em linha com Resolução CVM nº 30, de 11 de maio de 2021 e também com o Código para Distribuição de Produtos de Investimento da ANBIMA.

Conheça o portal de educação financeira da ANBIMA: www.comoinvestir.com.br

