

Política de Educação Financeira

Vigência a partir de

01/07/2024

Validade

01/07/2025

Versão

00

Divulgação EXTERNA

Sumário

1. APRESENTAÇÃO	1
2. BASE LEGAL	1
3. ABRANGÊNCIA	1
4. GLOSSÁRIO DE TERMOS E SIGLAS	1
5. CONTEXTO HISTÓRICO	2
6. ESTRUTURA DE GESTÃO E GOVERNANÇA	2
7. PRINCÍPIOS	3
7.1. Valor para o cliente	3
7.2. Ampla Alcance.....	3
7.3. Adequação e Personalização.....	4
7.4. Relacionamento com Clientes, Usuários e <i>Suitability</i>	4
8. PROMOÇÃO DA EDUCAÇÃO FINANCEIRA NOS DIVERSOS CANAIS	4
8.1. Redes Sociais	5
8.2. Web Site.....	5
8.3. Aplicativo.....	5
8.4. Pontos de Atendimento.....	5
8.5. Comunicação direcionada.....	6
9. PAPÉIS E RESPONSABILIDADES	6
10. CONSIDERAÇÕES FINAIS	7

1. APRESENTAÇÃO

A presente Política Institucional é aplicável a todos que estão indicados no item “Abrangência” deste documento.

Em conformidade com a Resolução Conjunta nº 08/2023 publicada pelo Banco Central do Brasil, visando a promoção da educação financeira, esta política tem o objetivo de dispor sobre as medidas de educação financeira adotadas pelo Banco Mercantil e empresas do Grupo, doravante denominadas, simplesmente, Mercantil.

Reconhecendo a importância da educação financeira como um pilar essencial para o desenvolvimento econômico e sustentável, o Mercantil desenvolveu as medidas de educação financeira que possuem como objetivo assegurar que, tanto os tomadores de crédito, quanto os investidores tenham acesso a informações e ferramentas específicas que os capacitem a tomar decisões financeiras sólidas e conscientes.

Ao longo desta política, indicaremos as medidas para promover a organização financeira, estimular a formação de poupança e fornecer orientações essenciais para prevenir o superendividamento, adaptando-as às necessidades de cada grupo de clientes.

2. BASE LEGAL

Tipo	Número/Ano	Objetivo
BCB – Resolução Conjunta	8 / 2023	Dispõe sobre medidas de educação financeira a serem adotadas por instituições financeiras, instituições de pagamento e demais instituições autorizadas a funcionar pelo Banco Central do Brasil.
Resolução CMN	4.949/20	Dispõe sobre princípios e procedimentos a serem adotados no relacionamento com clientes e usuários de produtos e de serviços pelas instituições financeiras e demais instituições autorizadas a funcionar pelo Banco Central do Brasil.
Resolução CVM	30/2021	Dispõe sobre o dever de verificação da adequação dos produtos, serviços e operações ao perfil do cliente.

3. ABRANGÊNCIA

Esta Política se aplica ao Banco Mercantil e às empresas que compõem o seu Conglomerado Prudencial. A ciência e o cumprimento das diretrizes e regras aqui estabelecidas são obrigatórios a todos os seus colaboradores e terceiros.

4. GLOSSÁRIO DE TERMOS E SIGLAS

- BACEN – Banco Central do Brasil;
- BCB – Banco Central do Brasil;
- CMN – Conselho Monetário Nacional;
- INSS - Instituto Nacional do Seguro Social.

5. CONTEXTO HISTÓRICO

O mercado financeiro brasileiro tem experimentado uma transformação significativa nas últimas décadas, marcada por um processo de bancarização crescente. Esse fenômeno reflete a ampliação do acesso da população aos serviços financeiros, impulsionado por políticas públicas e inovações tecnológicas que facilitaram a inclusão financeira de milhões de brasileiros. A bancarização, definida como a integração de indivíduos ao sistema financeiro formal, tem permitido uma maior participação econômica e social, fomentando o desenvolvimento e a estabilidade econômica do país.

O Banco Mercantil, com sua longa trajetória no mercado financeiro brasileiro, desempenha um papel crucial nesse cenário de expansão. Posicionando-se como uma instituição sólida e confiável, tem sido um agente facilitador no processo de bancarização, especialmente entre os clientes beneficiários do Instituto Nacional do Seguro Social (INSS). Com uma rede ampla e bem distribuída, o Mercantil alcança diversas regiões do Brasil, garantindo que seus serviços e produtos financeiros sejam acessíveis a uma parcela significativa da população, incluindo aqueles que anteriormente tinham pouco ou nenhum acesso ao sistema bancário formal.

O público-alvo da Instituição inclui principalmente os beneficiários do INSS, que representam um segmento demográfico importante e crescente. Estes clientes, em sua maioria aposentados e pensionistas, dependem dos serviços financeiros para o recebimento de seus benefícios, gestão de suas finanças pessoais e planejamento de suas despesas cotidianas. O alcance territorial do Banco Mercantil, com pontos de atendimento estrategicamente localizados, assegura que esses serviços estejam disponíveis em todas as regiões de presença do banco, promovendo a inclusão financeira e o bem-estar econômico dos seus clientes. Somado à presença física, o cliente tem a opção de ser atendido, também, por meio de canais digitais oferecidos pelo banco, garantindo melhor agilidade e comodidade na solução de suas questões financeiras. Nesse sentido, garante a inclusão não apenas bancária, mas também digital de seu público-alvo.

Diante desse contexto, torna-se imprescindível conscientizar os clientes sobre o uso consciente e responsável dos produtos e serviços financeiros. A educação financeira surge, portanto, como uma ferramenta vital para capacitar os clientes a tomarem decisões informadas, evitando o superendividamento e promovendo a gestão eficiente de seus recursos. Em consonância com as diretrizes da legislação vigente e as melhores práticas de governança corporativa, o Mercantil institui, por meio deste documento, a Política Institucional de Educação Financeira. Esta política visa proporcionar aos clientes o conhecimento necessário para entender melhor suas finanças, assegurando que possam maximizar os benefícios dos produtos e serviços oferecidos, ao mesmo tempo em que mantêm sua saúde financeira.

Desta forma, a Instituição reafirma seu compromisso com a responsabilidade social e a construção de resultados sustentáveis, unindo os interesses de todas as partes em prol do fortalecimento da economia e o bem-estar de seus clientes e da sociedade como um todo.

6. ESTRUTURA DE GESTÃO E GOVERNANÇA

A responsabilidade pela gestão da educação financeira na Instituição está atribuída à Vice-Presidência de Clientes, Crescimento e Marketing, responsável pelo cumprimento da Resolução Conjunta BCB nº 8. Sua gestão ficará centralizada na Gerência de Experiência do Cliente, responsável pelos processos relativos ao tema, em cumprimento a esta Política.

Visando fortalecer o processo de Governança Corporativa destaca-se, também, a inclusão do tema na estrutura de Comitês de Assessoria da Instituição, como pauta do Comitê de Clientes, com a finalidade de implementação e monitoramento da efetividade da presente política.

A partir de uma estrutura sólida de governança e ciente de que a aplicação das medidas de educação financeira deve fazer parte da rotina diária junto aos clientes e usuários, como sendo responsabilidade de todos na Instituição, de modo a garantir a construção de um relacionamento sustentável, com oferta de produtos e serviços adequados aos clientes e usuários e alcançar o propósito de ser o melhor ecossistema financeiro para o público 50+.

7. PRINCÍPIOS

Esta Política de Educação Financeira baseia-se nos seguintes princípios previstos na Resolução Conjunta nº 8 do Conselho Monetário Nacional:

- **Valor para o Cliente:** Fornecer ações de educação financeira úteis e relevantes para a vida financeira de nossos clientes e usuários;
- **Ampla Alcance:** Garantir o acesso às medidas de educação financeira a todo o nosso universo de clientes e usuários;
- **Adequação e Personalização:** Disponibilizar conteúdo e ferramentas em linguagem, canal e momento mais adequados às necessidades de cada cliente, considerando seu perfil e estágio de relacionamento.

7.1. Valor para o cliente

Por meio da Política de Relacionamento com Clientes e Usuários, o Mercantil garante que na concepção de produtos e serviços seja considerado o perfil dos clientes e usuários que compõem o público-alvo, avaliando suas características, complexidade, buscando atender suas expectativas e necessidades. Tal processo de adequação abrange as fases de pré-contratação, contratação, pós-contratação e encerramento do relacionamento.

Nesse contexto, o desenvolvimento de um novo produto ou serviço tem início na identificação de uma oportunidade de negócio, observando-se sua aderência ao público alvo, avaliação da conformidade às regulamentações vigentes, estudo de viabilidade econômico-financeira considerando investimentos em processos, sistemas e pessoas, além do desenho da abordagem comercial.

Ademais, o Mercantil reúne esforços para que as jornadas do cliente contemplem temas úteis e aplicáveis ao seu dia a dia, relacionados à educação financeira. Além disso, esses conteúdos são, frequentemente, atualizados, tendo como foco a melhoria contínua dos conteúdos disponibilizados para a base, de acordo com a segmentação e necessidade do cliente.

Adicionalmente, faz parte da nossa abordagem com os clientes, o fornecimento de informações e orientações práticas, a fim de capacitá-los na tomada de melhores decisões, informadas e conscientes, em relação às suas finanças, permitindo-lhes alcançar seus objetivos financeiros de maneira mais eficaz e sustentável.

7.2. Ampla Alcance

O Mercantil garante amplo acesso aos conteúdos de educação financeira, promovendo a inclusão financeira.

Assim, o Mercantil tem como objetivo assegurar que os conteúdos de educação financeira sejam acessíveis a todos os clientes, independentemente de sua localização ou condição sócio econômica.

As medidas adotadas pelo Mercantil são projetadas para serem inclusivas e acessíveis a todos os nossos clientes, promovendo uma cultura de educação financeira que beneficie a comunidade como um todo, sempre em busca da inclusão e acessibilidade, da qualidade e relevância dos conteúdos, fazendo uso de tecnologias e métodos pedagógicos eficazes.

7.3. Adequação e Personalização

O Mercantil disponibiliza conteúdos e comunicações adequadas e desenvolvidas de forma personalizada para os dois grandes grupos-chaves de clientes: tomadores e investidores.

Os conteúdos desenvolvidos visam cobrir tópicos essenciais como orçamento pessoal, poupança, investimentos, crédito e gestão de dívidas.

Além disso, o formato personalizado de desenvolvimento de conteúdos considera a adaptação dos conteúdos para diferentes públicos-alvo, considerando fatores como faixa etária, contexto socioeconômico, objetivos financeiros, experiência financeira e tecnologia e acessibilidade.

7.4. Relacionamento com Clientes, Usuários e Suitability

Todos os negócios e práticas inerentes ao relacionamento com clientes e usuários sujeitam-se ao risco de conduta, caracterizado pela possibilidade de ocorrência de danos a clientes e usuários devido à atuação inadequada na condução de suas operações.

A partir disso, e em atendimento ao disposto na Resolução CMN nº 4.949/21, o Banco Mercantil estabeleceu a Política de Relacionamento com Clientes e Usuários, que visa promover o fortalecimento de uma cultura organizacional que preze pelo comportamento cooperativo e equilibrado, assegurando a conformidade e a legitimidade dos produtos e serviços ofertados pela Instituição. Além disso, deve-se buscar, junto a clientes e usuários, o tratamento pautado em bases justas e equitativas, conforme seus perfis de relacionamento e vulnerabilidades associadas, além de garantir o atendimento de demandas com tempestividade.

Neste aspecto, deve ser constantemente avaliada a formatação de produtos e serviços, os canais de comunicação envolvidos e as formas de oferta e contratação, garantindo a adequação de produtos e serviços ao público-alvo (*suitability*).

8. PROMOÇÃO DA EDUCAÇÃO FINANCEIRA NOS DIVERSOS CANAIS

Com a perspectiva de manter um crescimento sustentável e conduzir suas atividades de forma ética, responsável e diligente, o Mercantil tem como diretriz estratégica o atendimento aos seus clientes e usuários de forma simples e próxima, com uma cultura de constante melhoria nos processos de atendimento, sempre buscando a adoção de providências para promover o tratamento justo e equitativo aos clientes, o trabalho interno de orientação e aculturação intensivos, aliados à aproximação junto a órgãos de defesa do consumidor, fortalecem a cultura de responsabilidade e de atendimento ao cliente, sendo um reflexo dos valores do Mercantil.

Destacamos os canais estratégicos para a distribuição da educação financeira para a base de clientes do Mercantil.



8.1. Redes Sociais

Nas redes sociais o Mercantil, além de conscientizar a base de clientes e seguidores sobre educação financeira, é também realizado a produção de conteúdos exclusivos nas principais mídias digitais.

8.2. Web Site

Na página institucional do Banco Mercantil, existe o acesso facilitado as trilhas, blogs e os conteúdos exclusivos sobre educação financeira. Nesse canal, está centralizado todo o conteúdo sobre o tema.

Em todos os contatos com os clientes, os mesmos são direcionados a consultar a página que conta ainda, com acesso à renegociação de dívidas e dicas sobre investimentos.

8.3. Aplicativo

Com o objetivo de facilitar e otimizar os momentos de contato do cliente com o Mercantil, o aplicativo é uma importante ferramenta para fomentar o acesso ao tema de educação financeira. Nele, é disponibilizado um ícone direto a página exclusiva dos conteúdos e trilhas sobre o tema, cuja tema também é fomentado nas jornadas de contratação.

8.4. Pontos de Atendimento

Os pontos de atendimento do Banco Mercantil dispõem de informativos e conscientização sobre educação financeira, além de serem realizados treinamentos periódicos pelo time de atendimento sobre a importância em levar e fomentar o cliente a aprender mais sobre o tema.

Dentro dos pontos de atendimento o Wi-fi é gratuito, de forma a facilitar o acesso às informações.

8.5. Comunicação direcionada

O Mercantil para buscar o amplo alcance, dispõe de uma régua de relacionamento exclusiva sobre educação financeira, onde os clientes recebem comunicações e direcionamento de forma personalizada de acordo com o seu perfil, seja ele tomador ou investidor.

A estratégia de comunicação se baseia no direcionamento do cliente para os canais, onde estão disponíveis os conteúdos personalizados sobre educação financeira, de acordo com o perfil.

Assim, para o perfil "tomador" será disponibilizado um link, na jornada de contratação digital, direcionando o cliente para o acesso aos conteúdos personalizados destinados a tomadores. Se a contratação ocorrer fora do ambiente digital, ou seja, de maneira presencial no ponto de atendimento, o cliente receberá um SMS com acesso a todo o conteúdo citado.

Da mesma forma, serão disponibilizados, ao cliente "investidor", os conteúdos personalizados para o perfil "investidor", ao longo da jornada de contratação de produtos de investimento.

Nesse contexto, a régua de comunicação desenvolvida busca direcionar o cliente, de acordo com o seu perfil, ao conteúdo personalizado de educação financeira destinado ao perfil da contratação realizada, sem prejuízo das comunicações orientativas e dos conteúdos disponibilizados nos canais, que serão abordados durante todo o período de relacionamento do cliente com a Instituição, não somente no momento das contratações.

O objetivo é estimular os clientes pelos diversos canais digitais da Instituição, como SMS, Push e WhatsApp, empenhando-se em sensibilizar aqueles clientes ainda não foram atingidos **por outros canais**.

9. PAPÉIS E RESPONSABILIDADES

Os papéis e responsabilidades atinentes a esta Política estão distribuídos entre as alçadas abaixo indicadas:

- Conselho de Administração;
- Vice-Presidência de Clientes, Crescimento e Marketing;
- Gerência de Experiência do Cliente;
- Gerência de Comunicação e Marketing;
- Comitê de Clientes;
- Gerência Comercial;
- Gerência de Canais Digitais;
- Todos os colaboradores;
- Terceiros
 - Ter ciência e pautar sua atuação conforme regras e diretrizes estabelecidas nesta Política.

10. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta Política deve ser objeto de avaliação mínima anual, com o intuito de que seja continuamente aprimorada e de esteja sempre atualizada.

Este documento entra em vigor a partir de sua publicação, ficando à disposição dos órgãos de fiscalização e supervisão.

BANCO
MERCANTIL

